**الوحدة 2: المؤسسات التجارية**

**إرشادات تقديم الوحدة**

سيتعرف المتعلمون في هذه الوحدة على أسباب وضع الشركة لمجموعة من الأهداف والغايات وكيف يمكن استخدامها لتقييم ما إذا كانت الشركة قد نجحت أم لا. كما سيتعرف المتعلمون أيضًا على مدى اختلاف الأهداف والغايات باختلاف الشركات ومن ثم كيفية قيامها بتنظيم نفسها من أجل تحقيق هذه الأهداف. وسيصبح المتعلمون على دراية تامة بأنشطة الشركة وكيف تختلف في كل قطاع وما الذي يشكل سلعة أو خدمة. وسوف يستكشف المتعلمون أيضًا كيف يمكن للأنشطة أن تساعد الشركات على تحقيق أهدافها وغاياتها.

ستزود الوحدة المتعلمين بنظرة ثاقبة في المجالات الوظيفية المختلفة الموجودة في الشركات المختلفة وكيف يمكن أن تختلف هذه المجالات اعتمادًا على نوع الشركة. كما سيستكشف المتعلمون أيضًا العلاقات والتفاعل بين المجالات الوظيفية بالإضافة إلى الروابط مع الشركات والوكالات الخارجية. وسيتمكن المتعلمون من بحث كيفية مساعدة هذه التفاعلات الشركات على تحقيق أهدافها وغاياتها.

**استعراض الوحدة**

يمكنك استخدام مجموعة من طرق التقديم في هذه الوحدة، مثل:

* الفصل الدراسي والمجموعة الصغيرة أو المناقشات الثنائية
* العروض التقديمية الفردية أو الجماعية التي تستكشف أهداف وغايات الشركات المختلفة وعواقب الفشل
* دراسات الحالة التي تتطلب من المتعلمين دراسة أنشطة وأهداف وغايات الشركات المختلفة، واستعراض المجالات الوظيفية وتفاعلها في سيناريوهات محددة
* مقاطع فيديو تعرض أمثلة لأنشطة المجالات الوظيفية المختلفة.

يعتبر العمل الجماعي شكلاً مقبولاً من أشكال التقديم، ولكن يجب عليك التأكد من أن كل متعلم يقدم أدلة خاصة به، تحتوي على تفاصيل كافية للتقييم.

يمكنك إشراك أصحاب العمل المحليين في تقديم هذه الوحدة من خلال دعوتهم على النحو التالي:

* المتحدثون الضيوف
* أعضاء الجمهور للعروض التقديمية للمتعلمين، حيث يمكنهم تقديم الملاحظات
* مزودو الخبرة العملية للمتعلمين
* مزودو المواد الخاصة بالشركات كأساس لدراسات الحالة والنماذج
* موجهون للمتعلمين.

**تقديم أهداف التعلم**

يتطلب **هدف التعلم (أ)** من المتعلمين دراسة أنشطة الشركات المختلفة وأهدافها وغاياتها. من المهم للمتعلمين أن يفهموا الأنشطة المختلفة التي تشارك فيها الشركات المختلفة، خاصة تلك الموجودة في القطاعات المختلفة وتلك التي تقدم السلع مقارنة بالخدمات. ويحتاج المتعلمون إلى فهم القطاعات الرئيسية الثلاثة داخل الاقتصاد: الأولية والثانوية والثالثية. قد يستخدم المعلمون المناقشات لتشجيع المتعلمين على تحديد مختلف الشركات المنتمية للقطاع الأولي والثانوي والثالثي والنظر في كيفية اتصالها بناءً على ما إذا كانوا يقدمون منتجات أو خدمات. وقد يرغب المعلمون في استخدام الشرائح 6-8 من شرائح العرض التقديمي لدعم التقديم والمساعدة في التعلم.

سيحتاج المتعلمون أيضًا إلى فهم القطاعين الخاص والعام، والشركات التي تعمل كمؤسسات هادفة للربح وغير هادفة للربح وخيرية وتطوعية واجتماعية والشركات التي تطبق الممارسات الأخلاقية. ومن أجل دعم التدريس والتعلم، يمكن للمعلمين مناقشة الاختلافات بين الشركات ومحاولة إشراك متحدثين ضيوف أو التخطيط لزيارات للشركات التي تعمل في قطاعات مختلفة. وهذا من شأنه إتاحة الإمكانية أمام الشركات المحلية لشرح أنشطتها التجارية، فضلًا عن السماح للمتعلمين بالاطلاع على الأنواع المختلفة من الشركات الموجودة في المنطقة المحلية. كما يمكن للمتعلمين عن طريق استخدام الشرائح 9-11 للدعم، البحث في القطاعات المختلفة ومناقشة الاختلافات بين كل نوع من أنواع الشركات وعملياتها. ويمكن للمعلمين تزويد المتعلمين بأمثلة على الشركات التي تعمل في قطاعات مختلفة للبحث فيها. وبعد ذلك، سيقوم المتعلمون بتطوير الوعي بالقطاعات التي تعمل فيها بعض العلامات التجارية المعروفة وطبيعة عمل العلامات التجارية المماثلة في قطاعات مختلفة وبالتالي بطرق مختلفة.

