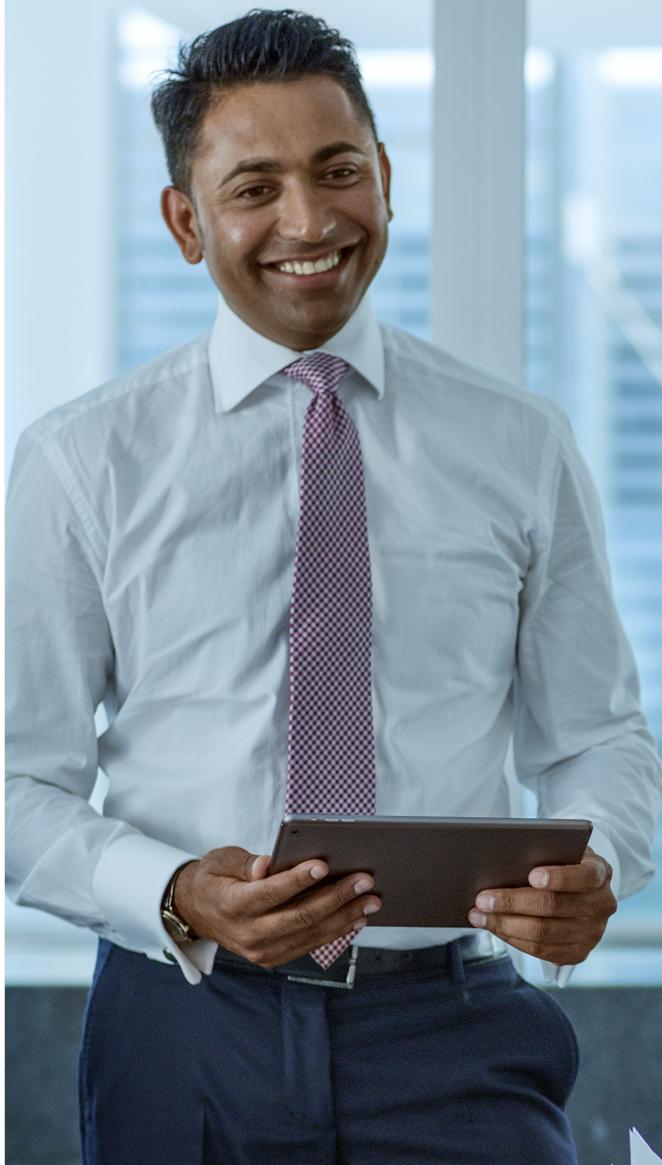




Pearson  
BTEC



Pearson BTEC  
International من المستوى 2 في  
**الأعمال (الأردن)**

المستوى  
2

المسألة 1

**المواصفات**

التدریس الأول من سبتمبر 2023





شهادة Pearson  
BTEC International  
التأهيلية من المستوى 2  
في إدارة الأعمال (الأردن)

المواصفات

التدريس الأول - سبتمبر 2023

المسألة : 1

## حول بيرسون

نحن شركة تعلم رائدة عالمياً تعمل في عدة بلدان حول العالم، ونقدم خدمات المحتوى والتقييم والخدمات الرقمية للمتعلمين والمؤسسات التعليمية وأصحاب العمل والحكومات وغيرهم من الشركاء على مستوى العالم. نحن ملتزمون بالمساعدة في تزويد المتعلمين بالمهارات التي يحتاجونها لتعزيز فرصهم في الجاهزية للعمل والنجاح في عالم العمل المتغير. ونؤمن بمقولة "حيثما يزدهر التعلم، تزدهر الشعوب".

الإشارات إلى المواد الخارجية الواردة في هذه المواصفات تمت بحسن نية، ولا نؤيد أو نوافق أو نقبل تحمل أي مسؤولية عن محتوى المواد، التي قد تكون عرضة للتغيير، أو أي آراء يتم التعبير عنها فيها. (قد تشمل المواد الكتب المدرسية والمجلات والمنشورات والواقع الإلكترونية الأخرى).

كود النشر: 000301VQ

جميع المواد في هذا المنشور هي حقوق الطبع والنشر © كافة الحقوق لعام 2023 محفوظة لصالح بيرسون إدبيوكيشن ليمند

## الترحيب

بفضل ما نتحلى به من سجلٍ حافل في نجاح المتعلم والذي تم تحقيقه على مدى 40 عاماً، لدينا شهادات BTEC International من المستوى 2 معترف بها على الصعيد الدولي من قبل الحكومات وأصحاب العمل. ويتم وضع هذه الشهادات التأهيلية بغرض تعزيز المنهج الدراسي وإعداد المتعلمين لعالم العمل المتغير باستمرار. وتتيح شهادات BTEC International من المستوى 2 للمتعلمين التقدم للدراسة في المستوى 3 وما فوق أو في مكان العمل.

### محتوى تعليمي للإعداد للحياة المهنية

تقدّم شهادات BTEC نهجاً تعليمياً يركز على المتعلم، بترتيب من قائم على الوحدة والمعرفة المطبقة على التقييمات القائمة على المشاريع. وتركز شهادات BTEC على التطوير الشامل للمهارات العملية والشخصية والتفكير المطلوب للنجاح في التوظيف والتعليم العالي. عند إنشاء شهادات BTEC International من المستوى 2 في هذه المجموعة، عملنا مع العديد من أصحاب العمل والكليات والمدارس لضمان تلبية احتياجاتهم.

تلي شهادات BTEC هذه الاحتياجات من خلال تقديم:

- مجموعة من فئات شهادات BTEC، لكل منها غرض واضح، بحيث يكون هناك شيء يناسب اختيار كل متعلم لبرنامج الدراسة وخطط التقدم
  - والمحتوى ذي الصلة دولياً، وذلك بما يتماشى بشكلٍ وثيق مع تقييمات صاحب العمل واحتياجات التعليم الإضافية
  - والمشاريع المختارة لمساعدة المتعلمين على التقدم؛ هذا يعني أن بعض التقييمات والمشاريع يتم تعبيتها من جانبك، بهدف تلبية الاحتياجات المحلية، بينما يتم تعين البعض الآخر من قبل شركة بيرسون، مما يضمن مجموعة أساسية من المهارات والفهم المشترك لجميع المتعلمين.
- نقدم مجموعة كاملة من الدعم، سواءً من الموارد أو الأشخاص، لضمان حصول المتعلمين والمعلمين على أفضل تجربة ممكنة خلال الدورة التدريبية.
- راجع [القسم 10](#) بعنوان الموارد والدعم، للحصول على تفاصيل الدعم الذي نقدمه.



# المحتويات

1	مقدمة عن شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال
2	لحة سريعة عن الشهادات التأهيلية والأحجام والأغراض
3	نظرة سريعة على هيكل الشهادات التأهيلية
4	التأهيل ومحظى الوحدة
4	التقييم
5	تصنيف الوحدات والشهادات التأهيلية
6	الغرض من الشهادة التأهيلية والتقدم
8	البيك
13	الوحدات
13	فهم وحداتك
15	فهرس الوحدات
136	التخطيط لبرنامجك
138	هيكل التقييم
138	مقدمة
138	التقييم الداخلي
138	وحدات الواجبات المحددة من قبل بيرسون
139	التقييم الداخلي
139	مبادئ التقييم الداخلي (يُنطبق على جميع الوحدات)
141	اتخاذ قرارات التقييم الصحيحة
142	التخطيط وحفظ السجلات
143	إعداد الواجبات الفعلية (يُنطبق على جميع الوحدات بدون واجبات محددة من قبل بيرسون)
145	الإكمال المتأخر وإعادة التقديم وإعادة الاستلام (يُنطبق على جميع الوحدات بما في ذلك الواجبات المحددة من قبل بيرسون)
147	الترتيبات الإدارية
147	مقدمة
147	تسجيل المتعلم ودخوله
147	الوصول إلى التقييم
148	الترتيبات الإدارية للتقييم
149	إجراء واجبات محددة
149	التعامل مع الممارسة الخاطئة في التقييم
151	الشهادات والنتائج
151	وثائق إضافية لدعم إدارة المركز
152	ضمان الجودة
154	فهم درجة التأهيل
162	الموارد والدعم
162	دعم إعداد الدورة التدريبية الخاصة بك والتحضير للتدريس

162	دعم التعليم والتعلم
163	دعم التقييم
163	التدريب والدعم من بيرسون
164	الملحق 1: مهارات التوظيف القابلة للنقل.
164	الحاجة إلى مهارات قابلة للنقل
166	الملحق 2: مسرد المصطلحات المستخدمة

## **مقدمة عن شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال**

تحتوي هذه الموصفات على جميع المعلومات التي تحتاجها لتقديم شهادات Pearson BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال. كما تحيطك إلى كتب وسياسات أخرى. وتشمل هذه الموصفات جميع الوحدات الخاصة بهذه الشهادات التأهيلية.

فهذه الشهادات التأهيلية هي جزء من مجموعة الشهادات التأهيلية في مجال إدارة الأعمال التي تقدمها شركة بيرسون. وفي هذه المجموعة، هناك شهادات تركز على مسارات التقدم المختلفة، مما يتيح للمتعلمين اختيار المسار الأنسب لتطوراتهم. ولا يتم تقديم هذه الشهادات التأهيلية في إنجلترا.

تشترك جميع الشهادات التأهيلية في المجموعة في بعض الوحدات والتقييمات الشائعة، مما يمنح المتعلمين بعض المرونة في التنقل بين الأحجام.

في مجال إدارة الأعمال، هذه الشهادات التأهيلية هي:

منحة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال

شهادة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال

شهادة Pearson BTEC International المتداة من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال

دبلوم Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال

تشير هذه الموصفات إلى الوثائق الأساسية الأخرى والدعم الذي تحتاجه كمركز لتقديم الشهادات التأهيلية وتقييمها وإدارتها، بما في ذلك تطوير الموظفين المطلوب. يتم تقديم ملخص لجميع الوثائق الأساسية في [القسم 7](#) بعنوان "الترتيبات الإدارية". ترد معلومات بشأن كيف يمكننا دعمك فيما يتعلق بهذه

الشهادات التأهيلية في [القسم 10](#) بعنوان "الموارد والدعم".

المعلومات الواردة في هذه الموصفات صحيحة في وقت النشر.

## ملحة سريعة عن الشهادات التأهيلية والأحجام والأغراض

العنوان الرئيسي	الحجم والبنية	الغرض التلخيلي
<b>Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال</b>	120 ساعة تعلم موجهة مكافي في الحجم لشهادة International GCSE واحدة.  أربع وحدات، ثالث منها إلزامية ويتم تقييمها من خلال واجب محدد من بيرسون.  محتوى إلزامي (%75).	تم تصميم هذه الشهادة التأهيلية لدعم المتعلمين الذين يريدون مقدمة للمجال من خلال التعلم التطبيقي ولمن سيكون عنصر الأعمال مكملاً له.  تدعم الشهادة التأهيلية التقدم لمواصلة الدراسة في المستوى 3/ التعليم قبل الجامعي كجزء من برنامج الدراسة الذي يتضمن شهادات BTEC International التأهيلية الأخرى من المستوى 2 أو شهادات A GCSES الدولية.
<b>Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال</b>	240 ساعة تعلم موجهة مكافي في الحجم لاثنتين من شهادات International GCSE.  ست وحدات على الأقل، أربع منها إلزامية ويتم تقييمها من خلال واجبات محددة من بيرسون. محتوى إلزامي (%50).  يتم تصميم الشهادة التأهيلية من أجل أخذها كجزء من برنامج دراسي يتضمن شهادات BTEC International التأهيلية المناسبة الأخرى من المستوى 2 أو شهادات International GCSE.	تم تصميم هذه الشهادة التأهيلية لدعم المتعلمين المهتمين بالتعلم عن صناعة الأعمال إلى جانب قطاعات الدراسة الأخرى، بهدف التقدم إلى مجموعة واسعة من الدورات في المستوى 3/ مستوى ما قبل التعليم العالي، وليس بالضرورة في المواد المتعلقة بالأعمال.
<b>Pearson BTEC International الممتدة من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال</b>	360 ساعة تعلم موجهة تعادل في الحجم ثلاثة من شهادات International GCSE.  تسع وحدات على الأقل، خمس منها إلزامية وأربع وحدات يتم تقييمها من خلال واجبات محددة من قبل بيرسون. محتوى إلزامي (42%).  وستدعم كل شهادة تأهيلية التقدم إلى التعليم الإضافي في المستوى 3/ مستوى ما قبل التعليم العالي إذا تم أخذها كجزء من برنامج دراسي يتضمن شهادات BTEC International أخرى من المستوى 2 أو شهادات International GCSE الدولية.	يتم تصميم هذه الشهادة التأهيلية لدعم المتعلمين الذين يرغبون في دراسة الأعمال كعنصر أساسي في دورة مدتها عام واحد بدوام كامل جنباً إلى جنب مع دورات أصغر في مجالات أخرى، أو لأولئك الذين يرغبون في أخذها جنباً إلى جنب مع مجال آخر من المجالات التكميلية أو المتناقضة كجزء من برنامج دراسة بدوام كامل لمدة عامين.  وستدعم كل شهادة تأهيلية التقدم إلى التعليم الإضافي في المستوى 3/ مستوى ما قبل التعليم العالي إذا تم أخذها كجزء من برنامج دراسي يتضمن شهادات BTEC International أخرى من المستوى 2 أو شهادات International GCSE الدولية.
<b>Diploma Pearson BTEC International من المستوى الثاني في إدارة الأعمال</b>	480 ساعة تعلم موجهة تعادل في الحجم أربع شهادات International GCSE.  12 وحدة إلزامية، يتم تقييم أربعة منها من خلال واجبات محددة من قبل بيرسون.  محتوى إلزامي (%100).  تدعم الشهادة التأهيلية التقدم إلى المستوى 3/ دورات المستوى قبل الجامعي إذا تم أخذها كجزء من برنامج دراسي يتضمن شهادات تأهيلية أخرى من المستوى 2 أو شهادات International GCSE.	يتم تصميم هذه الشهادة التأهيلية لدعم المتعلمين الذين يرغبون في دراسة الأعمال كدورة بدوام كامل لمدة عام واحد، أو لأولئك الذين يرغبون في أخذها جنباً إلى جنب مع مجال آخر من الدراسة التكميلية أو المتناقضة كجزء من برنامج دراسة بدوام كامل لمدة عامين.  تدعم الشهادة التأهيلية التقدم إلى المستوى 3/ دورات المستوى قبل الجامعي إذا تم أخذها كجزء من برنامج دراسي يتضمن شهادات تأهيلية أخرى من المستوى 2 أو شهادات International GCSE.

## نظرة سريعة على هيكل الشهادات التأهيلية

يوضح هذا الجدول جميع الوحدات والشهادات التأهيلية التي تساهم فيها. يرجى الالتفات إلى المحتوى المكتوب في "القسم 2" بعنوان "الهيكل". يجب عليك الرجوع إلى المحتوى المكتوب في "القسم 2" بعنوان "الهيكل" للحصول على التفاصيل الكاملة.

### الحقائق

تظهر وحدات المهمة المحددة من قبل يرسون بالخط العريض

الوحدات الإلزامية	M
-------------------	---

الدبلومة (480 ساعة تعلم موجه)	الشهادة الممتدة (360 ساعة تعلم موجه)	الشهادات (240 ساعة تعلم موجه)	المنحة (120 ساعة تعلم موجه)	حجم الوحدة (ساعة تعلم موجه)	الوحدة (الرقم والعنوان)
M	M	M	M	30	1 أغراض إنشاء الشركات
M	M	M	M	30	2 المؤسسات التجارية
M	M	M	M	30	3 التنبيؤ بالأداء المالي للشركة
M	M	M	O	30	4 خطة التسويق
M	O	O	O	30	5 الأشخاص في المنظمات
M	O	O		60	11 استخدام الشركة للإنترنت
M	O	O		30	13 أخلاقيات العمل
M	O			60	15 إنشاء شركة صغيرة
M	M	O	O	30	16 العمل ضمن فرق
M	O	O	O	30	17 إدارة الشؤون المالية الشخصية
M	O	O		60	19 تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة
M	O			60	28 إدارة شركة صغيرة

## **التأهيل ومحظى الوحدة**

طورت بيرسون محتوى شهادات BTEC التأهيلية من المستوى 2 الجديدة بالتعاون مع أصحاب العمل وخبراء الموضوع بحيث يكون المحتوى محدثاً ويتضمن المعرفة والفهم والمهارات والسمات الشخصية المطلوبة في هذا المجال.

يضمن المحتوى الإلزامي أن جميع المتعلمين يتبعون برنامجاً متماسكاً للدراسة وأنهم يكتسبون المعرفة والفهم والمهارات التي ستكون جديرة بالاهتمام ومرضية، وسيوفر أيضاً أساساً مزيداً من الدراسة في المستوى 3. ويتوقع من المتعلمين إظهار الإنجاز عبر الوحدات الإلزامية على النحو المفصل في هيكـل **القسم 2**.

وتشمل شهادات BTEC التعلم التطبيقي الذي يجمع المعرفة والفهم مع المهارات العملية والتقنية. ويتم تحقيق هذا التعلم التطبيقي من خلال المتعلمين الذين يؤدون المهام المهنية التي تشجع على تطوير السلوكيات المهنية المناسبة والمهارات القابلة للنقل. كما تشمل المهارات القابلة للتحويل التواصـل والعمل الجماعي والبحث والتحليل، والتي يقدرها أصحاب العمل، حيث يتم تحديد فرص تطوير هذه المهارات في الوحدات.

يوفر نهجنا الدقة والتوازن، ويعزز القدرة على تطبيق التعلم على الفور في سياقات جديدة. وتتضمن الوحدات إرشادات بشأن مناهج اتساع وعمق التغطية، والتي يمكن تعديلها للتأكد من أن المحتوى حديث ويعكس الاختلافات الدولية.

## **التقييم**

صمم التقييم ليناسب غرض الشهادة التأهيلية والهدف منها. ويشمل ذلك ما يلي: مجموعة من أنواع وأساليب التقييم المناسبة للشهادات المهنية في هذا المجال. جميع التقييمات داخلية، ولكن يتم تقييم بعض الوحدات الإلزامية باستخدام واجبات محددة من قبل بيرسون.

### **وحدات الواجبات المحددة من قبل بيرسون**

يتم تقييم بعض الوحدات في الشهادات التأهيلية باستخدام واجب محدد من قبل بيرسون. ويتم تحديد كل تقييم من قبل بيرسون ويتم تمييزه من قبل المعلـمين.

لذا تخضع الواجبات المحددة لعمليات التحقق من المعايير الخارجية المشتركة لجميع وحدات BTEC. من خلال تعيين واجب لبعض الوحدات، يمكننا التأكـد من أن جميع المتعلمين يأخذون نفس التقييم لوحدة معينة. يُسمح للمتعلمين بإعادة وحدات الواجبات المحددة أثناء برنامـجهـم. يرجـى الاطلاع على **القسم 6: التقييم الداخلي للحصول على مزيد من المعلومات**.

توفر الواجبات المحددة اعتباراً من سبتمبر من كل عام وهي صالحة لمدة عام واحد فقط. للحصول على معلومات مفصلة عن واجب محدد من قبل بيرسون، يرجـى الاطلاع على الجدول الموضح في هيكـل **القسم 2**. للحصول على مزيد من المعلومات عن التحضـير للتقييم، راجـع **القسم 5** هيكـل التقييم.

## **التقييم الداخلي**

يجري تقييم جميع الوحدات في المجال داخلياً وتخضع للتحقق من المعايير الخارجية. قبل التقييم، ستحتاج إلى أن تصبح مركزاً معتمداً، إذا لم تكن كذلك بالفعل. ستحتاج إلى الاستعداد للتقييم باستخدام التوجيه في القسم 6 التقييم الداخلي.

وبالنسبة للوحدات التي لا يوجد فيها واجب محدد من قبل بيرسون، يمكنك تحديد أنماط التقييم الأكثر ملاءمة وفقاً للتعلم المحدد في الوحدة. ويضمن هذا تقييم المتعلمين باستخدام مجموعة متنوعة من الأساليب لمساعدتهم على تطوير مجموعة كبيرة من المهارات القابلة للنقل. يمكن إعطاء المتعلمين فرصاً:

- كتابة نتائج أبحاثهم الخاصة
- استخدام دراسات الحالة لاستكشاف الموقف المعقّدة أو غير المألوفة
- تنفيذ المشاريع التي لديهم خيار بشأن الاتجاه والنتائج
- إظهار المهارات العملية والتقنية باستخدام الأدوات/العمليات المناسبة، وما إلى ذلك.

بالنسبة لهذه الوحدات، ستقدم بيرسون موجز الواجبات المعتمد الذي يمكنك استخدامه. وستأخذ قرارات التقدير بناءً على المتطلبات والإرشادات الداعمة المقدمة في الوحدات. ولا يجوز للمتعلمين تقديم عروض متكررة لأدلة الواجبات. للحصول على مزيدٍ من المعلومات، يرجى الاطلاع على القسم 6 التقييم الداخلي.

## **لغة التقييم**

يُتاح تقييم الوحدات لهذه الشهادات التأهيلية باللغة العربية.

ويمكن تقييم المتعلمين الذين يأخذون الشهادة/الشهادات التأهيلية بلغة الإشارة حيث يسمح بذلك لغرض التعديل المعقول للمتعلمين ذوي التصميم وللحصول على معلومات عن التعديلات المعقولة للمتعلمين ذوي التصميم، راجع القسم 7 من الترتيبات الإدارية.

## **تصنيف الوحدات والشهادات التأهيلية**

يتطلب تحقيق الشهادة التأهيلية إثبات عمق الدراسة في كل وحدة، والاكتساب المؤكد لمجموعة من المهارات العملية المطلوبة للتوظيف أو للتقدم إلى التعليم العالي والتطوير الناجح للمهارات القابلة للنقل. وسيكون المتعلمون الذين يحصلون على الشهادة التأهيلية قد حققوا ذلك عبر الوحدات الإلزامية عند الاقتضاء.

ويجري تقييم الوحدات باستخدام درجات الامتياز (D) والتفوق (P) وغير مصنف (U). وتساهم جميع الوحدات الإلزامية والاختيارية بشكلٍ متناسب في درجة الشهادة التأهيلية الإجمالية، على سبيل المثال، ستساهم وحدة من 60 ساعة تعليم موجّه بضعف وحدة سعة 30 ساعة تعليم موجّه.

وينتمي تقييم الشهادات التأهيلية في المجموعة باستخدام مقياس من P إلى D\*، أو PP إلى D\*. ويرجى الاطلاع على القسم 9 "فهم درجة الشهادة التأهيلية" للحصول على مزيد من التفاصيل. وتخضع العلاقة بين مقاييس درجات التأهيل ودرجات الوحدات لمراجعة منتظمة كجزء من عمليات مراقبة معايير بيرسون، على أساس أداء المتعلم وبالتشاور مع المستخدمين الرئيسيين للشهادات.

# الغرض من الشهادة التأهيلية والتقدم 1

شهادة Pearson BTEC International التأهيلية من المستوى الثاني في مجال إدارة الأعمال.

من هذه الشهادات التأهيلية؟

تم تصميم شهادات Pearson BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في إدارة الأعمال إما للمتعلمين في الفئة العمرية 14-19 عاماً، الذين يرغبون في ممارسة مهنة في إدارة الأعمال عبر المستوى 3 ثم إلى التعليم العالي أو من خلال توظيف المبتدئين في مجال إدارة الأعمال.

ماذا تغطي هذه الشهادات التأهيلية؟

صُممت محتوى هذه الشهادات التأهيلية لدعم التقدم إلى أدوار معينة في إدارة الأعمال، على الأرجح من خلال مزيد من الدراسة في المستوى 3 ثم من خلال طرق التعليم العالي في مجالات معينة.

سيُطلب من جميع المتعلمين أخذ محتوى إلزامي ذي صلة مباشرة بمسارات التقدم في جميع المجالات المحددة. بالإضافة إلى ذلك، يأخذ المتعلمون وحدات اختيارية تدعم مسار التقدم المحدد في عنوان الشهادة التأهيلية.

ما الذي يمكن أن تؤدي إليه هذه الشهادات التأهيلية؟

تدعم هذه الشهادات التأهيلية التقدم لمزيد من الدراسة في إدارة الأعمال على سبيل المثال، دورات في:

- شهادة Pearson BTEC International التأهيلية من المستوى الثالث في مجال إدارة الأعمال.

كيف توفر هذه الشهادات التأهيلية مهارات قابلة للنقل؟

بالنسبة لشهادات BTEC International من المستوى 2، هناك فرص خلال مرحلة التدريس والتعلم لمنح المتعلمين إمكانية ممارسة تطوير المهارات القابلة للنقل. إلى المهارات القابلة للنقل في هذه المواصفات، فإننا نشير عموماً إلى المهارات في الفئات الرئيسية الثلاث التالية:

- المهارات المعرفية ومهارات حل المسائل - استخدام التفكير النقدي والتعامل مع المشكلات غير الروتينية وتطبيق الحلول الخبرية والإبداعية واستخدام الأنظمة والتكنولوجيا
- مهارات التعامل مع الآخرين - التواصل والعمل التعاوني والتفاوض والتأثير والعرض الذاتي
- المهارات الشخصية - الإدارة الذاتية والقدرة على التكيف، والمرونة المراقبة الذاتية والتطوير.

هناك أيضاً متطلبات محددة في بعض الوحدات لتقدير هذه المهارات عند الاقتضاء، على سبيل المثال حيث يُطلب من المتعلمين القيام بأنشطة حقيقة أو محاكاة. يشار إلى هذه المهارات في الوحدات وفي الملحق 7: مهارات التوظيف القابلة للنقل.

كيف توفر الشهادات التأهيلية المعرفة والمهارات القابلة للنقل التعليم الإضافي والعلمي؟

توفر جميع شهادات BTEC International المستوى 2 المعرفة والمهارات القابلة للنقل التي تُعد المتعلمين للتقدم إلى الجامعة. تشمل المهارات القابلة للنقل التي تقدرها الجامعات القدرة على:

- تعلم بشكل مستقل

- البحث بنشاط وبشكل منهجي

- تقديم العروض التقديمية وتحلي أعضاء المجموعة بالنشاط.

يمكن لمن يتعلّم BTEC أيضًا الاستفادة من فرص التعلم العميق، حيث يمكنهم إجراء اتصالات عبر الوحدات وتحديد مجالات الاهتمام للدراسة التفصيلية.

**هياكل التأهيل**

تكون هياكل الشهادات التأهيلية في هذه الموصفات على النحو التالي:

- منحة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال
- شهادة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال
- شهادة Pearson BTEC International المتعددة من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال
- دبلوم Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال

**منحة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال**

**الوحدات الإلزامية**

هناك 3 وحدات إلزامية، وهي وحدات واجبات محددة. يجب على المتعلمين إكمال وتحقيق درجة النجاح أو أعلى في جميع الوحدات الإلزامية.

