

شهادة الخبرة الجامعية التواصل والتسويق



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية التواصل والتسويق

- « طريقة الدراسة: عبر الإنترنت
- « مدة الدراسة: 6 أشهر
- « المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-communication-marketing

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 24

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 32

01

المقدمة

برنامج التواصل والتسويق هو برنامج مكثف يؤهلك لمواجهة تحديات الأعمال والقرارات في مجال الاتصالات التسويقية. هدفها الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني لمساعدتك على تحقيق النجاح. إذا كنت ترغب في تحسين نفسك، وإجراء تغيير إيجابي على المستوى المهني، والتواصل مع الأفضل فهذا هو المكان المناسب لك.



أصبحت شخصية المدير المستقيم وغير المرن والاستبدادي قديمة. ظهرت شخصية جديدة تتماشى أكثر مع الاتجاهات الجديدة وتتميز بالذكاء التكنولوجي والإصغاء الفعال للعاملين لديهم والنقد الذاتي لعملهم"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في الاتصال والتسويق هذه على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدائثة في السوق، أبرز خصائصها هي:

- ♦ إعداد دراسات حالة مقدمة من خبراء في الاتصالات المؤسسية
- ♦ يوفر محتواها البياني، المصمم بطريقة تخطيطية وعملية بشكل بارز، معلومات علمية وعملية عن تلك التخصصات الضرورية للممارسة المهنية
- ♦ المستجدات المتعلقة بالاتصالات المؤسسية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ نظام التعلم التفاعلي القائم على خوارزميات لاتخاذ القرارات في مواقف الصحافة والإعلام الرقمية
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

الإعلان هو أحد الإمكانيات المتاحة للشركة للتواصل مع السوق وبالتالي دعم أهدافها التسويقية. إنه التواصل في خدمة التسويق. في الواقع، تحتاج أي مؤسسة، لكي تنمو أو تحافظ على نفسها، إلى أن يكون عرضها مقبولاً من قبل السوق، بمفهومه الواسع. يتولى قسم التسويق تصميم المنتجات والخدمات التي تلبى احتياجات مجموعات معينة من الأشخاص، وإنتاجها، وضمان قبولها، وتحقيق رضا المستفيدين، بحيث يكونون مستعدين للاستمرار في شراء السلع، أو التصويت لبرنامج معين، أو الإيمان بما نمثله.

أحد الأنشطة التي يمكن القيام بها لتعريف بالمنتج هو الإعلان. ستقوم الشركة بالإعلان عندما تحتاج إلى التواصل مع من تكون وما هي عروضها لمجموعة من الأشخاص كبيرة بما يكفي وتثير اهتمام الشركة، سواء لأنهم يمكنهم شراء منتجها، أو استهلاكه، أو التوصية به، أو ببساطة التحدث عنه.

واليوم، يجب على أي مؤسسة أن تعلم أن أساس عملها هو العلاقة مع عملائها، لذا يجب عليها أن تهتم به من خلال تزويدهم بالمنتجات والخدمات بالكمية والجودة والوقت الذي يحتاجونه. يعني القيام بالتسويق معرفة أنه لا يمكن تحقيق الفوائد - ليس فقط الاقتصادية - إلا من خلال تلبية الاحتياجات.

من خلال هذا التدريب سوف تتعلم جميع المفاتيح لفهم المستهلك، والابتكار في المنتج، وابتكار الاستراتيجيات والإبداع وتخطيط وسائل الإعلام وقنوات إجراءات التسويق والاتصال. وبالإضافة إلى ذلك، سيتم تناول بعض هذه المحتويات في سلسلة من الدروس الرئيسية التي ينظمها قائد الفرقة الموسيقية الدولي المرموق.

تقدم لك شهادة الخبرة الجامعية في التواصل والتسويق تدريباً متكاملًا ومتطلباً وعملياً لاكتشاف مسارات مهنية جديدة وفهم فرص الأعمال التجارية الديناميكية المتزايدة عبر الإنترنت. إذا كنت محترفاً في مجال التواصل والتسويق، فهذا هو خيارك الأفضل لتصبح خبيراً قادراً على إدارة أي مشروع وجعله مربحاً.