ولإيجاز التعلم، يجب على المعلمين إصدار تعليمات للمتعلمين بمراجعة الصفحات 38-43 من كتاب الطالب الذي يتضمن المزيد من الأمثلة والمعلومات والأنشطة التي ستعزز فهمهم. ويمكن للمعلمين أيضًا تقييم التعلم من خلال تكليف المتعلمين بالبحث وتقديم معلومات حول واحدة أو أكثر من الشركات التي تعمل في قطاعات محددة في الاقتصاد، أو الشركات الهادفة للربح أو غير الهادفة للربح.

ولتحقيق هذا الهدف التعليمي، يحتاج المتعلمون أيضًا إلى فهم ماهية الرسالة والرؤية والأهداف والغايات للشركة، بما في ذلك الاختلافات بين الأنواع المختلفة من الأهداف والغرض من وجود الشركات. ويجب على المعلمين استخدام الشرائح 13-17 لتزويد المتعلمين بنظرة عامة قصيرة عن الموضوع واستعراض الاختلافات بين الرسالة والرؤية والأهداف والغايات. ويمكن للمعلمين أن يطلبوا من المتعلمين كتابة رسالتهم وأهدافهم وغاياتهم بشأن دراساتهم الخاصة ومن ثم يمكنهم مقارنتها بالشركات التجارية، أو يمكن للمتعلمين مقابلة أصحاب أعمال مختلفين لمعرفة رسالتهم ورؤيتهم وأهدافهم وغاياتهم. ويجب أن يعرف المتعلمون أيضًا الفرق بين الأهداف المالية والأهداف غير المالية. وللقيام بذلك، يمكن للمعلمين تشجيع المتعلمين على مناقشة أسباب الأهداف المالية في أمثلة مختلفة من الشركات ومعرفة سبب قيام بعض الشركات بوضع كل من الأهداف المالية وغير المالية. ويمكن للمعلمين أيضًا محاولة إشراك المتحدثين الضيوف من الشركات المحلية حتى يتمكّن المتعلمون من سؤالهم عن الأهداف والغايات المختلفة لديهم ولماذا يمتلكونها. ويحتاج المتعلمون أيضًا إلى معرفة الفرق بين أهداف القطاع الخاص وأهداف القطاع العام والأهداف الاجتماعية. وللقيام بذلك، يجب على المعلمين الرجوع إلى الشرائح 14 و15 من شرائح العرض التقديمي لتزويد المتعلمين بنظرة عامة على الأهداف والغايات المختلفة للأنواع المختلفة من الشركات. كما يمكن للمعلمين أيضًا محاولة إشراك المتحدثين الضيوف من مختلف القطاعات للتحدث عن الأهداف المختلفة التي قد تكون لديهم، وكيف تطورت بمرور الوقت، وما هي العواقب المترتبة عن عدم تحقيقها. ولإيجاز التعلم وتقييم الفهم، يمكن للمعلمين أن يطلبوا من المتعلمين التفكير في شركة واحدة يتفاعلون معها بشكل منتظم وإدراج العواقب المحتملة للفشل في تحقيق الأهداف المالية وغير المالية. ويمكن أيضًا تكليف المتعلمين بدراسة العواقب المترتبة على الشركة والعلامة التجارية والمالك والموظفين والعملاء.

يجب أن يكون المتعلمون قادرين على ربط أنشطة الشركات المختلفة بأهدافهم وغاياتهم وأن يكونوا قادرين على التفكير في فاعلية الطريقة التي يمكن للأنشطة أن تساعد بها الشركات على تحقيق أهدافها وغاياتها. ويجب على المتعلمين مراجعة دراسة الحالة في الصفحة 49 من كتاب الطالب الذي يركز على شركة *Gymshark* وكيفية استجابتها للتغيير. كما يجب على المعلمين أيضًا تشجيع المتعلمين على التفكير في الشركات المحلية الأخرى وكيفية ارتباط أنشطتهم وأهدافهم وغاياتهم.

ويجب على المعلمين تشجيع المتعلمين على مراجعة الصفحتين 52 و53 من كتاب الطالب الذي يتضمن نشاط تقييم تجريبي (صوري) لهدف التعلم (أ)، حيث سيلعب هذا دورًا مهمًا في إعداد المتعلمين للمهمة المحددة ويعكس نوع الأدلة التي يتوقع من المتعلمين تقديمها.

يستكشف **هدف التعلم (ب)** المجالات الوظيفية وتفاعلها في الشركات المختلفة. ومن المهم للمتعلمين فهم المجالات الوظيفية المختلفة الموجودة في معظم الشركات وأنشطتها. ويجب على المعلم تشجيع المتعلمين على مراجعة الصفحات 54-61 من كتاب الطالب لاكتساب فهم أوسع لكل مجال من المجالات الوظيفية ودورها في عمليات الشركة. ويمكن للمتعلمين البحث عن شركات مختلفة والتحقيق في المجالات الوظيفية لديها. ويمكن للمعلمين تشجيع الشركات المختلفة ليتم اختيارها من قبل المجموعات بحيث تكون هناك مجموعة من أنواع الشركات، مما يسفر عن مناقشات حول سبب اختلاف بعض المجالات الوظيفية بين الشركات المختلفة. ويجب أن يشير المعلّم إلى الشرائح 20-23 في شرائح العرض التقديمي لتزويد المتعلمين بنظرة عامة على المجالات الوظيفية الأحد عشر للشركة، ولتسليط الضوء على الطرق التي تتبعها الشركات المختلفة. كما يمكن للمعلمين استخدام مقاطع الفيديو أو الزيارات لمشاهدة العمل الذي تقوم به بعض المجالات الوظيفية، وهذا ما يمكن أن يساعد في شرح الروابط بين المجالات الوظيفية. ويجب أن يكون المتعلمون على دراية بالاختلافات بين الشركات الصغيرة والكبيرة واستخدام دعم أو عمليات الاستعانة بمصادر خارجية. وللقيام بذلك، يمكن للمتعلمين إجراء بحث مع شركات محلية مختلفة للسؤال عن كيفية تحقيقهم لكل مجال من المجالات الوظيفية من أجل تحديد المجالات التي تمثل مصادر خارجية. ومن ثم، يمكن للمعلمين بعد ذلك مناقشة أسباب الاستعانة بمصادر خارجية بناءً على نتائج المتعلمين.