**الوحدات الاختيارية**

يجب على المتعلمين إكمال 30 ساعة تعلم موجّه من الوحدات الاختيارية وتحقيق درجة النجاح أو درجة أعلى.

<b>منحة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال (120 ساعة تعلم موجّه)</b>				
<b>كيفية التقييم</b>	<b>النوع</b>	<b>ساعة تعلم موجّه</b>	<b>عنوان الوحدة</b>	<b>رقم الوحدة</b>
<b>الوحدات الإلزامية - يكمل المتعلمون جميع الوحدات وينجزوها</b>				
الواجب المحدد	إلزامي	30	أغراض إنشاء الشركات	1
الواجب المحدد	إلزامي	30	المؤسسات التجارية	2
الواجب المحدد	إلزامي	30	التنبؤ بالأداء المالي للشركة	3
<b>الوحدات الاختيارية - يجب على المتعلمين إكمال واحتياز 30 ساعة تعلم موجّه من الوحدات الاختيارية</b>				
الواجب المحدد	اختياري	30	خطة التسويق	4
الداخلي	اختياري	30	الأشخاص في المنظمات	5
الداخلي	اختياري	30	العمل ضمن فرق	16
الداخلي	اختياري	30	إدارة الشؤون المالية الشخصية	17

## الوحدات الإلزامية

هناك أربع وحدات إلزامية، وهي وحدات واجبات محددة. يجب على المتعلمين إكمال وتحقيق درجة النجاح أو أعلى في جميع الوحدات الإلزامية.

## الوحدات الاختيارية

يجب على المتعلمين إكمال 120 ساعة تعلم موجه من الوحدات الاختيارية وتحقيق درجة النجاح أو درجة أعلى.

## شهادة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال (240 ساعة تعلم موجه)

كيفية التقييم	النوع	ساعة تعلم موجه	عنوان الوحدة	رقم الوحدة
الوحدات الإلزامية - يكمل المتعلمون جميع الوحدات وينجزونها				
الواجب المحدد	إلزامي	30	أغراض إنشاء الشركات	1
الواجب المحدد	إلزامي	30	المؤسسات التجارية	2
الواجب المحدد	إلزامي	30	التنبؤ بالأداء المالي للشركة	3
الواجب المحدد	إلزامي	30	خطة التسويق	4
الوحدات الاختيارية - يجب على المتعلمين إكمال واجتياز 120 ساعة تعلم موجه من الوحدات الاختيارية				
الداخلي	اختياري	30	الأشخاص في المنظمات	5
الداخلي	اختياري	60	استخدام الشركة للإنترنت	11
الداخلي	اختياري	30	أخلاقيات العمل	13
الداخلي	اختياري	30	العمل ضمن فرق	16
الداخلي	اختياري	30	إدارة الشؤون المالية الشخصية	17
الداخلي	اختياري	60	تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة	19

**الوحدات الإلزامية**

هناك 5 وحدة إلزامية، تشمل 1 وحدة داخلية وأربع وحدات واجبات محددة. يجب على المتعلمين إكمال وتحقيق درجة النجاح أو أعلى في جميع الوحدات الإلزامية.

**الوحدات الاختيارية**

يجب على المتعلمين إكمال 210 ساعة تعلمًّا موجَّهًة من الوحدات الاختيارية.

شهادة Pearson BTEC International الممتدة من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال (360 ساعة تعلمًّا موجَّهًة)				
كيفية التقييم	النوع	ساعة تعلمًّا موجَّهًة	عنوان الوحدة	رقم الوحدة
<b>الوحدات الإلزامية - يكمل المتعلمون جميع الوحدات وينجزوها</b>				
الواجب المحدد	إلزامي	30	أغراض إنشاء الشركات	1
الواجب المحدد	إلزامي	30	المؤسسات التجارية	2
الواجب المحدد	إلزامي	30	التنبؤ بالأداء المالي للشركة	3
الواجب المحدد	إلزامي	30	خطة التسويق	4
الداخلي	إلزامي	30	العمل ضمن فرق	16
<b>الوحدات الاختيارية - يجب على المتعلمين إكمال 210 ساعة تعلمًّا موجَّهًة من الوحدات الاختيارية</b>				
الداخلي	اختياري	30	الأشخاص في المنظمات	5
الداخلي	اختياري	60	استخدام الشركة للإنترنت	11
الداخلي	اختياري	30	أخلاقيات العمل	13
الداخلي	اختياري	60	إنشاء شركة صغيرة	15
الداخلي	اختياري	30	إدارة الشؤون المالية الشخصية	17
الداخلي	اختياري	60	تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة	19
الداخلي	اختياري	60	إدارة شركة صغيرة	28

## الوحدات الإلزامية

هناك 12 وحدة إلزامية، تشمل 8 وحدات داخلية و4 وحدات واجبات محددة. يجب على المتعلمين إكمال والحصول على درجة النجاح أو أعلى في جميع الوحدات.

دبلوم Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال (480 ساعة تعلمًّا موجَّهًة)				
كيفية التقييم	النوع	ساعة تعلمًّا موجَّهًة	عنوان الوحدة	رقم الوحدة
<b>الوحدات الإلزامية - يجب على المتعلمين إكمال جميع الوحدات واحتيازها</b>				
الواجب المحدد	إلزامي	30	أغراض إنشاء الشركات	1
الواجب المحدد	إلزامي	30	المؤسسات التجارية	2
الواجب المحدد	إلزامي	30	التنبؤ بالأداء المالي للشركة	3
الواجب المحدد	إلزامي	30	خطة التسويق	4
الداخلي	إلزامي	30	الأشخاص في المنظمات	5
الداخلي	إلزامي	60	استخدام الشركة للإنترنت	11
الداخلي	إلزامي	30	أخلاقيات العمل	13
الداخلي	إلزامي	60	إنشاء شركة صغيرة	15
الداخلي	إلزامي	30	العمل ضمن فرق	16
الداخلي	إلزامي	30	إدارة الشؤون المالية الشخصية	17
الداخلي	إلزامي	60	تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة	19
الداخلي	إلزامي	60	إدارة شركة صغيرة	28

## وحدات الواجب المحدد

هذا ملخص لنوع وحدات الواجبات المحددة وتوفيرها. للحصول على مزيدٍ من المعلومات، راجع [القسم 5 هيكل التقييم والوحدات ومواد تقييم العينات](#).

الوحدة	النوع	حالة التوافر
الوحدة 1: أغراض إنشاء الشركات	• واجب حددته بيرسون وقام المركز بإعطاء درجات عليه.	تتوافر اثنتان لكل فترة مدتها عام واحد.
	• فترة التقييم الموصى بها هي 15 ساعة.	
الوحدة 2: المؤسسات التجارية	• واجب حددته بيرسون وقام المركز بإعطاء درجات عليه.	تتوافر اثنتان لكل فترة مدتها عام واحد.
	• فترة التقييم الموصى بها هي 10 ساعات.	
الوحدة 3: التنبؤ بالأداء المالي للشركة	• واجب حددته بيرسون وقام المركز بإعطاء درجات عليه.	تتوافر اثنتان لكل فترة مدتها عام واحد.
	• فترة التقييم الموصى بها هي 10 ساعات.	
الوحدة 4: خطة التسويق	• واجب حددته بيرسون وقام المركز بإعطاء درجات عليه.	تتوافر اثنتان لكل فترة مدتها عام واحد.
	• فترة التقييم الموصى بها هي 15 ساعة.	

## مشاركة صاحب العمل في التقييم والتسليم

يتم تشجيعك على منح المتعلمين فرصاً للمشاركة مع أصحاب العمل. للحصول على مزيدٍ من المعلومات، يرجى الاطلاع على [القسم 4 تخطيط البرنامج الخاص بك](#).

## فهم وحداتك

تحدد الوحدات في هذه الموصفات توقعاتنا للتقييم بطريقة تساعدك على إعداد المتعلمين للتقييم. وتساعدك الوحدات على إجراء التقييم وضمان الجودة بشكلٍ فعال.

يتم تحديد كل وحدة في الموصفات بطريقة مماثلة. يشرح هذا القسم كيفية عمل الوحدات. فمن المهم أن يراجع جميع المعلمين والمقيمين والمدققين الداخليين وغيرهم من الموظفين المسؤولين عن البرنامج هذا القسم.

التفصي	القسم
الرقم متسلسل في المجال. قد لا تكون الأرقام متسلسلة للشهادة التأهيلية الفردية.	رقم الوحدة
هذا هو العنوان الرسمي الذي نستخدمه دائمًا، ويظهر على الشهادات.	عنوان الوحدة
جميع الوحدات من المستوى 2.	المستوى
يوضح هنا ما إذا كانت الوحدة داخلية أو تم تقييمها باستخدام واجب محدد من قبل بيرسون. راجع معلومات الهيكل في القسم 2 الهيكل للحصول على التفاصيل.	نوع الوحدة
قد تحتوي الوحدات على قيمة ساعة تعلم موجهة تبلغ 60 أو 30. يشير هذا إلى عدد ساعات التدريس والنشاط الموجه والتقييم المتوقع. كما يوضح ترجيح الوحدة في درجة التأهيل النهائية.	ساعات التعلم الموجّه (GLH)
هذا بيان رسمي موجز عن محتوى الوحدة يساعد في فهم دورها في التأهيل. يمكنك استخدام هذا في الوثائق الموجزة والكتيبات وما إلى ذلك.	موجز عن الوحدة
تمت كتابة هذا مع وضع المتعلمين في الاعتبار. ويشير إلى سبب أهمية الوحدة، وكيفية تنظيم التعلم وكيف يمكن تطبيقه عند التقدم إلى التوظيف أو التعليم العالي.	مقدمة الوحدة
بالنسبة لوحدات الواجبات المحددة الداخلية، يوضح هذا القسم ما إذا كانت الواجبات المحددة يلزم إكمالها أم لا.	التقييم
تساعد هذه على تحديد نطاق وأسلوب وعمق تعلم الوحدة. يمكنك معرفة أين ينبغي أن يتعلم المتعلمون المتطلبات القياسية ("الفهم") أو أين ينبغي أن يبحثوا بنشاط ("التحقيق"). يمكنك معرفة المزيد عن الأفعال التي تستخدمها في أهداف التعلم في الملحق 2: مسرد المصطلحات المستخدمة	أهداف التعلم
يساعد هذا القسم المعلمين على رؤية مجالات المحتوى الرئيسية المقدمة مقابل أهداف التعلم وهيكل التقييم بنظرة سريعة. ويجب تغطية مجالات المحتوى وهيكل التقييم. فأشكال الأدلة المقدمة مناسبة للوفاء بالمتطلبات.	ملخص الوحدة

التفصي	القسم
يحدد هذا القسم المحتوى التعليمي المطلوب للوحدة. المحتوى إلزامي إلا عندما يتم عرضه في صورة "محتوى تمثيلي". يجب أن يُطلب من المتعلمين إكمال التقييم التاليفي فقط بعد تغطية المحتوى التعليمي للوحدة أو هدف (أهداف) التعلم.	المحتوى
كل هدف تعلم له معايير نجاح وتفوق، حيث يحتوي كل واجب على معيار تمييز واحد على الأقل. ويوجد مسرد كامل للمصطلحات المستخدمة في الملحق 2: مسرد المصطلحات المستخدمة. يحتاج جميع المقيمين إلى فهم توقعاتنا للمصطلحات المستخدمة. وتمثل معايير الامتياز الأداء المتميز في الوحدة. حيث تتطلب بعض المعايير من المتعلمين تجميع مهارات التعلم من مختلف أهداف التعلم.	معايير التقييم
يعرض هذا الحد الأقصى لعدد الواجبات التي يمكن استخدامها للوحدة للسماح بالتقدير التاليفي الفعال وكيفية استخدام المعايير لتقييم الأداء. بالنسبة لوحدات الواجبات المحددة، سيتضمن هذا القسم أي شروط لأخذ الواجب.	معلومات أساسية للواجبات
يوفر لك هذا القسم معلومات لدعم تنفيذ التقييم. من المهم أن تتم قراءة هذا بعناية جنباً إلى جنب مع معايير التقييم، حيث ستساعد المعلومات في تفسير المتطلبات.	معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين
يتم سرد أي موارد محددة تحتاجها لتكون قادراً على التدريس والتقييم في هذا القسم. للحصول على معلومات عن موارد الدعم، راجع القسم 10 الموارد والدعم.	الاحتياجات من الموارد
يقدم هذا القسم إرشادات وأمثلة لكل هدف تعلم أو واجب لتوقعات معيار النجاح والتفوق والامتياز.	المعلومات الأساسية لقرارات التقييم
يقدم هذا القسم تفاصيل القواعد التي يجب على المتعلمين الالتزام بها عند إجراء التقييم.	ضوابط التقييم
يعرض لك هذا القسم العلاقات الرئيسية بين الوحدات المختلفة وأي روابط واضحة لمواد المناهج الأخرى. وسيساعدك هذا على تنظيم برنامجك وتحقيق الاستفادة المثلث من المواد والموارد المتاحة.	روابط لوحدات أخرى ومواضيع المناهج الأخرى
يقدم لك هذا القسم معلومات عن الوحدات، والتي يمكن استخدامها لإشراك المتعلمين مع أصحاب العمل. وسيساعدك هذا على تحديد نوع المشاركة التي من المرجح أن تكون الأكثر نجاحاً.	مشاركة صاحب العمل
يقدم لك هذا القسم إرشادات بشأن كيفية تطوير مهارات التوظيف القابلة للنقل في التدريس وتقييم الوحدة.	فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

## فهرس الوحدات

يحتوي هذا القسم على جميع الوحدات المطورة لهذه الشهادات التأهيلية. يرجى الرجوع إلى الصفحة 4 للتحقق من الوحدات المتوفرة في جميع الشهادات التأهيلية في مجال إدارة الأعمال.

17	الوحدة 1: أغراض إنشاء الشركات
25	الوحدة 2: المؤسسات التجارية
33	الوحدة 3: التنبؤ بالأداء المالي للشركة
41	الوحدة 4: خطة التسويق
51	الوحدة 5: الأشخاص في المنظمات
61	الوحدة 11: استخدام الشركة لإنترنت
73	الوحدة 13: أخلاقيات العمل
83	الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة
95	الوحدة 16: العمل ضمن فرق
103	الوحدة 17: إدارة الشؤون المالية الشخصية
113	الوحدة 19: تكنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة
125	الوحدة 28: إدارة شركة صغيرة



## الوحدة 1: أغراض إنشاء الشركات

المستوى: 2

نوع الوحدة: واجب محدد من قبل بيرسون

ساعات التعلم الموجّه: 30

### موجز عن الوحدة

يُفهم المتعلّمون طبيعة المؤسسات التجارية والبيئة التي تعمل فيها. كما سيتعلّمون على المنظمات الموجودة محليًّا وإقليميًّا ووطنيًّا ودوليًّا والإطار الذي تعمل فيه.

### مقدمة الوحدة

المؤسسات التجارية هي مركز الاقتصاد، فهي القلب النابض للبلدات والمدن والبلدان. سواء كانت منظمات متعددة الجنسيات أو شركات مستقلة أو مجموعات خيرية، فإنها تلعب جميعها دورها في الحفاظ على الاقتصاد الدولي. في عالم اليوم، تتأثر الشركات بالبيئة التي تعمل فيها والعوامل الخارجية التي تؤثّر على نجاحها، مما يتطلّب أساليب جديدة ومرنة وهدفًا واضحًا.

في هذه الوحدة سوف تستكشف هيكل الأعمال، وكيفية ارتباط المؤسسات التجارية وكيف تتفاعل وتستجيب للبيئة المتغيرة باستمرار التي تعمل فيها. سوف تبحث في المؤسسات التجارية المختلفة التي تغطي الأسواق المحلية والوطنية والدولية لهم الغرض منها ووظيفتها ونجاحها. باستخدام البحث، ستتّنجز في كيفية تأثير الخصائص والتأثيرات داخل بيئه الأعمال على أداء الأعمال. سوف تصل إلى استنتاج حول فعالية استجابة المؤسسات التجارية للبيئة المتغيرة وكيف سيمهد ذلك الطريق للنجاح والتطور في المستقبل.

ستمنحك هذه الوحدة المعرفة والفهم للمؤسسات التجارية والبيئات المطلوبة للتقدّم إلى العمل في مجال الأعمال أو المبيعات أو التسويق، أو دعمك للتقدّم إلى التعلم عالي المستوى.

### التقييم

تحتوي هذه الوحدة على واجب محدد من قبل بيرسون. ويجب على المتعلّمين إكمال موجز واجب محدد من قبل بيرسون.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (ا) فهم الغرض من إنشاء الشركة وملكيتها
- (ب) فهم البيئة التي تعمل فيها الشركات

## ملخص الوحدة

نهج التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
	(1) الغرض من وراء إنشاء الشركة (2) أنواع الملكية (3) الحجم والنطاق (4) تصنیف الشركات	(أ) فهم الغرض من إنشاء الشركة وملكيتها
يجري تقييم هذه الوحدة من خلال الواجب المحدد من قبل بيرسون.	(ب1) خصائص بيئه الأعمال (ب2) العوامل الخارجية	(ب) فهم البيئة التي تعمل فيها الشركات

**المحتوى**

**هدف التعلم (أ):** فهم الغرض من إنشاء الشركة وملكيتها

يجب أن يدرك المتعلمون أن الغرض التجاري يمكن أن يختلف اعتماداً على ملكية الشركة أو حجمها أو حجمها أو تصنيفها.

**(1) الغرض من وراء إنشاء الشركة**

- إنتاج وتوريد السلع.
- توفير الخدمات.
- توزُّع المخاطر.
- لتوليد الإيرادات.
- لتوليد الربح.
- المشاركة المجتمعية والدعم.
- تقديم الدعم والخدمات غير الهدافـة للربح.

**(2) أنواع الملكية**

- صاحب مشروع فردي.
- شراكة.
- شركات محدودة:
  - شركات خاصة — محدودة
  - شركات عامة - شركة عامة محدودة.
- مؤسسة خيرية.
- مؤسسة اجتماعية.
- منظمة تطوعية.
- جمعية تعاونية.
- حكومي.

**(3) الحجم والنطاق**

- صغيرة جداً - تضم ما يصل إلى تسع موظفين.
- صغيرة: تضم من 10 إلى 49 موظفًا.
- متوسطة: تضم بين 50 و 249 موظفًا.
- كبيرة: تضم أكثر من 250 موظفًا.
- محلية
- إقليمي.
- وطنية
- أوروبية
- عالمية/دولية.

**4) تصنيف الشركات**

- أولية: استخراج المواد الخام، مثل التعدين وصيد الأسماك والزراعة.
- ثانوي: قطاع التصنيع، المعنى بإنتاج السلع الجاهزة، مثل البناء والتتصنيع والمرافق مثل الكهرباء والغاز.
- ثالثية: قطاع الخدمات، المعنى بتقديم السلع والخدمات غير الملموسة للمستهلكين، مثل البيع بالتجزئة، والسياحة، والخدمات المصرفية، والترفيه، وخدمات تكنولوجيا المعلومات، والنقل.

**هدف التعلم (ب): فهم البيئة التي تعمل فيها الشركات**

**(ب1) خصائص بيئه الأعمال**

- البيئة وحجم السوق.
- إمكانية توقع الأسواق.
- الاتجاهات (الاحتياجات والرغبات والدخل والنمو/الانخفاض).
- العرض والطلب.
- الطلب:
  - محلي
  - وطني
  - دولي
  - المنافسون.
- النمو أو التراجع النسبي حسب القطاع.
- تراجع الصناعات الأساسية والثانوية
- نمو صناعات الخدمات الثالثية.
- زيادة عمليات الشركة على مستوى العالم.
- التحول الرقمي وتأثير التكنولوجيا.

**(ب2) العوامل الخارجية**

- سياسية، مثل تغيير الحكومة، سياسة الحكومة، المبادرات الحكومية، الاتفاقيات التجارية، الانتخابات.
- اقتصادية، مثل التغيرات في معدلات التوظيف والدخل والنمو الاقتصادي / الركود وأسعار الصرف والتضخم / الانكماش.
- اجتماعية، مثل نمط حياة المستهلك، سلوكيات المشتري، والدين، والمساواة، والاتجاهات الاجتماعية، والاتجاهات демографية، والأدوات، والتفضيلات، وطلب العملاء.
- تكنولوجية، مثل التكنولوجيا الجديدة والتصنيع بمساعدة الكمبيوتر والأتمتة والرقمنة.
- قانونية، مثل التغيير في القانون/التشريع، والقانون الدولي، والقوانين الإقليمية، ولوائح الكتلة التجارية، ولوائح المالية، ولوائح الحكومية، والتشريعات الخيرية (يجب استخدام اللوائح والتشريعات السارية في وقت التدريس. من المتوقع منهم المخطط التفصيلي فقط).
- بيئية، مثل تغير المناخ، وإدارة النفايات، وال Kovath الطبيعية، وانبعاثات الكربون، والنفايات، وإعادة التدوير، والاستدامة، والأثار البيئية المحلية، والزراعة.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
		هدف التعلم (أ): فهم الغرض من إنشاء الشركة وملكيتها
<b>AB.D1</b> تقييم كيفية استجابة مؤسسة تجارية مختارة للتغيرات في بيئة عمل الشركة لتحقيق الغرض منه.	A.M1 قارن الحجم ونطاق وملكية وتصنيف المؤسسات التجارية المختلفة وتأثيرها على الغرض من إنشاء الشركة.	A.P1 حدد الغرض من المؤسسات التجارية المبيانية. A.P2 صيف الأنواع المختلفة لملكية الشركات وحجم ونطاق وتصنيف المؤسسات التجارية المختلفة.
		هدف التعلم (ب): فهم البيئة التي تعمل فيها الشركات
	B.M2 شرح تأثير العوامل الخارجية على بيئة الأعمال وعمليات الشركات المحددة.	B.P3 وصف خصائص بيئة الأعمال المحددة. B.P4 وصف العوامل الخارجية التي تؤثر على بيئة الأعمال المحددة.

## معلومات أساسية للواجبات

يجري تقييم هذه الوحدة باستخدام الواجب المحدد من قبل بيرسون. يجب استخدام واجب محدد لتقييم المتعلمين.

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

بالنسبة لهذه الوحدة، يجب أن يتمتع المتعلمون بامكانية الوصول إلى بيئة تدرس الشركات المناسبة وإلى الإنترن特 للبحث. قد يفكر المعلمون في بناء بنك من المواد المرجعية لضمان وجود إمدادات كافية من المعلومات ذات الصلة عبر النطاق من أنواع الأعمال والقطاعات. يمكن للهيئات الحكومية أيضًا توفير المواد.

يمكن للمتعلمين الحصول على أدلة من مكان العمل أو من الخبرة العملية. قد يتمكن بعض المتعلمين من الوصول إلى المعلومات من الشركات المملوكة للعائلة أو التي تديرها. قد يرغب بعض المتعلمين في إجراء بحث أولي في المؤسسات التجارية. باستخدام مجموعة متنوعة من أساليب البحث الأولية.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

#### أهداف التعلم (أ) و(ب)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيقوم المتعلمون بإجراء بحث محدد ومفصل عن مؤسستين تجاريتين تعملان في الأسواق المحلية أو الوطنية أو الدولية/الأوروبية باستخدام مجموعة واسعة من المصادر. سيستخدم المتعلمون أبحاثهم لإعداد تقرير يقيم الغرض من المؤسسات التجارية داخل قطاع معين واستخلاص استنتاجات حول كيفية استجابة هذه المنظمات للتغيرات في بيئة الأعمال. سيقدم المتعلمون مقارنة شاملة للمؤسسات التجارية المختلفة والغرض منها مع إظهار فهم شامل لحجم الأعمال ونطاقها وملكيتها وتصنيفها، مع الإشارة بشكل محدد إلى نتائج البحث. سيُظهر المتعلمون فيما شاملاً لبيئة الأعمال والعوامل الخارجية التي تؤثر على أداء الأعمال والعمليات وتقييم روابط ذات صلة بين هذه العوامل والغرض التجاري. ستكون الإشارات إلى أمثلة الأعمال مركزة بشكل واضح ذات صلة كاملة في جميع أنحاء التقرير وستتوفر دراسة متوازنة للعوامل. سيستخدم المتعلمون الأمثلة بشكل فعال لتقييم استجابة الأعمال للتغيرات في البيئة وإنشاء روابط لكيفية تأثير ذلك على غرض العمل.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيقوم المتعلمون بإجراء بحث ذي صلة وشامل في منظمتين تجاريتين تعملان في الأسواق المحلية أو الوطنية أو الدولية/الأوروبية باستخدام مجموعة واسعة من المصادر والأمثلة. يجب على المتعلمين استخدام أبحاثهم لتطوير تقرير مفصل يقارن المؤسسات التجارية المختلفة فيما يتعلق بحجمها ونطاقها وملكيتها، مع الأخذ في الاعتبار كيفية تأثيرها على غرض المؤسسة. سيستخدم المتعلمون أمثلة للمؤسسات التجارية المختلفة لدعم المقارنة وتسلیط الضوء على تأثير الاختلافات والتباينات على نجاح الشركات وفشلها. من خلال استكشاف مفصل لخصائص وعوامل بيئة الأعمال، سيُظهر المتعلمون فيما واضحًا للتأثير على العمليات التجارية. سيقوم المتعلمون بعمل روابط واضحة ذات صلة ومتوازنة لأمثلة الأعمال في جميع أنحاء تقريرهم.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب على المتعلمين إجراء البحوث ذات الصلة في منظمتين تجاريتين تعملان في الأسواق المحلية أو الوطنية أو الدولية/الأوروبية والعوامل التي تؤثر عليهم. باستخدام نتائج أبحاثهم، يجب على المتعلمين إنتاج تقرير يستكشف سياق المؤسسات التجارية المختلفة، مع الإشارة إلى حجمها ونطاقها وتصنيفها وملكيتها، وكيف يؤثر ذلك على الغرض من إنشاء الشركة. سيُظهر المتعلمون فيما أساساً لبيئة الأعمال وتأثير ذلك على العمليات التجارية والناتج، مع الإشارة إلى مجموعة من العوامل الخارجية ودور الحكومة في نجاح الأعمال أو فشلها. سيقوم المتعلمون بإنشاء روابط أساسية لأمثلة الأعمال لدعم عملهم.

## ضوابط التقييم

- الوقت: هذا الواجب له فترة زمنية موصى بها. وهذا للحصول على المشورة فقط ويمكن تعديله وفقاً لاحتياجات المتعلمين.
- الإشراف: يجب أن تكون واثقاً من أصالة عمل المتعلمين. قد يعني هذا أنه يجب الإشراف على المتعلمين.
- الموارد: يجب أن يتمكن جميع المتعلمين من الوصول إلى نفس أنواع الموارد لإكمال الواجب.
- البحث: يجب إعطاء المتعلمين الفرصة لإجراء البحث خارج سياق التعلم إذا لزم الأمر للواجب.

## روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 2: المؤسسات التجارية
- الوحدة 11: الشركات عبر الإنترنت.

## مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- الخبرات العملية
- مواد الأعمال كنماذج
- زيارات للمؤسسات التجارية المناسبة.

## فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير المهارات الرقمية الأساسية ومهارات البحث اللازمة للتوظيف.



## الوحدة 2: المؤسسات التجارية

المستوى: 2

نوع الوحدة: واجب محدد من قبل بيرسون

ساعات التعلم الموجّه: 30

### موجز عن الوحدة

سيقوم المتعلمون بالبحث في أنشطة المؤسسات التجارية المختلفة وأهدافها وغاياتها. سوف يستكشفون أيضًا المجالات الوظيفية المختلفة في المؤسسات التجارية وكيفية ربطها وترابطها.

### مقدمة الوحدة

هل تسألت يومًا عن سبب وجود الشركات؟ لماذا تم إنشاؤها في المقام الأول؟ عندما تنمو الشركة، ما المتخصصون الذين ستحتاج إلى توظيفهم في الوظائف المختلفة وكيف سيعملون معًا لإنجاح الأعمال؟

سيكون لدى الشركة مجموعة من الأهداف والغايات للعمل من أجلها وقد تستخدم لتقييم ما إذا كانت الشركات قد نجحت أم لا. قد يكون لدى الشركات أيضًا متخصصون مختلفون يعملون داخلها ويعملون مع بعضهم البعض لجعل الشركات فعالة.

ستتعلم في هذه الوحدة أيضًا مدى اختلاف الأهداف والغايات باختلاف الشركات ومن ثم كيفية قيامها بتنظيم نفسها من أجل تحقيق هذه الأهداف. سوف تتعلم عن الشركات وكيف يمكن أن تساعد الشركات على تحقيق أهدافها وغاياتها. سوف تتعلم عن المجالات الوظيفية المختلفة الموجودة في الشركات المختلفة وكيف أن التفاعل بينها سيساعد الشركة أيضًا على تحقيق أهدافها وغاياتها.

### التقييم

تحتوي هذه الوحدة على واجب محدد من قبل بيرسون. ويجب على المتعلمين إكمال موجز واجب محدد من قبل بيرسون.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (ا) البحث في أنشطة الشركات المختلفة وأهدافها وغاياتها
- (ب) التعرف على المجالات الوظيفية وتفاعلها في الشركات المختلفة

## ملخص الوحدة

نهج التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
يجري تقييم هذه الوحدة من خلال الواجب المحدد من قبل بيرسون.	(1) أنشطة الشركة (2) الأهداف والغايات	(أ) البحث في أنشطة الشركات المختلفة وأهدافها وغاياتها
	(ب1) المجالات الوظيفية وأنشطتها (ب2) الروابط بين المجالات الوظيفية	(ب) التعرف على المجالات الوظيفية وتفاعلها في الشركات المختلفة

## المحتوى

هدف التعلم (ا): البحث في أنشطة الشركات المختلفة وأهدافها وغايياتها

### (ا) أنشطة الشركة

#### • القطاعات ضمن الاقتصاد

- أولية: استخراج المواد الخام: مثل التعدين وصيد الأسماك والزراعة والحصول على الموارد المتتجدة: مثل طاقة الرياح والطاقة الشمسية وطاقة المد والجزر والطاقة المائية والطاقة الحرارية الأرضية وطاقة الكتلة الحيوية والموارد غير المتتجدة: مثل محطات الطاقة والوقود الأحفوري

ثانوي: قطاع التصنيع، المعنى بإنتاج السلع الجاهزة، مثل البناء والت تصنيع والمرافق مثل الكهرباء والغاز.

- ثانية: قطاع الخدمات، المعنى بتقديم السلع والخدمات غير الملموسة للمستهلكين، مثل البيع بالتجزئة والسياحة والبنوك والترفيه وخدمات تكنولوجيا المعلومات والنقل

#### • القطاعين الخاص والعام

- المؤسسات الربحية وغير الربحية والخيرية والتطوعية والاجتماعية والشركات الأخلاقية.

#### • السلع والخدمات:

السلع الملموسة: المواد التي يمكن استخدامها أو لمسها أو تخزينها، مثل المنتجات الغذائية والألعاب والسيارات والملابس وأجهزة الكمبيوتر والأثاث

- الخدمات غير الملموسة: الإجراءات التي لا يمكن لمسها أو تخزينها ويتم تقديمها للعملاء لفترة من الوقت، مثل تصفييف الشعر، والوصول إلى الإنترنت، والسفر بالقطار، وإصلاح المنتجات، والتنظيف، والتوظيف، والخدمات اللوجستية، وإدارة النفايات، والتأمين

- السلع/الخدمات الاستهلاكية وسلع/خدمات المستهلكين.

### (ب) الأهداف والغايات

الرسالة أو الرؤية: النتائج المرجوة على المدى الطويل لجهود الشركة أو هدف الشركة والغرض من وجودها.

• الأهداف: الأهداف طويلة المدى للشركات.

• الغايات: أهداف لمساعدة في تحقيق الأهداف العامة للشركات:

- SMART: محددة وقابلة للقياس وقابلة للتحقيق وواقعية ومحددة زمنياً.

• الأهداف والغايات المالية: البقاء، الربح، المبيعات، الحصة السوقية، الأمان المالي.

• الأهداف والغايات غير المالية: الأهداف الاجتماعية، تقديم الخدمات، سد فجوة في السوق وأهداف المالك، مثل الرضا الشخصي والتحدي والاستقلال والسيطرة.

• أهداف مختلفة:

○ أهداف القطاع الخاص، مثل تحقيق نقطة التعادل، والبقاء، وزيادة الربح لأقصى قدر، والنمو، ودفع أرباح الأسهم للمساهمين

○ أهداف القطاع العام، مثل توفير الخدمات، والحد من التكاليف، والقيمة مقابل المال، وتلبية المعايير الحكومية، ونمو نطاق الخدمات

○ الأهداف الاجتماعية، مثل مساعدة جزء من المجتمع، والتبرع بالمال للجمعيات الخيرية، مساعدة البيئة، وممارسات التجارة العادلة، وتوفير مرافق الرعاية الاجتماعية.

• الغرض من الأهداف في توفير التركيز على الأعمال.

• علاقة الأهداف والغايات بالشركات الأخرى، مثل الموردين والمنافسين.

• التغيرات مع تطور الشركة:

- مواجهة للتغيرات في ظروف السوق والمنافسة والتكنولوجيا والأداء والتشريع والأسباب الداخلية
- التغيرات في جوانب التركيز، مثل البقاء أو النمو
- دخول الأسواق أو الخروج منها
- زيادة القوى العاملة أو تقليلها
- زيادة أو تقليل نطاق المنتجات.

• العواقب المرتبة على الفشل في تحقيق الأهداف والغايات.

هدف التعلم (ب): التعرف على المجالات الوظيفية وتفاعلها في الشركات المختلفة

(ب1) المجالات الوظيفية وأنشطتها

- المبيعات، على سبيل المثال توليد الإيرادات ومندوبي المبيعات.
- الإنتاج/العمليات، مثل إنتاج السلع أو الخدمات، ومراقبة الجودة.
- الشراء، على سبيل المثال شراء المواد الخام والآلات والمعدات واللوازم.
- الإدارة، مثل التخطيط وصنع القرار واستخدام التكنولوجيا.
- خدمة العملاء، مثل التفاعل مع العملاء، والتعامل مع الاستفسارات، والشكوى، والتعامل مع الطلبات، ومكاتب المساعدة، ومراكز الاتصال، واستخدام التجارة الإلكترونية
- التوزيع، مثل تسليم الطلبات واستلام البضائع والخدمات اللوجستية والنقل.
- التمويل، على سبيل المثال جمع التمويل وإعداد الميزانيات وإعداد الحسابات الختامية وكشف المرببات.
- الموارد البشرية، مثل التوظيف والاختيار، وتتدريب الموظفين، والعلاقات الصناعية، والصحة والسلامة.
- التسويق، مثل الإعلان وأبحاث السوق والترويج وبيع المنتجات.
- البحث والتطوير، مثل الابتكار والاختراع والتصميم والتطوير أسواق جديدة، وتطوير منتجات جديدة.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الدعم التشغيلي، وتوفير البرامج، وتوفير الأجهزة.

(ب2) الروابط بين المجالات الوظيفية

- الترابط بين الوظائف: العلاقات والتفاعلات مع بعضها البعض، على سبيل المثال الموارد البشرية وتعيين الموظفين للعمل في وظائف أخرى، وتوفير الميزانيات لوظائف أخرى.
- الروابط الخارجية، مثل الموردين والعملاء والبنوك والوكالات الحكومية، أعمال أخرى.
- تدفق المعلومات
- تدفق السلع والخدمات.
- الأهداف والغايات الوظيفية والروابط مع أهداف وغايات الأعمال.
- استخدام التكنولوجيا لدمج المجالات الوظيفية.
- الفرق في المتخصصين الوظيفيين في الشركات الصغيرة مقارنة بالشركات الكبيرة.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
	هدف التعلم (أ): البحث في أنشطة الشركات المختلفة وأهدافها وغاياتها	
A.D1 تقييم فعالية كيفية مساعدة الأنشطة في تحقيق الأهداف الأهداف والغايات في الشركات المتباعدة.	A.M1 تحليل كيف تساعد الأنشطة في تحقيق الأهداف والغايات في الشركات المتباعدة.	A.P1 شرح الأهداف، الأهداف والغايات للشركات المتباعدة. A.P2 وصف أنشطة الشركات المتباعدة.
هدف التعلم (ب): التعرف على المجالات الوظيفية وتفاعلها في الشركات المختلفة		
B.D2 تقييم الطريقة التي تساعد بها الروابط والتفاعل بين المجالات الوظيفية كل شركة متباعدة في تحقيق أهدافها وغاياتها.	B.M2 تحليل الروابط والتفاعل بين المجالات الوظيفية في الشركات المتباعدة.	B.P3 شرح أنشطة المجالات الوظيفية في الشركات المتباعدة. B.P4 وصف الروابط بين المجالات الوظيفية في الشركات المتباعدة.

## معلومات أساسية للواجبات

يجري تقييم هذه الوحدة باستخدام الواجب المحدد من قبل بيرسون. يجب استخدام واجب محمد لتقييم المتعلمين.

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

بالنسبة لهذه الوحدة، يجب أن يتمكن المتعلمون من الوصول إلى مجموعة من معلومات الأعمال الحالية على موقع الويب ومن الموارد المطبوعة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

ستكون الشركات متباعدة من حيث القطاع أو الحجم أو الأنشطة، مثل متجر بقالة كبير للبيع بالتجزئة مقارنة بمصنع ملابس متوسط الحجم.

#### هدف التعلم أ

بالنسبة لمعايير الامتياز، سيحصل المتعلمون على الأدلة ذات الصلة من شركتين متباعدتين ويستخدمونها لتقييم كيفية مساعدة أنشطة هاتين الشركاتين كل شركة على تلبية أهدافها وغاياتها يجب أن يكون هناك دليل على ما إذا كانت كل شركة قد تطورت بمرور الوقت وما إذا كانت قد حققت أهدافها وغاياتها. يجب على المتعلمين تقديم نتيجة مستندة إلى الأدلة.

بالنسبة لمعيار التفوق، يحتاج المتعلمون إلى تحليل كيفية مساعدة الأنشطة في كل شركة متباعدة في تحقيق الأهداف والغايات في كل منها. لهذا يجب عليهم تقديم فحص منهجي للعلاقة المبادلة بين الأنشطة والأهداف والغايات في كل شركة.

بالنسبة لمعايير النجاح، سيستخدم المتعلمون الأدلة التي جمعوها لتحديد الأنشطة والأهداف والغايات في كل شركة متباعدة. سيؤدي ذلك بعد ذلك إلى وصف الأنشطة لكل شركة. سيقدم المتعلمون شرحاً لكل هدف وغاية لكلا الشركتين من حيث كيفية ارتباط أهداف معينة بالأهداف بالإضافة إلى ملاحظة الأهداف المالية أو الأهداف غير المالية. سيشرح المتعلمون أيضًا سبب اختيار كل شركة للأهداف والغايات.

#### هدف التعلم (ب)

بالنسبة لمعايير الامتياز، سيُطلب من المتعلمين تقييم الروابط والتفاعل بين المجالات الوظيفية في كل شركة متباعدة وكيف تساعدهم على تحقيق أهدافهم وغاياتهم. على سبيل المثال، قد يسعى قسم المبيعات إلى كسب المبيعات لتوليد الدخل ويمارس قسم الشؤون المالية التحكم في التكاليف، ويمكن ربط كلا النشاطين معاً بزيادة الأرباح لأقصى قدر. يجب على المتعلمين إظهار دراسة متأنية للتفاعل بين المجالات الوظيفية وتحديد أهم الروابط والتفاعلات للاستنتاج بعد ذلك حول كيفية تسهيل أهداف وغايات الشركات.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيقدم المتعلمون فحصاً تفصيلياً للروابط والتفاعل بين المجالات الوظيفية في الشركتين متباعدتين، على سبيل المثال، كيف يحتاج قسم الموارد البشرية للتأكد من توظيف الأشخاص الذين لديهم المهارات المناسبة للعمل في قسم التسويق.

بالنسبة لمعايير النجاح، سيشرح المتعلمون أغراض وأنشطة المجالات الوظيفية لشركتين متباعدتين وسيكون هناك بعض الوصف للروابط بين الوظائف. يجب على المتعلمين النظر في كل وظيفة وكيفية ممارستها داخل كل شركة. سيظهرون أنهم يفهمون كيف أن الوظائف قد لا تكون أقسام منفصلة في الشركات الصغيرة وقد يكون لديها متخصصون يعملون في الشركات الكبيرة، وهذا يعني أن الأنشطة والأغراض قد تكون مختلفة في كل شركة. يجب على المتعلمين توضيح عملهم بأمثلة مناسبة من أجراهم.

## ضوابط التقييم

- الوقت: هذا الواجب له فترة زمنية موصى بها. وهذا للحصول على المشورة فقط ويمكن تعديله وفقاً لاحتياجات المتعلمين.
- الإشراف: يجب أن تكون واثقاً من أصالة عمل المتعلمين. قد يعني هذا أنه يجب الإشراف على المتعلمين.
- الموارد: يجب أن يتمكن جميع المتعلمين من الوصول إلى نفس أنواع الموارد لإكمال الواجب.
- البحث: يجب إعطاء المتعلمين الفرصة لإجراء البحث خارج سياق التعلم إذا لزم الأمر للواجب.

### روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 1: أغراض إنشاء الشركات
- الوحدة 5: الأشخاص في المؤسسات

### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- الخبراء العملية
- مواد الأعمال كنماذج
- زيارات للمؤسسات التجارية المناسبة.

### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات البحث والتخطيط.



## الوحدة 3: التنبؤ بالأداء المالي للشركة

المستوى: 2  
نوع الوحدة: واجب محدد من قبل بيرسون  
ساعات التعلم الموجّه: 30

### موجز عن الوحدة

سوف يفهم المتعلمون الجوانب المالية لإدارة الأعمال من خلال النظر في المفاهيم الأساسية لتحليل نقطة التعادل والتنبؤ بالتدفق النقدي.

### مقدمة الوحدة

المال هو قلب الأعمال. يُرجح أنه السبب الرئيسي لإنشاء الشركة واستمرارها في التجارة.

ستتعلم في هذه الوحدة على أنواع التكاليف التي ستحملها الشركات المختلفة. سوف تستكشف كيف يؤدي بيع المنتجات والخدمات إلى تحقيق إيرادات لمنحك الأساس الذي تقوم عليه لتطوير فهمك للربح، وهذا يؤدي إلى تحليل نقطة التعادل، وهو أسلوب يستخدم لتحديد النقطة التي تتساوى عندها إيرادات المبيعات مع التكاليف.

ستدرك مفهوم التنبؤ بالتدفق النقدي، الذي يقدر توقيت وكميات التدفقات النقدية الواردة والصادرة خلال فترة محددة (عادة ما تكون سنة واحدة). ويلي ذلك التعرف على كيفية إدارة التدفقات النقدية بشكل أكثر فاعلية، وسيتم إعطائك نظرة ثاقبة على أحد الأسباب الرئيسية لفشل الشركة - مسألة توقيت الدفع بدلاً من مسألة الربحية وحدها.

تعد المعرفة والمهارات التي تم تطويرها في هذه الوحدة ضرورية لأي شخص يدير مشروعًا تجاريًا صغيرًا أو يشارك في الإدارة المالية لمؤسسات الأعمال. وستتطور المهارات والمعرفة والأساليب المهنية من خلال محاكاة أنواع المهام التي من المتوقع أن تنجزها شركة حقيقية لضمان إدارة مواردها المالية بنجاح.

### التقييم

تحتوي هذه الوحدة على واجب محدد من قبل بيرسون. ويجب على المتعلمين إكمال موجز واجب محدد من قبل بيرسون.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (ا) التعرف على تكاليف المنشأة التجارية وإيراداتها لحساب الربح
- (ب) التعرف على تحليل نقطة التعادل والتنبؤ بالتدفق النقدي.

## ملخص الوحدة

نحو التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
	(1) تكاليف الشركة (2) الإيرادات (3) الربح	(أ) التعرف على تكاليف المنشأة التجارية وإيراداتها لحساب الربح
يجري تقييم هذه الوحدة من خلال الواجب المحدد من قبل بيرسون.	(ب) (1) حساب نقطة التعادل (ب) (2) استخدام نقطة التعادل (ب) (3) إعداد تنبؤ بالتدفق النقدي (ب) (4) تحليل التنبؤ بالتدفق النقدي	(ب) التعرف على تحليل نقطة التعادل والتنبؤ بالتدفق النقدي.

## المحتوى

هدف التعلم (ا): التعرف على تكاليف المنشآة التجارية وإيراداتها لحساب الربح

### (1) تكاليف الشركة

• تكاليف بدء التشغيل (مثلاً المركبات والآلات والمعدات والكمبيوتر والتركيبات والتجهيزات).

#### تكاليف التشغيل (الإدارة):

- التكاليف الثابتة (غير المباشرة)، مثل التأمين والكهرباء والإيجار ورسوم إدارة الأعمال
- التكاليف المتغيرة ( مباشرة)، مثل المواد والعمولة والتعبئة
- إجمالي التكاليف = (التكاليف الثابتة + التكاليف المتغيرة).

• أهمية تقليل التكاليف.

#### طرق لتقليل التكاليف:

- التعامل مع موردين أرخص
- خصم الشراء بالجملة.

### (2) الإيرادات

• مصادر الإيرادات:

- المبيعات من السلع/الخدمات
- الفائدة
- الدخل الإيجاري/ التأجير.

• حساب إيرادات إجمالي المبيعات:

- الإيراد = سعر بيع الوحدة × عدد الوحدات المباعة
- أهمية زيادة الإيرادات لأقصى قدر.

• طرق لزيادة الإيرادات لأقصى قدر:

- زيادة سعر المبيعات
- زيادة عدد السلع المباعة.

### (3) الربح

• التعريفات:

- الربح (الإيرادات < النفقات)
- الخسارة (الإيرادات > النفقات)

• حساب إجمالي الربح:

- إجمالي الربح = إيرادات إجمالي المبيعات - تكلفة المبيعات

• حساب صافي الربح:

- صافي الربح = إجمالي الربح - النفقات.

• تحقيق أقصى قدر من الأرباح.

هدف التعلم (ب): التعرف على تحليل نقطة التعادل والتنبؤ بالتدفق النقدي.

**(ب1) حساب نقطة التعادل**

- تعريف نقطة التعادل (الإيرادات تساوي النفقات).
- معادلة نقطة التعادل:

$$\text{نقطة التعادل} = \frac{\text{التكاليف الثابتة}}{\text{الربحية}} = \frac{\text{التكاليف الثابتة}}{\text{الربحية} - \text{التكاليف المتغيرة}}$$

مخططات نقطة التعادل:

- خط التكاليف الثابتة
- خط إجمالي التكاليف =  $\text{التكاليف الثابتة} + \text{التكاليف المتغيرة}$ .
- خط إيرادات المبيعات
- نقطة التعادل (على سبيل المثال عدم الربح أو الخسارة)
- مجالات الربح والخسارة
- هامش الأمان (على سبيل المثال المبيعات الفعلية - نقطة التعادل).

**(ب2) استخدام نقطة التعادل**

- تأثير التغيرات في الإيرادات/التكاليف على نقطة التعادل.
- الغرض من تحليل نقطة التعادل.
- فوائد/قيود استخدام نقطة التعادل.

**(ب3) إعداد تنبؤ بالتدفق النقدي**

- التدفقات النقدية الواردة:

- مبيعات السلع أو الخدمات
- رأس المال من المستثمرين
- قرض من بنك
- تأجير العقارات
- توقيت التدفقات النقدية الواردة.

- التدفقات النقدية الصادرة:

- المشتريات (مثل المواد الخام/المخزون)
- الأجور
- تسديد القروض
- التأمين
- الفائدة على القروض
- إيجار/رهن
- المرافق
- توقيت التدفقات النقدية الصادرة.

- الرصيد النقدي:

- الرصيد الافتتاحي
- الرصيد الختامي
- صافي التدفق النقدي.

**(ب4) تحليل تنبؤات التدفق النقدي**

- الغرض من/فوائد استخدام التنبؤ بالتدفق النقدي.
- إجراءات تحسين التنبؤ بالتدفق النقدي.
- قيود استخدام تنبؤات التدفق النقدي.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
A.D1	<p>هدف التعلم (أ): التعرف على تكاليف المنشأة التجارية وإيراداتها لحساب الربح</p> <p>A.M1 تحليل أهمية التكاليف والإيرادات والأرباح للمؤسسة التجارية.</p>	<p>A.P1 تحديد الفرق بين تكاليف بدء التشغيل والتكاليف المتغيرة والثابتة للمؤسسة التجارية.</p> <p>A.P2 تحديد مصادر الإيرادات المختلفة للمؤسسة التجارية.</p> <p>A.P3 شرح الفرق بين إجمالي الربح وصافي الربح للمؤسسة التجارية.</p>
B.D2	<p>هدف التعلم (ب): التعرف على تحليل نقطة التعادل والتنبؤ بالتدفق النقدي.</p> <p>B.M2 توضيح تأثير تغير بيانات التكلفة والإيرادات على نقطة التعادل.</p> <p>B.M3 تحليل تأثير التدفق النقدي الضعيف والقوى للمؤسسة التجارية.</p>	<p>B.P4 وصف الغرض من استخدام تحليل نقطة التعادل للمؤسسة التجارية.</p> <p>B.P5 حساب نقطة التعادل باستخدام بيانات معينة.</p> <p>B.P6 إعداد التنبؤ بالتدفق النقدي باستخدام البيانات الشهرية.</p> <p>B.P7 تحديد الغرض والفائدة من التنبؤ بالتدفق النقدي للمؤسسة التجارية.</p>

## معلومات أساسية للواجبات

يجري تقييم هذه الوحدة باستخدام الواجب المحدد من قبل بيرسون. يجب استخدام واجب محدد لتقييم المتعلمين.

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

سيحتاج المتعلمون إلى الوصول إلى أجهزة الكمبيوتر والآلات الحاسبة لهذه الوحدة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

#### هدف التعلم (أ)

بالنسبة لمعيار الامتياز سيحتاج المتعلمون إلى إظهار فهم شامل لأهمية الربح لأي مؤسسة تجارية واستخدام البيانات المقدمة للتوصية بكيفية قيام الشركة المحددة بتحسین أرباحها فيما يتعلق بمستويات الإيرادات والتكاليف. يجب تبرير التوصيات فيما يتعلق بسياق الأعمال. يجب على المعلم تفصيل الإجراءات المحددة التي يمكن أن تتخذها الشركة فيما يتعلق بتقليل التكاليف و/أو زيادة الإيرادات لشركة معينة. سيحتاج المتعلمون إلى إثبات فهمهم لأهمية صافي الربح عند اقتراح توصيات للشركة.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيُظهر المتعلمون مستوى جيداً من الفهم وسيكونون قادرین على شرح أهمية التكاليف والإيرادات والأرباح لشركة معينة. سيُظهر المتعلمون أنهم يفهمون لماذا يجب على المؤسسة التجارية محاولة زيادة الربح لأقصى قدر فيما يتعلق بزيادة الإيرادات وخفض التكاليف. يتوقع من المتعلمين استخدام حساباتهم الخاصة بالأرباح الإجمالية والصافية لمساعدةهم على تحليل الأهمية بالنسبة للأعمال.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيحدد المتعلمون كل التكاليف المذكورة (تكاليف بدء التشغيل، تكاليف التشغيل، التكاليف الثابتة والمتغيرة) مع إعطاء أمثلة لكل فئة ذات صلة بالشركة. سيقوم المتعلمون أيضاً بتحديد وتقديم أمثلة لمصادر الإيرادات المختلفة للمؤسسة التجارية المختارة. سيشرح المتعلمون الفرق بين إجمالي الربح وصافي الربح من البيانات المقدمة. سيشمل ذلك حساب إجمالي وصافي الربح من الأرقام المقدمة لتوضيح فهمهم لهذه المصطلحات.

#### هدف التعلم (ب)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيوضح المتعلمون بدقة استخدام التعادل والتنبؤ بالتدفقات النقدية باستخدام بيانات معينة. سيُظهرن تأثير التغييرات على نقطة التعادل باستخدام البيانات الجديدة المقدمة وتحليل التأثير على الشركات ذات التدفق النقدي الضعيف والقوى. سيُظهرن فهماً واضحاً للغرض من كل من تحليل نقطة التعادل والتنبؤ بالتدفق النقدي وتقدير أهمية كل أداة تخطيط للإدارة الفعالة للشركة. سيتضمن التقييم أمثلة محددة عن كيفية مساعدة كل أداة تخطيط للشركات على اتخاذ القرارات وسيُظهر أن المتعلم يفهم تماماً فوائد وقيود هذه الأساليب.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيحتاج المتعلمون إلى إثبات تأثير التغييرات في التكاليف/الإيرادات من خلال إعادة حساب نقطة التعادل باستخدام البيانات الجديدة المقدمة. من المتوقع أن يستخدم المتعلمون كل من المعادلة ومخطط نقطة التعادل لإظهار تأثير التغييرات. يجب عرض المخطط بوضوح وتسميه بشكل صحيح. سيقوم المتعلمون بتحليل تأثير التدفق النقدي الضعيف أو السليبي على الشركة ولماذا يمكن أن تتعرض الشركة التي تُدر ربحاً للإفلاس بسهولة بسبب التدفق النقدي المرتبط بمشاكل التدفق النقدي الوارد والصادر. سيطلب من المتعلمين تحديد الإجراءات التي يمكن اتخاذها لتحسين الرصيد الخاتمي للتدفق النقدي. من المتوقع أن يعيدوا حساب التنبؤ بالتدفق النقدي وعلّمهم شرح تأثير التغييرات على الرصيد الخاتمي.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيقوم المتعلمون بحساب نقطة التعادل باستخدام المعادلة /أو تقديم مخطط نقطة التعادل المشروح الذي يوضح مناطق الربح/ الخسارة ونقطة التعادل وهامش الأمان بناءً على البيانات المقدمة. يجب عرض المخطط وتسميته بوضوح. يجب أن يكون المتعلمون أيضًا قادرين على إعداد التنبؤ بالتدفق النقدي لمدة 6 أشهر أو 12 شهراً باستخدام البيانات المقدمة. سيقوم المتعلمون بعد ذلك بتحديد الغرض/الفوائد شركة تستخدم التنبؤ بالتدفق النقدي لمساعدتها على اتخاذ قرارات الشركات.