يقدم لك هذا البرنامج فرصة فريدة من نوعها للتعلم في Masterclasses من خبير دولي معترف بأدائه المتميز في هذا المجال"

كن صحفيًا ممتازًا وتعلم كيفية العمل في دوائر الاتصال في الشركات من جميع القطاعات بنجاح كامل.

لقد تنوعت مهنة الصحافة بشكل كبير في السنوات الأخيرة. اليوم، واحدة من أكثر الفرص الوظيفية المتاحة اليوم هي في مجال الاتصالات المؤسسية.

تقدم لك TECH أفضل برنامج أكاديمي في السوق في مجال الاتصال والتسويق. عليك فقط أن تكون على استعداد للدراسة"

يضم أعضاء هيئة التدريس في البرنامج متخصصين في مجال الصحافة والتواصل، والذين يجلبون خبراتهم العملية إلى هذا التدريب، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة. سيتيح محتوى الوسائط المتعددة، الذي تم تطويره باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، للمهنيين الاستمتاع بالتعلم في الموقع والسياق، أي بيئة محاكاة توفر تعلقًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في مواقف حقيقية. يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على الطالب من خلاله محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل المحترف على مساعدة نظام فيديو تفاعلي جديد تم إنشاؤه بواسطة خبراء معترف بهم يتمتعون بخبرة كبيرة.

الأهداف

تم تصميم هذا البرنامج لتعزيز القدرات الإدارية والقيادية، بالإضافة إلى تطوير الكفاءات والمهارات الجديدة التي ستكون ضرورية في التطوير المهني. بعد البرنامج، ستتمكن من اتخاذ قرارات ذات طبيعة عالمية بمنظور مبتكر ورؤية دولية.



فالخبرة الدولية والالتزام الأخلاقي والحنكة في مجال الأعمال هي بعض من أكثر السمات المطلوبة للمديرين في العصر الرقمي"



الأهداف العامة



- ♦ وصف كيفية دمج الإنترنت في استراتيجية الاتصال التسويقي للمؤسسة
- ♦ وصف دور البيع الشخصي داخل اتصال التسويق، بناءً على إدارة العلاقات ودمج جهود الاتصال
- ♦ تصميم وتنفيذ إجراءات الاتصال الخارجي المتاحة للشركة: الإعلان والعلاقات العامة والرعاية والتسويق المباشر والتفاعلي والترويج والبيع الشخصي
- ♦ عدّ عمليات الاتصال على الإنترنت واختلافاتها مقارنة بتلك التي تحدث من خلال وسائل أخرى
- ♦ شرح أهمية العلامة التجارية كأصل استراتيجي وإدارتها في البيئات التقليدية والرقمية
- ♦ تحليل وتقييم أهمية المهارات الإدارية للتطور الشخصي والمهني وتقييمها
- ♦ تطوير مشاريع مثلى في اتصال التسويق

طور مهاراتك لتصبح صحفياً متعدد الاستخدامات
في طليعة أحدث الاتجاهات"



الأهداف المحددة



الوحدة 1. المهارات الإدارية

- ♦ تطبيق العمليات الإبداعية في مجال الاتصالات المؤسسية
- ♦ تنفيذ مقاييس صارمة تظهر عودة الإدارة الإستراتيجية للأصول غير الملموسة بمؤشرات غير مالية موحدة ولها تأثير مباشر على الأعمال
- ♦ التعرف على جمهور وسائل الإعلام. الإدارة الفعالة لقسم الاتصالات في أي مؤسسة من جميع جوانبه

الوحدة 2. التسويق والاتصال

- ♦ تسيير سمعة شركتك
- ♦ فهم أهمية الشبكات الاجتماعية والهاتف الذكي كدعم وثورة تجارية واستخدام هذه الأدوات لتحقيق أهداف الدعاية والعلاقات العامة

الوحدة 3. إدارة علاقات العملاء

- ♦ تطوير استراتيجيات لإدارة العلامة التجارية وسمعتها كمصادر استراتيجية للتمايز والشرعية والتميز في الأعمال