يحتاج المتعلمون إلى فهم الروابط بين الوظائف، مثل كيفية عملهم جميعًا معًا وكيف تعتمد بعض الوظائف على وظائف أخرى لإكمال أنشطتهم بنجاح. ويمكن للمعلمين استخدام الأمثلة الموضحة في الصفحة 63 من كتاب الطالب والشريحتين 24 و 25 من شرائح العرض التقديمي. مثل ربط التمويل بمعظم الوظائف من حيث توفير الميزانيات لهم أو عن طريق دفع أجور ورواتب العاملين. كما يمكن للمعلمين أن يطلبوا من المتعلمين التفكير في الشركات الجديدة والمجالات الوظيفية التي يحتاجونها لدعم إطلاق الأعمال التجارية؛ ومن ثم يمكن للمتعلمين بعد ذلك تقديم أفكارهم إلى بقية المجموعة لمناقشتها. وسيحتاج المتعلمون أيضًا إلى فهم تدفق المعلومات وتدفق السلع والخدمات من خلال الوظائف التي يمكن دعمها بالشريحتين 29 و30 من شرائح العرض التقديمي. ويمكن استخدام الزيارات أو المتحدثين الضيوف لشرح تدفق المعلومات والسلع بالقيمة الحقيقية وإتاحة الفرصة أمام المتعلمين لمراقبة الوظائف في بيئات الأعمال الحقيقية. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك التفكير في العواقب المحتملة لتدفق المعلومات أو السلع التي لا تعمل بفعالية في الشركة. ويحتاج المتعلمون إلى معرفة الفرق بين المتخصصين الوظيفيين في الشركات الصغيرة وأولئك الذين يعملون في الشركات الكبيرة. ولمساعدة المتعلمين في ذلك، يمكن استخدام متحدثين ضيوف من شركتين مختلفتين، حيث تكون إحداهما شركة صغيرة والأخرى شركة كبيرة ذات أقسام متعددة. إذا لم يكن ذلك ممكنًا، فيمكن استخدام دراسات الحالة من المواقع الإلكترونية الخاصة بالشركات. ويمكن للمتعلمين أيضًا التفكير في الصفحة 69 من كتاب الطالب الذي يستكشف الاختلافات في المتخصصين الوظيفيين ويوفر وسيلة للتحقق من إنجاز التعلم. ويمكن للمعلمين تلخيص التعلم من خلال تقديم دراسة حالة للمتعلمين عن شركة محلية أو إقليمية أو وطنية ومطالبتهم بإنشاء عرض تقديمي يوضح المجالات الوظيفية المطلوبة والفرص المتاحة للمتخصصين الوظيفيين.

ويجب أن يكون المتعلمون قادرين على التفكير في الروابط والتفاعلات بين المجالات الوظيفية وكيف يمكنها مساعدة الشركات على تحقيق أهدافها وغاياتها. ويجب على المعلمين الرجوع إلى الشريحتين 35 و36 من شرائح العرض التقديمي لتقديم نظرة عامة حول كيفية مساعدة المجالات الوظيفية للشركات على تحقيق الأهداف والغايات. ويمكن للمتعلمين التفكير في غاية أو هدف محتمل للشركة وإنشاء رسم تخطيطي أو ملصق يوضح كيف يمكن لكل مجال وظيفي أن يساهم في نجاحها. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك مشاركة الرسوم التخطيطية/الملصقات ومناقشة أفكارهم مع أقرانهم. ويمكن للمتحدثين الضيوف أيضًا تقديم الدعم من خلال شرحهم للمتعلمين كيف تدعم المجالات الوظيفية المختلفة نجاحهم.

ويجب على المعلمين تشجيع المتعلمين على مراجعة الصفحتين 70 و71 من كتاب الطالب الذي يتضمن نشاط تقييم تجريبي (صوري) لهدف التعلم (ب)، وهو ما سيكون له دور مهم في إعداد المتعلمين للمهمة المحددة ويعكس نوع الأدلة التي يتوقع من المتعلمين تقديمها.