#### ضوابط التقييم

- الوقت: هذا الواجب له فترة زمنية موصى بها. وهذا للحصول على المشورة فقط ويمكن تعديله وفقاً لاحتياجات المتعلمين.
- الإشراف: يجب أن تكون واثقاً من أصالة عمل المتعلمين. قد يعني هذا أنه يجب الإشراف على المتعلمين.
- الموارد: يجب أن يتمكن جميع المتعلمين من الوصول إلى نفس أنواع الموارد لإكمال الواجب.
- البحث: يجب إعطاء المتعلمين الفرصة لإجراء البحث خارج سياق التعلم إذا لزم الأمر للواجب.

#### روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 17: إدارة الشؤون المالية الشخصية.

#### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف
- مواد الأعمال كنماذج.

#### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير المهارات العددية وتحسين قدرتهم على استخدام مصطلحات مالية محددة بشكل مناسب.



## الوحدة 4: خطة التسويق

المستوى: 2

نوع الوحدة: واجب محدد من قبل بيرسون

ساعات التعلم الموجّه: 30

### موجز عن الوحدة

سيطّور المتعلّمون في هذا لخطط التسويق والترويج، بالنظر إلى نجاح الحملات التسويقية والترويجية الحالية. سيقوم المتعلّمون بإعداد خطة تسويقية وخطة ترويجية.

### مقدمة الوحدة

يتم استخدام خطة التسويق لدعم الشركات في تحقيق أهدافها وغاياتها. يتم استخدام الخطة الترويجية كجزء من خطة التسويق أو الاستراتيجية للتوصيل المعلومات إلى الجمهور المستهدف.

ستتعرّف في هذه الوحدة على مفاهيم التسويق المختلفة التي تحتاج إلى أخذها في الاعتبار عند وضع خطة التسويق. ستتعرّف على مزايا وعيوب مجموعة من أنواع طرق الترويج المختلفة. ستنتقل بعد ذلك إلى تطبيق مفاهيم التسويق على شركة معينة وتبرير أنواع الترويج لهذه الشركة. سيتم النظر في الأنشطة الترويجية لمجموعة من الشركات للنظر في النجاحات والإخفاقات.

سوف تقوم بتطوير المهارات اللازمة لإنتاج خطة تسويقية. سوف تتعلم أيضًا أهمية بناء العلامة التجارية ضمن خطط التسويق. أخيرًا، ستفهم المعايير المستخدمة للحكم على نجاح أو فشل الخطة.

### التقييم

تحتوي هذه الوحدة على واجب محدد من قبل بيرسون. ويجب على المتعلّمين إكمال موجز واجب محدد من قبل بيرسون.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (ا) التطرق لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة
- (ب) وضع خطة تسويقية لمنتج جديد.

## ملخص الوحدة

نهج التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
يجري تقييم هذه الوحدة من خلال الواجب المحدد من قبل بيرسون.	(أ) مفاهيم التسويق (أ) أنواع الترويج (أ) دليل النجاح والإخفاق في الترويج	(أ) التطرق لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة
	(ب) خطة التسويق (ب) بناء العلامة التجارية في خطة التسويق (ب) تبرير خطة التسويق	(ب) وضع خطة تسويقية لمنتج جديد

## المحتوى

هدف التعلم (أ): التطرق لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة

### (أ1) مفاهيم التسويق

- تعريف التسويق كوسيلة لتوقع الطلب أو تحفيزه أو إرضائه.

أهداف التسويق، مثل فهم رغبات العملاء وأهتماماتهم، وتطوير منتجات جديدة، وزيادة الإيرادات/الأرباح، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية/الولا، والبقاء في صدارة المنافسين، والتواصل الفعال مع الجمهور.

#### أبحاث التسويق:

- طرق البحث الأولية، مثل المقابلات والاستطلاعات والاستبيانات واستطلاعات الرأي، مجموعات التركيز

○ طرق البحث الثانوية، مثل تحليل طرق التسويق لدى المنافسين، تحليل PEST (السياسي والاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي).

عملية صنع القرار للمشتري - الاهتمام والمعلومات والقرار والعمل والرضا.

نقاط البيع الفريدة (USP)، على سبيل المثال مزيج/منتج فريد، أسرع وأسهل استخداماً، أرخص، والأحجام والألوان.

تقسيم العملاء واستهدافهم - تحديد العملاء النموذجيين، على سبيل المثال الموقع الجغرافي وال عمر والجنس وننمط الحياة والمواقف.

الفوائد مقابل الميزات من وجهة نظر العملاء.

#### المزيج التسويقي:

- المنتج أو الخدمة، مثل الميزات والوظائف والتباين والعلامات التجارية

المكان، ويشمل ذلك عوامل الموقع لمتجر فعلي، وعرض المنتج عبر الإنترنت، وقنوات التوزيع، على سبيل المثال مباشرة إلى المستخدمين (عبر

الإنترنت/بريد/المزاد)، عبر تجار التجزئة، عبر تجار الجملة

○ السعر، على سبيل المثال التكلفة الإضافية، المستند إلى المنافس، الاختراق، التسعير على أساس كشط السوق

○ الترويج، مثل الإعلانات التقليدية والتسويق الرقمي وأنشطة ترويج المنتجات والرعاية والبريد المباشر والبيع الشخصي والعلاقات العامة.

### (أ2) أنواع الترويج

أنواع الترويج التي تستخدمها الشركات:

- الإعلان - الأساليب التقليدية بما في ذلك:

- الإعلانات المطبوعة على سبيل المثال الصحف والمجلات

○ البث، مثل الراديو والتلفزيون والسينما

○ الإعلانات الخارجية، مثل اللوحات الإعلانية على الطرق وإعلانات الحافلات والإعلانات الرقمية الخارجية

○ الإعلانات وحيدة الاستعمال، مثل النشرات والمنشورات

- التسويق الرقمي بما في ذلك:

○ بريد إلكتروني ترويجي

○ العروض الترويجية على وسائل التواصل الاجتماعي

○ التسويق بالأشخاص المؤثرين

○ تحسين محركات البحث (SEO)

○ اللافتات الإعلانية

- أنشطة ترويج المنتجات بما في ذلك:

○ الخصومات

○ قسائم الخصم

○ نسخة تجريبية مجانية

○ هدايا مجانية عند الشراء

○ التمويل

○ جلسات أخذ العينات/التذوق

○ تجميع المنتجات

○ المنافسات

○ العروض المرئية

الرعاية، على سبيل المثال: الأحداث المقامة في الأماكن المفتوحة/الاستاد، الفرق، البرامج التلفزيونية

البريد المباشر، مثل البطاقات البريدية والنشرات والكتيبات والرسائل والكتالوجات

- البيع الشخصي، مثل البيع بالتجزئة والبيع الميداني والتسويق عبر الهاتف
- العلاقات العامة، مثل البيانات الصحفية والمؤتمرات الصحفية والمشاركة المجتمعية والمتاجر المؤقتة والترويج من خلال الشبكات والاتصالات في الأزمات.

**(أ) دليل النجاح والإخفاق في الترويج**

- أنشطة الترويج للمؤسسة التي كانت ناجحة وأسباب انتشارها، مثل الفكاهة ومشاركة المشاهير والرسائل القوية والصور القوية على نطاق واسع وحققت دعاية كبيرة، فضلاً عن أنها منخفضة التكلفة.
- أنشطة الترويج للمؤسسة التي فشلت وأسباب ذلك، على سبيل المثال: أُميء فيهم الرسالة، الرسالة معقدة للغاية، الدعاية السلبية للمشاهير، التكلفة المفرطة، الخصومات السخية للغاية.
- العوامل التي يمكن أن تؤثر على نجاح وفشل الأنشطة الترويجية.
  - الأهداف طويلة الأجل للشركة
  - أهداف تسويق الأعمال
  - استدامة الأنشطة
  - التغيرات الداخلية والخارجية في بيئة الأعمال
  - طرق ملائمة لتلبية احتياجات ومصالح السوق المستهدفة
  - المشكلات القانونية أو الأخلاقية.

هدف التعلم (ب): وضع خطة تسويقية لمنتج جديد

**(ب) خطة التسويق**

- تطبيق مفاهيم التسويق لإعداد خطة التسويق.
- مكونات خطة التسويق:
  - تعريف السوق والغرض بما في ذلك:
    - التقسيم - تحديد العملاء النموذجين، مثل الموقع الجغرافي، العمر والجنس وأنماط الحياة والمواقف
    - الطلب على المنتج/الخدمة
  - أهداف التسويق
  - رسالة التسويق والغرض منه
  - نتائج أبحاث التسويق - ملخص النتائج التي تفيد اختيار التسويق:
    - طرق البحث الأساسي
    - طرق البحث الثانيوي
  - اختيار مزيج تسويقي مناسب بما في ذلك المنتج والسعر الترويج، المكان
  - بناء العلامة التجارية
  - اختيار الوسائل المناسبة
  - تخصيص الميزانية لخطة التسويق
  - الإطار الزمني للخطة، بما في ذلك مراقبة الإنجازات المهمة.

**(ب) بناء العلامة التجارية في خطة التسويق**

- هوية العلامة التجارية، مثل الاسم والشعار وأنظمة الألوان والشخصيات.
- مزايا بناء هوية العلامة التجارية للشركات، ويشمل ذلك:
  - يساعد الشركات على التميز
  - يبني الثقة
  - يمكن الشركة من فرض سعر أعلى
  - يبني ولاء العملاء
  - يوفر الاتساق
  - يساعد على إطلاق منتجات جديدة.
- عيوب استراتيجية بناء هوية العلامة التجارية للشركة، والتي تشمل:
  - مكلفة - التصميم والبحث والتصميم الرسومي
  - تستغرق وقتاً طويلاً - الحاجة إلى الإعلان المستمر والدعاية
  - صعوبات في تغيير بناء العلامة التجارية
  - يمكن أن تؤدي الدعاية السيئة إلى تشويه صورة العلامة التجارية.

**(ج) دعم خطة التسويق بالأدلة**

- المعايير المستخدمة لدعم خطة التسويق بالأدلة، والتي تشمل:
  - تماشياً مع الأهداف طويلة الأمد للشركة
  - مساعدتها في تحقيق أهداف التسويق، مثل زيادة الإيرادات، الأرباح، المحافظة على العملاء، زيارات الموقع، الإعجابات إلى أي مدى تستخدم خطة التسويق استراتيجية بناء هوية العلامة التجارية الفعالة
  - مدى ملاءمة المزيج التسويقي للسوق المستهدفة، على سبيل المثال تلبية احتياجاتها واهتماماتها.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
هدف التعلم (أ): التطرق لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة		
A.D1 تقييم نجاح العروض الترويجية والمزيج التسويقي الذي تستخدمه الشركة.	A.M1 دعم أنواع الترويج والمزيج التسويقي الذي سيتم استخدامه لشركة معينة.	A.P1 شرح كيف تؤثر مفاهيم التسويق المختلفة على شركة معينة. A.P2 تحديد مزايا وعيوب مجموعة من أنواع طرق الترويج المختلفة.
هدف التعلم (ب): وضع خطة تسويقية لمنتج جديد		
B.D2 تقييم أهمية بناء هوية العلامة التجارية لخطة التسويق التي تضعها.	B.M2 تبرير خطة التسويق.	B.P3 إعداد خطة تسويقية لنشاط تجاري معين تلائم السوق المستهدف. B.P4 إنشاء هوية العلامة التجارية لمنتج معين. B.P5 وضع قائمة بمعايير المستخدمة للحكم على نجاح خطة التسويق.

## معلومات أساسية للواجبات

يجري تقييم هذه الوحدة باستخدام الواجب المحدد من قبل بيرسون. يجب استخدام واجب محدد لتقييم المتعلمين.

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

لا توجد موارد خاصة مطلوبة لهذه الوحدة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

سيعمل المتعلمون بشكل مستقل لإنتاج تقرير مكتوب عن مفاهيم التسويق ومزايا وعيوب العروض الترويجية والمزيج الترويجي والتسويق للمؤسسة.  
سيقوم المتعلمون بشكل مستقل بإعداد خطة تسويقية ثم إنتاج عرض تقديمي لتبير خطة التسويق وبناء العلامة التجارية.

### هدف التعلم أ

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيقوم المتعلمون بتقييم نجاح العروض الترويجية المعينة والمزيج الترويجي الذي تستخدمه الشركة. سيشمل ذلك حملة واحدة على الأقل قد تكون حديثة أو قديمة. ستفطري العروض الترويجية بعض الطرق الترويجية السبعة. سيحتاج المتعلمون إلى تحديد نقاط القوة في العروض الترويجية وسبب نجاحها. قد يقارن المتعلمون هذه بالعروض الترويجية الأقل نجاحاً والعناصر التي تم تجنّبها لضمان النجاح. بعد النظر في نجاح العروض الترويجية، يحتاج المتعلمون إلى ربط ذلك بالترويج لشركة معينة. يجب على المتعلّم أن ينظر إلى عناصر العروض الترويجية التي ستكون مناسبة لشركة معينة. قد لا تزال هناك عناصر في الإعلانات الناجحة لا تنطبق على الشركة المحددة ويجب على المتعلّمين تحديد سبب عدم ملاءمتها. يجب على المتعلّمين النظر في كيفية تناسب الترويج مع الجوانب الأخرى للمزيج التسويقي لهذه الشركة.

بالنسبة لمعيار التفوق، يجب على المتعلّمين التفكير في الشركة المحددة واختيار أنواع الترويج التي ستكون مناسبة. يجب تبرير كل عرض ترويجي، الأمر الذي يتطلب شرحاً لمزايا الأنواع التي يختارونها وأسلوبات التي تجعلها مناسبة لشركة معينة. عند تبرير الأنواع المختارة من الترويج، قد يفكّر المتعلّمون في سبب عدم اختيار العروض الترويجية البديلة، مع مراعاة العيوب إذا لزم الأمر. يمكن أن تكون الاعتبارات ذات الصلة هي الميزانية أو الأطر الزمنية. سيختار المتعلّمون عناصر المزيج التسويقي التي ستكون مناسبة لشركة معينة.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب على المتعلّمين شرح مجموعة متنوعة من التسويق منحتوى الوحدة. يجب أن يثبتوا فهمهم للمفهوم ويجب بعد ذلك تطبيق ذلك على الشركة المعينة.

سينظر المتعلّمون في مزايا وعيوب العروض الترويجية المعينة. يمكن أن تكون هذه المزايا والعيوب نظرية أو مطبقة على الشركات المحددة.

### هدف التعلم (ب)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيشرح المتعلّمون كيفية استخدامهم لبناء العلامة التجارية داخل قسم المنتج من المزيج التسويقي ضمن خطة التسويق. يجب أن يحدد ذلك بناء العلامة التجارية المستخدمة في خطة التسويق ولماذا تم استخدامها. يحتاج المتعلّمون إلى تغطية كيف تساعد العلامة التجارية خطّة التسويق على تحقيق ثلاثة على الأقل من المزايا المدرجة في المحتوى. سينظر المتعلّمون في كيفية مساعدة بناء العلامة التجارية في خطة التسويق على النجاح. يمكن النظر في عيوب بناء العلامة التجارية من حيث كيفية تجنب الخطة للمشكلات المحتملة.

بالنسبة لمعايير التفوق، يجب على المتعلمين استخدام المعايير المدرجة في 2M لتبرير خطة التسويق التي تم إنشاؤها. يجب على المتعلمين تحديد أهداف الشركة طويلة الأجل والأهداف التسويقية لشركة معينة والنظر في كيفية تصميم خطة التسويق لتحقيق الأهداف والغايات. عند النظر في كيفية دفع بناء العلامة التجارية في خطة التسويق، يجب عليهم التفكير في طريقة واحدة لاستخدام بناء العلامة التجارية وكيف سيساعد ذلك التسويق على النجاح. يجب أخذ السوق المستهدفة من حيث مدى ملاءمة المزيج التسويقي.

بالنسبة لمعايير النجاح، يجب على المتعلمين إعداد خطة تسويقية لفكرة للشركة المعينة. يجب أن يكون هذا مناسباً لقطاع السوق المستهدفة المحدد. سيتم تقديم نتائج أبحاث السوق، وسيحتاج المتعلمون إلى شرح ما تعلموه من هذه النتائج وكيف قاموا بإبلاغ تطوير المزيج التسويقي في خطة الشركة. يجب أن يحدد تعريف التسويق بوضوح الشريحة. يجب أن تكون الفرصة التي سيتم استغلالها ذات صلة بالشركة المعينة وأن تكون موضحة. يجب تحديد أهداف التسويق ويجب أن تكون ذات صلة بالشركة المعينة. عند شرح الغرض من الرسالة التسويقية، يجب أن يتنااسب هذا مع الشركة المعينة. يمكن أن يشمل ذلك استخدام البحث الأساسي أو الثنائي أو كليهما. يجب على المتعلمين اختيار وشرح اختيارهم للمزيج التسويقي المناسب. يحتاج المتعلمون فقط إلى إلقاء نظرة على عناصر المزيج التسويقي "Ps4" وسيحتاجون إلى التفكير في نشاط واحد على الأقل لكل منها. يجب أن يرتبط اختيار الوسائل المناسبة بسياق الشركة المعينة وأن يكون مرتبطةً بالاختيار في خطة التسويق. يجب أن تحتوي الميزانية على مبلغ واقعي مخصص لكل نشاط تسويقي. ليست هناك حاجة إلى ميزانيات دقيقة ولكن يجب بذل محاولة للتخصيص ميزانية مناسبة لكل نشاط. تحتاج الجداول الزمنية إلى إلقاء نظرة على كل مهمة من المهام التي سيتم تحديد تاريخ بدء كل نشاط وانتهائه أو عدد الأيام التي سيستغرقها نشاط حسب الاقتضاء. يجب أن تكون الجداول الزمنية واقعية. سيحتاج المتعلمون إلى إنشاء هوية العلامة التجارية للمنتج وشرح كل عنصر من حيث سبب اختيارهم له. عليهم إعداد قائمة بمعايير التي سيتم استخدامها لتبرير المزيج التسويقي.

#### ضوابط التقييم

الوقت: هذا الواجب له فترة زمنية موصى بها. وهذا للحصول على المشورة فقط ويمكن تعديله وفقاً لاحتياجات المتعلمين.

الإشراف: يجب أن تكون واثقاً من أصالة عمل المتعلمين. قد يعني هذا أنه يجب الإشراف على المتعلمين.

الموارد: يجب أن يتمكن جميع المتعلمين من الوصول إلى نفس أنواع الموارد لإكمال الواجب.

البحث: يجب إعطاء المتعلمين الفرصة لإجراء البحوث خارج سياق التعلم إذا لزم الأمر للواجب.

#### روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ

• الوحدة 19: تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة

### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- الخبرات العملية
- مواد الأعمال كنماذج
- زيارات للمؤسسات التجارية المناسبة.

### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات البحث والتخطيط.



## الوحدة 5: الأشخاص في المنظمات

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 30

### موجز عن الوحدة

سيطر المتعلمون فيما للدور الذي يلعبه الأشخاص في المؤسسات التجارية من خلال فحص هيكلهم التنظيمية المختلفة وأدوارهم الوظيفية ووظائفهم. سينظر المتعلمون أيضًا في استعدادهم للتوظيف والتخطيط المهني.

### مقدمة الوحدة

ستفهم في هذه الوحدة أن نجاح أي شركة يرجع إلى حد كبير إلى مستوى الموظفين الذين يعملون فيها. ستسعى الشركة جاهدة لضمان وجود الأشخاص المناسبين في المكان المناسب في الوقت المناسب للقيام بالعمل لمساعدة الشركة على تحقيق أهدافها.

ستُعطى لك مقدمة عن أنواع مختلفة من الهياكل التنظيمية وسوف تدرس الأدوار الوظيفية الموجودة داخل الشركات. سوف تكتشف أن هناك أدواتًا مهمة في أي عمل يجب أداوها بفعالية لكي تنجح هذه الشركة.

للتخطيط الفعال للتوظيف، تستخدم الشركات مواصفات الأشخاص والأوصاف الوظيفية لضمان توظيف أفضل الأشخاص. ستقوم بإعداد هذه المستندات المهمة لدور وظيفي معين. بالإضافة إلى ذلك، ستتاح لك الفرصة لإكمال طلب وظيفة والمشاركة في مقابلة لدور وظيفي معين. سوف تنظر أيضًا في كيفية الاستعداد للتوظيف والخطوات الازمة للتخطيط المهني من خلال إنتاج خطة التطوير المهني الخاصة بك.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (أ) التعرف على الهياكل التنظيمية والأدوار الوظيفية في الشركات
- (ب) تخطيط الأدوار الوظيفية في الشركة
- (ج) التخطيط والاستعداد للتوظيف

## ملخص الوحدة

نحو التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
<p>عرض بوربوينت يحلل الهياكل التنظيمية والأدوار/ المسؤوليات الوظيفية داخل المؤسسات التجارية.</p>	<p>(أ) الهيكل التنظيمي (أ) الأدوار والمسؤوليات الوظيفية</p>	<p>(أ) اكتشف الهياكل التنظيمية والأدوار الوظيفية في مجال الأعمال</p>
<p>تقرير يحدد العوامل المتضمنة عند التخطيط لأدوار وظيفية جديدة، وإنتاج الوصف الوظيفي ومواصفات الشخص لدور وظيفي معين.</p>	<p>(ب) التوظيف والتحليل الوظيفي (ب) محتويات الوصف الوظيفي (ب) محتويات مواصفات الشخص</p>	<p>(ب) تخطيط الأدوار الوظيفية في الشركات</p>
<p>إكمال طلب الوظيفة مع الملاحظات المصاحبة التي تحدد أي متطلبات أخرى. التخطيط والمشاركة في مقابلة لدور وظيفي محدد. الانتهاء من تدقيق المهارات الشخصية وخطة التطوير المهني، وتحليل كيفية تطوير أي مهارات/ فجوات في المعرفة. أدلة بحثية توضح الإعداد والتخطيط الذي تم إجراؤه للمقابلة وبناء خطة التطوير المهني الشخصي.</p>	<p>(ج) التقديم على الوظائف C2 المقابلة (ج) التدقيق على المهارات الشخصية (ج) التطور المهني</p>	<p>(ج) التخطيط والإعداد للتعيين</p>

## المحتوى

هدف التعلم (أ): اكتشف الهياكل التنظيمية والأدوار الوظيفية في مجال الأعمال

### (أ) الهيكل التنظيمي

• الهياكل التنظيمية المختلفة، على سبيل المثال الهرمية، المسطحة، المصفوفة، الوظيفية، التقسيمية.

### (أ) الأدوار والمسؤوليات الوظيفية

• المديرون، على سبيل المثال رعاية مصالح المساهمين، تحديد السياسة أو الاستراتيجية.

• كبار المديرين، على سبيل المثال تحفيز الموظفين، تحديد الأهداف، والتخطيط والفصائل، والتوكيل بالعمل، والتواصل، والتخطيط واتخاذ القرار، وحل المشكلات.

• المشرفون أو قادة الفرق، مثل إدارة الموظفين أو الفرق الصغيرة، والتحفيز، وإسناد المهام.

• الموظفين/المساعدون التشغيليون والداعمون، على سبيل المثال الأعمال العامة اليومية والواجبات الإدارية.

• التأثير على أدوار الهياكل التنظيمية المختلفة.

هدف التعلم (ب): تخطيط الأدوار الوظيفية في الشركة

### (ب) التوظيف وتحليل الوظائف

• أسباب ظهور وظيفة شاغرة في شركة ما، مثل ترك الموظف، وارتفاع معدل دوران الموظفين، والعمل الإضافي (مثل نمو الأعمال)، والمرض، والأدوار الوظيفية المختلفة المطلوبة، وتغطية الأمومة والأبوة.

• أنواع التوظيف، والتي تشمل:

○ داخلي أو خارجي:

– طرق توظيف الموظفين، على سبيل المثال مراكز التوظيف والاستشاريين ووكالات التوظيف، من داخل الشركة نفسها، الإعلان

○ تحديد المشكلات المتعلقة بالتوظيف الداخلي والخارجي.

• التكلفة والاعتبارات القانونية للتوظيف، مثل تكافؤ الفرص.

• تحليل متطلبات الدور الوظيفي (الوصف الوظيفي، مواصفات الشخص).

• الإعلان عن وظيفة شاغرة.

### (ب) محتويات الوصف الوظيفي

• العنوان والموقع ووصف أعمال المؤسسة.

• الغرض من الوظيفة والمهام الرئيسية والمتطلبات الأساسية والمرغوبية، خطوط إعداد التقارير.

• الأجر والمنافع وأفاق الترقية.

• تاريخ البدء

• الأساس، على سبيل المثال دوام كامل/جزئي، الانتداب، تغطية إجازة الأمومة، والعقود محددة المدة.

### (ب) محتويات مواصفات الشخص

• الإنجازات، مثل المؤهلات وعضوية الهيئات المهنية.

• ملفات تعريف الكفاءة، على سبيل المثال ما يجب أن يكون المرشح قادرًا على القيام به.

• القدرات أو المهارات الخاصة، مثل الحساب وحل المشكلات.

• السمات الأساسية والمرغوبية، مثل الخبرة ذات الصلة ومعرفة المنتج والاهتمامات ذات الصلة.

• القدرة على التصرف، على سبيل المثال الصفات القيادية.

• الظروف، مثل متنقلة أم لا.

