

ماجستير خاص MBA إدارة الشركات السمععية البصرية



الجامعة
التكنولوجية **tech**

ماجستير خاص MBA إدارة الشركات السمعية البصرية

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitude.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-audiovisual-business-management

الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	المنهجية	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	صفحة 36		صفحة 26		صفحة 20		
10	المزايا لشركتك	09	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	08	الملف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 52		صفحة 48		صفحة 44		
11	المؤهل العلمي						
	صفحة 56						

01 كلمة الترحيب

من غير المتصور اليوم عدم وجود استراتيجية تسويقية كافية ومحدثة لتتوافق مع الحقائق الجديدة للسوق. مع افتتاح مجالات أعمال رقمية جديدة، فضلاً عن التطور المستمر لطريقة التواصل مع العملاء المحتملين، من الضروري أن يتمتع متخصصو التسويق الحاليون بمعرفة متقدمة للتكيف مع كل هذه السياقات المحتملة. من هذه الحاجة إلى محترفين يتمتعون بمعارف جديدة وأكثر تحديداً، تنشأ المؤهلات العلمية لـ TECH الحالية، والتي من خلالها يمكن لجميع محترفي التسويق اكتساب المعرفة اللازمة لرفع مستوى حياتهم المهنية وحتى توجيهها نحو المناصب الإدارية في أقسام الاتصالات بتقدير أكبر.



ماجستير خاص في MBA إدارة الشركات السمعية البصرية
الجامعة التكنولوجية TECH

ستقوم شهادة الخبرة الجامعية من TECH بتدريبك على العمل في جميع المجالات التي تتطلب التسويق بملاءة احترافية عالية المستوى، وذلك بفضل المحتوى المحدث والعالي الجودة"

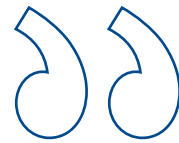


لماذا تدرس في TECH؟

إن جامعة TECH هي أكبر كلية إدارة أعمال في العالم 100% عبر الإنترنت. إنها مدرسة إدارة أعمال النخبة، ذات نموذج الحد الأقصى من المتطلبات الأكاديمية. ومركز دولي عالي الأداء، يتمتع بتدريب مكثف على المهارات الإدارية.



جامعة TECH هي جامعة تكنولوجية رائدة، تضع جميع مصادرها في متناول الطلاب لمساعدتهم على تحقيق النجاح في إدارة الأعمال"



في TECH الجامعة التكنولوجية

الابتكار



تقدم لك الجامعة نموذجًا تعليميًا عبر الإنترنت يجمع بين أحدث التقنيات التعليمية وأعلى دقة تربوية.

إنه منهج فريد من نوعه يتمتع بأكبر قدر من الاعتراف الدولي والذي سيوفر للطالب مفاتيح التطور في عالم يتغير باستمرار، حيث يجب أن يكون الابتكار هو الرهان الأساسي لكل رائد أعمال.

"قصة نجاح Microsoft Europe" وذلك لدمج نظام الفيديو التفاعلي الجديد في البرامج.

أعلى المعايير



معايير القبول جامعة TECH ليست مادية، ليس هناك حاجة إلى القيام باستثمار كبير للدراسة معنا. بالطبع، من أجل الحصول على مؤهل من TECH الجامعة التكنولوجية، سيتم اختبار ذكاء الطالب وقدرته إلى أقصى حدوده. المعايير الأكاديمية للمؤسسة عالية بشكل استثنائي..

95% من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

إقامة شبكة جيدة من العلاقات



يشترك المحترفون من جميع أنحاء العالم في جامعة TECH، بطريقة يمكن للطلاب من خلالها إنشاء شبكة كبيرة من الاتصالات المفيدة لمستقبله.

+200

جنسية مختلفة

+100.000

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

التمكين



سينمو الطالب جنبًا إلى جنب مع أفضل الشركات والمهنيين ذوي المكانة والتأثير الكبير. طورت جامعة TECH تحالفات استراتيجية وشبكة قيمة من الاتصالات مع الممثلين الاقتصاديين الرئيسيين في القارات السبع.

+500 اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات

الموهبة



هذا البرنامج هو عرض فريد لإبراز موهبة الطالب في مجال الأعمال. إنها فرصة يمكنه من خلالها التعرف بمخاوفه ورؤية عمله.

تساعد جامعة TECH الطالب على إظهار موهبته للعالم في نهاية هذا البرنامج.

سياق متعدد الثقافات



عند الدراسة في جامعة TECH، سيتمكن الطالب من الاستمتاع بتجربة فريدة من نوعها. سوف يدرس في سياق متعدد الثقافات. في برنامج ذي رؤية عالمية، سيتمكن بفضل من تعلم كيفية العمل في أنحاء مختلفة من العالم، وتجميع أحدث المعلومات التي تناسب فكرة عمله.

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

تسعى جامعة TECH إلى التميز ولهذا لديها سلسلة من الخصائص التي تجعلها جامعة فريدة من نوعها:

التحليلات



في جامعة TECH، يتم استكشاف الجانب النقدي للطلاب وقدرته على طرح الأسئلة ومهارات حل المشكلات ومهارات التعامل مع الآخرين.

التميز الأكاديمي



في جامعة TECH يتم توفير أفضل منهجية تعلم عبر الإنترنت للطلاب. تجمع الجامعة بين طريقة إعادة التعلم (Relearning) (منهجية التعلم للدراسات العليا صاحبة أفضل تصنيف دولي) مع دراسة الحالة، التقاليد والريادة في توازن صعب، وفي سياق مسار الرحلة الأكاديمية الأكثر تطلبًا.

الإقتصاد الكلي



تعد جامعة TECH أكبر جامعة أونلاين في العالم، فخر حاليًا بمحفظة تضم أكثر من 10000 برنامج دراسات عليا جامعي. وفي الإقتصاد الجديد، الحجم + التكنولوجيا = سعر مذهل.. بهذه الطريقة، تضمن TECH الجامعة التكنولوجية أن الدراسة ليست باهظة التكلفة للطلاب كما لو كانت في جامعة أخرى.



تعلم مع الأفضل



يشرح فريق تدريس جامعة TECH في الفصل ما أدى إلى النجاح في شركاتهم، والعمل من سياق حقيقي وحيوي وديناميكي. يقدم المعلمون المشاركون بشكل كامل تخصصًا عالي الجودة يسمح بالتقدم في حياته المهنية والتميز في عالم الأعمال.

في جامعة TECH، ستتمكن من الوصول إلى دراسات الحالة الأكثر صرامة وحداثة في المشهد الأكاديمي "

لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

تعني دراسة برنامج TECH الجامعة التكنولوجية هذا زيادة فرص تحقيق النجاح المهني في إدارة الأعمال العليا.

إنه تحد يتطلب الجهد والتفاني، لكنه يفتح الباب لمستقبل واعد. سيتعلم الطلاب من أفضل أعضاء هيئة التدريس وباستخدام المنهجية التعليمية الأكثر مرونة وابتكاراً.



نحظى بمدرسين مؤهلين تأهيلاً عالياً ومناهج تعليمية
كاملة في السوق، مما يتيح لنا أن نقدم لك تدريباً على
أعلى مستوى أكاديمي"



سيوفر هذا البرنامج للطلاب العديد من المزايا المهنية والشخصية،
لا سيما ما يلي:

01

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

من خلال الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية، سيتمكن الطلاب من التحكم في مستقبلهم وتطوير إمكاناتهم الكاملة. من خلال إكمال هذا البرنامج، سيكتسب الطلاب المهارات المطلوبة لإحداث تغيير إيجابي في حياتهم المهنية في فترة زمنية قصيرة.

70% من المشاركين يحققون تطوراً وظيفياً
إيجابياً في أقل من عامين.