الوحدة 4. استراتيجية الاتصال في البيئة الرقمية

- ♦ التمكين من تصميم خطة ناجحة لوسائل الاتصال الاجتماعي بناءً على جدول زمني وميزانية
- ♦ معرفة الأدوات الرقمية الرئيسية لإنشاء الاستراتيجيات



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تتألف هيئة التدريس في شهادة الخبرة الجامعية هذه من متخصصين ذوي خبرة وكفاءة عالية في مجالات التواصل والتسويق. في الواقع، تتراوح معرفته الواسعة بين استراتيجيات التواصل المتكاملة وتقنيات التسويق الأكثر تقدماً. يجمع هؤلاء الموجهون بين خبرتهم العملية والخلفية النظرية المتينة، مما يوفر للخريجين فهماً شاملاً لكيفية تشابك التواصل والتسويق في بيئة الأعمال اليوم. وبالتالي، سيركز نهجها التعليمي على تطوير المهارات اللازمة لتصميم وتنفيذ حملات تسويقية فعالة تولد التأثير والقيمة.

المعلمين ملتزمون بالبقاء على اطلاع بأحدث الاتجاهات والتقنيات في كلا المجالين، مما يضمن لك اكتساب المعرفة المحدثة والملائمة لتحقيق النجاح في الصناعة"



المدير الدولي المستضاف



الدكتور Doctor Eric Nyquist هو خبير في مجال الرياضة العالمية، بنى مسيرة مهنية رائعة، وقد اشتهر بقيادته الاستراتيجية وقدرته على قيادة التغيير والابتكار في المؤسسات الرياضية بمستوى عالي.

في الواقع، لقد شغل مناصب رفيعة مثل مدير الإعلانات والتأثير في NASCAR، في Florida، Estados Unidos. مع سنوات عديدة من الخبرة، شغل الدكتور Nyquist أيضًا عددًا من المناصب القيادية، بما في ذلك نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي والمدير العام لشؤون الأعمال، حيث أدار أكثر من عشرة تخصصات تتراوح بين التطوير الاستراتيجي و التسويق الترفيهي.

ترك Nyquist أيضًا بصمة كبيرة على الامتيازات الرياضية الأكثر أهمية في شيكاغو. بصفته نائب الرئيس التنفيذي لامتيازات Chicago White Sox و Chicago Bulls فقد أثبت قدرته على قيادة الأعمال الناجحة و الاستراتيجية في عالم الرياضة الاحترافية.

وأخيرًا، بدأ مسيرته المهنية في مجال الرياضة أثناء عمله في نيويورك كمحلل استراتيجي أول لدى Roger Goodell في الدوري الوطني لكرة القدم الأمريكية، وقبل ذلك كمدرب قانوني لدى الاتحاد الأمريكي لكرة القدم.

د. Eric Nyquist

- ♦ مدير الإعلام والتأثير في NASCAR، في فلوريدا، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ نائب رئيس للتخطيط الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ المدير الأول لشؤون الأعمال في NASCAR
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، امتيازات Chicago White Sox
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، امتيازات Bulls White Sox
- ♦ مدير تخطيط الأعمال في الدوري الوطني لكرة القدم الأمريكية (NFL)
- ♦ الشؤون التجارية/متدرب الشؤون القانونية في الاتحاد الأمريكي لكرة القدم
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة شيكاغو
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال - ماجستير في إدارة الأعمال من كلية بوث لإدارة الأعمال بجامعة شيكاغو
- ♦ بكالوريوس في الاقتصاد الدولي من كلية كارلتون كولييدج



بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم"

هيكـل الإدارة

د. González Fernández, Sara

- ♦ متخصصة في الاتصالات المؤسسية في العديد من الشركات
- ♦ محررة سمعية بصرية في Castilla la Mancha Media
- ♦ محررة في المركز الإقليمي لتلفزيون الأندلس TVE الأندلس
- ♦ محررة في إذاعة إسبانيا الوطنية
- ♦ محررة في Diario JAÉN
- ♦ دكتوراه في الاتصال من جامعة اشبيلية
- ♦ ماجستير في كتابة السيناريو والسرد والإبداع السمعي البصري من جامعة إشبيلية
- ♦ خريجة الصحافة من جامعة إشبيلية
- ♦ عضوة في: رابطة الصحافة في إشبيلية واتحاد رابطات الصحفيين الإسبان