**نموذج التقييم**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **هدف التعلم** | **مجالات المحتوى الرئيسية** | **نهج**  **التقييم الموصى به** |
| **(أ**) البحث في أنشطة وأهداف وغايات الشركات المختلفة | **(أ1)** أنشطة الشركة  **(أ2)** الأهداف والغايات | سيجري تقييم هذه الوحدة  من خلال المهمة  المحددة من قبل بيرسون.  سيُطلب من المتعلمين إجراء بحث مستقل للتحقيق في الأنشطة والأهداف والغايات والمجالات الوظيفية وتفاعلها في شركتين متناقضتين.  سيتم تقديم عمل المتعلم في شكل تقرير وعرض تقديمي وملاحظات المتحدث. |
| **(ب)** التعرف على المجالات الوظيفية وتفاعلها في مختلف الشركات | **(ب1)** المجالات الوظيفية وأنشطتها  **(ب2)**: الروابط بين المجالات الوظيفية |

**إرشادات التقييم**

يجري تقييم الوحدة من خلال المهمة المحددة من قبل بيرسون (PSA)، حيث قامت بيرسون بتصميم معايير التقييم الذي يجب إجراؤه في ظل ظروف خاضعة للرقابة قبل أن يقوم المعلمون بمنح الدرجات لهذا التقييم.

هناك 30 ساعة تعلم موجهة مخصصة للوحدة، منها 10 ساعات سيتم تخصيصها للتقييم.

تتوفر الواجبات المحددة اعتبارًا من سبتمبر من كل عام وهي صالحة لمدة عام واحد فقط.

يجب أن تغطي عملية التقديم جميع محتويات الوحدة وتتناول إعداد المتعلمين لتقديم أدلة على استيفاء معايير التقييم وإرشادات التقييم استعدادًا لإجراء الواجبات المحددة من قبل بيرسون. تتوفر عينات مواد التقييم على موقع بيرسون الإلكتروني. ويمكن استخدامها أو تكييفها لمساعدة المتعلمين على الاستعداد للتقييم.