02

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

تقدم TECH الجامعة التكنولوجية نظرة عامة متعمقة على الإدارة العامة لفهم كيفية تأثير كل قرار على كل مجال من المجالات الوظيفية المختلفة للشركة.

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين
رؤيتك الإستراتيجية.

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

03

تعني الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية فتح الأبواب أمام مجموعة واسعة من الفرص المهنية للطلاب لوضع أنفسهم كمديرين تنفيذيين كبار، مع رؤية واسعة للبيئة الدولية.

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية
عليا حقيقية.

04

تحمل مسؤوليات جديدة

سيغطي البرنامج أحدث الاتجاهات والتقدم، والاستراتيجيات حتى يتمكن الطلاب من القيام بعملهم المهني في بيئة متغيرة.

45% ممن يتم ترقيتهم من الطلاب
في وظائفهم من خلال الترقية الداخلية.

تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

تساعد جامعة TECH الطالب على تطبيق وتطوير المعرفة المكتسبة وتحسين مهاراتك الشخصية ليصبح قائداً يُحدث فرقاً.

07

حسن مهارات الاتصال والقيادة لديك
وامنح حياتك المهنية دفعة قوية للأمام.

كن جزءاً من مجتمع حصري

سيكون الطالب جزءاً من مجتمع من نخبة المديرين والشركات الكبيرة والمؤسسات المشهورة والأساتذة المؤهلين من أرقى الجامعات في العالم، مجتمع TECH التكنولوجية.

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دولياً.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

الجامعة التكنولوجية تربط طلابها لتحقيق أقصى قدر من الفرص. الطلاب الذين لديهم نفس الاهتمامات والرغبة في النمو. لذلك، يمكن مشاركة الشركات أو العملاء أو الموردين.

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

سيكتسب الطلاب رؤية إستراتيجية عميقة من شأنها مساعدتهم على تطوير مشروعهم الخاص، مع مراعاة المجالات المختلفة في الشركات.

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

04 الأهداف

بعد التميز الأكاديمي وتطوير المهارات المهنية للطلاب أمرًا أساسيًا لجامعة TECH، ولهذا السبب، مع برنامج MBA إدارة الشركات السمعية البصرية، سيكتسب الخريج المستقبلي المعرفة اللازمة لفهم احتياجات ومزايا العمل الجماعي في المشاريع السمعية والبصرية متعددة الكاميرات، القدرة على نقل البرامج التلفزيونية من الجهاز إلى الشاشة. بعد الانتهاء من البرنامج، سيكون الطالب قادرًا على اكتساب القدرة على التحليل النظري والتقني للهياكل التنظيمية للاتصال السمعي البصري.

دراسة عمليات الإنشاء والإنتاج وما بعد الإنتاج
للأعمال السمعية والبصرية وإدارة توجيهه
فريق العمل في شركة سمعية بصرية"



تحتضن TECH أهداف طلابها إنهم يعملون معًا لتحقيقها

سيمكن MBA إدارة الشركات السمعية البصرية الطالب من:

01

التمتع بالمهارات الشاملة والمحددة اللازمة لمواجهة
واقع الصحافة الثقافية في مختلف المجالات بنجاح

02

معرفة متعمقة بالاتصالات الرقمية والصحافة الثقافية

03

معرفة كيفية تحديد وتنفيذ وتطوير القصص بالنقاط المختلفة
التي تشملها، والتي تتميز بالدقة والعلامة التجارية الشخصية

04

معرفة وتطوير الأدلة الأساسية لتنفيذ التوثيق في الصحافة الثقافية

05

التعرف على الرحلة الإبداعية للفكرة، من
النص إلى المنتج الذي يظهر على الشاشة



معرفة أسس تشغيل النظام السمعي البصري (إصلاح المحتويات الأساسية، معرفة المؤلفين/النصوص العاملة في كل موضوع)

08

تعلم أساسيات عناصر التدريب

06

اكتساب القدرة على التحليل النظري والنقدي للهيكل التنظيمية للاتصال السمعي البصري (فهم الأفكار الرئيسية وربط المفاهيم والعناصر)

09



التعمق في الإطار التاريخي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي والتكنولوجي الذي يتم من خلاله إنتاج المنتجات السمعية والبصرية وتوزيعها واستهلاكها

10

القدرة على التحليل والتنبؤ بالوسائل اللازمة من تسلسل

07

14

ربط السينما بالفنون التصويرية الأخرى كالتموير والرسم

11

التعرف على المفاهيم النظرية التي تحدد عمليات إنتاج المصنفات السمعية البصرية



12

معرفة الإطار القانوني والتشريعات المنظمة لقطاع الإنتاج السمعي البصري وتداعياته على ميغ الإنتاج المختلفة

15

تحليل وتصميم الاستراتيجيات المبتكرة التي تساهم في تحسين عمليات الإدارة وصنع القرار، وكذلك تطوير المنتجات المعلوماتية بما يتماشى مع احتياجات الجمهور والمعلنين.

13

القدرة والمهارة في الإخراج/صناعة الأفلام وفقاً لخطة التدرج والسيناريو والتصوير

التعرف على التعديلات والتحديثات التي تحدث في الأنواع التلفزيونية في سياق التلفزيون المعاصر

18

معرفة استراتيجيات الإنتاج التنفيذي في التطوير والتوزيع اللاحق للمشاريع السمعية والبصرية

16

التعرف على الأشكال المختلفة في سياق المشهد التلفزيوني الحالي

19

تحديد مفاتيح التنسيق وبنائه وتشغيله وعوامل التأثير

20

التعرف على التصميم التسويقي للإنتاج السمعي البصري من خلال تأثيره على مختلف الوسائط السمعية والبصرية المعاصرة

17



الكفاءات

بحلول الوقت الذي ينتهي فيه من برنامج MBA إدارة الشركات السمعية البصرية، سيكون المحترف قد طور سلسلة من المهارات التي ستسمح له بأداء وظيفته على النحو الأمثل، ويكون قادرًا على مواصلة مساره المهني. بالتالي، ستفهم الإدارة العالمية لمشروع الاتصال في كل مرحلة من مراحل، وستكون قادرًا على اتخاذ القرارات الصحيحة في حالة وجود أي احتمال والحفاظ على التفكير الموضوعي في جميع الأوقات.



سيصبح هذا البرنامج بابًا مفتوحًا لفرص
مهنية جديدة. لا تفوتوا هذه الفرصة"



01

وصف ما هي الصحافة الثقافية

02

معرفة كيفية التحرك بفعالية عبر الشبكة 3.0

03

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في البيئة الصحفية

04

التعرف على تركيبة فرق الإنتاج السمعي البصري

05

تنظيم التدريب



استخدم نظام الكاميرات المتعددة

08

تخطيط الإجراءات السردية لتعديل الوسائط المتاحة

06

معرفة وتطبيق الهياكل التنظيمية للاتصال السمعي البصري

09



التعرف على كيفية التكيف مع أشكال الاستهلاك في كل لحظة

10

إتقان المراحل المختلفة للمشروع السمعي البصري

07

التعرف على الإطار القانوني

14

التعرف على الكود العلائقي لمختلف وكلاء الاتصال السمعي البصري

11



امتلاك رؤية سياقية

12

إنشاء منتجات معدلة للتمويل المتاح

15

وصف التطور التاريخي للإنتاج السمعي البصري

13

تنظيم الفرق البشرية المختلفة

18

تخصيص الميزانية تحت عناوين مختلفة

16

التخطيط لإطفاء المنتجات السمعية البصرية

19



صنع منتجًا سمعيًا بصريًا في الدعامات المختلفة

20

التعرف على طرق التوزيع

17

الهيكل والمحتوى

تتطلب إدارة شركة سمعية بصرية ملقًا شخصيًا للتميز. لهذا السبب، طورت TECH برنامجًا يركز على ضمان الامتثال لمتطلبات العمل التي يتطلبها عالم اليوم. من خلال طريقة 100% عبر الإنترنت، ستتاح للمتخصصين الفرصة لتحديد الاختلافات بين الطرق المختلفة للتعامل مع دراسة الاستقبال السمعي البصري والحالة الراهنة للفن. بهذه الطريقة، يمكن إكمال 12 شهرًا من التعلم بطريقة فريدة ومحفزة، باتباع الأمثلة العملية وتوجيهات طاقم تدريس متخصص في هذا المجال.