الهيكل والمحتوى

شهادة الخبرة الجامعية في التواصل والتسويق هو برنامج مصمم خصيصًا يتم تدريسه 100% عبر الإنترنت بحيث تختار الوقت والمكان الأنسب لك وجدولك واهتماماتك. يُقام البرنامج على مدار 9 أشهر ويهدف إلى أن يكون تجربة فريدة ومحفزة ترسي أسس نجاحك في إدارة التواصل في البيئة الرقمية.



لدينا البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق، والذي
سيتيح لك الدخول إلى عالم شيق مع كل ضمانات النجاح"



الوحدة 1. مهارات الإدارة

- 1.1 خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
 - 1.1.1 التواصل بين الأشخاص
 - 2.1.1 مهارات التواصل والتأثير
 - 3.1.1 حواجز التواصل
- 2.1 التواصل والقيادة
 - 1.2.1 القيادة وأساليب القيادة
 - 2.2.1 تحفيز
 - 3.2.1 مهارات وقدرات القائد 2.0
- 3.1 وضع العلامة التجارية الشخصية
 - 1.3.1 استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية
 - 2.3.1 قوانين العلامة التجارية branding الشخصية
 - 3.3.1 أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية
- 4.1 إدارة الفرق
 - 1.4.1 فريق العمل وإدارة الاجتماعات
 - 2.4.1 إدارة مراحل التغيير
 - 3.4.1 إدارة فرق متعددة الثقافات
 - 4.4.1 التدريب Coaching
- 5.1 التفاوض وحل النزاعات
 - 1.5.1 تقنيات التداول الفعال
 - 2.5.1 الصراعات الشخصية
 - 3.5.1 التفاوض بين الثقافات
- 6.1 الذكاء العاطفي
 - 1.6.1 الذكاء العاطفي والتواصل
 - 2.6.1 الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
 - 3.6.1 تقدير الذات واللغة العاطفية
- 7.1 رأس المال العلائقي: العمل الجماعي
 - 1.7.1 إدارة الثروات البشرية
 - 2.7.1 تحليل الأداء
 - 3.7.1 إدارة المساواة والتنوع
 - 4.7.1 الابتكار في إدارة الأفراد
- 8.1 إدارة الوقت
 - 1.8.1 التخطيط والتنظيم والرقابة
 - 2.8.1 منهجية إدارة الوقت
 - 3.8.1 خطط العمل
 - 4.8.1 أدوات لإدارة الوقت بشكل فعال

الوحدة 2. التسويق والتواصل

- 1.2 وضع المنتج Product placement والمحتوى ذي العلامة التجارية branded content
 - 1.1.1 أشكال فريدة من الاتصال ووضع العلامة التجارية
 - 2.1.2 المفاهيم والمنتجات والخدمات في أشكال الدعم الودي
- 2.2 التخطيط والتعاقد للوسائط الرقمية
 - 1.2.2 Real time bidding
 - 2.2.2 تخطيط الحملات الرقمية المتكاملة
 - 3.2.2 لوحة التحكم في الاستثمار الإعلاني
- 3.2 التسويق الترويجي
 - 1.3.2 العروض الترويجية للمستهلك
 - 2.3.2 فرق المبيعات والقناة ونقطة البيع والعروض الترويجية الخاصة
 - 3.3.2 نجاح وربحية الأعمال الترويجية
- 4.2 تخطيط وتنفيذ وقياس حملات التسويق SEM
 - 1.4.2 التسويق عبر محركات البحث
 - 2.4.2 تحويل حركة المرور إلى حركة مرور مؤهلة
 - 3.4.2 إدارة مشروع SEM
- 5.2 مفايس وتحليل النتائج في الحملات الإعلانية الرقمية
 - 1.5.2 خوادم الإعلانات
 - 2.5.2 المقاييس التقليدية و GRPs الرقمية
 - 3.5.2 CrossMedia والتفاعلات
- 6.2 الإعلانات المصوّرة Display Advertising والوسائط الغنية Rich Media والإعلانات واسعة الانتشار
 - 1.6.2 الوسائط والصيغ والدعم
 - 2.6.2 مخروط التحويل
 - 3.6.2 WOM و Buzz marketing
- 7.2 التسويق عبر الهاتف المحمول Mobile marketing وتحديد الموقع الجغرافي والتلفزيون عبر الإنترنت TV internet
 - 1.7.2 تطبيقات جديدة لتسويق الموبايل mobile marketing
 - 2.7.2 تحديد الموقع الجغرافي
 - 3.7.2 تطبيقات تدمج الويب، geotaging وتحديد المواقع والهاتف المحمول
- 8.2 فعالية الإعلان
 - 1.8.2 تقنيات البحث وتتبع الحملات
 - 2.8.2 تحليل التغطية والتردد الفعال
 - 3.8.2 الشهرة وأنماط التوزيع الزمني للضغط الإعلاني