**بدء النشاط**

**يمنحك هذا نقطة انطلاق لطريقة واحدة لتقديم الوحدة، استنادًا إلى نهج التقييم الموصى به في المواصفات.**

|  |
| --- |
| **مقدمة** |
| قدّم هذه الوحدة من خلال مناقشة جماعية للتعرف على الأنشطة التي تقدمها الشركات واستخدام أمثلة قد يكون المتعلمون على دراية بها أو لديهم خبرة بها. يمكن أن يتبع ذلك تحديد أهداف التعلم للوحدة. |
| **هدف التعلم (أ): البحث في أنشطة وأهداف وغايات الشركات المختلفة** |
| * يركز هدف التعلم (أ) على الأنشطة والأهداف والغايات الموجودة في الشركات المختلفة. ويجب على المتعلمين تطوير فهم كيفية إجراء البحوث للحصول على المعلومات المطلوبة استعدادًا لتقييمهم في نهاية الوحدة. * ومن أجل دعم التدريس والتعلم، يجب على المعلمين استخدام شرائح العرض التقديمي 4-17 التي توفر نظرة عامة على المحتوى الذي يتم تناوله ضمن هدف التعلم (أ). * كما يجب على المعلمين أيضًا إحالة المتعلمين وتشجيعهم على الوصول إلى الصفحات 38-53 من كتاب الطالب الذي يحتوي على مزيد من المعلومات والمصطلحات الأساسية والأنشطة ودراسات الحالة.   **دراسات الحالة والأبحاث:**   * بالنسبة لهدف التعلم (أ)، يمكن أن يستفيد المتعلمون من البحث ومراجعة دراسة الحالة الخاصة *بـ Patagonia* والتي تقدم مثالًا جيدًا للشركات الأخلاقية وكيف تركز عملياتها وأنشطتها على الحفاظ على البيئة وتعزيز المجتمع. * ويمكن للمتعلمين أيضًا الاستفادة من البحث في *Cinnabon* و *Sketchers* لاكتساب فهم أعمق لمهمة ورؤية الشركات المختلفة ومدى تأثيرها على أهدافها وغاياتها وأنشطتها. * *تعد شركة Gymshark* مثالًا جيدًا لشركة كان عليها تكييف أنشطتها وأهدافها وغاياتها في الاستجابة لتغيرات السوق. ويجب على المتعلمين مراجعة دراسة الحالة في الصفحة 49 من كتاب الطالب لمساعدتهم على فهم القدرة على التكيف في بيئة الأعمال.   **موضوعات النقاش:**   * يمكن للمتعلمين مناقشة قطاعات الاقتصاد - ما هو الأكثر شيوعًا محليًا وإقليميًا ووطنيًا؟ هل تغيرت هذه القطاعات؟ كيف يمكن أن يبدو المستقبل؟ * يمكن للمتعلمين مناقشة الزيادة العالمية في الشركات التجارية المنتمية للقطاع الثالثي وطلب العملاء لتجربة المنتج. هل سينخفض الطلب على الشركات المنتمية للقطاع الأولي بمرور الوقت؟ * يمكن للمتعلمين مناقشة الاختلافات بين الأهداف المالية وغير المالية والتي يعتقدون أنها الأكثر أهمية للشركات المختلفة بناءً على أنشطتهم. * يمكن للمتعلمين مناقشة الأسباب التي تجعل الشركة تغير أهدافها وغاياتها ويمكنهم إنشاء روابط لعوامل PESTLE والتغيير الداخلي.   **أنشطة التدريس والتعلم:**   * بالنسبة لهدف التعلم (أ1)، ابدأ بتقديم القطاعات المختلفة في الاقتصاد والأنشطة المختلفة التي قد توجد داخل كل قطاع. يمكن للمتعلمين بعد ذلك العثور على أمثلة للشركات داخل القطاع الأوّلي. شجع المتعلمين على العثور على أمثلة مختلفة لكل نشاط، مثل الصيد والتعدين. ومن ثم يمكنهم مشاركة هذه الأمثلة مع بقية الفصل. ثم ألق نظرة على الشركات التي تعمل في القطاع الثانوي والثالثي. تعد مسابقة تخمين شعارات العلامات التجارية طريقة لتعزيز التعلم، حيث يحتاج المتعلمون إلى اختيار القطاع/القطاعات الصحيحة لكل شعار من هذه الشعارات. * بالنسبة لهدف التعلم (أ1)، يتمثل الجزء التالي في النظر في الاختلافات بين القطاعين الخاص والعام، والشركات الربحية، وغير الربحية، والجمعيات الخيرية، والطوعية، والمؤسسات الاجتماعية، والشركات الأخلاقية الموضحة بأمثلة. استعن بالمتحدثين الزائرين أو شارك في زيارات المتعلمين مع المؤسسات الاجتماعية أو الشركات الأخلاقية أو المؤسسات الخيرية أو التطوعية للتحدث مع المتعلمين حول كيفية إدارة شركاتهم وكيف أنها تختلف عن الشركات الربحية البحتة. يمكن تشجيع المتعلمين على طرح أسئلة على المتحدثين أو الشركات. إذا كان العثور على شركات للمساعدة أمرًا صعبًا، فإن تقديم دراسات الحالة حول هذه الأنواع من الشركات يمكن أن يكون طريقة بديلة للمتعلمين لمعرفة المزيد عنها. * وبالنسبة لهدف التعلم (أ1)، يحتاج المتعلمون أيضًا إلى النظر في الاختلافات بين السلع والخدمات. ابدأ بتعريف المتعلمين بالاختلافات بين السلع الملموسة والخدمات غير الملموسة بما في ذلك الأمثلة، والاختلافات بين السلع والخدمات الإنتاجية والاستهلاكية بما في ذلك الأمثلة. ويمكن إعطاء المتعلمين أمثلة على السلع والخدمات ويمكنهم بعد ذلك تحديد ما إذا كانت ملموسة أو غير ملموسة، وما إذا كانت سلعًا وخدمات استهلاكية أو إنتاجية. ومن ثم، يمكن تشجيعهم على العثور على مزيد من الأمثلة من خلال البحث على الإنترنت. * بالنسبة لهدف التعلم (أ1)، يمكن للمتعلمين -من أجل جمع التعلم الخاص بالموضوع- العمل في مجموعات صغيرة، واستخدام المعرفة المكتسبة من الدروس السابقة لإجراء بحث ثانوي عبر الإنترنت للشركات من خلال مواقع الويب الخاصة بهم (على سبيل المثال. صفحات «نبذة عنا»). وخصص لكل مجموعة موضوعًا - شركة خاصة أو عامة أو مؤسسة ربحية أو غير ربحية أو مؤسسة اجتماعية أو جمعية خيرية أو تطوعية أو شركة أخلاقية. ومن ثم يمكن لكل مجموعة إعداد ورقة حقائق عن شركتين على الأقل لمشاركتها مع الفصل بما في ذلك السلع والخدمات التي تقدمها الشركات. * بالنسبة لهدف التعلم (أ2)، لتقديم الموضوع، يمكن أن تكون هناك مناقشة صفية حول الاختلافات بين الرسالة والرؤية والأهداف والغايات، وأهمية أن تكون الأهداف محددة وقابلة للقياس وقابلة للتحقيق وواقعية ومحددة زمنيًا (SMART). ويمكن للمتعلمين كتابة أهداف ذكية (SMART) فيما يتعلق بأولوياتهم الخاصة في دراساتهم. ثم يمكنهم الانتقال إلى كتابة الأهداف الذكية SMART التي قد تمتلكها الشركة. ويمكن أيضًا إعطاء