تفسير وتحليل والتعليق على تنسيق التلفزيون
من منظور احترافي وجمالي وثقافي"



خطة الدراسة

إن التغيرات المختلفة التي تطورت في الصناعة السمعية البصرية عززتها عوامل مختلفة، مثل الثورة الصناعية والتغيرات الاجتماعية وبالطبع التقدم التكنولوجي. بهذه الطريقة، من الضروري أن يكون لديك متخصصون يفهمون تمامًا مجموعة من المعرفة في هذه المجالات المختلفة.

يضمن برنامج MBA إدارة الشركات السمعية البصرية أن يفهم الطالب تمامًا الأدوات التي يحتاجها لتنظيم وإدارة عمليات الأقسام المختلفة المشاركة في الإنتاج السمعي البصري. لهذا السبب، سيبدأ المنهج الدراسي بمراجعة مفاهيم الصناعة والثقافة، بالإضافة إلى التقنية التي تركز على تنفيذ المشاريع من وجهة النظر النظرية والعملية.

بهذه الطريقة، كل ما سيتم تعلمه سيصبح مهارات عمل حقيقية ستسمح لك بتعزيز قدرتك بشكل مكثف. بالتالي، سوف يفهم الخريج المستقبلي هيكل النظام السمعي البصري والطريقة التي يفكر بها إنتاج هذا النوع من المحتوى في تمويله وتقييم استثماره من حيث التكاليف والفوائد.

على مدار 1500 ساعة من التعلم، سيقوم الطالب بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي والجماعي. بذلك ستتمكن من معرفة الأسس التي تحدد اتجاه الممثلين في الرواية وصناعة الخطاب السردي. بالمثل، سيتم تحفيز الطالب أيضًا للتعلم بشكل متعمق حول الأنواع والأشكال الجديدة المستخدمة في التلفزيون. معرفة كيفية استخدام المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي ووضع خطة الاتصال. بهذه الطريقة، يتم إنشاء برنامج يركز على المتطلبات الحالية لهذا القطاع والذي من شأنه إعداد الخريجين لمواجهة تحديات إدارة القسم في هذا المجال. تم تطوير هذا الماجستير الخاص على مدار 12 شهرًا وينقسم إلى 10 وحدات:

الوحدة 1.	الصحافة الثقافية
الوحدة 2.	نظرية وتقنية الإدراك
الوحدة 3.	هيكل النظام السمعي البصري
الوحدة 4.	الإنتاج السمعي البصري
الوحدة 5.	الإنتاج الخيالي وتوجيه الممثلين
الوحدة 6.	الصناعات الثقافية ونماذج أعمال الاتصالات الجديدة
الوحدة 7.	إدارة وترويج المنتجات السمعية البصرية
الوحدة 8.	أنواع وأشكال المحتوى والبرامج في التلفزيون
الوحدة 9.	الجمهور في وسائل الإعلام السمعية البصرية
الوحدة 10.	السيناريو التلفزيوني: البرامج والخيال

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

توفر TECH إمكانية تطوير MBA في إدارة الشركات السمعية البصرية بالكامل عبر الإنترنت. خلال 12 أشهر من التدريب، ستتمكن من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما يتيح لك إدارة وقت الدراسة بنفسك.

إنها تجربة تعليمية فريدة ومهمة
وحاسمة لتعزيز تطور المهني
وتحقيق قفزة حاسمة.



الوحدة 1. الصحافة الثقافية

1.1. الصحافة الثقافية في وسائل الإعلام التقليدية وتكاملها في العالم الرقمي	2.1. فن رواية القصص	3.1. أدلة أساسية للتوثيق الصحفي الثقافي	4.1. فلسفة الاتصال 3.0
5.1. إدارة وسائط الإعلام ووسائط التواصل الاجتماعي	6.1. المحتوى الصحفي التفاعلي	7.1. نماذج الاتصال	8.1. التمرکز على الانترنت: SEO, SEM, SMO, SMM و .SERM. المحتوى الصحفي المتخصص

الوحدة 2. نظرية وتقنية الإدراك

1.2. الإنتاج باعتباره بناء العمل السمعي البصري. فريق العمل	2.2. عناصر العرض على الشاشة. مواد البناء	3.2. مرحلة ما قبل الإنتاج وثائق الإنتاج	4.2. القيمة التعبيرية للصوت
1.1.2. من النص الأدبي إلى النص التقني أو فهرس الفيلم	1.2.2. التكيف المكاني. الإدارة الفنية	1.3.2. السيناريو التقني	1.4.2. تصنيف عناصر الصوت
2.1.2. فريق العمل	2.2.2. عناصر العرض على الشاشة	2.3.2. مخطط تصوير المشاهد	2.4.2. بناء الفضاء الصوتي
		3.3.2. مخطط القصة (Storyboard)	
		4.3.2. التخطيط	
		5.3.2. خطة التصوير	
5.2. القيمة التعبيرية للضوء	6.2. تقنيات التصوير الأساسية الكاميرا الأحادية	7.2. المونتاج	8.2. مرحلة ما بعد الإنتاج وتصنيف الألوان
1.5.2. القيمة التعبيرية للضوء	1.6.2. استخدامات وتقنيات التصوير بالكاميرا الأحادية	1.7.2. المونتاج كمجمع إعادة بناء الزمكان	1.8.2. مرحلة ما بعد الإنتاج
2.5.2. تقنيات الإضاءة الأساسية	2.6.2. النوع الفرعي لـ FoundFootage. الفيلم الروائي والوثائقي	2.7.2. تقنيات التجميع غير الخطية	2.8.2. مفهوم التركيب العمودي
	3.6.2. تطبيق الكاميرا الأحادية في التلفزيون		3.8.2. وضع المعايير
9.2. التنسيقات وفريق الإنتاج	10.2. المفاتيح والتقنيات والإجراءات في إنتاج الكاميرات المتعددة		
1.9.2. تنسيقات الكاميرات المتعددة	1.10.2. تقنيات الكاميرات المتعددة		
2.9.2. الاستوديو والفريق	2.10.2. بعض التنسيقات الشائعة		

الوحدة 3. هيكل النظام السمعي البصري

<p>1.1.3 مقدمة للصناعات الثقافية (IC)</p> <p>1.1.3.1 مفاهيم الثقافة، الثقافة والاتصالات</p> <p>2.1.3 نظرية وتطور الصناعات الثقافية: التصنيف والنماذج</p>	<p>2.3 الصناعة السينمائية 1</p> <p>1.2.3 الخصائص والعوامل الرئيسية</p> <p>2.2.3 هيكل النظام السينمائي</p>	<p>3.3 الصناعة السينمائية 2</p> <p>1.3.3 الصناعة السينمائية الأمريكية</p> <p>2.3.3 شركات الإنتاج المستقلة</p> <p>3.3.3 المشاكل والمناقشات في الصناعة السينمائية</p>	<p>4.3 الصناعة السينمائية 3</p> <p>1.4.3.1 اللوائح التنظيمية السينمائية الدولية والثقافة، سياسات حماية وتعزيز التصوير السينمائي</p> <p>2.4.3 حالات الدراسة</p>
<p>5.3 صناعة التلفزيون 1</p> <p>1.5.3 التلفزيون الاقتصادية</p> <p>2.5.3 النماذج التأسيسية</p> <p>3.5.3 التحولات</p>	<p>6.3 صناعة التلفزيون 2</p> <p>1.6.3 صناعة التلفزيون الأمريكية</p> <p>2.6.3 الخصائص الرئيسية</p> <p>3.6.3 تنظيم الدولة</p>	<p>7.3 صناعة التلفزيون 3</p> <p>1.7.3 تلفزيون الخدمة العامة في أوروبا</p> <p>2.7.3 الأزمات والنقاشات</p>	<p>8.3 محاور التغيير</p> <p>1.8.3 العمليات الجديدة في المجال السمعي البصري</p> <p>2.8.3 المناقشات التنظيمية</p>
<p>9.3 التلفزيون الأرضي الرقمي (TDT)</p> <p>1.9.3 دور الدولة والتجارب</p> <p>2.9.3 الميزات الجديدة لنظام التلفزيون</p>	<p>10.3 متداولين جدد في المشهد السمعي البصري</p> <p>1.10.3 منصات الخدمة (عبر الإنترنت) (OTT) (Over-The-Top)</p> <p>2.10.3 عواقب ظهوره</p>		