## هدف التعلم ج: التخطيط والاستعداد للعمل

## (ج1) التقديم على الوظائف

ويمكن أن تشمل المتطلبات ما يلي:

- نماذج الطلبات
- السيرة الذاتية (CV)
- خطابات الطلب
- اختبارات ما قبل تقديم الطلب مثل الاختبارات النفسية عبر الإنترنت، واختبار اللياقة البدنية، اختبار البصر والفحوصات الصحية
- متطلبات أخرى، مثل نسخ الشهادات التأهيلية وفحص السجل الجنائي من خلال خدمة الكشف والمحضر (DBS).

## C2 المقابلة

- الإعداد والبحث في الشركات والدور الوظيفي.
- إعداد الأسئلة لطرحها وتوقع الأسئلة.
- التحضير للمقابلات، مثل اللباس المناسب والنظافة الشخصية الجيدة والموقع وترتيبات السفر، وأخذ وقت طويل للوصول.
- السلوك أثناء المقابلة، على سبيل المثال إظهار الثقة، لغة الجسد المناسبة (مثل الحفاظ على التواصل البصري) ونبرة الصوت ووضوحها، الاستماع بانصات وإظهار الرغبة.

## (ج2) التدقيق على المهارات الشخصية

- قد يتضمن الفحص الشخصي تقديرًا لـ

  - المعرفة الشخصية
  - المهارات الشخصية، مثل المهارات التقنية والعملية ومهارات التواصل والحساب
  - الاهتمامات.
  - المعرف والمهارات المطابقة.
  - إلى فرص العمل
  - للاستخدام في التخطيط المهني.

## (ج3) التطور المهني

- المعلومات والمشورة، بما في ذلك:

  - مصادر المعلومات والمشورة، مثل خدمات المشورة المهنية، والإعلانات، والكلام الشفهي، ومعارض الوظائف، والأصدقاء والعائلة، والمعلمين، وأصحاب العمل السابقين
  - اتصالات الشبكة
  - التوظيف والجهات الحكومية
  - وضع خطة مهنية:
  - الاختيار بين المسار الأكاديمي أو المهني، على سبيل المثال التعليم الإضافي أو العالي بدءاً من كاملاً، والتعلم القائم على العمل (بما في ذلك المؤهلات المهنية الوطنية والتدريب المهني)
  - التوظيف بدءاً من كاملاً / جزئياً
  - احتياجات التدريب، خطط التطوير، الأهداف الشخصية
  - المؤهلات المهنية والمهنية الخاصة، مثل المحاسبة والتدرис، والصحة الغذائية.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
A.D1 تحليل تأثير الهيكل التنظيمي على الأدوار الوظيفية في عمل تجاري مختار، باستخدام الأمثلة المناسبة.	A.M1 قارن كيف تختلف الأدوار الوظيفية في المنظمات ذات الهيكل المختلف	A.P1 وصف الهيكل المختلفة المستخدمة داخل المؤسسات التجارية A.P2 وصف المفاتيح الأدوار والمسؤوليات الوظيفية ضمن المؤسسات التجارية.
B.D2 تحليل للطريقة التي تستشعر الوصف الوظيفي والمواصفات الشخصية التوظيف الفعال.	B.M2 وضع وصف وظيفي مفصل وملائم ومواصفات الشخص لدور وظيفي محدد.	B.P3 شرح العوامل التي تحتاج الشركة إلى أخذها في الاعتبار عند التخطيط لدور وظيفي جديد. B.P4 وضع وصف وظيفي ومواصفات شخص لدور وظيفي معين.
C.D3 تحليل أي فجوات في المهارات والمعرفة التي قد تتطلب مزيداً من التطوير للتقدم لدور وظيفي محدد وهوية كيف يمكن تطويرها ضمن خطة التطوير المهني الشخصية.	C.M3 إظهار البحث التفصيلي والإعداد عند التخطيط والمشاركة في مقابلة لدور وظيفي محدد. C.M4 وضع خطة تطوير مهني شخصية واقعية تتعلق بدور وظيفي محدد.	C.P5 التقدم بطلب للحصول على دور وظيفي مناسب وذكر أي متطلبات أخرى ذات صلة بالدور الوظيفي. C.P6 الخطيط والمشاركة في مقابلة لدور وظيفي محدد. C.P7 استخدام تدقيق المهارات الشخصية لإعداد خطة التطوير المهني الشخصية.

## معلومات أساسية للواجبات

يظهر هيكل التقييم الموصى به في ملخص الوحدة، إلى جانب أشكال الأدلة المناسبة. يوفر القسم 6 "التقييم الداخلي" معلومات عن تحديد الواجبات وهناك أيضاً مزيد من المعلومات على موقعنا الإلكتروني.

وهناك حد أقصى لعدد الواجبات التأكيدية لهذه الوحدة وبلغ عدده ثلاثة واجبات. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

هدف التعلم: A (A.D1, A.M1, A.P2, A.P1)

هدف التعلم: B (B.D2, B.M2, B.P4, B.P3)

هدف التعلم: ج (CD3, CM4, CM3, CP7, CP6, CP5)

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

لا توجد موارد خاصة مطلوبة لهذه الوحدة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

#### هدف التعلم أ

بالنسبة لمعيار الامتياز، يجب على المتعلمين البناء على العمل المنجز لـ A.M1، وتحليل العلاقة بين الأدوار الوظيفية والمسؤوليات وهيكل المنظمة. يحتاج المتعلمون إلى فهم سبب وجود الهيكل التنظيمي. إنه طريقة تنظيم القوى العاملة لضمان تحقيق أهداف وغايات المنظمة. سيسمح هذا للمتعلمين بتحليل أهمية الأدوار الوظيفية داخل الهيكل والمسؤوليات التي يتم تنفيذها. يسمح الهيكل، إذا تم تنظيمه بشكل صحيح، لكل دور وظيفي بتحقيق أهدافه بطريقة فعالة من حيث التكلفة. يحتاج المتعلمون إلى استخدام الأمثلة لشرح تحليلهم، والذي يمكن استخلاصه من المنظمات التي تمت دراستها في P2 أو من أي مصادر أخرى ذات صلة.

بالنسبة لمعيار التفوق، يجب على المتعلمين البناء على العمل الذي أكملوه لـ A.P1، ومقارنة الأدوار والمسؤوليات الوظيفية الرئيسية في مؤسستين مختلفتين. يجب عليهم استخدام المنظمات المتباعدة ذات الهيكل المختلف. يجب عليهم مقارنة الأدوار الوظيفية الرئيسية والمسؤوليات الوظيفية في المنظمتين وشرح كيف يمكن أن تختلف هذه الأدوار داخل الهيكلين. على سبيل المثال، قد يؤدي قائد فريق أو مشرف قسم في سوبر ماركت صغير بهيكل وظيفي دوّراً مختلفاً تماماً عن قائد الفريق في مؤسسة تصنيع كبيرة ذات مصفوفة. هيكل مسطح يعتمد على فرق الإدارة الذاتية. يجب أن يفهم المتعلمون أنه على الرغم من أن الأفراد في المنظمات المختلفة داخل الهيكل المختلفة قد يحملون عناوين متشابهة، إلا أن أدوارهم ووظائفهم الوظيفية قد تكون مختلفة جدًا. من المستحسن أن يختار المتعلمون منظمة صغيرة واحدة على الأقل ذات هيكل تنظيمي بسيط لتسهيل المقارنات مع منظمة أكبر ذات هيكل أكثر تعقيداً.

بالنسبة لمعيار النجاح، يحتاج المتعلمون إلى وصف وإعطاء أمثلة للهيكل المختلفة المدرجة في محتوى الوحدة ضمن A1. يحتاج المتعلمون أيضاً إلى اختيار منظمتين متباعدتين ووصف الأدوار والمسؤوليات الوظيفية الرئيسية فيما. يجب تشجيع المتعلمين على مراجعة المنظمة مباشرة، أو يمكن استخدام متحدث ضيف من قبل المعلمة/الكلية لمساعدة المتعلمين على فهم الأدوار والمسؤوليات، باستخدام أمثلة حقيقة.

#### هدف التعلم (ب)

بالنسبة لمعيار الامتياز، يجب على المتعلمين تطوير أدلة من B.P3 من خلال تحليل كيف ولماذا يمكن استخدام المستندات التي أنتجوها عند التوظيف لدور وظيفي لمساعدة في التوظيف الفعال.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيعتمد المتعلمون على العمل الذي أكملوه لـ A.P4، مما يجعل الوصف الوظيفي الأساسي ومواصفات الشخص أكثر تفصيلاً وملاءمة. يجب أن يكون العمل هنا شاملًا واحترافيًا. يجب معالجة المستندات بالكلمات ويجب أن تكون مفصلة بما يكفي لتمكن القائم بإجراء المقابلة من التخطيط لأسئلة المقابلة.

بالنسبة لمعيار النجاح، يحتاج المتعلمون إلى تحديد الأسباب المحتملة التي قد تجعل مؤسسات الأعمال بحاجة إلى التوظيف لأدوار وظيفية وشرح العوامل الأخرى في B1 وهو ما يجب على المنظمة مراعاته عند التحضير لدور وظيفي جديد. سيُظهر المتعلمون أنهم يفهمون الفرق بين التوظيف الداخلي والخارجي. سوف يحتاجون إلى إعداد وصف وظيفي ومواصفات شخص ليتقدم لوظيفة طلب منهم البحث عنها أو وظيفة من اختيارهم، مثل وظيفتهم الحالية بدوام جزئي. يجب على المتعلمين البحث عن الوظيفة بأكبر قدر ممكن من التفاصيل، ربما عن طريق ترتيب المناقشات مع المدير المباشر والأشخاص الآخرين في المنظمة لضمان إمكانية إنتاج الوصف الوظيفي ومواصفات الشخص.

#### هدف التعلم (ج)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيستخدم المتعلمون الوصف الوظيفي ومواصفات الشخص المقدمة وتحليل الفجوات في معارفهم ومباراهم التي قد تتطلب مزيداً من التدريب أو التطوير للدور الذي يتقدمون إليه. سيُظهر هذا قدرتهم على فهم المعرفة والمهارات المطلوبة بالتفصيل، إلى جانب القدرة على أن يكونوا موضوعين بشأن المستوى الحالي من المعرفة والمهارات. سيعرضون أدلة البحث فيما يتعلق بالمهارات التي يشعرون أنهم بحاجة إلى تطويرها. يحتاج المتعلمون إلى تقييم مدى ملاءمة خطة التطوير المهني وتحديث/تحسين الخطة عند الاقتضاء للإشارة إلى مجالات التطوير. وينبغي أن يشمل ذلك تحديد مسارات العمل البديلة الممكنة لتحقيق النتائج المحددة في خطة التطوير المهني. سيُظهر المتعلمون فهماً واضحاً للمهارات التي تتطلب التطوير لتحقيق النتائج المحددة في خطة التطوير المهني. سيكون هناك دليل على البحث الذي يمكن أن يشمل المزيد من المؤهلات/الدورات التي يمكن أن تساعدهم على تحقيق المهارات/المعرفة المطلوبة لمسارهم المهني المفترض.

بالنسبة لمعيار التفوق، يحتاج المتعلمون إلى إظهار البحث التفصيلي والإعداد في ملاحظاتهم للمقابلة لدور وظيفي معين. سيتم تفصيل الردود المقترحة على الأسئلة وستوضح البحث عن الشركة والدور. سينظر المتعلمون بشكل كامل في جميع جوانب محتوى الوحدة وسوف يربطون إعدادهم بالدور الوظيفي المحدد. سيظهرون الثقة عند المشاركة في عملية المقابلة وسيستخدمون أيّاً هم بفعالية طوال العملية. سيتم تفصيل الخطة المهنية المقدمة وستظهر أدلة على البحث الفردي للمتعلم والتخطيط فيما يتعلق بالمسار الوظيفي المحدد. يجب تضمين قائمة مصادر الأدلة لإثبات البحث الذي تم إجراؤه فيما يتعلق بالمسار الوظيفي المذكور.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيقوم المتعلمون بإعداد السيرة الذاتية (CV) وخطاب التقديم أو نموذج طلب كامل لدور وظيفي معين. يمكن للمعلمين إعطاء المتعلمين نموذج طلب لاستخدامه. سيحتاج المتعلمون إلى النظر في جميع جوانب التخطيط للمقابلة الموضحة في محتوى الوحدة والمشاركة في مقابلة فعلية لدور وظيفي محدد. يمكن إجراء المقابلة من قبل المعلم أو المتعلمين الآخرين داخل المجموعة. سيستخدم المتعلمون تجربة المقابلة الخاصة بهم لانتاج تدقيق المهارات الشخصية وخطة التطوير المهني الشخصي، مع تحديد الأهداف/الطموحات المتوقعة. يمكن للمتعلمين تطوير نموذجهم الخاص لتدقيق المهارات/الخطة المهنية، أو يمكن للمعلم توفير نموذج. يجب أن تغطي خطة التطوير المهني خمس سنوات كحد أدنى، مع تحديد الأهداف قصيرة الأجل وطويلة الأجل للمسار الوظيفي المحدد.

## روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 2: المؤسسات التجارية

### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- مواد الأعمال كنماذج.

### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات البحث والتخطيط المتعلقة بالتوظيف والتخطيط المهني الشخصي. سيطور المتعلمون مهارات الاتصال الخاصة بهم من خلال المشاركة في مقابلة وهمية ويكونون قادرين على النظر في نقاط التطوير فيما يتعلق بالتوظيف في المستقبل.



## الوحدة 11: استخدام الشركة للإنترنت

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 60

### موجز عن الوحدة

سيطّور المتعلّمون فيّا لأنواع المختلفة من التواجد عبر الإنترت وأساليب إدارة الأنشطة التجارية عبر الإنترت. سيقومون بتصميم موقع ويب وتبرير كيفية تلبية احتياجات الشركات.

### مقدمة الوحدة

ستتعلّم في هذه الوحدة أن عدداً متزايداً من الشركات تعمل الأن عبر الإنترت. سوف تستكشف الأنواع المختلفة من التواجد عبر الإنترت، بدءاً من أدوات الكتبات الأساسية السلبية، وتوفير المعلومات، وحق المعاملات الجذابة عبر الإنترت وتقديم المزيد من التخصيص التفاعلي. هناك مشكلات يجب على الشركات أخذها في الاعتبار عند الاتصال بالإنترنت، بما في ذلك التوظيف والتوزيع والموضوعات المالية، والتي سيتم أيضاً أخذها في الاعتبار.

تتمتع الشركات الصغيرة التي تدير موقع إلكترونياً بمزايا كبيرة، بما في ذلك الوصول إلى السوق العالمية، وتقليل تكاليف التسويق والإعلان، والتواجد على مدار 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع. سوف تستكشف العيوب التي قد تواجهها الشركات الصغيرة عند العمل على الإنترت، بما في ذلك الحاجة إلى الخبرة لتصميم وصيانة وتحديث موقع الويب. تحتاج استفسارات العملاء إلى استجابة، والسلع تحتاج إلى التوزيع والمعاملات المالية تضييف المزيد من التكاليف.

ستقوم بإعداد سلسلة من صفحات الويب المرتبطة أو موقع الويب لتلبية احتياجات نشاط تجاري معين. سوف تدرس العوامل العملية والتقنية التي يجب أخذها في الاعتبار. ستقوم بمراجعة موقع الويب للحكم على كيفية تلبية متطلبات الشركات والجمهور وأي مشاكل مرتبطة بموقع الويب. سوف تستكشف مدى نجاح موقع الويب في مساعدة الشركة على تحقيق أهدافها. سوف تدرس أيضاً التأثير الأوسع لنشاط الشركات عبر الإنترت. عند القيام بذلك، ستنظر في التأثير على عملاء الشركات عبر الإنترت والتأثير على المجتمع.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

(أ) فهم الاستخدامات المختلفة للتواجد عبر الإنترت، والتغيرات التي تطرأ على البيئة عبر الإنترت، والمشكلات التي تواجه الشركات التي تستخدم الإنترت.

(ب) فهم مزايا وعيوب التواجد عبر الإنترت

(ج) تصميم موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة مع تقديم المبررات اللازمة

(د) فهم مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترت للمجتمع والعملاء.

## ملخص الوحدة

نحو التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
<p>عرض تقديمي يشرح الطرق المختلفة التي يمكن أن تعمل بها الشركات عبر الإنترنط، التغيرات التي تؤثر على بيئة الأعمال عبر الإنترنط والقضايا التي تحتاج الشركات إلىأخذها في الاعتبار عند الاتصال بالإنترنط. سوف يحلل مزايا وعيوب التواجد عبر الإنترنط. سيتم تقديم تقرير داعم لتقييم ما إذا كان يجب على شركة صغيرة مختارة التواجد عبر الإنترنط، مع مراعاة المشكلات والمزايا والعيوب.</p>	<p>(أ) استخدامات التواجد عبر الإنترنط          (أ) التغيرات في بيئة الأعمال عبر الإنترنط          (أ) مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل للشركات التي تعمل عبر الإنترنط</p>	<p>(أ) فهم الاستخدامات المختلفة للتواجد عبر الإنترنط، والتغيرات التي تطرأ على البيئة عبر الإنترنط، والمشكلات التي تواجه الشركات التي تستخدم الإنترنط.</p>
	<p>(ب) مزايا التواجد عبر الإنترنط          (ب) عيوب التواجد عبر الإنترنط</p>	<p>(ب) فهم مزايا وعيوب التواجد عبر الإنترنط</p>
<p>إنشاء موقع ويب لتلبية احتياجات الشركات الصغيرة. سيقوم المتعلمون بتبرير الميزات الرئيسية لتصميم موقع الويب ومراجعة مدى تلبية لاحتياجات الشركة.</p>	<p>(ج) تصميم موقع على شبكة الإنترنط لتلبية احتياجات          احتياجات النشاط التجاري.          (ج) تبرير مزايا الموقع الإلكتروني.          (ج) راجع مدى تلبية موقع الويب لاحتياجات الشركات الصغيرة والمساعدة في تحقيق أهداف أعمال الشركة</p>	<p>(ج) تصميم موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة مع تقديم المبررات الازمة</p>
<p>إعداد كتيب يبحث في مزايا وعيوب الشركات عبر الإنترنط للعملاء والمجتمع. تقييم تأثير تواجد الشركات عبر الإنترنط للعملاء والمجتمع.</p>	<p>(د) المزايا التي تعود على العملاء من إدارة الأعمال عبر الإنترنط.          (د) العيوب التي تواجه العملاء من إدارة الأعمال عبر الإنترنط.          (د) المزايا التي تعود على المجتمع من إدارة الأعمال عبر الإنترنط.          (د) العيوب التي تواجه المجتمع من إدارة الأعمال عبر الإنترنط.</p>	<p>(د) فهم مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنط للمجتمع والعملاء</p>

## المحتوى

هدف التعلم أ: فهم الاستخدامات المختلفة للتواجد عبر الإنترت، والتغييرات التي طرأت على البيئة عبر الإنترت، والمشكلات التي تواجه الشركات التي تستخدم الإنترت.

### (أ) استخدامات التواجد عبر الإنترت

- القطاعات التي تستخدم التواجد عبر الإنترت بما في ذلك القطاع العام والخاص والتطوعي/غير الربحي.
- مجموعة من الأنشطة بما في ذلك البيع المباشر للخدمات عبر الإنترت، والبيع المباشر للسلع عبر الإنترت، وتوفير المعلومات، والإعلان والتسويق، والتعليم.
- أنواع التواجد عبر الإنترت بما في ذلك:
  - الحضور السلي، مثل الكتب والمعلومات الأساسية عن الشركة
  - توفير المعلومات، مثل مواصفات المنتج وخدمات الأعمال، ونبذة عنا
  - موقع بناء العلامات التجارية، مثل العلامة التجارية للشركات والعلامات التجارية للمنتجات، على سبيل المثال السلع الاستهلاكية سريعة التداول (FMCG)
  - استكمال الخدمات غير المتصلة بالإنترنت، مثل الطلب عبر البريد، والمتأجر الفعلي، والنقر والاستلام
  - تقديم حضور تفاعلي، مثل دعوة المعاملات عبر الإنترت والرد على استفسارات العملاء
  - تقديم التخصيص التفاعلي، مثل معالجة الصور الرقمية والتخصيص.

### (أ) التغييرات في بيئه الأعمال عبر الإنترت

- الفرص التي أظهرتها التغييرات في بيئه الأعمال عبر الإنترت بما في ذلك:
- نمو وسائل التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال النمو في المستخدمين النشطين، والمنصات، والتواجد التجاري، والإعلانات، والمؤثرين، والسوق
- التكنولوجيا المتغيرة، مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وتطبيقات الأجهزة المحمولة وتوافر الواي فاي والأجهزة الذكية - أجهزة التلفزيون ووحدات التحكم والنطاق العريض
- الإعلان عبر الإنترت، مثل لافتات الويب والرعاية ومنصات الإعلان عبر الإنترت - إعلانات بحث جوجل/إعلانات فيسبوك
- تغيير التسويق، مثل النقر والاستلام، وصناديق البريد - خرائط أمازون، وتنبيه الطلب والتسليم، الواقع المعزز - تجهيزات الملابس الافتراضية.

### (أ) مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل للشركات التي تعمل عبر الإنترت

- مشكلات التخطيط:
  - ضمان ملاءمة الشركة للعمل عبر الإنترت
  - اختيار اسم نطاق فريد
  - مشاكل الإعداد بما في ذلك داخل الشركة أو الاستعانة بمصادر خارجية
  - توفر الموارد.
- مشكلات التنفيذ:
  - توفر المهارات الفنية والتصميمية داخل الشركة
  - تخصيص الموقع الإلكتروني
  - مدى التشغيل عبر الإنترت والذي يشمل السلي والجزئي والتفاعل بالكامل
  - العلاقة مع الشركاء بما في ذلك الخدمات المالية والتوزيع خدمات التوصيل
  - دمج الأنشطة على منصات مختلفة بما في ذلك:
    - قواعد البيانات الداخلية
    - التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك ويوتيوب وواتساب ووي تشات، إنستغرام، دوين/تيك توك، سينا ويبو
    - أنظمة الدفع، مثل باي بال وأيل باي، وسامسونج باي، ووي باي تطبيق Intuit GoPayment.

- المشكلات التشغيلية:
  - ضمان الدفع
  - شروط غير مألوفة في التجارة
  - أخطاء في تقديم الطلبات
  - سوء استخدام محتمل للمعلومات الشخصية
  - التعرض للهجمات العدائية، مثل الاختيال المالي، وبرامج الفدية، والفيروسات، وبرامج التجسس، والتصيد الاحتيالي (الحصول على المعلومات من خلال التظاهر بأنها منظمة شرعية)، والتزوير (إعادة التوجيه إلى موقع ويب مزيف للحصول على المعلومات)
  - تحديث موقع الويب
  - معلومات قديمة
  - مشاكل اللغة مع قاعدة العملاء العالمية
  - أعطال الأجهزة والبرامج
  - خسارة البيانات
  - المتطلبات القانونية والتنظيمية المحلية/الوطنية
  - لوائح الأعمال العالمية والتي تشمل وضع العلامات والصحة والسلامة، الإجراءات الجمركية.

هدف التعلم (ب): فهم مزايا وعيوب التواجد عبر الإنترت

#### (ب1) مزايا التواجد عبر الإنترت

- التواجد في السوق:
  - مرتدي 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع
  - حضور عالمي مع جمهور أوسع مع انتقال بعض الأعمال من المحلية للعملاء الوطنيين والدوليين
  - المساواة في التواجد بين الشركات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة
  - سرعة الاستجابة لرغبات العملاء
  - فرص لتحليل المنافسة عبر الإنترت ومواكبة المنافسين.
- مزايا التسويق:
  - معلومات أبحاث السوق من الاستفسارات عبر الإنترت
  - يمكن للشركات تتبع ما يفعله العملاء، على سبيل المثال كيف عثر العملاء عليك، ما المنتج/الخدمة التي يبحثون عنها
  - الوصول إلى أسواق جديدة بما في ذلك من الواقع النائية والواقع البعيدة، بلدان جديدة، عملاء من ذوي الإعاقة
  - الوصول من مجموعة واسعة من الأجهزة، مثل أجهزة الكمبيوتر المكتبية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية/هواتف المحمولة والأجهزة الذكية
  - توسيع السوق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي
  - تكاليف التسويق منخفضة، على سبيل المثال يمكن استخدام تحسين محركات البحث (SEO) واللافتات على الموقع الخاص واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي
  - المنتجات التي يسهل عرضها، مثل المنتجات الأكثر مبيعاً والمنتجات الجديدة ومنتجات إعادة الاستهداف التي يشاهدها العملاء ولكن لا يشترونها
  - تخصيص موقع الويب الذي يعزز تجربة العملاء، على سبيل المثال التوصية بمنتجات مماثلة، ويسلط الضوء على المنتجات التي غالباً ما يتم شراؤها معًا.
- مستوى الاستجابة:
  - تقديم خدمة التوصيل إلى الباب كميزة مبيعات
  - الوصول خارج ساعات العمل العادية
  - الوصول من جميع أنحاء العالم
  - استجابة سريعة للطلبات والاستفسارات
  - تتبع الطلبات عبر الإنترت
  - انخفاض حفظ المخزون.

• المزايا المالية:

- تدفق نقدی محسّن
- موقع منخفض التكلفة لا حاجة فيه لمبئي للبيع من خلاله
- العمالة منخفضة التكلفة حيث تقل الحاجة إلى موظفي المبيعات المهرة والمساعدين الافتراضيين يمكن أن تعمل عن بعد من أي مكان
- نفقات عامة منخفضة
- الدفع السريع.

(ب) عيوب التواجد عبر الإنترت

• مشكلات التوظيف:

- نقص مهارات الكمبيوتر ومهارات تصميم موقع الويب
- قد تحتاج إلى الدفع لطرف خارجي للتصميم والتحديث على النحو المطلوب
- يحتاج الموظفون إلى التعامل مع العملاء عبر الإنترت والهاتف
- عدم وجود اتصال شخصي لموظفي المبيعات مع العملاء:
  - لا يقدم موظفو المبيعات المشورة لمساعدة العملاء على اتخاذ الخيار الأفضل
  - يجب الاعتماد على الدردشة المباشرة ومراجعات العملاء الآخرين
  - يمكن للعملاء التسوق في مكان آخر إذا كانت الاستجابة غير كافية/بطيئة
- تؤدي الأعطال في الخدمة إلى تقليل إنتاجية الموظفين، على سبيل المثال موقع الويب غير متوفّر، الطلبات المفقودة.

• المشكلات المالية:

- نفقات الاستثمار الأولى
- القدرة على التعامل مع زيادة الاهتمام بالسوق بشكل كبير
- الالتزامات الضريبية للمعاملات الدولية.

• مشكلات التوزيع:

- انتقال حجم الأعمال من التوزيع المحلي إلى التوزيع الوطني والتوزيع العالمي للسلع المادية
- السلع القابلة للتلف أو الكسر
- مشكلات إرجاع العملاء، مثل التكاليف ووقت الإرجاع وعدم القدرة على إعادة البيع.