المتعلمين قائمة بالأهداف ثم إعادة كتابتها في صورة أهداف ذكية SMART. * بالنسبة لهدف التعلم (أ2)، يتمثل الجزء التالي في النظر إلى الاختلافات بين الأهداف المالية وغير المالية مع أمثلة. ويمكن للمعلم استعراض الاختلافات بين أهداف القطاع الخاص وأهداف القطاع العام والأهداف الاجتماعية. كما يمكن أيضًا مناقشة الغرض من الأهداف والعلاقة بين الأهداف والغايات مع الشركات الأخرى في عرض تقديمي أو مناقشة صفية. * بالنسبة لهدف التعلم (أ2)، يتمثل الجزء الأخير في النظر في عواقب عدم تلبية الأهداف والغايات باستخدام أمثلة الشركات. استعن بالشركات المحلية لشرح أهداف وغايات أعمالها للمجموعة وكيف تطورت بمرور الوقت. يمكن أن يكون ذلك من خلال المتحدثين الضيوف أو الزيارات أو مكالمات الفيديو. ويمكن تشجيع المتعلمين على إعداد أسئلة للشركة/الشركات لسؤالهم عن الرسالة والرؤية والقيم والأهداف والغايات.   **أنشطة التقييم التكويني:**   * بالنسبة لهدف التعلم (أ1)، يمكن للمتعلمين اختيار المنتجات والخدمات التي يستخدمونها على أساس منتظم والنظر في قطاعات الاقتصاد التي يعملون فيها وما إذا كانوا يعملون في أكثر من قطاع واحد. ويمكن للمتعلمين تقديم هذا في تقرير موجز أو في صورة عرض تقديمي. * بالنسبة لهدف التعلم (أ1)، يمكن للمعلمين اختيار نوع شركة (عامة، خاصة، خيرية) ويمكن للمتعلمين بعد ذلك تحديد ثلاثة أمثلة مختلفة وإنشاء ورقة حقائق لكل شركة لتسليط الضوء على أنشطتها وعملياتها. * بالنسبة لهدف التعلم (أ2)، يمكن للمعلمين تزويد المتعلمين بأمثلة عن الشركات الربحية وغير الربحية. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك البحث عن شركاتهم المحددة وإعداد تقرير مقارنة يوضح الأنشطة الخاصة بكل شركة وأهدافها وغاياتها. * بالنسبة لهدف التعلم (أ2)، يمكن للمتعلمين العمل في مجموعات صغيرة للبحث عن العوامل المؤثرة المختلفة في سوق الأعمال ودراسة عوامل PESTLE. ومن ثم، يمكن للمتعلمين تحديد الشركات والتفكير في الكيفية التي قد تقودهم بها العوامل المؤثرة إلى تغيير أهدافهم وغاياتهم. * بالنسبة لهدف التعلم (أ2)، يمكن للمتعلمين البحث عن شركة محلية وإنشاء عرض تقديمي يوضح أهدافها وغاياتها. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك تسليط الضوء على العواقب المحتملة المترتبة على الفشل في تحقيق كل هدف أو غاية بالنظر إلى الشركة والملاك والموظفين والعملاء.   **التحضير للتقييم النهائي:**   * فيما يتعلق بمراجعة هدف التعلم هذا، يمكن للمتعلمين استخدام أمثلة من المتحدثين الضيوف من الدروس السابقة أو البحث عن الشركات الأخرى والعمل في مجموعات لمناقشة كيف تساعد أنشطة الشركة/الشركات المختارة في تحقيق الأهداف والغايات التي قد تكون لدى الشركة/الشركات. * ويجب تزويد المتعلمين بنسخ من عينة مواد التقييم لهذه الوحدة والتي يمكنهم التعليق عليها ومناقشتها كمجموعة للتأكد من فهمهم للمتطلبات. ويمكن للمتعلمين إعداد ملاحظات للمهمة ومشاركتها كجزء من مناقشة جماعية. * ويجب على المتعلمين مراجعة الصفحتين 52 و53 من كتاب الطالب وإكمال التقييم التجريبي (الصوري) لهدف التعلم (أ)، وهو ما سيزود المتعلمين بسيناريو نموذجي وتوقعات المهمة المحددة من قبل بيرسون لهذه الوحدة. |
| **هدف التعلم (ب): التعرف على المجالات الوظيفية وتفاعلها في مختلف الشركات** |
| * يستكشف هدف التعلم (ب) المجالات الوظيفية داخل الشركات وكيفية تفاعلها مع بعضها البعض والوكالات الخارجية. ويجب أن يكون المتعلمون قادرين على بحث الاختلافات في المجالات الوظيفية وتفاعلهم حتى يتمكنوا من الاستعداد لتقييمهم في نهاية الوحدة. * ومن أجل دعم التدريس والتعلم، يجب على المعلمين استخدام شرائح العرض التقديمي 18-36 التي توفر نظرة عامة على المحتوى الذي يتم تناوله ضمن هدف التعلم (ب). * كما يجب على المعلمين أيضًا إحالة المتعلمين وتشجيعهم على الوصول إلى الصفحات 54-71 من كتاب الطالب الذي يحتوي على مزيد من المعلومات والمصطلحات الأساسية والأنشطة ودراسات الحالة.   **دراسات الحالة والأبحاث:**   * بالنسبة لهدف التعلم (ب)، يمكن للمتعلمين الاستفادة من البحث في شركة *Apple* وكيفية تعاملها مع التوزيع. حيث سيدعمهم ذلك في فهم مزايا وعيوب نموذج التوزيع «في الوقت المناسب». ويمكن للمتعلمين بعد ذلك البحث عن نماذج أخرى. * وسيستفيد المتعلمون أيضًا من مراجعة دراسة الحالة للتعرف على *شركة Unilever* وانتقالها إلى الرقمنة وزيادة استخدام التكنولوجيا. ومن ثم، يمكن للمتعلمين البحث عن الشركات الأخرى التي زادت التكنولوجيا في عملياتها وأنظمتها. * ومن أجل دعم فهمهم للمجالات الوظيفية والاستعانة بمصادر خارجية، يجب على المتعلمين البحث في فوائد الاستعانة بمصادر خارجية وقد يرغبون في مراجعة مقالات المجلات والأخبار عبر الإنترنت التي تسلط الضوء على نجاحات الاستعانة بمصادر خارجية في الشركات. * وقد يرغب المتعلمون أيضًا في البحث عن زيادة استخدام التكنولوجيا وما يمكن أن تتوقع الشركات طلبه في المستقبل. ويمكن للمتعلمين ربط ذلك بشركات الأبحاث التي تستخدم التكنولوجيا فقط لتحقيق المجالات الوظيفية مثل *Adidas و Walmart* و *Amazon*.   **موضوعات النقاش:**   * يمكن للمتعلمين مناقشة أهمية المجالات الوظيفية والتي يشعرون أنها الأكثر أهمية في عمليات الشركة ونجاحها. * كما يمكن للمتعلمين مناقشة تجربتهم الخاصة في الاستهداف من قبل فرق المبيعات بالتفكير في النجاحات والإخفاقات وكيف سيتعاملون مع المبيعات. * ويمكن للمتعلمين مناقشة تأثير الموارد البشرية على عمليات الشركة والنظر في الدور الذي يلعبه المجال الوظيفي في إدارة الشركة بأكملها. * يمكن للمتعلمين مناقشة الروابط بين أجزاء مختلفة من مدرستهم أو كليتهم ومناقشة أهمية الإدارة لنجاح المدرسة/الكلية. * يمكن للمتعلمين مناقشة تأثير الشركة التي لا يوجد بها مجالات وظيفية محددة تعمل بفاعلية وما الضرر الذي يمكن أن يسببه ذلك للشركة. * يمكن للمتعلمين مناقشة الأسباب التي قد تجعل الشركة تختار الاستعانة بالمتخصصين الوظيفيين أو مناقشة المواقف التي قد تضطر فيها الشركة للحصول على مساعدة ودعم المتخصصين.   **أنشطة التدريس والتعلم:**   * بالنسبة لهدف التعلم (ب1)، ابدأ بتعريف المجالات الوظيفية والتي عادة ما تكون المجالات الرئيسية في الشركة. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك اختيار شركة للبحث عنها لمعرفة الأنشطة الوظيفية داخلها وأنشطة كل وظيفة. ومن ثم يمكنهم إعداد عرض تقديمي لنتائجهم لمشاركتها مع الفصل. ويجب أن يقترح المعلم شركات مختلفة داخل الفصل حتى يكون هناك مجموعة من الشركات التي يتم البحث فيها. وبعد ذلك، يمكن للمتعلمين مشاركة النتائج التي توصلوا إليها، ويمكن أن يؤدي ذلك إلى مناقشة صفية حول سبب اختلاف المجالات الوظيفية في بعض الشركات عن غيرها، مثل شركات البيع بالتجزئة مقارنة بشركات التصنيع. يمكن أن تكون هناك فرصة للمشاركة من جانب الشركات الحقيقية، مثل استخدام المتحدثين الضيوف أو الزيارات. * بالنسبة لهدف التعلم (ب2)، لغرض تقديم الموضوع، يمكن أن يكون هناك عرض تقديمي للمعلم حول طبيعة عمل الوظائف المختلفة والتفاعل مع الوظائف الأخرى. وحاول استخدام أمثلة من الشركات وبعض مقاطع الفيديو التي تعرض وظائف مختلفة. وناقش مع المتعلمين كيفية ارتباط الوظائف ببعضها وكيفية تدفق المعلومات من وظيفة إلى أخرى. ويجب أيضًا شرح كيفية دمج التكنولوجيا للوظائف، مثل استخدام أنظمة نقاط البيع (POS). ويمكن للمتعلمين بعد ذلك إنشاء مخططات توضح العلاقات بين الوظائف وتدفق المعلومات. وللحصول على نشاط إضافي، يمكن للمتعلمين إجراء بعض الأبحاث للعثور على خمس شركات/وكالات خارجية قد تحتاج إلى التفاعل مع مجالات وظيفية مختلفة. * بالنسبة لهدف التعلم (ب2)، يتمثل الجزء التالي في النظر إلى الشركات أو الوكالات الخارجية التي قد تحتاج إلى التفاعل مع المجالات الوظيفية المختلفة وتدفق المعلومات وأهداف الوظائف المختلفة وغاياتها. ويمكن للمتعلمين مشاركة ما توصلوا إليه مسبقًا مع الفصل، وبالتالي إجراء مناقشة حول المجالات الوظيفية التي قد تتفاعل معها هذه الشركات أو الوكالات الخارجية والسبب في ذلك. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك إنشاء مخططات حول تدفق السلع والخدمات من خلال الشركات الخارجية إلى المجالات الوظيفية ثم إلى العميل النهائي. ويجب أن يحاول المعلم إرشادهم ببعض الأمثلة البسيطة. وهذا ما يمكن أن يؤدي إلى مناقشة الأهداف والغايات التي قد تكون لدى المجالات الوظيفية المختلفة ومناقشة كيفية ارتباطها بأهداف الشركة وغاياتها. * بالنسبة لهدف التعلم (ب2)، يحتاج المتعلمون أيضًا إلى النظر في الفرق في المتخصصين الوظيفيين في الشركات الصغيرة مقارنة بالشركات الكبيرة. ويمكن للمتعلمين العمل في مجموعات صغيرة لمناقشة سبب وجود مجالات وظيفية مختلفة للشركات المختلفة. ويجب أن يقودهم المعلم إلى النظر في الشركات المتناقضة، مثل الشركات الصغيرة مقارنة بالشركات الكبيرة، أو البيع بالتجزئة مقارنة بالتصنيع. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك وضع أفكارهم على لوح ورقي قلاب لمشاركتها مع الفصل.   **أنشطة التقييم التكويني:**   * بالنسبة لهدف التعلم (ب1)، يمكن للمعلمين تزويد المتعلمين بمثال عن الشركات المحلية. وسيقوم المتعلمون بالبحث في الشركات قبل تحديد الأنشطة التي يقوم بها كل مجال من المجالات الوظيفية في هذه الشركة. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك تقديم عملهم إلى المجموعة. * بالنسبة لهدف التعلم (ب1)، يمكن لكل متعلم اختيار شركة كبيرة وصغيرة. وفيما يتعلق بكل شركة من الشركات، يمكن للمتعلم تقديم تقرير يوضح الطريقة التي يحققون بها كل مجال وظيفي. ويمكن للمتعلمين أيضًا النظر في مخاطر وفوائد كل نهج خاص بالشركات. * بالنسبة لهدف التعلم (ب2)، يمكن للمتعلمين تحديد مجال وظيفي واحد في الشركة وإنشاء عرض تقديمي لإظهار كيفية تفاعل هذا المجال الوظيفي مع الوظائف الأخرى في الشركة. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك النظر في التدفق الاتجاهي للمعلومات/السلع بناءً على التفاعلات. * بالنسبة لهدف التعلم (ب2)، يمكن تزويد المتعلمين بمثال للشركات، ومن ثم تحديد تدفق استعلامات العملاء أو شكواهم وذلك من خلال الشركة ومجالاتها الوظيفية. ويجب على المتعلمين التفكير في النقاط التي يمكن أن يحدث فيها خطأ وتحديد العواقب. * بالنسبة لهدف التعلم (ب2)، يمكن للمعلمين تزويد المتعلمين بسلسلة من دراسات الحالة. ويمكن للمتعلمين بعد ذلك مراجعة كل دراسة حالة قبل كتابة توصيات حول كيفية دعم المجالات الوظيفية لحل المسائل في الشركة، من أجل تحقيق النجاح.   **التحضير للتقييم النهائي**   * فيما يتعلق بمراجعة هدف التعلم هذا، يمكن للمتعلمين العمل في مجموعات لمناقشة كيف تساعد الروابط والتفاعل بين المجالات الوظيفية الشركات في تحقيق أهدافها وغاياتها التي قد تكون لديها. * ويجب تزويد المتعلمين بنسخ من عينة مواد التقييم لهذه الوحدة والتي يمكنهم التعليق عليها ومناقشتها كمجموعة للتأكد من فهمهم للمتطلبات. ويمكن للمتعلمين إعداد ملاحظات للمهمة ومشاركتها كجزء من مناقشة جماعية. * ويجب على المتعلمين مراجعة الصفحتين 70 و71 من كتاب الطالب وإكمال التقييم التجريبي (الصوري) لهدف التعلم (ب)، وهو ما سيزود المتعلمين بسيناريو نموذجي وتوقعات المهمة المحددة من قبل بيرسون لهذه الوحدة. |