الوحدة 4. الإنتاج السمعي البصري

<p>1.4 الإنتاج السمعي البصري</p> <p>1.1.4 المفاهيم التمهيدية</p> <p>2.1.4 الصناعة السمعية البصرية</p>	<p>2.4 فريق الإنتاج</p> <p>1.2.4 المهنيين</p> <p>2.2.4 المنتج والسيناريو</p>	<p>3.4 المشروع السمعي البصري</p> <p>1.3.4 ادارة مشروع</p> <p>2.3.4 تقييم المشاريع</p> <p>3.3.4 عرض المشاريع</p>	<p>4.4 طرق الإنتاج والتمويل</p> <p>1.4.4 تمويل الإنتاج السمعي البصري</p> <p>2.4.4 طرق الإنتاج السمعي البصري</p> <p>3.4.4 موارد للتمويل المسبق</p>
<p>5.4 فريق الإنتاج وتجزئة السيناريو</p> <p>1.5.4 فريق الإنتاج</p> <p>2.5.4 تجزئة السيناريو</p>	<p>6.4 مساحات التصوير</p> <p>1.6.4 المواقع</p> <p>2.6.4 الديكور</p>	<p>7.4 عقود التمثيل والتصوير</p> <p>1.7.4 الطاقم أو Casting</p> <p>2.7.4 تجربة Casting</p> <p>3.7.4 العقود والحقوق والتأمين</p>	<p>8.4 خطة العمل وميزانية العمل السمعي البصري</p> <p>1.8.4 خطة العمل</p> <p>2.8.4 الميزانية</p>
<p>9.4 الإنتاج على التصوير أو التسجيل</p> <p>1.9.4 الإنتاج على التصوير</p> <p>2.9.4 طاقم العمل ووسائل التصوير</p>	<p>10.4 مرحلة ما بعد الإنتاج والتقييم النهائي للعمل السمعي البصري</p> <p>1.10.4 التحرير وما بعد الإنتاج</p> <p>2.10.4 التقييم النهائي والاستغلال</p>		

الوحدة 5. الإنتاج الخيالي وتوجيه الممثلين

1.5. الإنتاج الخيالي 1.1.5. المقدمة 2.1.5. العملية وأدواتها	2.5. البصريات والكاميرا 1.2.5. البصريات والتأطير 2.2.5. حركة الكاميرا 3.2.5. الاستمرارية	3.5. الضوء واللون: الجوانب النظرية 1.3.5. التعرض 2.3.5. نظرية اللون	4.5. الإضاءة في السينما 1.4.5. الأدوات 2.4.5. التنوير باعتباره السرد
5.5. اللون والبصريات 1.5.5. التحكم في اللون 2.5.5. البصريات 3.5.5. التحكم في الصورة	6.5. العمل على التصوير 1.6.5. قائمة المخطط 2.6.5. الفريق ومهامه	7.5. المسائل تقنية في الإخراج السينمائي 1.7.5. الموارد التقنية	8.5. رؤية المديرين 1.8.5. المديرين يأخذون الكلمة
9.5. التحولات الرقمية 1.9.5. التحولات التناظرية الرقمية في التصوير السينمائي 2.9.5. عهد ما بعد الإنتاج الرقمي	10.5. إدارة الممثلين 1.10.5. المقدمة 2.10.5. الأساليب والتقنيات الرئيسية 3.10.5. العمل مع الممثلين		

الوحدة 6. الصناعات الثقافية ونماذج أعمال الاتصالات الجديدة

1.6. مفاهيم الثقافة، الاقتصاد، الاتصال، التكنولوجيا، الصناعات الثقافية 1.1.6. الثقافة والاقتصاد والاتصالات 2.1.6. الصناعات الثقافية	2.6. التكنولوجيا والاتصالات والثقافة 1.2.6. الثقافة الحرفية المسلعة 2.2.6. من العرض الحي إلى الفنون التشكيلية 3.2.6. المتاحف والتراث	3.6. القطاعات الكبرى للصناعات الثقافية 1.3.6. المنتجات التحريرية 2.3.6. الصناعات الثقافية للتدفق 3.3.6. النماذج الهجينة	4.6. العصر الرقمي في الصناعات الثقافية 1.4.6. الصناعات الثقافية الرقمية 2.4.6. نماذج جديدة في العصر الرقمي
5.6. الوسائط الرقمية والإعلام في العصر الرقمي 1.5.6. الأعمال الصحفية عبر الإنترنت 2.5.6. الراديو في البيئة الرقمية 3.5.6. خصائص وسائل الإعلام في العصر الرقمي	6.6. العولمة والتنوع في الثقافة 1.6.6. تركيز وتحويل وعولمة الصناعات الثقافية 2.6.6. الكفاح من أجل التنوع الثقافي	7.6. السياسات الثقافية والتعاونية 1.7.6. السياسات الثقافية 2.7.6. دور الولايات وأقاليم البلدان	8.6. التنوع الموسيقي في السحابة 1.8.6. قطاع الموسيقى اليوم 2.8.6. السحابة 3.8.6. المبادرات اللاتينية / الإيبيرية الأمريكية
9.6. التنوع في الصناعة السمعية البصرية 1.9.6. من التعددية إلى التنوع 2.9.6. التنوع والثقافة والتواصل 3.9.6. الاستنتاجات والمقترحات	10.6. التنوع السمعي البصري على شبكة الإنترنت 1.10.6. النظام السمعي البصري في عصر الانترنت 2.10.6. العرض التلفزيوني والتنوع 3.10.6. الاستنتاجات		