الوحدة 3. إدارة علاقات العملاء

- 1.3 CRM وتسويق العلاقات
 - 1.1.3 فلسفة العمل أو التوجه الاستراتيجي
 - 2.1.3 تحديد هوية الزبون وتمييزه
 - 3.1.3 الشركة وأصحاب المصالح فيها
 - 4.1.3 Clienting
- 2.3 customer relationship management g Database marketing
 - 1.2.3 تطبيقات database marketing
 - 2.2.3 القوانين واللوائح
 - 3.2.3 مصادر المعلومات والتخزين والمعالجة
- 3.3 علم النفس وسلوك المستهلك
 - 1.3.3 دراسة سلوك المستهلك
 - 2.3.3 عوامل المستهلك الداخلية والخارجية
 - 3.3.3 عملية قرار المستهلك
 - 4.3.3 الاستهلاكية والمجتمع والتسويق والأخلاق
- 4.3 التركيز على المستهلك التسويقي
 - 1.4.3 التجربة
 - 2.4.3 تحليل المردودية
 - 3.4.3 استراتيجيات لبناء ولاء العملاء
- 5.3 تقنيات إدارة CRM
 - 1.5.3 التسويق المباشر
 - 2.5.3 تكامل متعدد القنوات
 - 3.5.3 التسويق الواسع الانتشار
- 6.3 مزايا ومخاطر تطبيق إدارة علاقات العملاء
 - 1.6.3 CRM والمبيعات والتكاليف
 - 2.6.3 رضا العملاء وولائهم
 - 3.6.3 التنفيذ التكنولوجي
 - 4.6.3 الأخطاء الإستراتيجية والإدارية



الوحدة 4. استراتيجية الاتصال في البيئة الرقمية

- 1.4. الويب 2.0 أو الويب الاجتماعي
 - 1.1.4. التنظيم في عصر المحادثة
 - 2.1.4. الويب 2.0 هم الناس
 - 3.1.4. البيئة الرقمية وأشكال الاتصالات الجديدة
- 2.4. الإتصال والسمعة الرقمية
 - 1.2.4. تقرير السمعة عبر الإنترنت
 - 2.2.4. آداب السلوك والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية
 - 3.2.4. العلامات التجارية وإقامة شبكة جيدة من العلاقات (Networking) 2.0
- 3.4. تصميم وتخطيط خطة السمعة عبر الإنترنت
 - 1.3.4. بانوراما الرئيسية social media في إسبانيا
 - 2.3.4. خطة سمعة العلامة التجارية
 - 3.3.4. المقاييس العامة والعائد على الاستثمار ROI و social CRM
 - 4.3.4. أزمة الإنترنت وتحسين محركات البحث المتعلقة بالسمعة
- 4.4. المنصات العامة والمهنية وmicroblogging
 - 1.4.4. Facebook
 - 2.4.4. LinkedIn
 - 3.4.4. Twitter
- 5.4. منصات الفيديو والصورة والتنقل
 - 1.5.4. YouTube
 - 2.5.4. Instagram
 - 3.5.4. Flickr
 - 4.5.4. Vimeo
 - 5.5.4. Pinterest
- 6.4. استراتيجية المحتوى ورواية القصص
 - 1.6.4. تدوين الشركات
 - 2.6.4. استراتيجية تسويق المحتوى
 - 3.6.4. وضع خطة للمحتوى
 - 4.6.4. استراتيجية تنظيم المحتوى
- 7.4. استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي social media
 - 1.7.4. العلاقات العامة للشركات ووسائل الاتصال الاجتماعي
 - 2.7.4. تحديد الاستراتيجية الواجب اتباعها في كل وسيلة
 - 3.7.4. تحليل وتقييم النتائج