• المنافسة:

- العديد من الشركات متواجدة عبر الإنترت، لذا من الصعب الحصول على نتائج عالية على محرك البحث
- غالباً ما تؤدي إلى انخفاض الأسعار مما قد يقلل هوامش الربح
- تحتاج إلى الاستجابة للعروض الخاصة من المنافسة.

هدف التعلم ج: تصميم موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة مع تقديم المبررات الازمة

(ج) إنشاء موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة

• برامج تطوير الموقع الإلكتروني:

- برامج متخصصة، على سبيل المثال Dreamweaver
- موقع تصميم الواقع الإلكتروني، على سبيل المثال Wix و WordPress و Squarespace و HostGator و Weebly و Pure Foundation و Bootstrap و Microsoft Word
- القوالب (مهارات الترميز للتخصيص)، على سبيل المثال HTML
- مرفق مضمون في حزم أخرى، مثل Microsoft Word
- استخدام HTML.

• التنسيق والتحرير:

- الصفحات، على سبيل المثال الصفحة الرئيسية > صفحة العالمة التجارية > صفحة نوع المنتج > صفحة السلعة > السلة > تسجيل الخروج/الدفع > تأكيد الطلب > تتبع الطلب
- HTML بسيط، على سبيل المثال استخدام المحرر وامتدادات الملفات والعلامات مثل <centre>, <body>, <p>, <html>, علامات الإغلاق
- أدوات التحرير والتنسيق.

- دمج المعلومات:
- معلومات من مصادر مختلفة، مثل الماسح الضوئي والكاميرا الرقمية والهاتف الذكي وجزم التطبيقات والأعمال الفنية الأصلية والصور المخزنة
- التتحقق من موقع الويب، على سبيل المثال دقة الصورة والألوان والروابط الداخلية أو الخارجية التي لا تعمل والمحتوى غير المناسب والنص والتنسيق.

**(ج2) تبرير ميزات الموقع الإلكتروني**

- التنقل والذي يشمل التنقل العلوي أو الجانبي والتنقل في التذييل والتنقل في مسار التنقل.
- معلومات الشركة المهمة، والتي تشمل أين تجدنا؟، تحديد موقع المتاجر، تواصل معنا، نبذة عنا
- بناء العلامة التجارية، مثل الشعار المكتوب وشعار الصورة ونظام الألوان.
- الأمان.
- طرق الدفع.
- شعار وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة.
- دعم العملاء، مثل الأسئلة الشائعة والدردشة المباشرة وروبوتات الدردشة.
- شريط التمرير، مثل الإعلانات والعروض الخاصة والمنتجات الجديدة.
- المراجعات/الشهادات.
- معلومات المنتج، والتي تشمل العناوين وأوصاف المنتجات وصور المنتج أو مقاطع الفيديو ومواصفات المنتج.
- الشروط القانونية
- شريط البحث.
- استخدام الخط والخلفيات والألوان المتناظرة.

**(ج3) راجع مدى تلبية موقع الويب لاحتياجات الشركات الصغيرة والمساعدة في تحقيق أهداف أعمال الشركة**

- إلى أي مدى يلبي موقع الويب احتياجات الشركة ويساعد على تحقيق أهداف الشركة.
- مناسب للأعمال في تحقيق الأهداف، مثل زيادة الإيرادات، وخفض التكاليف، وجذب عملاء جدد، والاحتفاظ بالعملاء، وتقديم منتجات جديدة.
- إدراج الميزات الرئيسية لموقع الويب.
- تجنب المشاكل الشائعة، على سبيل المثال:
- الرسوم المتحركة غير الضرورية
- صور غير لائقة أو غير واضحة
- بطء سرعة التنزيل
- اختيار خط غير مناسب
- رداءة تركيبات الألوان
- مقاطع الفيديو على خادم الموقع الإلكتروني
- موسيقى خلفية
- عناصر الفلash - غير مدرومة إلى حد كبير
- سرقة المحتوى
- عدم وجود أخطاء - الإملاء وعلامات الترقيم والقواعد.

هدف التعلم د: فهم مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترت للمجتمع والعملاء

(د1) المزايا التي تعود على العملاء من إدارة الأعمال عبر الإنترت.

• اختيار واسع.

• الملاءمة.

• توفير الوقت.

• الإتاحة، على سبيل المثال 24 ساعة، 7 أيام في الأسبوع.

• توفير المال، على سبيل المثال:

◦ استخدام محركات البحث وموقع المقارنة لمقارنة الأسعار

◦ صفات أفضل حيث تقل النفقات العامة عبر الإنترت.

◦ توفير تكاليف النقل ومواقف السيارات.

◦ توافر المعلومات، مثل المواصفات التفصيلية للمنتج/المعلومات الفنية، ومراجعات العملاء عبر الإنترت، والروابط إلى موقع الويب الخاصة بالشركة المصنعة.

◦ يعمل تخصيص موقع الويب على تحسين تجربة العملاء، على سبيل المثال التوصية بالمنتجات بناءً على ما يتم مشاهدته، على غرار ما يتم شراءه، وتقديم حزم منتجات.

◦ عدم وجود تكدس، وتجنب الانتظار في قوائم الانتظار وسهولة العثور على المنتجات.

(د2) العيوب التي تواجه العملاء من إدارة الأعمال عبر الإنترت.

• عدم الاتصال المباشر، على سبيل المثال لا يمكن لمس المنتج، عدم التواصل وجهاً لوجه مع الموظفين.

• التأخيرات، على سبيل المثال استغراق وقت قبل الشحن والتسلیم.

• مشاكل الشحن، مثل التكلفة المضافة، وصول المنتجات تالفة أو متأخرة أو ضياعها.

• المشكلات المتعلقة بارجاع المنتجات، مثل التكاليف والوقت اللازم لإرجاع المنتجات.

• خطر التعرض للخداع، على سبيل المثال قد تكون البضائع معيبة أو مزيفة جودة منخفضة/غير آمنة.

• لا يوجد عنصر حسن النية.

• لا يمكن التفاوض على الخصومات.

(د3) المزايا التي تعود على المجتمع من إدارة الأعمال عبر الإنترت.

• مجموعة كبيرة من السلع والخدمات.

• نمو الشركات القائمة على الويب وذات الصلة بالويب بما في ذلك الموجودة في مراكز التكنولوجيا.

• الوصول إلى السلع والخدمات عندما لا تتمكن المتاجر من فتح أبوابها.

• تقليل الأثر البيئي.

(د4) العيوب التي تواجه المجتمع من إدارة الأعمال عبر الإنترت.

• العزلة الاجتماعية/عدم التفاعل.

• انهايارات المجتمعات.

• مراكز البيع بالتجزئة والتسوق المتعثرة.

• الجرائم الإلكترونية بما في ذلك المعلومات المالية المسروقة وسرقة الهوية إرسال بضائع مزيفة.

• معلومات مضللة، مثل المراجعات المزيفة.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
<p>AB.D1 تقييم ما إذا كان يجب على الشركة المحددة استخدام مسائل الأخذ في الاعتبار مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل والمزايا والعيوب.</p>	<p>A.M1 تحليل مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل التي يجب على الشركاتأخذها بعين الاعتبار عند العمل عبر الإنترنط.</p>	<p>A.P1 شرح كيفية إدارة أعمال مختلف الشركات عبر الإنترنط. A.P2 شرح كيف تؤدي التغيرات في بيئة الأعمال عبر الإنترنط إلى توفير فرص للشركات. A.P3 سرد المسائل المتعلقة بالخطيط والتنفيذ والتشغيل التي تحتاج الشركات إلىأخذها في الاعتبار عند استخدام الإنترنط.</p>
	<p>هدف التعلم (ب): فهم مزايا وعيوب التواجد عبر الإنترنط</p> <p>B.M2 تحليل مزايا وعيوب إدارة الأعمال عبر الإنترنط لشركة محددة.</p>	<p>B.P4 شرح مزايا وعيوب إدارة الأعمال عبر الإنترنط لشركة محددة.</p>
<p>C.D2 تبرير استخدام ميزات مختلفة في الموقع الإلكتروني النهائي.</p>	<p>C.M3 شرح الطريقة التي يلبي بها موقع الويب احتياجات الأعمال وكيف يساعد على تحقيق أهداف الشركة.</p>	<p>C.P5 إنشاء موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة.</p>
<p>D.D3 تقييم تأثير إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنط على المجتمع والعملاء.</p>	<p>D.M4 تحليل مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنط للعملاء والمجتمع.</p>	<p>D.P6 شرح مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنط للمجتمع. D.P7 شرح مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنط للعملاء.</p>

## معلومات أساسية للواجبات

يظهر هيكل التقييم الموصى به في ملخص الوحدة، إلى جانب أشكال الأدلة المناسبة. يوفر القسم 6 "التقييم الداخلي" معلومات عن تحديد الواجبات وهناك أيضاً مزيد من المعلومات على موقعنا الإلكتروني.

وهناك حد أقصى لعدد الواجبات التأكيدية لهذه الوحدة وبلغ عدده ثلاثة واجبات. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

أهداف التعلم: أ و ب (AB.D1, B.M2, A.M1, B.P4, A.P3, A.P2, A.P1)

هدف التعلم: ج (CD2, CM3, CP5)

هدف التعلم: د (3.D, DM4, DP7, DP6)

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

لا توجد موارد خاصة مطلوبة لهذه الوحدة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

تساعد الوحدة المتعلمين على فهم أنواع مختلفة من التواجد عبر الإنترنط وأسباب تواجد الشركات إلى الإنترنط. سيقوم كل متعلم بعد ذلك بتصميم موقع ويب وتبير كيفية تلبية الاحتياجات الشركات. سوف يفهمون المزايا والعيوب للعملاء والمجتمع.

#### أهداف التعلم (أ) و(ب)

بالنسبة لمعايير الامتياز، على المتعلمين تقييم ما إذا كان يجب على الشركة المحددة استخدام الإنترنط مع الأخذ في الاعتبار مسائل التخطيط والتنفيذ والتغليف والمزايا والعيوب. يحتاج المتعلمون إلى إثبات أهمية الاتصال بالإنترنط وسيستخدمون أمثلة لتوضيح أسباب الاتصال بالإنترنط بما في ذلك المزايا والطرق التي يمكن بها معالجة أي مشكلات. يجب عليهم أيضًا إعداد حالة عن التواجد عبر الإنترنط باستخدام المشكلات والعيوب ذات الصلة بالشركة. يجب على المتعلمين اتخاذ قرار بناءً على المزايا والمشكلات والعيوب فيما يتعلق بما إذا كان يجب أن تقوم الشركة المعينة بالعمل عبر الإنترنط.

بالنسبة لمعيار التفوق، يحتاج المتعلمون إلى تحليل مسائل التخطيط والتنفيذ والتغليف التي يجب على الشركاتأخذها بعين الاعتبار عند العمل عبر الإنترنط. لا يلزم تطبيق هذه المهمة على نشاط تجاري معين ولكن على الشركات بشكل عام. يجب تحليل مجموعة من مسائل التخطيط والتنفيذ والقضايا التشغيلية. يجب على المتعلمين تحديد العوامل ذات الصلة وتحديد كيفية ارتباطها. يجب شرح أهمية كل منها. يجب على المتعلمين تحليل مزايا وعيوب إدارة الأعمال عبر الإنترنط لشركة محددة. يجب تطبيق كل ميزة على الأعمال المحددة. يجب أن أخذ التواجد في السوق والفوائد التسويقية ومستوى الاستجابة والمزايا المالية في الاعتبار. فقط تلك المزايا ذات الصلة بالشركة المختارة لا بد أن يتم مناقشتها.

بالنسبة لمعيار النجاح، يحتاج المتعلمون إلى شرح الطريقة التي تعمل بها الشركات المختلفة عبر الإنترنط. بالنسبة لكل نوع من أنواع التواجد عبر الإنترنط، يجب على المتعلمين تضمين أمثلة للشركات التي تستخدم هذا التواجد. يجب على المتعلمين إدراج لقطات شاشة تسلط الضوء على نوع التواجد. يمكن أخذ هذه الأمثلة من القطاعات العامة أو الخاصة أو التطوعية/غير الهادفة للربح. يجب على المتعلمين تضمين شرح لكل نوع من أنواع الحضور، مع شرح ما يتم تضمينه عادةً.

يحتاج المتعلمون إلى شرح كيف تؤدي التغييرات في بيئه الأعمال عبر الإنترنط إلى توفير فرص للشركات الصغيرة. يجب عليهم النظر في كيفية قيام نمو وسائل التواصل الاجتماعي بخلق فرص للشركات التي تعمل عبر الإنترنط. يجب أيضًا النظر في التكنولوجيا المتغيرة من حيث كيفية قيام أعداد متزايدة من الأجهزة والネットwork العريض بتحسين الوصول وعدد العملاء المحتملين. يجب على المتعلمين النظر في كيف يمكن للتطورات في الإعلان عبر الإنترنط أن تساعد الشركات عبر الإنترنط على النجاح. أخيرًا، يجب شرح ثلاثة على الأقل من التغييرات في التسوق عبر الإنترنط من حيث الفرص التي تخلقها للشركات عبر الإنترنط.

يجب أن يسرد المتعلمين المسائل المتعلقة بالتخفيط والتنفيذ والتشغيل التي تحتاج الشركات إلى أخذها في الاعتبار عند العمل عبر الإنترت. يجب عليهم إعداد قائمة بالمشكلات التي تؤثر على الشركات عبر الإنترت. يجب على المتعلمين تحليل مزايا وعيوب إدارة الأعمال عبر الإنترت لشركة محددة. يجب تطبيق هذا على الكيفية التي ستكون بها مفيدة وغير مفيدة لشركة محددة. يحتاج المتعلمون إلى النظر فقط في تلك المزايا والعيوب التي تنطبق على الشركة المحددة.

#### هدف التعلم (ج)

بالنسبة لمعيار الامتياز، يحتاج المتعلمون إلى تبرير استخدام الميزات المختلفة المستخدمة في موقع الويب النهائي لـC.P5، مع توضيح لما اختروه.. لا يجب تبرير جميع الميزات المدرجة في المحتوى إذا لم يتم استخدامها في تصميم موقع الويب. يمكن للمتعلمين شرح سبب عدم استخدام ميزات بديلة. سيحتاجون إلى التأكيد من شرح كيف تساعد الميزات المستخدمة الشركة على تلبية احتياجاتها وتحقيق أهداف أعمالها.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيكون المتعلمون قد أنشأوا موقع الويب في C.P5. ويجب أن يشرحوا كيف يلبي موقع الويب احتياجات الشركة المحددة وكيف يساعد في تحقيق أهداف الأعمال. سيحتاج المتعلمون إلى تحديد احتياجات العمل من موقع الويب وكيف يساعد تصميمهم في تلبية هذه الاحتياجات. يجب على المتعلمين تحديد أهداف الشركة وشرح كيف يساعد موقع الويب في تحقيق هذه الأهداف.

بالنسبة لمعيار النجاح، يحتاج المتعلمون إلى إنشاء موقع ويب لتلبية احتياجات الشركة المختارة التي تم أخذها في الاعتبار خلال هذه الواجب. عليهم استخدام برامج تطوير المواقع الإلكترونية المناسبة لتنسيق وتحرير ودمج المعلومات ذات الصلة للشركة المحددة. إنهم بحاجة إلى إظهار دليل على أنهن قاموا بالتحقق من أن الموقع الإلكتروني يعمل.

#### هدف التعلم (د)

بالنسبة لمعيار الامتياز، يجب على المتعلمين تقييم تأثير الشركات عبر الإنترت على المجتمع والعملاء. يجب أن ينظر المتعلمون إلى المزايا والعيوب لعملاء والمجتمع. وعلهم تقييم التأثير على كل من العملاء والمجتمع. ويجب عليهم استنتاجاً يحدد ما إذا كانت المزايا تفوق العيوب.

بالنسبة لمعيار التفوق، يجب على المتعلمين تقديم تحليل لمزايا وعيوب الشركات عبر الإنترت للعملاء والمجتمع. يجب على المتعلمين النظر في أهمية كل المزايا والعيوب للعملاء والمجتمع. يجب عليهم تقديم فحص مفصل لكل ميزة وعيوب يوضح العلاقة بين كل من المزايا والعيوب للعملاء والمجتمع. وعلهم إظهار الروابط بوضوح وتحديد ما هو الأكثر أهمية.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب على المتعلمين شرح مزايا وعيوب الشركات عبر الإنترت للعملاء والمجتمع. كل ميزة أو عيوب تتناسب مع المحتوى يجب تحديده وتقديم التفاصيل حول كيفية تأثيرها على المجتمع.

## روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 1: أغراض إنشاء الشركات.

### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- الخبرات العملية
- مواد الأعمال كنماذج
- زيارات للمؤسسات التجارية المناسبة.

### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات التخطيط والتصميم.

## الوحدة 13: أخلاقيات العمل

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 30

### موجز عن الوحدة

سيطّور المتعلّمون في هذا القسم الأعمالي والقيم الأخلاقية. سوف يستكشفون بعد ذلك الطرق التي يمكن أن تكون بها الشركات أخلاقيّة للموظفين والعملاء والموردين والمجتمع. سيقوم المتعلّمون بتصميم وتحقيق سياسة أخلاقيّة لشركة محدّدة.

### مقدمة الوحدة

يجلب السلوك الأخلاقي من قبل الشركة مزايا مالية وغير مالية كبيرة. ستتعرّف على هذه المزايا وتوازنها مقابل عيوب العمل الأخلاقي. شرح الفرق بين "قيم الشركة" و"القيم الأخلاقية"

في هذه الوحدة سوف تستكشف الطرق التي يمكن أن تتصرّف بها الشركات بشكل أخلاقي عند التعامل مع الموظفين والموردين والعملاء والمجتمع. سوف تنظر في المخاطر المحتملة على الشركات إذا لم يتم معالجة القضايا الأخلاقية. ستقوم بتخطيط وإنشاء سياسة أخلاقيّة لشركة محدّدة واستكشاف كيف يلبي ذلك احتياجات الشركة. تقييم المخاطر المحتملة لعدم إعداد سياسة أخلاقيّات أعمال جديدة لشركة محدّدة. ستمنحك هذه الوحدة المهارات الازمة لتكون قادرًا على النّظر إلى الممارسات الأخلاقية الحالية في الشركات الحقيقية واستخدام هذه المهارات للمساعدة في إنشاء سياسة أخلاقيّة لشركة محدّدة.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (أ) فهم قيم الأعمالي والقيم الأخلاقية
- (ب) استكشاف طرق عمل الشركات بطريقة أخلاقية
- (ج) إعداد سياسة أخلاقيّات عمل لشركة محدّدة.

## ملخص الوحدة

نحو التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
تقرير/عرض تقديمي يستكشف القيم التجارية والأخلاقية لشركات مختارتين بما في ذلك مزايا وعيوب التحليل بالأخلاق.	(أ) قيم الأعمال المختلفة (أ) قيم أخلاقية مختلفة (أ) مزايا وعيوب التحليل بالأخلاق	(أ) فهم قيم الأعمال والقيم الأخلاقية
تقرير يبحث في الطرق المحددة التي تعمل بها الشركة بشكل أخلاقي تجاه الموظفين والموردين والعملاء والمجتمع. سيعتمد التقرير المحاطر المحتملة للقضايا الأخلاقية التي لم يتم حلها. سياسة أخلاقية مناسبة لشركة محددة. تقييم السياسة بما في ذلك كيفية تلبية احتياجات الأعمال ومخاطر تصميم سياسة غير مناسبة للشركة.	(ب) الطرق التي تعتبر بها الشركات أخلاقية للموظفين (ب) الطرق التي تعتبر بها الشركات أخلاقية للموردين (ب) الطرق التي تعتبر بها الشركات أخلاقية للعملاء (ب) الطرق التي تعتبر بها الشركات أخلاقية للمجتمع (ب) المحاطر المحتملة التي قد تواجهها الشركة إذا تجاهلت معالجة القضايا الأخلاقية	(ب) استكشاف طرق عمل الشركات بطريقة أخلاقية  (ج) إعداد سياسة أخلاقيات عمل لشركة محددة

## المحتوى

هدف التعلم (أ): فهم قيم الأعمال والقيم الأخلاقية

### (أ) قيم الأعمال المختلفة

تعريف قيم الأعمال.

قيم الأعمال التي يجب تضمينها:

- الكفاءة
- جودة الخدمات والسلع
- النمو
- الابتكار
- الربح

### (أ) قيم أخلاقية مختلفة

تعريف القيم الأخلاقية.

تشمل القيم الأخلاقية للأعمال ما يلي:

- المسؤولية
- الأمانة
- الانفتاح
- الشفافية
- الاحترام
- الإنصاف

### (أ) مزايا وعيوب التحلي بالأخلاقيات

مزايا تحلي المؤسسات التجارية بالأخلاقيات.

المزايا المالية بما في ذلك:

- الأداء المالي، على سبيل المثال زيادة حجم المبيعات والقيمة، الربحية وقيمة الشركة
- الحصول على القروض والمنح
- القدرة على فرض أسعار مميزة
- الحد من المخاطر.

المزايا غير المالية بما في ذلك:

تحسين ولاء العملاء والاحتفاظ بهم، وتكون صورة إيجابية عن العلامة التجارية

ممارسات الموارد البشرية المحسنة بما في ذلك:

- زيادة الحافز لدى الموظفين
- توظيف أسهل
- استبقاء الموظفين

تقليل مخاطر عمل مجموعة الضغط.

عيوب التحلي بالأخلاقيات والتي تشمل:

تشتيت الانتباه عن الأعمال الأساسية

تكليف أعلى للتحلي بالأخلاقيات

نفقات عامة أعلى

التأثير على الربحية.

**هدف التعلم (ب): استكشاف طرق عمل الشركات بطريقة أخلاقية**

**(ب1) الطرق التي تعتبرها الشركات أخلاقية للموظفين**

• **القضايا الأخلاقية المحتملة المتعلقة بالموظفيين، ومنها:**

- الأجر والكافأة التنفيذية - مدفوعات المديرين والمديرين مقارنة بمتوسط الدخل داخل الشركة
- الحد الأدنى للأجر/أجر المعيشة المدفوع للموظفين لضمان الأموال الكافية لإعالة أنفسهم ومُعاليهم
- مسؤوليات الصحة والسلامة، بما في ذلك السياسات والتدريب والمعدات
- الأمان الوظيفي، الموظفون لديهم عقود دائمة، تجنب استخدام عقود بصفر ساعات عمل، ساعات مضمونة، تجنب إجازة الموظفين دون داع
- الاستخدام المقبول لتقنيولوجيا المعلومات، مثل مراقبة الموظفين وتقيد الموظفين والسياسات والتدريب
- تضارب المصالح، على سبيل المثال ضمان الإعلان عنها من قبل الموظفين
- حماية البيانات، مثل التفاصيل الشخصية للموظفين والتفاصيل المصرفية
- تعزيز التنوع بنشاط في مكان العمل - تشجيع المجموعات الممثلة تمثيلاً ناقصاً، مثل الجنس والعرق والอายุ والجنس والعمر وذوي الإعاقة
- تكافؤ الفرص، على سبيل المثال في التوظيف والترقية والتدريب
- مكافحة الرشوة - اتخاذ خطوات لتجنب دفع الرشاوى
- الفساد والاحتيال - أنظمة مفروضة لتجنبها
- معاملة المبلغين عن المخالفات - حماية الموظفين الذين يبلغون عن الأشخاص غير الأخلاقين أو الذين يتصرفون بشكل غير قانوني
- تجنب عمالة الأطفال مباشرةً أو عبر سلسلة التوريد.

**(ب2) الطرق التي تعتبرها الشركات أخلاقية للموردين**

• **القضايا الأخلاقية المحتملة المتعلقة بالموردين، على سبيل المثال:**

- التجارة العادلة - دفع أسعار أفضل، وضمان ظروف عمل أفضل، وشروط تجارية عادلة للمزارعين
- المستلزمات العضوية - دفع سعر ممتاز للمنتجات المنتجة بشكل طبيعي وبدون مواد كيميائية
- دفع سعر أعلى من تكاليف المورد - تجنب إجبار سعر المورد على الانخفاض إلى ما دون تكاليفه لتزويد العملاء بأسعار أكثر تنافسية
- الهدايا والضيافة - التأكد من عدم استخدامها لتأمين العقود
- دفع الفوائير - في موعدها وسدادها بالكامل
- يتم مشاركة الحد الأدنى من المعايير المطلوبة من الموردين
- ضمان أن المنتجات الموردة لا تؤدي بشكل مباشر أو غير مباشر إلى إزالة الغابات
- تأكيد من أن المنتجات الموردة لا تنطوي على القسوة على الحيوانات، مثل الفراء واختبار مستحضرات التجميل على الحيوانات وممارسات الزراعة المكثفة التي تؤدي إلى ظروف سيئة
- ضمان دفع الموردين للموظفين أعلى من الحد الأدنى/الأجر المعيشي لبلدهم
- الالتزام بسلسلة التوريد المستدامة - الحد من النفايات وإعادة تدوير الإلكترونيات والأجهزة.

**(ب3) الطرق التي تعتبرها الشركات أخلاقية للعملاء**

• **القضايا الأخلاقية المحتملة المتعلقة بالعملاء، على سبيل المثال:**

- معلومات المستهلك، التأكد من أنها منفتحة وصادقة ودقيقة
- الأنشطة التسويقية والترويجية بما في ذلك:
  - تجنب الإعلانات المضللة/غير التزمية
  - تجنب الإعلانات غير اللائقة
  - تجنب الأوصاف الكاذبة

- تأثيرات المنتجات على صحة المستهلكين بما في ذلك:
  - الحاجة إلى وضع ملصقات غذائية دقيقة لمن يعانون من الحساسية والاحتياجات الغذائية
  - القيمة الغذائية للأغذية - مستويات السكر والملح والدهون
  - سلامة البضائع - ضمان تجنب البضائع والتعبئة للضرر والإصابة للمستهلكين
  - تجنب التقاضي المخطط له واستخدام المواد غير المعمرة وإنهاء توريد قطع الغيار.
- (ب4) الطرق التي تعتبرها الشركات أخلاقية للمجتمع
  - القضايا الأخلاقية المحتملة المتعلقة بالمجتمع، على سبيل المثال:
    - التبرعات الخيرية داخل المجتمع المحلي، رعاية الحدث (الأحداث) المحلية، الفريق (الفرق) الرياضية، المسابقات
    - السماح للموظفين لدعم المجتمع، مثل المدارس ومجموعات الشباب
    - المسؤولية الاجتماعية للشركات - التنظيم الذاتي الذي يهدف إلى دمج الاهتمامات البيئية والاجتماعية في تخطيطها وعملياتها. تقليل التأثير السلبي والبيئي للأعمال.
  - القضايا البيئية، على سبيل المثال:
    - تقليل النفايات
    - إعادة التدوير
    - استدامة الموارد
    - تقليل البصمة الكربونية
    - الحد من التلوث.
  - دفع الضرائب على الفور دون تجنب الضرائب، استخدام الإعانتات الحكومية بمسؤولية.
- (ب5) المخاطر المحتملة التي قد تواجهها الشركة إذا تجاهلت معالجة القضايا الأخلاقية
  - المخاطر القانونية بما في ذلك:
    - ممارسات التوظيف
    - حماية المستهلك
    - حماية البيانات
    - الصحة والسلامة
    - تأثير انتهاك القانون بما في ذلك المقاضاة والغرامات.
  - المخاطر المالية بما في ذلك:
    - المبيعات وحصة السوق
    - الربحية
    - سعر السهم.
  - مخاطر السمعة بما في ذلك:
    - ملاحظات المستهلك
    - الأثر البيئي
    - خرق القانون.