الوحدة 7. إدارة وترويج المنتجات السمعية البصرية

<p>1.7. التوزيع السمعي البصري</p> <p>1.1.7. المقدمة</p> <p>2.1.7. الممثلين في التوزيع</p> <p>3.1.7. منتجات التسويق</p> <p>4.1.7. مجالات التوزيع السمعي البصري</p> <p>5.1.7. التوزيع الوطني</p> <p>6.1.7. التوزيع الدولي</p>	<p>2.7. شركة التوزيع</p> <p>1.2.7. الهيكل التنظيمي</p> <p>2.2.7. التفاوض على عقد التوزيع</p> <p>3.2.7. العملاء الدوليين</p>	<p>3.7. نوافذ الاستغلال والعقود والمبيعات الدولية</p> <p>1.3.7. نوافذ الاستغلال</p> <p>2.3.7. عقود التوزيع الدولية</p> <p>3.3.7. المبيعات الدولية</p>	<p>4.7. التسويق السينمائي</p> <p>1.4.7. التسويق في السينما</p> <p>2.4.7. سلسلة القيمة لإنتاج الأفلام</p> <p>3.4.7. وسائل الإعلان في خدمة الترويج</p> <p>4.4.7. أدوات الإصدار</p>
<p>5.7. أبحاث السوق في السينما</p> <p>1.5.7. المقدمة</p> <p>2.5.7. مرحلة ما قبل الإنتاج</p> <p>3.5.7. مرحلة ما بعد الإنتاج</p> <p>4.5.7. مرحلة التسويق</p>	<p>6.7. الشبكات الاجتماعية والترويج السينمائي</p> <p>1.6.7. المقدمة</p> <p>2.6.7. وعود وحدود الشبكات الاجتماعية</p> <p>3.6.7. الأهداف وقياسها</p> <p>4.6.7. الجدول الزمني للترويج والاستراتيجيات</p> <p>5.6.7. تفسير ما تقوله الشبكات الاجتماعية</p>	<p>7.7. التوزيع السمعي البصري على الإنترنت 1</p> <p>1.7.7. العالم الجديد للتوزيع السمعي البصري</p> <p>2.7.7. عملية التوزيع في الإنترنت</p> <p>3.7.7. المنتجات والإمكانيات في السيناريو الجديد</p> <p>4.7.7. أنماط التوزيع الجديدة</p>	<p>8.7. التوزيع السمعي البصري على الإنترنت 2</p> <p>1.8.7. أساسيات السيناريو الجديد</p> <p>2.8.7. مخاطر التوزيع في الإنترنت</p> <p>3.8.7. الفيديو حسب الطلب (VOD) كنافذة توزيع جديدة</p>
<p>9.7. مساحات جديدة للتوزيع</p> <p>1.9.7. المقدمة</p> <p>2.9.7. ثورة Netflix</p>	<p>10.7. المهرجانات السينمائية</p> <p>1.10.7. المقدمة</p> <p>2.10.7. دور المهرجانات السينمائية في التوزيع والعرض</p>		

الوحدة 8. أنواع وأشكال المحتوى والبرامج في التلفزيون

<p>1.8. النوع في التلفزيون</p> <p>1.1.8. المقدمة</p> <p>2.1.8. الأنواع في التلفزيون</p>	<p>2.8. الشكل في التلفزيون</p> <p>1.2.8. مقارنة لمفهوم الشكل</p> <p>2.2.8. الأشكال التلفزيونية</p>	<p>3.8. خلق المحتوى في التلفزيون</p> <p>1.3.8. العملية الإبداعية في الترفيه</p> <p>2.3.8. العملية الإبداعية في الخيال</p>	<p>4.8. تطور التنسيقات في السوق الدولية الحالية 1</p> <p>1.4.8. توحيد الشكل</p> <p>2.4.8. شكل تلفزيون الواقع</p> <p>3.4.8. أحر تطورات في Reality TV (تلفزيون الواقع)</p> <p>4.4.8. التلفزيون الأرضي الرقمي والأزمة المالية</p>
<p>5.8. تطور التنسيقات في السوق الدولية الحالية 2</p> <p>1.5.8. الأسواق الناشئة</p> <p>2.5.8. العلامات التجارية العالمية</p> <p>3.5.8. التلفزيون يعيد اختراع نفسه</p> <p>4.5.8. عصر العولمة</p>	<p>6.8. بيع الشكل. Pitching</p> <p>1.6.8. بيع الشكل التلفزيوني</p> <p>2.6.8. Pitching</p>	<p>7.8. مقدمة في البرمجة التلفزيونية</p> <p>1.7.8. وظيفة البرمجة</p> <p>2.7.8. العوامل المؤثرة على البرمجة</p>	<p>8.8. نماذج البرمجة التلفزيونية</p> <p>1.8.8. الولايات المتحدة والمملكة المتحدة</p> <p>2.8.8. إسبانيا</p>
<p>9.8. الممارسة المهنية للبرمجة التلفزيونية</p> <p>1.9.8. قسم البرمجة</p> <p>2.9.8. البرمجة للتلفزيون</p>	<p>10.8. دراسة الجمهور</p> <p>1.10.8. أبحاث حول جمهور التلفزيون</p> <p>2.10.8. المفاهيم ومؤشرات الجمهور</p>		

الوحدة 9. الجمهور في وسائل الإعلام السمعية البصرية

<p>4.9 . الجماهير من المنظور الاقتصادي 1.4.9 . المقدمة 2.4.9 . مقياس الجماهير</p>	<p>3.9 . دراسة الجمهور التقاليد 2 1.3.9 . دراسات الاستقبال 2.3.9 . الجماهير نحو الدراسات الإنسانية</p>	<p>2.9 . دراسة الجمهور التقاليد 1 1.2.9 . نظرية التأثيرات 2.2.9 . نظرية الاستخدامات والمكافآت 3.2.9 . الدراسات الثقافية</p>	<p>1.9 . الجمهور في وسائل الإعلام السمعية البصرية 1.1.9 . المقدمة 2.1.9 . تشكيلات الجماهير</p>
<p>8.9 . الجماهير: الأسئلة الأساسية 2 1.8.9 . ماذا يستهلكون؟ 2.8.9 . كيف يستهلكون؟ 3.8.9 . بأي آثار؟</p>	<p>7.9 . الجماهير: الأسئلة الأساسية 1 1.7.9 . المقدمة 2.7.9 . من هم؟ 3.7.9 . لماذا يستهلكون؟</p>	<p>6.9 . الجمهور في العالم الرقمي 1.6.9 . البيئة الرقمية 2.6.9 . التواصل وثقافة التقارب 3.6.9 . الطبيعة النشطة للجمهور 4.6.9 . التفاعل والمشاركة 5.6.9 . تعدد جنسيات الجماهير 6.6.9 . الجماهير المجزأة 7.9.9 . استقلالية الجماهير</p>	<p>5.9 . نظريات الاستقبال 1.5.9 . مقدمة في نظريات الاستقبال 2.5.9 . مقارنة تاريخية لدراسات الاستقبال</p>
		<p>10.9 . نموذج engagement 2 1.10.9 . مقدمة أبعاد engagement 2.10.9 . engagement وتجارب المستخدم 3.10.9 . engagement كاستجابة عاطفية للجمهور 4.10.9 . (engagement) نتيجة للإدراك البشري 5.10.9 . السلوكيات الملحوظة للجمهور كتعبير عن (engagement)</p>	<p>9.9 . نموذج engagement 1 1.9.9 . engagement باعتباره مقياسًا لسلوك الجمهور 2.9.9 . التقييم المعقد ل engagement</p>

1.10 السرد التلفزيوني 1.1.10 المفاهيم والحدود 2.1.10 القواعد والهيكل	2.10 الفئات السردية في التلفزيون 1.2.10 النطق 2.2.10 الأشخاص 3.2.10 الإجراءات والتحويلات 4.2.10 المكان 5.2.10 الوقت	3.10 أنواع وأشكال التلفزيون 1.3.10 الوحدات السردية 2.3.10 أنواع وأشكال التلفزيون	4.10 الأشكال من الخيال 1.4.10 الخيال التلفزيوني 2.4.10 المسرحية الهزلية 3.4.10 المسلسلات الدرامية 4.4.10 المسلسل التلفزيوني 5.4.10 صيغ أخرى
5.10 السيناريو الخيالي التلفزيوني 1.5.10 المقدمة 2.5.10 التقنية	6.10 الدراما في التلفزيون 1.6.10 المسلسلات الدرامية 2.6.10 المسلسل التلفزيوني	7.10 المسلسلات الكوميدية 1.7.10 المقدمة 2.7.10 المسرحية الهزلية	8.10 السيناريو الترفيهي 1.8.10 السيناريو خطوة بخطوة 2.8.10 الكتابة للتحديث
9.10 كتابة السيناريو الترفيهي 1.9.10 جمع السيناريو 2.9.10 السيناريو التقني 3.9.10 تجزئة الإنتاج 4.9.10 فهرس الفيلم	10.10 تصميم السيناريو الترفيهي 1.10.10 (المجلة) Magazin 2.10.10 البرنامج الكوميدي 3.10.10 Talent Show (برنامج المواهب) 4.10.10 فيلم وثائقي 5.10.10 صيغ أخرى		

احصل على برنامج يساعدك على إدارة قسم
سمعي بصري في أي مكان في العالم"



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"



تستخدم كلية إدارة الأعمال TECH 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"



يعدك هذا البرنامج لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في عملك.