- 8.4 إدارة المجتمع
 - 1.8.4 وظائف ومهام ومسؤوليات مدير المجتمع community manager
 - 2.8.4 مدير وسائل التواصل الاجتماعي Social media manager
 - 3.8.4 Social Media Strategist
- 9.4 خطة وسائل الاتصال الاجتماعي
 - 1.9.4 تصميم خطة وسائل التواصل الاجتماعي
 - 2.9.4 التوقيت والميزانية والتوقعات والرد
 - 3.9.4 بروتوكول الطوارئ في حالة حدوث أزمة
- 10.4 أدوات المراقبة عبر الانترنت
 - 1.10.4 أدوات الإدارة وتطبيقات الحواسيب المكتبية
 - 2.10.4 أدوات الرصد والدراسة

اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث التطورات في هذا الشأن لتطبيقها في ممارستك اليومية"

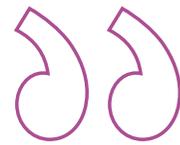


المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم، فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).

اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"



منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة
طريقة تعلم تهز أسس الجامعات
التقليدية في جميع أنحاء العالم"

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة
التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي
وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات
جديدة في بيئات غير مستقرة
ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية"



كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد. أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية
والحالات الحقيقية، حل المواقف المعقدة
في بيئات العمل الحقيقية.



منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

في عام 2019، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية متفوقين بذلك على جميع الجامعات الافتراضية الناطقة باللغة الإسبانية في العالم.

في TECH تتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساها ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

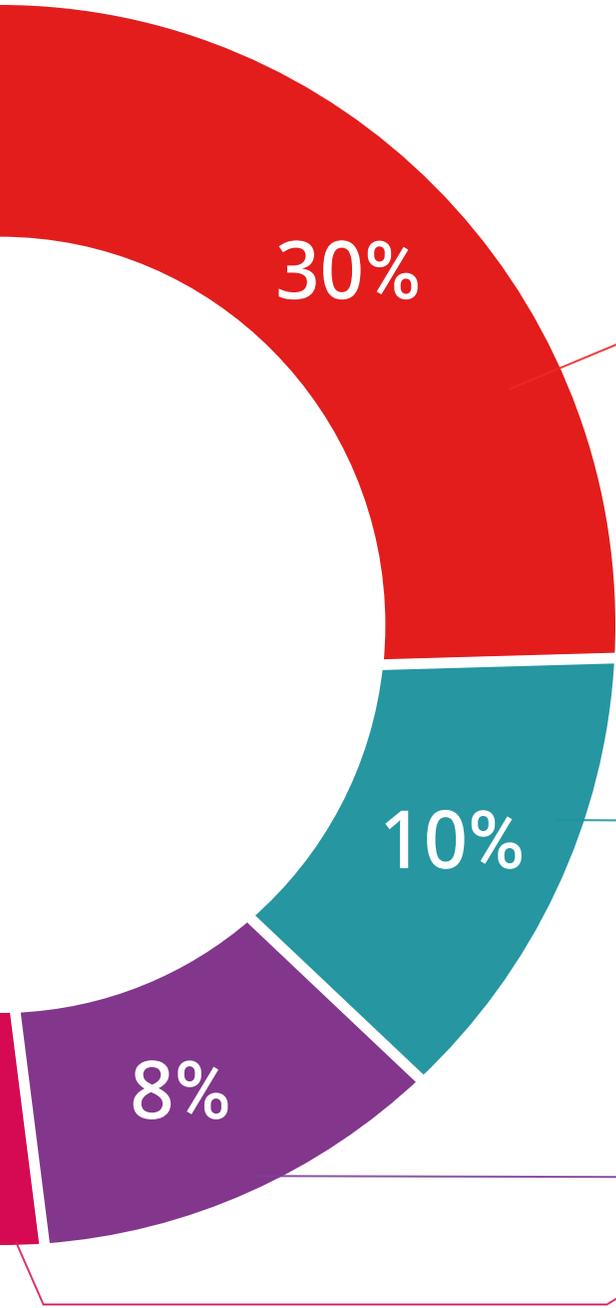
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحُصين بالمخ، لكي نحفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموثًا حقًا.

ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم.

إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات والكفاءات



سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات للاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



ملخصات تفاعلية

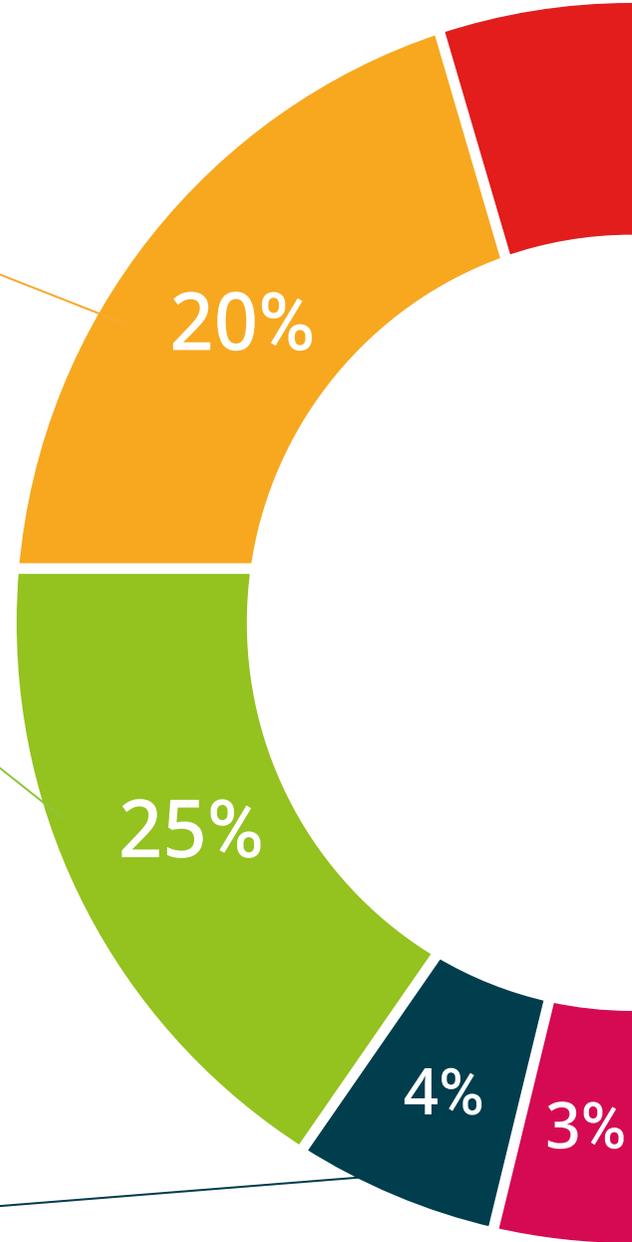
يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية"



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



المؤهل العلمي

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في التواصل والتسويق بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية
دون الحاجة إلى سفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة "



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في التواصل والتسويق على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائثه في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج شهادة الخبرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في التواصل والتسويق

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أشهر



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

tech الجامعة
التكنولوجية

الحاضر المعرفة

الحاضر

الجودة

المعرفة

شهادة الخبرة الجامعية

التواصل والتسويق

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية التواصل والتسويق