هدف التعلم ج: إعداد سياسة أخلاقيات عمل لشركة محددة

(ج1) التخطيط لسياسة أخلاقيات العمل

- التخطيط لسياسة أخلاقية لشركة محددة بما في ذلك:
  - اختيار الشركات وتحديد القضايا الأخلاقية ذات الصلة
  - سياسات البحث المستخدمة من قبل الشركات المماثلة.

(ج) إعداد سياسة أخلاقيات العمل

• إنشاء السياسة لشركة محددة:

- التصميم والتنفيذ
  - الرسالة والغرض
  - الأقسام الفرعية: الموظفين والموردين والعملاء والمجتمع
  - إجراءات محددة لكل قسم فرعي
  - الامتثال للسياسات وأثار عدم الامتثال
  - سجل التنقيح - مؤرخ، متى تم إنشاؤه، من قام بإنشائه، متى سيتم مراجعته.
- إلى أي مدى تلبي السياسة احتياجات الشركة المحددة
- سياسة خاصة بالأعمال
  - يتبعها المستخدمون بسهولة بما في ذلك العناوين القابلة للقراءة والمنطقية
  - عرض تقديمي - احترافي، مناسب للجمهور، مناسب للأعمال، الخط الواضح والعناوين.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
A.D1 تقييم قيم الأعمال والقيم الأخلاقية، ومزايا وعيوب إدارة الأعمال بطريقة أخلاقية لشركة محددة.	A.M1 تحليل قيم الأعمال والقيم الأخلاقية، ومزايا وعيوب إدارة الأعمال بطريقة أخلاقية لشركة محددة.	A.P1 شرح الفرق بين "قيم الأعمال" و"القيم الأخلاقية". A.P2 تحديد المزايا والعيوب التي تعود على الشركات من العمل بطريقة أخلاقية.
BC.D2 تقييم المخاطر المحتملة لعدم إعداد سياسة أخلاقيات عمل جيدة لشركة محددة.	B.M2 تحليل المخاطر المحتملة التي قد تواجهها الشركة إذا تجاهلت القضايا الأخلاقية.	B.P3 شرح الطرق التي تعمل بها الشركة بطريقة أخلاقية فيما يخص التعامل مع الموظفين. B.P4 شرح الطرق التي تعمل بها الشركة بطريقة أخلاقية فيما يخص التعامل مع المؤردين. B.P5 شرح الطرق التي تعمل بها الشركة بطريقة أخلاقية فيما يخص التعامل مع العملاء. B.P6 شرح الطرق التي تعمل بها الشركة بطريقة أخلاقية فيما يخص التعامل مع المجتمع.
		هدف التعلم ج: إعداد سياسة أخلاقيات عمل لشركة محددة
	C.M3 توضيح كيف تلي السياسة احتياجات الشركة المحددة.	C.P7 إعداد سياسة أخلاقيات عمل لشركة محددة.

## معلومات أساسية للواجبات

يظهر هيكل التقييم الموصى به في ملخص الوحدة، إلى جانب أشكال الأدلة المناسبة. يوفر القسم 6 "التقييم الداخلي" معلومات عن تحديد الواجبات وهناك أيضاً مزيد من المعلومات على موقعنا الإلكتروني.

وهناك حد أقصى لعدد الواجبات التلخizية لهذه الوحدة ويبلغ عدده واجبين. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

هدف التعلم: A (A.D1, A.M1, A.P2, A.P1)

أهداف التعلم: (ب) و (ج) (BC.D2, C.M3, B.M2, C.P7, B.P6, B.P5, B.P4, B.P3)

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

لا توجد موارد خاصة مطلوبة لهذه الوحدة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

تساعد الوحدة المتعلمين على فهم الفرق بين قيم الأعمال والقيم الأخلاقية ومزايا وعيوب الشركات التي تعمل بشكل أخلاقي. سوف يستكشفون بعد ذلك الطرق التي تعمل بها شركة معينة بشكل أخلاقي. سوف ينظرون إلى أمثلة للطرق التي تعمل بها الأعمال بشكل أخلاقي تجاه الموظفين والمربيين والعملاء والمجتمع. سيقومون بتحليل المخاطر التي تتعرض لها الشركة المختارة إذا لم تعالج القضايا الأخلاقية. سيقوم المتعلمون بإنشاء سياسة أخلاقية لشركة محددة وشرح الطرق التي تليها السياسة الأخلاقية احتياجات الشركة المختارة. سوف يكملون من خلال العرض تقييم المخاطر المحتملة لعدم إعداد سياسة أخلاقية عمل جيدة لشركة محددة.

### هدف التعلم أ

بالنسبة لمعيار الامتياز، يجب على المتعلمين شرح قيم الأعمال والقيم الأخلاقية لشركة محددة وكيف يساعدونها على النجاح. يجب على المتعلمين شرح مزايا وعيوب شركة مختارة تعمل بشكل أخلاقي. يجب النظر فقط في تلك المزايا والعيوب ذات الصلة بالشركة المختارة. يجب الترجيح بين المزايا المالية وغير المالية. يجب على المتعلمين تقديم حكم مدعم حول ما إذا كانت المزايا تفوق العيوب.

بالنسبة لمعيار التفوق، يجب على المتعلمين تحليل المزايا والعيوب المحتملة للعمل بشكل أخلاقي. من المهم أن تغطي هذه المزايا المالية وغير المالية. يجب تحليل جميع المجالات داخل المحتوى لشركة معينة. يحتاج المتعلمون إلى تحليل قيم الأعمال والقيم الأخلاقية التي تنطبق على الشركة المختارة.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيشرح المتعلمون الفرق بين قيم الأعمال والقيم الأخلاقية. سيحتاجون إلى تحديد قيم الأعمال والقيم الأخلاقية وإعطاء أربعة أمثلة على الأقل لكل منها من المحتوى. من المهم أن يشرحوا كيف أن الاثنين مختلفين. يجب على المتعلمين تحديد المزايا والعيوب التي تعود على الشركات من العمل بطريقة أخلاقية لا يلزم أن يكون هذا مرتبطة بشركة معينة.

### أهداف التعلم (ب) و(ج)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيقوم المتعلمون بتقييم المخاطر المحتملة على شركة مختارة من عدم إنشاء سياسة أخلاقية. من المهم أن ننظر إلى جميع المخاطر من داخل المحتوى بما في ذلك المخاطر القانونية والمخاطر المالية ومخاطر السمعة.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيقوم المتعلمون بتحليل المخاطر التي تتعرض لها الشركة المختارة إذا لم تعالج الشركة القضايا الأخلاقية. يجب أن يأخذ هذا في الاعتبار المخاطر القانونية والمالية المتعلقة بالسمعة.

سيشرح المتعلمون الطرق التي تليها السياسة الأخلاقية احتياجات الشركة المختارة. سيضمن ذلك تقديم السياسة الأخلاقية بشكل احترافي ومناسب للجمهور والأعمال. يجب على المتعلمين التأكد من أن السياسة الأخلاقية يسهل اتباعها وخاصة بالشركة المختارة. يجب تضمين الأقسام الفرعية ذات الصلة.

بالنسبة لمعايير النجاح، يجب على المتعلمين تقديم أمثلة للطرق التي تعمل بها الشركة المختارة بشكل أخلاقي تجاه الموظفين. من المستحسن النظر في ثلاثة قضايا أخلاقية على الأقل تجاه الموظفين. يجب على المتعلمين أيضًا تقديم أمثلة للطرق التي تعمل بها الشركة بشكل أخلاقي تجاه الموردين ومرة أخرى يجب النظر في ثلاثة قضايا أخلاقية على الأقل تتعلق بالموردين. عند تقديم أمثلة للطرق التي تعمل بها الشركة بشكل أخلاقي تجاه العملاء، يجب على المتعلمين النظر إلى ثلاثة أمثلة على الأقل من داخل المحتوى.أخيرًا، عند النظر في الطرق التي تعمل بها الشركة بشكل أخلاقي تجاه المجتمع، يجب على المتعلمين إعطاء مثالين على الأقل.

يجب على المتعلمين إنشاء سياسة أخلاقيات عمل للشركة المختارة. من المهم التخطيط لسياسة أخلاقية تلبي احتياجات الشركة المختارة. يجب أن يشمل ذلك اختيار شركة وتحديد القضايا الأخلاقية ذات الصلة بهذه الشركة. يجب على المتعلمين تقديم بحث حول السياسات المستخدمة من قبل الشركات المماثلة. يجب أن تحتوي سياسة أخلاقيات العمل على الأقسام الفرعية المرتبطة بالموظفين والموردين والعملاء والمجتمع وأن تكون محددة للشركة المختارة. يجب أن يكون اتباعها سهلاً من حيث سهولة القراءة، المنطق واستخدام العناوين.

### روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 1: أغراض إنشاء الشركات
- الوحدة 5: الأشخاص في المنظمات
- الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة.

### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- الخبرات العملية
- مواد الأعمال كنماذج
- زيارات للمؤسسات التجارية المناسبة.

### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير البحث ومهارات التخطيط.

## الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 60

### موجز عن الوحدة

سيستخدم المتعلمون فهمهم لكيفية بدء شركة صغيرة والأنشطة المختلفة التي ينطوي عليها إنتاج خطة عمل لشركة ناشئة وعرض خطتهم على المستثمرين المحتملين.

### مقدمة الوحدة

يحلم الكثير من الناس بإنشاء شركاتهم الخاصة وأن يكونوا رواد أعمال. هذه مهمة صعبة وتتطلب الكثير من التفكير والعمل الجاد في نهاية المطاف. أولاً، هناك حاجة إلى فكرة جيدة لمنتج أو خدمة، تكون جذابة للعملاء، والتي ستتمكن فجوة في السوق وتقدم شيئاً لم يفكر فيه المنافسون، نقطة بيع فريدة. يجب أن تفكر في العديد من الجوانب المختلفة لإنشاء الشركة وإجراء البحث والتخطيط بشكل شامل.

عليك التفكير في المهارات التي يمكن أن تجلها إلى الشركة إلى جانب الموارد المالية والموارد المادية اللازمة. يجب عليك تحديد الجمهور المستهدف، والأشخاص الذين سيشترون المنتج أو الخدمة، وإجراء البحث للتتأكد من أن السوق المستهدفة ستهتم بالفكرة. أنت بحاجة إلى خطة ترويجية، ويجب أن تفكر في كيفية تسويق الفكرة ومن ستقوم بتسويق الفكرة له. يجب أن تفكر في أفضل طريقة لتمويل الشركة حتى تكون الشركة الناشئة ناجحة وستستمر في تحقيق ربح. غالباً ما يكون التمويل هو المجال الذي يواجه فيه العديد من رواد الأعمال معظم المشاكل والمخاطر. يجب أن تكون على دراية بالمخاطر وأن تقوم بإجراء الحسابات المالية.

يجب أن تلتزم الشركة بالقانون، وتحتاج إلى تحديد القيود واللوائح القانونية التي يجب أن تمثل لها. هناك منظمات ستقدم التوجيه والمشورة للشركات الناشئة وتحتاج إلى معرفة إلى أين تتجه، خاصة في أول أيام إنشاء الشركة.

في هذه الوحدة سوف تقوم بتطوير المعرفة والتكتيكات لخريطيش شركة صغيرة. سوف تقوم بتطوير مهارات التخطيط والبحث والعرض والاتصال التي ستساعدك على التقدم في اختيار حياتك المهنية. سيكون لديك فرصة للتفكير في مهاراتك ونقاط القوة والضعف لديك.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (أ) استكشاف فوائد إدارة الأعمال وأفكار لإنشاء شركة
- (ب) إجراء بحث حول السوق وإعداد خطة تسويقية لشركة جديدة
- (ج) إعداد خطة مالية لإنشاء شركة صغيرة
- (د) إعداد خطة أعمال.

## ملخص الوحدة

نهج التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
وصف فوائد إدارة شركة. وصف تفصيلي لفكرة الشركة مع الأهداف والغايات. وصف واضح للموارد المطلوبة. تدقيق المهارات، الذي يُظهر نقاط القوة والضعف وكيف يمكن سد الفجوات في المهارات.	(أ) فوائد إدارة شركتك الخاصة (أ) أفكار لشركة الناشئة (أ) الأهداف والغايات لإدارة شركتك الخاصة (أ) الموارد المطلوبة لإدارة شركة (أ) المهارات اللازمة لإدارة شركة.	(أ) استكشاف فوائد إدارة الأعمال وأفكار لإنشاء شركة
أنشطة أبحاث السوق لاختبار فكرة العمل المنتج/خدمة. تحليل النتائج لدعم الفكرة. تحديد السوق المستهدفة للمنتج/الخدمة وهوية العلامة التجارية التي سوف تجذب السوق المستهدفة. خطة ترويجية تحدد استراتيجيات إنشاء الشركة. مصادر التمويل لبدء الشركة والتنبؤ المالي. فهم المخاطر والقيود القانونية.	(ب) تحديد السوق المستهدفة (ب) تخطيط وتفسير أبحاث السوق (ب) الخطة الترويجية  (ج) إعداد خطة مالية لإنشاء شركة صغيرة (ج) المخاطر (ج) الاعتبارات القانونية (ج) مصادر المساعدة والتوجيه	(ب) إجراء بحث حول السوق وإعداد خطة تسويقية لشركة جديدة.  (ج) إعداد خطة مالية لإنشاء شركة صغيرة
خطة أعمال منظمة. عرض تقديمي للخطة للجمهور لتضمين مستثمر محتمل. مراجعة للخطة.	(د) هيكل خطة العمل (د) عرض المعلومات (د) الترويج للخطة (د) مراجعة الخطة	(د) إعداد خطة أعمال

## المحتوى

هدف التعلم (أ): استكشاف فوائد إدارة الأعمال وأفكار لإنشاء شركة ناشئة.

### (أ1) فوائد إدارة شركتك الخاصة

- ألا يكون لك رئيس في العمل.
- المكانة واحترام الذات.
- أن تكون مبدعاً.
- تحقيق الذات.
- الاستقلالية.
- التوازن بين الحياة والعمل.
- المكاسب المالية.

### (أ2) أفكار للشركة الناشئة

يجب على المتعلمين توليد أفكارهم الخاصة لمشروع تجاري جديد.

- يمكن أن تكون الأفكار واحدة مما يلي:
  - منتج أو خدمة جديدة
  - منتج موجود في سوق مختلف، مثل التميز
  - تحديد الفجوات في السوق
  - اتجاهات الأعمال
  - نقطة البيع الفريدة
  - فوائد ومميزات منتج/خدمة جديدة.

### (أ3) أهداف وغايات إدارة شركتك الخاصة

- الأهداف المالية:
  - در الربح
  - نقطة التعادل
  - زيادة حصة السوق.
- الأهداف غير المالية:
  - تقديم خدمة
  - الأهداف الاجتماعية، مثل مساعدة المجتمع؛ حماية البيئة
  - رضا العملاء
  - تحقيق الطموح الشخصي.
- أهداف قصيرة الأجل ومتوسطة وطويلة الأجل.

### (أ4) الموارد المطلوبة لإدارة الشركة

- الموارد المادية، بما في ذلك المعدات والمباني والتكنولوجيا.
- الشؤون المالية
- الموارد البشرية، بما في ذلك المهارات والخبرات.

### (أ5) المهارات الازمة لإدارة الشركات

- المهارات الشخصية والتواصل الشخصي.
- المهارات الفنية/العملية، مثل مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- المهارات القيادية/الإدارية.
- الخبرة والقدرات والمؤهلات ذات الصلة.
- المهارات الشخصية ومراجعة نقاط القوة والضعف.
- تحظيط احتياجات التطوير الشخصي.

**هدف التعلم (ب): إجراء بحث حول السوق وإعداد خطة تسويقية لشركة جديدة**

**(ب1) تحديد السوق المستهدفة**

- العمر والجنس والاهتمامات والمواصفات والدخل والموقع.
- كيف يصل المنتج/الخدمة إلى السوق المستهدف، مثل البيع المباشر أو عبر الإنترنت.
- إنشاء المبيعات والحفاظ عليها مع السوق المستهدفة.

**(ب2) تخطيط وتفسير أبحاث السوق**

- أبحاث السوق الأولية، مثل الاستطلاعات والمقابلات ومجموعات التركيز والعمل الميداني.
- أبحاث السوق الثانوية، مثل الصحف والمجلات، والمواقع الإلكترونية للمنافسين، وأماكن تواجد المنافسين، واتجاهات السوق الرئيسية.
- تحليل وعرض نتائج أبحاث السوق.
- توقع ما إذا كان المنتج/الخدمة سيلي احتياجات العملاء.

**(ب3) الخطة الترويجية**

- أهداف الخطة الترويجية والتي تشمل المزيج التسويقي "Ps4" المكون من أربع عناصر: المنتج (ويشمل نقطة البيع الفريدة)، والسعر والمكان والترويج.
- تحديد هوية العلامة التجارية باستخدام الشعار والشعار الإعلاني المكتوب وتأييد المشاهير.
- الطرق التسويقية:
  - الإعلان، بما في ذلك الأساليب الرقمية
  - البيع الشخصي
  - التسويق المباشر
  - العروض الترويجية
  - العلاقات العامة.
- استخدام التكنولوجيا في التواصل مع السوق المستهدفة - الترويج للأعمال والمنتج/الخدمة.
- تكاليف الأنشطة الترويجية.

**هدف التعلم ج: إعداد خطة مالية لإنشاء شركة صغيرة**

**(ج1) إعداد خطة مالية**

- تكاليف بدء التشغيل والتشغيل، مثل المعدات واللوازم والمباني والموظفين والنفقات العامة والأنشطة الترويجية.
- التنبؤ بنقطة التعادل.
- التنبؤ بالتدفق النقدي.
- مقاييس النجاح.

**(ج2) المخاطر**

- عدم اهتمام العملاء.
- نقص المهارات والخبرات اللازمة.
- سلوك المنافسين.
- تكاليف الإنتاج غير المتوقعة.
- مصادر المواد الخام.
- مشكلات مراقبة الجودة.
- الكوارث الطبيعية والأزمات غير المتوقعة، بما في ذلك الأوبئة المستقبلية.

(ج) الاعتبارات القانونية

- اسم الشركة.
- شكل الشركة، على سبيل المثال صاحب مشروع فردي، شراكة، شركة خاصة محدودة، مؤسسة اجتماعية.
- الإجراءات القانونية لبدء الشركات.
- القوانين واللوائح الوطنية/ المحلية.
- متطلبات الصحة والسلامة.
- متطلبات الترخيص.
- الاحتفاظ بالسجلات الرسمية بشكل صحيح لأغراض الضرائب والإيرادات وسجلات الموظفين من أجل المساواة والتنوع.

(ج) مصادر المساعدة والتوجيه

- مصادر التمويل، مثل الأموال الخاصة، والعائلة/الأصدقاء، والبنوك أو المؤسسات الأخرى، والتمويل الجماعي، والمنح الحكومية، وقروض بدء التشغيل.
- منظمات المشاريع المحلية.
- البنوك.
- الدعم الحكومي للشركات الناشئة.
- التدريب متاح.
- ملاك الأعمال.

هدف التعلم د: إعداد خطة أعمال

(د) هيكل خطة العمل

- اسم الشركة الناشئة.
- المنتج/الخدمة
- طلب الخدمة أو شراء المنتج.
- نوع الملكية.
- الأهداف والغايات.
- ملخص نتائج البحث في السوق والسوق المستهدفة المقترن.
- التواصل مع السوق المستهدفة.
- التعامل مع المنافسة.
- الطريق إلى السوق.
- مصادر التمويل وتکاليف بدء التشغيل، بما في ذلك نقطة التعادل والتدفقات النقدية.
- المخاطر والاعتبارات القانونية.
- الموارد المادية والبشرية بما في ذلك المهارات والخبرات المطلوبة.
- مقاييس النجاح.

(د) عرض المعلومات

- التسلسل المنطقي لجميع أجزاء الخطة.
- أسلوب عرض احترافي، على سبيل المثال استخدام العناوين والعناوين الفرعية، أرقام الصفحات، الخطوط، التشجيع، الملاحق.
- تم تقديم نتائج أبحاث السوق بشكل مرئي مع ملخص الاستنتاجات.
- تم تقديم المعلومات المالية بوضوح.
- أمثلة على التواصل مع العملاء، بما في ذلك أساليب الشعار وبناء العلامة التجارية.
- استخدام الوسائل المتعددة لتقديم خطة عمل للجمهور.

(3) الترويج للخطة

- دليل الإعداد والممارسة.
- هيكل العرض بحيث يسهل متابعته.
- تقديم العرض: النغمة، السرعة، الثقة، مستوى الصوت، التواصل البصري، لغة الجسد، استخدام الوسائل البصرية والنشرات، استخدام الشرائح مع ملاحظات المتحدث، استخدام مصطلحات الأعمال.
- القدرة على الإجابة عن أي أسئلة.

(4) مراجعة الخطة

- استقبال تعليقات من الجمهور.
- التفكير في الخطة.
- استخدام الملاحظات وتفكير المرء نفسه لتقييم نقاط القوة والضعف بالخطة.
- تحديد التحسينات على الخطة.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
	هدف التعلم (أ): استكشاف فوائد إدارة الأعمال وأفكار لإنشاء شركة	
A.D1 تقييم احتمالية تحقيق الأهداف والغايات.	A.M1 تقييم فوائد إدارة شركتك الخاصة وتقديم أسباب مفصلة لاختيار فكرة العمل. A.M2 تحليل المهارات والسمات المطلوبة لإدارة الأعمال بنجاح.	A.P1 وصف فكرة لشركة ناشئة وأهدافها وغاياتها. A.P2 تحديد الموارد المطلوبة للشركة. A.P3 تنفيذ تدقيق للمهارات لتحديد نقاط القوة والضعف، المطلوبة لإدارة الشركة
	هدف التعلم (ب): إجراء بحث حول السوق وإعداد خطة تسويقية لشركة جديدة	
BC.D2 تقييم صلاحية بحث السوق والخطة المالية في خطة عمل ناجحة.	B.M3 تحليل نتائج أنشطة بحث السوق وتعديل فكرة الشركة وهوية العلامة التجارية وفقاً لذلك.	B.P4 تخطيط وتنفيذ أنشطة بحث السوق لدعم الشركة الجديدة B.P5 استخدام نتائج بحث السوق لوضع خطة ترويجية لدعم الشركة الناشئة.
	هدف التعلم ج: إعداد خطة مالية لإنشاء شركة صغيرة	
	C.M4 إعداد خطة مالية مفصلة وواضحة.	C.P6 وضع خطة مالية أساسية لشركة ناشئة. C.P7 وصف مصادر التمويل والمخاطر والاعتبارات القانونية للشركة الناشئة.
	هدف التعلم د: إعداد خطة أعمال	
D.D3 تقديم خطة شاملة وتقديم توصيات للتحسين.	D.M5 تقديم خطة أعمال مفصلة. D.M6 مراجعة الخطة باستخدام التعقيبات.	D.P8 إعداد خطة أعمال مع أفكار للتواصل مع العملاء المحتملين لتسويق المنتج أو الخدمة. D.P9 عرض الخطة على المستثمرين المحتملين مستخدماً مهارات التواصل والعرض التقديمي.

## معلومات أساسية للواجبات

يظهر هيكل التقييم الموصى به في ملخص الوحدة، إلى جانب أشكال الأدلة المناسبة. يوفر القسم 6 "التقييم الداخلي" معلومات عن تحديد الواجبات وهناك أيضاً مزيد من المعلومات على موقعنا الإلكتروني.

وهناك حد أقصى لعدد الواجبات التلخizية لهذه الوحدة ويبلغ عدده ثلاثة واجبات. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

هدف التعلم: A (A.D1, A.M2, A.M1, A.P3, A.P2, A.P1)

أهداف التعلم: ب و ج (BC.D2, C.M4, B.M3, C.P7, C.P6, B.P5, B.P4)

هدف التعلم: د (DD.3, DM6, DM5, DP9, DP8)

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

لا توجد موارد خاصة مطلوبة لهذه الوحدة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

يجب على المتعلمين التوصل إلى فكرة العمل الخاصة بهم بشكل فردي على هذه الوحدة. عليهم وضع خطة أعمال وعرض الفكرة على مستثمر (مستثمرين) محتملين.

### هدف التعلم أ

بالنسبة لمعيار الامتياز، يجب على المتعلمين إظهار فهم مفصل لما ينطوي عليه إنشاء شركة وأساليب التي تدفع الناس للقيام بذلك. يجب عليهم شرح الخيارات التي اتخذوها في هذه المراحل الأولية، بما في ذلك تقديم فكرة قوية لإنشاء الشركات مع أهداف وغايات مفصلة والموارد الازمة. يجب عليهم إبداء رأيهم بشأن مدى نجاحهم في الاعتقاد بأن شركتهم ستحقق الأهداف والغايات.

بالنسبة لمعيار التفوق يجب على المتعلمين ذكر فوائد عدم وجود مدير عليهم، ليس فقط لكسب أكبر قدر ممكن من المال ولكن أيضًا لموازنة الفوائد المختلفة وتحديد ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لهم. يجب عليهم تقديم فكرة قوية لإنشاء الشركات مع أساليب اختيارهم. يجب تفصيل أهداف وغايات الشركات والموارد الازمة. يجب أن يكون تدقيق المهارات مفصلاً ويشمل مجموعة متنوعة من المهارات والخصائص ذات الصلة بإدارة أعمالهم الخاصة. يجب عليهم تقديم بعض الأفكار حول المزيد من التطوير الشخصي الذي قد يكون مطلوبًا.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب أن يكون لدى المتعلمين بعض الأفكار حول سبب رغبتهم في أن يصبحوا رواد أعمال وأن يوضحوا مزايا لا يكون لديها. يجب أن يقدموا فكرة مدروسة جيداً لإدارة أعمالهم الخاصة. قد تكون الأفكار تفوق أو دون المطروح. يجب على المتعلمين تحديد بعض الأهداف والغايات الأساسية للأعمال ذات الصلة بتفكيرهم. يجب عليهم تقديم بعض الأفكار حول الموارد التي ستحتاجها أعمالهم الجديدة ولكن قد تفتقر إلى التفاصيل. سيُظهر تدقيق مهاراتهم مجموعة متنوعة من المهارات ولكن قد يكون هناك نقص في التفاصيل. يجب أن يكون الدليل على هدف التعلم (أ) مناسباً لفكرة أعمالهم.