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 يرسي الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والعملية.

ستتعلم، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية،
حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية "



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.

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

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

سيسمح لك نظامنا عبر الإنترنت بتنظيم وقتك ووتيرة التعلم، وتكييفه مع جداولك. يمكنك الوصول إلى المحتويات من أي جهاز ثابت أو محمول مع اتصال بالإنترنت.

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

كلية إدارة الأعمال الخاصة بنا هي الكلية 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.

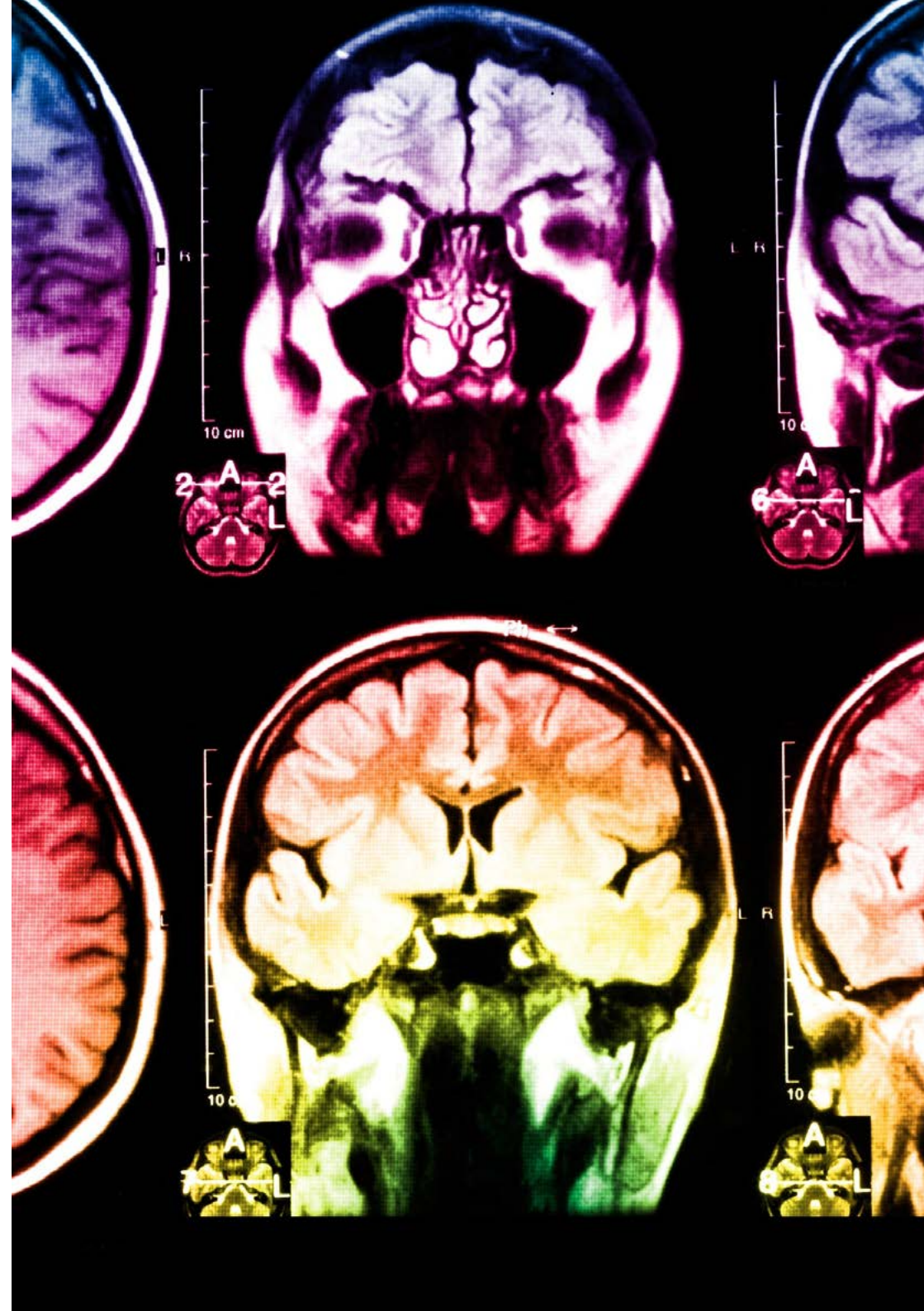


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، 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.

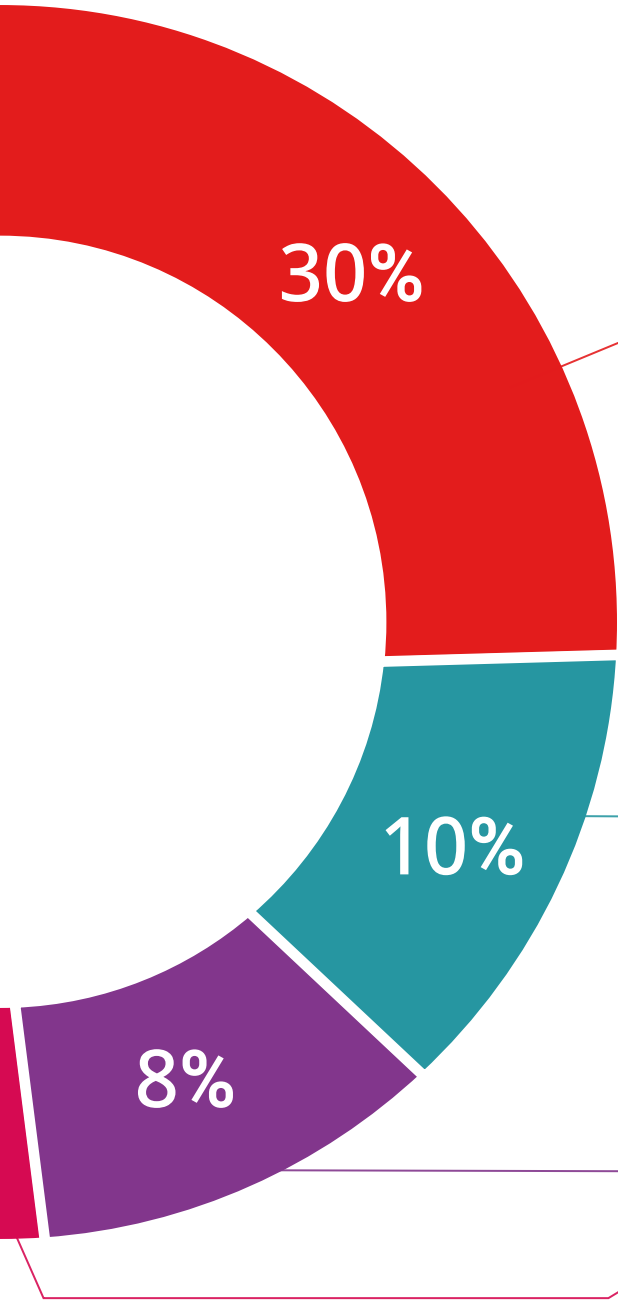
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق 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، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموحًا 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 الإدارية



سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم 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 في الإدارة العليا على الساحة الدولية.