**الموارد**

بالإضافة إلى الموارد المدرجة أدناه، من المرجح أن ينتج الناشرون الكتب المدرسية المعتمدة من بيرسون والتي تدعم هذه الوحدة من شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في إدارة الأعمال. قم بزيارة موقع بيرسون لمزيد من المعلومات، حيث يوجد عليه الموارد المعتمدة من قبل بيرسون.

**المراجع المكتوبة**

*بنتلي بي، كاريسفورث سي، تشاندلر كوريس إل، جلينكروس كيه ونيلد إم - كتاب BTEC الأول لطلاب إدارة الأعمال (بيرسون إيديوكيشن، 2012) ISBN 9781446901366*

**المجلات**

بيزنس ريفيو (مجلات فيليب آلان)

مجلة مصممة لطلاب دراسات الأعمال تتضمن مقالات نظرية ذات صلة، بالإضافة إلى معلومات عن الشركات والأسواق.

**المواقع الإلكترونية**

www.ft.com

الموقع الإلكتروني لفاينانشال تايمز. يحتوي على بعض المعلومات المفيدة عن الشركات العالمية والعوامل التي تؤثر على النجاح والتغيرات الاقتصادية التي تواجه الشركات العالمية.

www.cipd.co.uk

الموقع الإلكتروني لمعهد تشارترد للأفراد والتنمية. يحتوي على نشرات معلومات حول عملية التوظيف والمسائل الأخرى ذات الصلة.

www.thetimes100.co.uk

يحتوي هذا الموقع على مجموعة من دراسات الحالة التي يمكن استخدامها كسياق لأنشطة هذه الوحدة. كما يحتوي الموقع أيضًا على مجموعة مختارة من الملاحظات النظرية التي تستهدف المتعلمين.

www.tutor2u.net

موارد Tutor2U ومواد المراجعة المرتبطة بالشركات والاقتصاد.

www.ibtimes.co.uk/

International Business Times هو موقع إلكتروني يحتوي على الأخبار الحالية حول الشركات الدولية.

*لا تتحمل بيرسون المسؤولية عن المحتوى الخاص بأي مواقع إنترنت خارجية. ومن الضروري أن يقوم المعلمون بمعاينة كل موقع ويب قبل استخدامه في الفصل للتأكد من أن عنوان URL لا يزال دقيقًا وملائمًا ومناسبًا. ونقترح أن يقوم المعلمون بوضع إشارة مرجعية على مواقع الويب المفيدة والنظر في تمكين الطلاب من الوصول إليها من خلال الشبكة الداخلية للمدرسة/الكلية.*