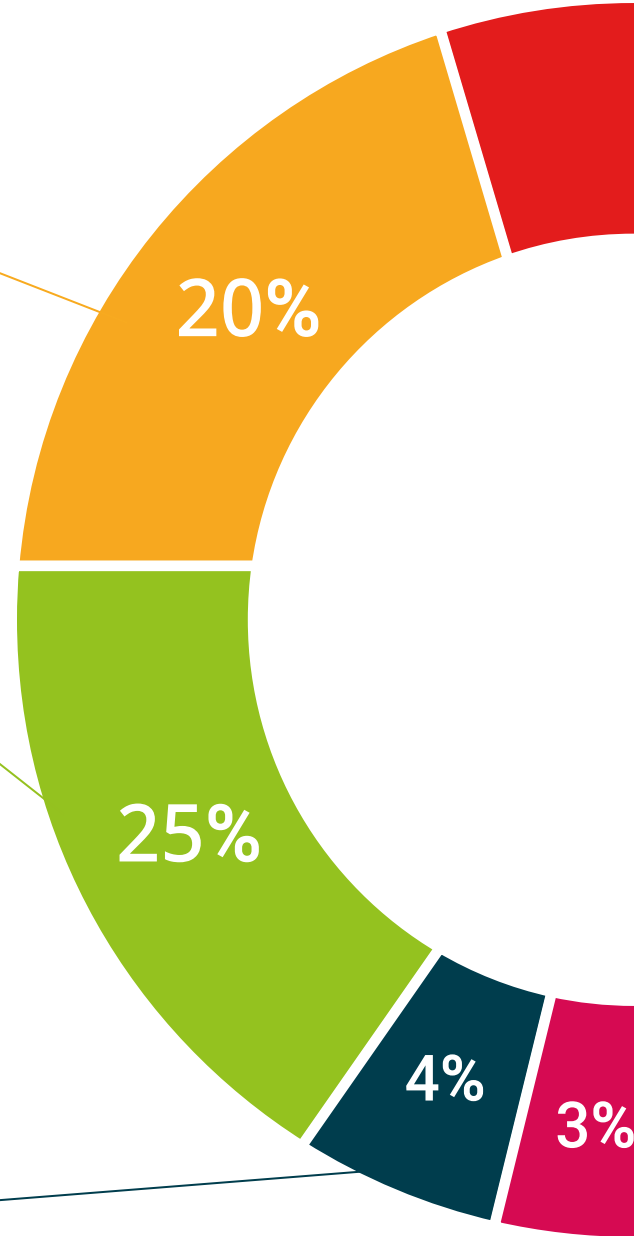
ملخصات تفاعلية

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.



الملف الشخصي لطلابنا

يستهدف MBA إدارة الشركات السمعية البصرية حاملي البكالوريوس والمحاضرة الجامعية وخريجي الجامعات الذين أكملوا سابقاً أيّاً من الدرجات العلمية التالية في التصميم أو الإعلان أو الأعمال الرقمية أو الاتصال السمعي البصري أو أي فرع آخر متعلق بمجال هذا المجال.

يشكل تنوع المشاركين الذين لديهم ملامح أكاديمية مختلفة ومن جنسيات متعددة النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج. يمكن أيضاً للمهنيين الحاصلين على شهادات جامعية في أي مجال، ولديهم خبرة عمل لمدة عامين في مجال ذي صلة، الحصول على MBA إدارة الشركات السمعية البصرية.



معرفة المفاهيم الأساسية التي تحكم توزيع وتسويق
ونشر المنتج السمعي البصري في المجتمع المعاصر"



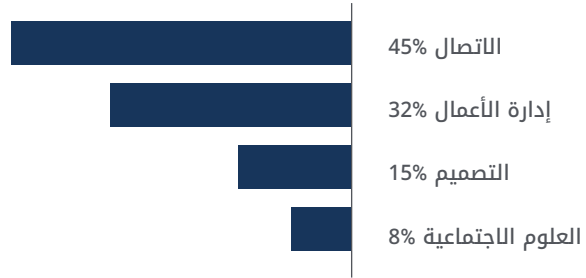
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

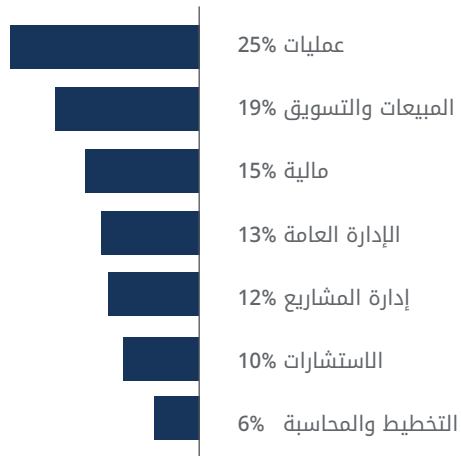
عدد سنوات الخبرة



المؤهل في المجال



المؤهل الأكاديمي



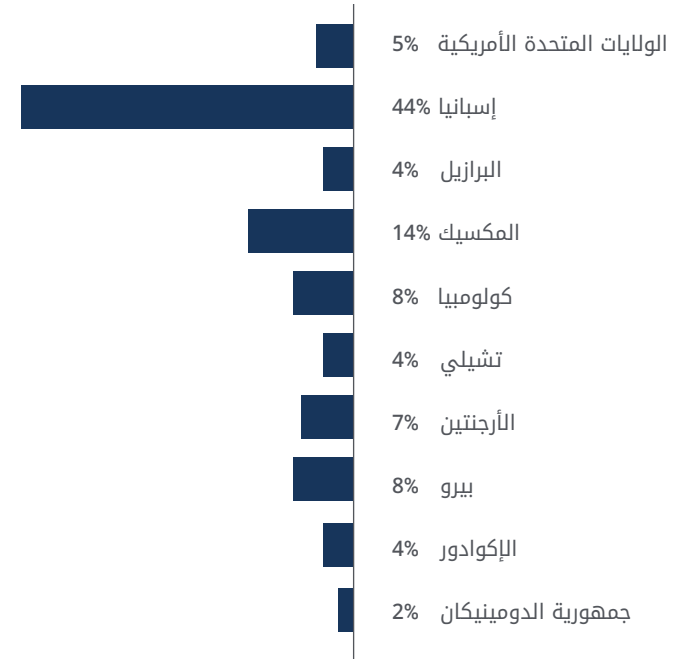


Alejandra Ramón

رئيسة الإنتاج ومديرة المشروع

بعد عدة سنوات من الإدارة، تمكنت من بدء مشروع جديد بعد إكمال برنامج MBA إدارة الشركات السمعية البصرية، ليصبح التغيير الذي أحতاه لتعزير مسيرتي المهنية. خيار ممتاز إذا كنت ترغب في مواصلة عملك، حيث أن البرنامج بالكامل عبر الإنترنت"

التوزيع الجغرافي



مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

نحن ندرك أن دراسة برنامج مثل هذا يستلزم استثمارًا اقتصاديًا ومهنيًا وشخصيًا كبيرًا بالطبع. لهذا السبب، سيكون الهدف النهائي دائمًا هو توفير جميع الأدوات اللازمة والمنهجية المبتكرة لتحفيز الطلاب في كل فصل. هذا سيضمن الحصول على وظيفة مرضية في قطاع يتطلب الجودة والتميز.



ستتمكن من إحداث تغيير إيجابي في حياتك المهنية
تحديد وتصنيف الفرق البشرية والوسائل التقنية
المناسبة والضرورية لكل مرحلة من مراحل المشروع"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ فالتطوير المهني الممتاز في انتظارك

يعد MBA إدارة الشركات السمعية البصرية من TECH برنامجًا مكثفًا يعد الخريجين المستقبليين لمواجهة التحديات وقرارات العمل في مجال إدارة الأعمال السمعية والبصرية. هدفه الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني. نساعده على تحقيق النجاح. إذا كنت ترغب في تحسين نفسك، وإجراء تغيير إيجابي على المستوى المهني، والتواصل مع الأفضل فهذا هو المكان المناسب لك.

مسار التعليم والنمو المهني الذي سيدفعك نحو قدر أكبر من القدرة التنافسية في سوق العمل.

لحظة التغيير



حقق التغيير الإيجابي الذي تحتاجه لتعزيز حياتك المهنية مع MBA إدارة الشركات السمعية البصرية

نوع التغيير



تحسين الأجر

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 25.22%



الفوائد لشركتك

يساهم MBA إدارة الشركات السمعية البصرية في رفع مواهب المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تدريب القادة رفيعي المستوى.

تعد المشاركة في هذا البرنامج فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال التي يمكنك من خلالها العثور على شركاء أو عملاء أو موردين محترفين في المستقبل.

دراسة التحولات التي طرأت على الصناعات الثقافية
في عرض واستهلاك الشبكات الرقمية في جوانبها
الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية"



يعد تطوير المواهب والاحتفاظ بها في الشركات أفضل استثمار طويل الأجل.

01 رأس المال الفكري ونمو المواهب

سيقدم المسؤول التنفيذي الشركة إلى المفاهيم والاستراتيجيات ووجهات النظر الجديدة التي يمكن أن تحدث تغييرات كبيرة في المنظمة.

01

02 الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

يعزز هذا البرنامج الصلة بين الشركة والمدير ويفتح آفاقًا جديدة للنمو المهني داخل الشركة.

02

03 وكلاء البناء للتغيير

ستكون قادرًا على اتخاذ القرارات في أوقات عدم اليقين، والأزمات مما يساعد المنظمة في التغلب على العقبات.

03

04 زيادة إمكانيات التوسع الدولي

بفضل هذا البرنامج، ستتواصل الشركة مع الأسواق الرئيسية في الاقتصاد العالمي.

04

تطوير مشاريع شخصية

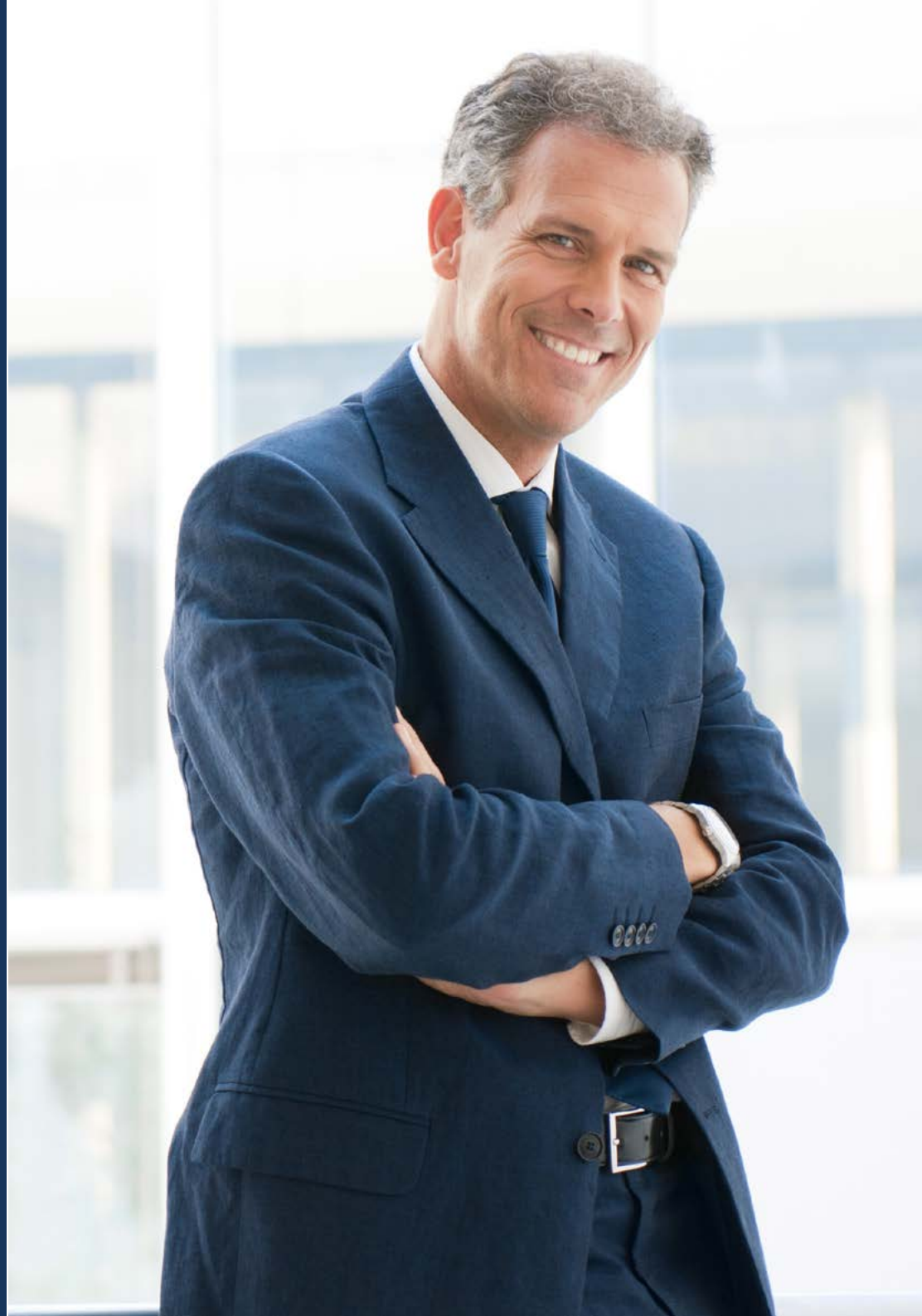
يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

تعزيز القدرة التنافسية

سيزود هذا البرنامج مهنييه بالمهارات لمواجهة التحديات الجديدة وبالتالي تعزيز المؤسسة.

06



المؤهل العلمي

يضمن MBA إدارة الشركات السمعية البصرية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائقة، الوصول إلى درجة الماجستير الخاص الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.

اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على مؤهل علمي
دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



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

المؤهل العلمي: **الماجستير التنفيذي في MBA إدارة الشركات السمعية البصرية**

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 1500 ساعة

يحتوي هذا **الماجستير التنفيذي في MBA إدارة الشركات السمعية البصرية** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدثة في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل **الماجستير التنفيذي** ذا الصلة الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

ماجستير خاص في MBA إدارة الشركات السمعية البصرية

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
المادة	الدرجة	نوع المادة	عدد الساعات
1*	المقدمة التأسيسية	إجباري (OB)	1500
1*	نظرية ونقطة المراتب	إختياري (OP)	0
1*	هيكل النظام السمعي المصري	الممارسات الخارجية (PR)	0
1*	المنتجات السمعي المصري	مشروع تخرج الماجستير	0
1*	البرنامج الحالي ووجودي المتكاملين	الإجمالي	1500
1*	المنتجات التأسيسية وبرنامج أعمال للتملكات الجديدة		
1*	إدارة وإنتاج المحتويات السمعية المسموعة		
1*	أنواع وأشكال المحتوى والبرامج في التلفزيون		
1*	الجمهور في وسائل الإعلام السمعية المرئية		
1*	الاستراتيجيات التلفزيونية، البرامج والتحاليل		

tech الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara
أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوحة إلى

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص
في

MBA إدارة الشركات السمعية البصرية

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 ساعة، مع تاريخ بدء يوم /شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم /شهر/ سنة

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018

في تاريخ 17 يونيو 2020

Tere Guevara
أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

*تصديق لاهاي أوستيل، في حالة قيام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الورقية وتصديق لاهاي أوستيل، ستتخذ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.



ماجستير خاص MBA إدارة الشركات السمعية البصرية

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

ماجستير خاص MBA إدارة الشركات السمعية البصرية