### أهداف التعلم (ب) و(ج)

بالنسبة لمعيار الامتياز، يجب على المتعلمين النظر في صحة أبحاث السوق وكيفية مساهمة النتائج في خطة عمل مقنعة. يجب أن يكون التخطيط المالي شاملًا ودقيقاً. يجب على المتعلمين تقديم تقييم شامل لأهمية التسويق والتخطيط المالي، مع الاعتراف بضرورة الإعداد الدقيق واستنتاج الجوانب التي وجدوها أكثر فائدة في وضع خطة الشركة.

بالنسبة لمعيار التفوق، يجب على المتعلمين تخطيط وتنفيذ أبحاث السوق الشاملة ذات الصلة ب فكرة بدء التشغيل. سيتم تفسير نتائج البحث لدعم فكرة الأعمال، أي مشاكل تثيرها النتائج ستعني أنه يجب على المتعلمين إجراء تغييرات على فكرة الأعمال وأو هوية العلامة التجارية. سيتم تحديد المجموعة المستهدفة بوضوح. سيتم تنفيذ التخطيط المالي وسيُظهر المتعلمون كيف يدعم ذلك فكرة الشركات الناشئة. سيتم التحقيق بشكل كامل في مصادر التمويل، مع بيان المزايا والعيوب.

بالنسبة لمعايير النجاح، يجب على المتعلمين التخطيط لبعض أنشطة بحث السوق لاختبار ما إذا كانت فكرة أعمالهم ستلي احتياجات العملاء وتظهر أنهم على دراية بالمنافسة المحتملة. يجب أن تكون هناك بعض الأبحاث الأولية وبعض الأبحاث الثانوية. سوف تكون هناك سوقًا مستهدفة محددة وخطة ترويجية بمستوى أساسي من التفاصيل. يجب أن تكون هناك خطة مالية أساسية. سيُظهر المتعلمون أنهم يفهمون المصادر المختلفة للتمويل، على الرغم من أن هذا قد يكون محدودًا، ويجب أن تكون هناك تخطيطية للمخاطر والالتزامات القانونية التي يجب على الشركة الالتزام بها.

#### هدف التعلم (د)

بالنسبة لمعيار الامتياز، يجب على المتعلمين تقديم خطة شاملة بثقة، مع إعطاء تفاصيل عن جميع العناصر. يجب عليهم تقديم الأسباب التي تجعل الأنشطة الترويجية مناسبة للجمهور المستهدف. يجب أن يفهموا تماماً المخاطر المحتملة لإنشاء شركة وأن يكون لديهم أفكار للتخطيط للطوارئ للتغلب على المشكلات. يجب عليهم تقديم أسباب اختيارهم وأن يكونوا مقتنعين في تحديد سبب نجاح الأعمال. يجب عليهم استكشاف مقاييس واقعية للنجاح. يجب عليهم النظر في طرق تحسين خطة الأعمال.

بالنسبة لمعيار التفوق، يجب على المتعلمين تقديم خطة أعمال مفصلة. سيكونون على دراية بالمخاطر التي ينطوي عليها إطلاق شركة ناشئة ولديهم أفكار للتخفيف من هذه المخاطر. سيتم تفصيل التخطيط التسويقي والمالي وسيدعم خطة الأعمال. يجب أن يتلقى المتعلمون ملاحظات حول خطتهم وأن يراجعوا الخطة عند التفكير في أدائهم.

بالنسبة لمعايير النجاح، يجب على المتعلمين إعداد خطة عمل تتبع الهيكل الموضح في محتوى الوحدة في الهدف التعليمي (د). يجب أن يشمل ذلك الخطط الترويجية والمالية التي تم وضعها بالفعل. ستقدم خطة الأعمال تفاصيل الترويج للمنتج/الخدمة. سيتم وصف الأنشطة الترويجية. سيتم عرض الخطة على جمهور مناسب. يجب أن يتم تسجيلها، ويجب إعطاء الملاحظات للمتعلمين. سيستخدم المتعلمون مهارات الاتصال والعرض ذات الصلة، ويتحدثون بوضوح ولا يقرؤون الشرائح. قد يستخدمون ملاحظات المتحدث.

## روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

يجب تقديم هذه الوحدة بعد تدريس وحدات الأعمال الأخرى، الكثير من المحتوى شامل.

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 1: أغراض إنشاء الشركات
- الوحدة 2: المؤسسات التجارية
- الوحدة 3: التأثير بالأداء المالي للشركة
- الوحدة 4: خطة التسويق.

## مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلات مع رواد الأعمال
- قواليب الأعمال المقدمة من البنوك والمنظمات الأخرى
- زيارات إلى الشركات الناشئة الصغيرة المناسبة
- مطالبة رجل أعمال أو شخص بالتوارد كجمهور للعرض التقديمي.

## فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات البحث والتخطيط. سوف يطورون مهارات الاتصال والعرض في التعامل مع الجمهور.



## الوحدة 16: العمل ضمن فرق

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 30

### موجز عن الوحدة

سوف يدرس المتعلمون كيفية العمل بفعالية في فرق لدعم نجاح الأعمال ودور قائد الفريق.

### مقدمة الوحدة

إن العمل ضمن فرق يحقق أقصى استفادة من نقاط القوة لدى الأشخاص بحيث يمكن تحقيق المزيد من الإنجازات مقارنة بالأفراد. يعمل أعضاء الفريق معاً ويدعمون بعضهم البعض، مما يعني أنه يمكن حل المشكلات بسهولة أكبر من خلال معرفتهم الجماعية للاستفادة منها. الفريق الفعال هو الفريق الذي يستخدم نقاط القوة الفردية لتحقيق أفضل النتائج. وهذا يدعم نجاح الأعمال.

ستتعلم في هذه الوحدة أنه لكي تنجح الفرق لا بد أن تمر بمراحل من التطوير، مع شغل أدوار الفريق المتميزة لإكمال المهام لتحقيق الأهداف. يحتاج قائد الفريق إلى مهارات محددة لبناء الفريق من خلال خلق شعور بالهدف المشترك وتحفيز وقيادة الأعضاء الفرديين داخله.

ستمنحك هذه الوحدة المهارات المطلوبة لتكون عضواً فعالاً في الفريق وتمكنك من فهم وظائفه وتوجهاته وغرض قائد الفريق. ستكون هناك فرصة للنشاط العملي الذي سيطرور مهارات التوظيف الرئيسية وسيكون مفيداً في مكان العمل وفي دراستك.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (أ) اكتشف كيف يمكن لفرق الأعمال أن تكون ناجحة
- (ب) اشرح كيفية العمل بفعالية كعضو في الفريق
- (ج) البحث في دور قائد الفريق.

## ملخص الوحدة

نهج التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
<p>يمكن للمتعلمين إعداد عرض تقديمي حول كيفية نجاح الفرق، بما في ذلك أمثلة على الخصائص التي يتمتع بها الفريق الناجح، وتسلیط الضوء على فوائد العمل الجماعي. ثم يمكنهم المشاركة في نشاط بناء الفريق وتقديم تقرير عن كيفية أدائهم في هذا النشاط وكيف تغلبوا على الحواجز التي تحول دون العمل الجماعي الفعال.</p>	(أ) الفرق بين الفريق والمجموعة (أ) خصائص فريق ناجح (أ) فوائد العمل الجماعي	(أ)اكتشف كيف يمكن لفرق الأعمال أن تكون ناجحة
	(ب) العمل بفعالية كعضو في الفريق (ب) العوائق التي تحول دون العمل الجماعي الفعال	(ب) شرح كيفية العمل بفعالية كعضو في الفريق
يمكن للمتعلمين استخدام دراسات الحالة لإظهار كيفية القيام بذلك يستخدم قائد الفريق أساليب القيادة وتقنيات التحفيز لضمان تحقيق الفريق لأهدافه بفعالية.	(ج) تعريف القيادة ونظرية القيادة (ج) سمات قائد الفريق وكيفية تحفيز الفريق (ج) دور قائد الفريق	(ج) البحث في دور قائد الفريق

## المحتوى

هدف التعلم (ا): اكتشف كيف يمكن لفرق الأعمال أن تكون ناجحة

### (ا) الفرق بين الفريق والمجموعة

- المجموعة عبارة عن عدة أشخاص يعملون معاً ولكن غالباً ما يكون لديهم تركيز فردي.
- يتكون الفريق من ثلاثة أو أربعة أشخاص على الأقل لديهم هدف مشترك بتركيز جماعي.

أنواع مختلفة من فرق العمل:

- رسمي أو غير رسمي
- مؤقت، على سبيل المثال فرق المشروع
- دائم، على سبيل المثال إداري
- معتمد على بعضه، على سبيل المثال فرق الدعم (المالية، الإدارية، الموارد البشرية، تكنولوجيا المعلومات)، فرق متعددة الوظائف
- الفرق الافتراضية.
- مراحل تطوير الفريق، مثل التشكيل، والتسوية، والاقتحام، والأداء، والتحول.
- أدوار الفريق، على سبيل المثال نظرية دور فريق Belbin، والاختلافات بين الأدوار، ومساهمة كل دور في الفريق.

### (ا) خصائص الفريق الناجح

- سلوكيات النجاح:
  - تشجيع أعضاء الفريق
  - الولاء للغاية التي يسعى لها الفريق
  - احترام أعضاء الفريق الآخرين
  - القدرة على قبول النقد
  - ثقافة متحدة في هدف مشترك
  - أهمية أدوار وأهداف الفريق
  - التعامل مع الصراع بانفتاح.

### (ا) فوائد العمل الجماعي

- بالنسبة للشركة:
  - المساهمة في أهداف العمل
  - تقليل ازدواجية المهام
  - العمل المنزلي
  - زيادة الكفاءة/الإنتاجية وتقليل المخاطر
  - انخفاض نسبة الغياب.
- بالنسبة للفرد، فرص:
  - قابلية التوسيع والتحدي
  - التحفيز المعرفي
  - الإبداع
  - ضغط أقل
  - وجهات نظر مختلفة.

**هدف التعلم (ب): اشرح كيفية العمل بفعالية كعضو في الفريق****(ب1) العمل بفعالية كعضو في الفريق**

- للعمل بفعالية، يجب على أعضاء الفريق:
  - إظهار موقف إيجابي
  - تقبل التعليقات
  - تحمل المسؤولية عن العمل الخاص وتوضيح الأهداف والاتفاق على المهام
  - تشجيع أعضاء الفريق الآخرين على التوصية بالتحسينات
  - التعرف على حالات الصراع والتعامل معها
  - التواصل بشكل فعال، على سبيل المثال مهارات الاستماع والتحدث ولغة الجسد
  - إظهار الحزم.

**(ب2) العوائق التي تحول دون الأداء الفعال**

- من المفترض أن يكون هناك:
  - عدم الالتزام بالأهداف، على سبيل المثال القائد أو عضو الفريق
  - سوء تواصل
  - نقص المهارات المناسبة
  - مشكلات الموارد، مثل المسائل المالية والمادية وال المتعلقة بالموظفين
  - العوامل الشخصية، مثل تحديات السلطة والصراع بين أعضاء الفريق.

**هدف التعلم ج: البحث في دور قائد الفريق****(ج1) تعريف القيادة ونظرية القيادة**

- تعريف القائد.
- دور القائد لتلبية احتياجات الفريق والمهمة والاحتياجات الفردية (Adair).
- أنماط القيادة، على سبيل المثال الاستبدادية وال McKenzie والمترقبة والتشاركية.

**(ج2) سمات قائد الفريق وكيفية تحفيز الفريق**

- التواصل الجيد، مثل الاستماع الفعال، والاستجواب، والتعامل مع الصراع.
- إظهار الاحترام وتقدير الناس وتشجيع ودعم الأعضاء الآخرين.
- إظهار النزاهة والإنصاف والاتساق في صنع القرار.
- قبول المسؤولية والقدرة على القيادة بالقيادة.

**(ج3) دور قائد الفريق**

- تحديد أهداف واضحة للفريق والمواعيد النهائية وتفويض المهام:
- نظريات التحفيز، على سبيل المثال نظريات ماسلو وماكجريجور وهيرزبرغ
- قبول المسؤولية
- تقديم ملاحظات للفريق وأعضاء الفريق الفردية.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
	هدف التعلم (أ): اكتشف كيف يمكن لفرق الأعمال أن تكون ناجحة	
AB.D1	A.M1 تقييم أهمية مراحل تطوير الفريق ونظرية دور الفريق في تطوير فريق عمل فعال.	A.P1 شرح خصائص الفريق الفعال باستخدام الأمثلة.
	هدف التعلم (ب): اشرح كيفية العمل بفعالية كعضو في الفريق	
	B.M2 مراجعة نشاط الفريق ومدى نجاح الفريق في العمل مع لتحقيق أهدافه بما في ذلك كيفية إدارة الصراع.	B.P3 المشاركة في نشاط الفريق لإظهار مهارات العمل الجماعي المناسبة وكيف تساهم في تحقيق أهداف الفريق.
		B.P4 شرح كيفية إدارة الصراع في نشاط الفريق.
	هدف التعلم ج: البحث في دور قائد الفريق	
C.D2	C.M3 تحليل كيف يمكن لقائد الفريق المساهمة في فعالية فريق الشركة.	C.P5 وصف سمات وصفات قائد الفريق في فريق عمل متباينين.
		C.P6 شرح كيف يمكن لقائد الفريق تحفيز أعضاء الفريق.

## معلومات أساسية للواجبات

يظهر هيكل التقييم الموصى به في ملخص الوحدة، إلى جانب أشكال الأدلة المناسبة. يوفر القسم 6 "التقييم الداخلي" معلومات عن تحديد الواجبات وهناك أيضاً مزيد من المعلومات على موقعنا الإلكتروني.

وهناك حد أقصى لعدد الواجبات التلخizية لهذه الوحدة ويبلغ عدده واجبين. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

أهداف التعلم: أ و ب (AB.D1, B.M2, A.M1, B.P4, B.P3, A.P2, A.P1)

هدف التعلم: ج (CD2, CM3, CP6, CP5)

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

بالنسبة لهذه الوحدة، يجب أن يحصل المتعلمون على فرصة لتنفيذ نشاط بناء الفريق ومواد دراسة الحالة حول قيادة الفريق.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

سيشارك المتعلمون في أنشطة الفريق. ستكون أنشطة الفريق عبارة عن أحداث ليوم كامل أو يتم تنفيذها في عدة جلسات خلال فترة زمنية قصيرة. سيتم إكمال أوراق الملاحظة/الملاحظات التفصيلية للأقران والمقيمين وملاحظات المتعلّم الفردية بحيث تكون المعلومات متاحة للمراجعة.

#### أهداف التعلم (أ) و(ب)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيكون المتعلمون قد شاركوا في نشاط بناء الفريق للسماح لهم بفرصة تقييم الصفات التي يحتاجها الفريق ليكون ناجحًا. ستشمل الصفات كيفية عمل الفريق خلال مراحل تطوير الفريق، مع تقييم أدائهم كعضو في الفريق. سوف يشيرون إلى أدوار Belbin ويشيرون إلى الأدوار التي تم تعين أعضاء الفريق المختلفين لها. النشاط وتقييم أداء أعضاء الفريق ضمن هذه الأدوار. سيتضمن التقييم كيف دعمت خصائص الفريق نجاح النشاط. سيقدم المتعلمون اقتراحات مبررة للأداء العام للفريق، مثل التحسينات في التواصل أو مراقبة الأداء أو مشاكل نزع فتيل الصراع في الفريق. عند شرح كيفية مساهمة الأفراد في فعالية الفريق، يجب على المتعلمين إعطاء أمثلة بناءً على الفرق التي اختروها بدلاً من مجرد عبارات عامة حول سلوكيات الأفراد. يجب أن تعطى الأدلة أحکاماً مدعومة.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيقوم المتعلمون بتقييم مجموعة التقنيات المستخدمة للعمل بفعالية كعضو في الفريق. يجب عليهم النظر في أمثلة لأداء الفريق الفعال؛ يجب استخدام مثالين على الأقل من حالات العمل لتقييم أهمية مراحل تطوير الفريق وكيفية العمل في الأدوار في الفريق الذي يدعم نتائج الفريق الفعال. سيقومون بمراجعة أدائهم الفردي في نشاط فريقهم، وربطه بالنظريّة، مع أمثلة لدعم المراجعة. لذلك يجب أن تتضمن المراجعة الخصائص والأدوار داخل الفريق، ومدى جودة عملهم معاً ككل، وأسباب (أو الأسباب المحتملة) للنزاع وكيف تم حلها/سيتم حلها، وأمثلة لدعم مراجعة العوائق الأخرى أمام العمل الجماعي الفعال.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيشرح المتعلمون بوضوح خصائص الفريق، مع إعطاء أمثلة واضحة لدعم شرحها (ستكون هناك حاجة إلى مجموعة من ثلاثة إلى أربعة أمثلة). سيشرحون بوضوح أدوار الفريق والأغراض المختلفة للفرق. سيتم تضمين تقنيات بناء الفريق ونظرية تطوير الفريق في الأدوار في العرض التقديمي. سيشارك المتعلمون في نشاط بناء الفريق وستظهر مشاركتهم كيف دعموا أهداف الفريق. سيشرحون كيف أظهروا نشاطهم أهتمام يستطعون العمل بفعالية كعضو في الفريق وكيف تمت إدارة أي حواجز أمام العمل الجماعي الفعال. سيلاحظون أمثلة محددة من نشاط الفريق للاستفادة منها في هذا الشرح، مع الإشارة إلى تطور الفريق والأدوار التي قام بها مختلف الأفراد.

**هدف التعلم (ج)**

سيقدم المعلم دراسات حالة أو أمثلة لقيادة الفريق من التسجيلات الإعلامية. يجب أن تكون دراسات الحالة متعمقة بما يكفي لتقييم جميع المعايير. بالنسبة لمعايير الامتياز، سيقوم المتعلمون بتقييم دور قائد الفريق وكيفية تحفيزهم لفريقهم. لدعم التقييم، سيستخدم المتعلمون أمثلة من أعمال دراسات الحالة ومن مواقف الشركات الأخرى لدعم تعليقاتهم. سيقومون بتقييم أداء قائد الفريق، مع الإشارة إلى نظرية القيادة والتحفيز وكيف يمكن رؤية الأدلة على هذه النظريات في مواقف معينة لضمان فعالية قائد الفريق في تحقيق أهداف الفريق. يجب أن تعطى الأدلة أحکاماً مدعومة. بالنسبة لمعيار التفوق، سيقوم المتعلمون بتحليل كيفية استخدام نظريات القيادة والتحفيز من قبل قائد الفريق. يجب أن يكون المتعلمون قادرین على تطبيق معرفتهم بما لا يقل عن اثنين من أصحاب النظريات التحفيزية على سيناريوهات مختلفة من دراسات الحالة لإظهار كيف يمكن للقادة المساهمة في فعالية الفريق.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيبدأ المتعلمون بوصف القيادة وأنماط القيادة المختلفة وسمات قائد الفريق وكيفية تأثيرها على أداء الفريق، باستخدام أمثلة لدعم تعليقاتهم. سوف يرکرون على مثالين قياديين متباهين. يجب على المتعلمين الاعتماد على نماذج القيادة مثل Adair لتوضيح دور قائد الفريق، وكيف يمكن لقائد الفريق تحفيز أعضاء الفريق. سيتم ربط هذا بنظرية التحفيز. سوف يعتمدون على أمثلة من دراسات الحالة لدعم الوصف.

**روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى**

ترتبط هذه الوحدة بنـ:

- الوحدة 5: الأشخاص في المؤسسات

**مشاركة صاحب العمل**

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- الخبرات العملية
- مواد الأعمال كنماذج
- زيارات للمؤسسات التجارية المناسبة.

**فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للنقل.**

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات بناء الفريق.

## الوحدة 17: إدارة الشؤون المالية الشخصية

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 30

### موجز عن الوحدة

سيطور المتعلمون المهارات والمعرفة لإدارة شؤونهم المالية الشخصية والقدرة على التخطيط مستقبل آمن.

### مقدمة الوحدة

التخطيط المالي الشخصي هو مهارة يحتاج جميع الناس إلى تطويرها إذا أرادوا ذلك. مستقبل ملي آمن. من المهم بالنسبة لك أن تقدر العوامل التي يمكن أن تؤثر على ذلك بالإضافة إلى عواقب عدم التخطيط بشكل صحيح. تتيح لك هذه الوحدة الفرصة للتحقق من جميع مصادر الدخل الشخصي وبنود الإنفاق، على الرغم من أن كل هذه المصادر قد لا تنطبق عليك حالياً. هناك حاجة إلى مهارات التنظيم الشخصي وحل المشكلات إدارة الشؤون المالية الشخصية، وستتمكن من تطبيقها عند إنشاء ميزانياتك الواقعية.

ستحصل على فرصة للتحقيق في الأنواع المختلفة من مزودي الخدمات المالية، بالنظر إلى كل من المؤسسات التقليدية، مثل البنوك وجمعيات البناء، وأصحاب الأدوار الجديدة في السوق، مثل تجار التجزئة ومقدمي الخدمات عبر الإنترنت.

من المهم الحصول على مشورة مالية سليمة ومحايدة بشأن المدخلات والاستثمارات، وفي هذه الوحدة ستتعرف على المنتجات والخدمات المالية المختلفة المتاحة لك خلال حياتك.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (أ) تعرف على إدارة الشؤون المالية الشخصية والمنتجات والخدمات المالية
- (ب) قم بإعداد ميزانية شخصية تأخذ في الاعتبار المكافآت والنفقات الشخصية.

## ملخص الوحدة

نحو التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
<p>سيقوم المتعلمون بإنشاء دليل الطالب حول كيفية إدارة الشؤون المالية الشخصية. يجب أن يشرح الدليل دور الأنواع المختلفة من مزودي الخدمات المالية ويشرح الغرض من المنتجات والخدمات المالية التي يقدمونها.</p> <p>يجب تحليل عواقب عدم إدارة الشؤون المالية الشخصية بشكل فعال.</p> <p>ينبغي النظر في مدى ملاءمة السمات المختلفة للمنتجات والخدمات التي يقدمها مقدمو الخدمات المالية، مع التوصل إلى الاستنتاجات والتوصيات.</p>	<p>(أ) إدارة الشؤون المالية الشخصية            (أ) مزودي الخدمات المالية            (أ) المنتجات المالية والخدمات</p>	<p>(أ) تعرف على إدارة الشؤون المالية الشخصية والمنتجات والخدمات المالية</p>
<p>سيقوم المتعلمون بإعداد ميزانية شخصية باستخدام البيانات المالية من سيناريو معين.</p> <p>يجب أيضاً إدراج بند الطوارئ في الميزانية. سيتم بعد ذلك تحليل الميزانية الشخصية والتوصيات المقترنة بشأن حالات الطوارئ المخطط لها التي تدرج في الميزانية.</p>	<p>(ب) إعداد ميزانية شخصية            (ب) تحليل الميزانية الشخصية</p>	<p>(ب) قم بإعداد ميزانية شخصية تأخذ في الاعتبار المكافآت والنفقات الشخصية</p>

## المحتوى

هدف التعلم (أ): تعرف على إدارة الشؤون المالية الشخصية والمنتجات والخدمات المالية

### (1) إدارة الشؤون المالية الشخصية

أهمية إدارة الشؤون المالية الشخصية بفعالية:

- تجنب الاستغرار في الديون

ضبط التكاليف

الحفاظ على القدرة على السداد

التوفير

التخطيط للأحداث المستقبلية

بناء تصنيف ائتماني جيد

عواقب عدم إدارة الشؤون المالية بفعالية:

ضعف التصنيف الائتماني والإعسار

صعوبة الحصول على الموافقة على الرهون العقارية والقروض

عدم القدرة على تلبية المدفوعات اليومية الأساسية

احتمال خسارة المنزل والتواترات العائلية المحتملة.

أهمية حفظ السجلات المالية والتحقق منها

البيانات المصرفية وبطاقات الائتمان، الورقة أو عبر الإنترنت

دفتر الشيكات ذو أرومات (قسائم الشيكات)

الإيصالات والفاتورة

قسائم الدفع.

التخطيط لحالات الطوارئ:

تأمين مدخلات

التأمين لحالات الطوارئ مثل غلاية التدفئة المركزية أو تعطل السيارة

فقدان الوظيفة بسبب الاستغناء عن الموظفين.

التخطيط للأحداث المستقبلية:

شراء منزل

شراء سيارة جديدة

الذهاب في عطلة

إنجاب أطفال

رسوم الكلية/الجامعة

التقاعد.

### (2) مزودي الخدمات المالية

أنواع مزودي الخدمات المالية، بما في ذلك:

البنوك

بناء المجتمعات

المستشارون الماليون المستقلون (IFA)

الشركات المالية

تجار التجزئة (بطاقات المتجر والقروض الشخصية).

الغرض من مزودي الخدمات المالية:

تقديم المشورة المالية بشأن إدارة الأموال

توفير حسابات التوفير أو الاستثمار

توفير التأمين ضد المرض/الخسارة

إقراض المال يخضع لمعايير محددة.

**(أ) المنتجات والخدمات المالية**

من المتوقع أن يكون لدى المتعلمين وعي بميزات الأنواع المختلفة من الخدمات والمنتجات المالية.

- أنواع المنتجات والخدمات المالية، بما في ذلك:

- الحسابات الجارية أو حسابات التوفير
- حماية التأمين
- تأمين الحياة
- الرهون
- أنواع مختلفة من القروض
- المعاشات
- الميزات البيئية والأخلاقية والثقافية والدينية

هدف التعلم (ب): قم بإعداد ميزانية شخصية تأخذ في الاعتبار المكافآت والنفقات الشخصية

**(ب) إعداد ميزانية شخصية**

- الغرض من إنشاء ميزانية شخصية، بما في ذلك:

- معرفة مقدار الأموال المتبقية في نهاية كل شهر
- المساعدة في التخطيط للنفقات المستقبلية
- المساعدة في تحطيم المدخرات المستقبلية

- العناصر الرئيسية للميزانية الشخصية وكيفية إنشائها، بما في ذلك:

- إجمالي الدخل الشهري
- إجمالي الإنفاق الشهري
- صافي التدفق النقدي الشهري
- الأرصدة الافتتاحية الشهرية
- الأرصدة الختامية الشهرية
- ضمان احتساب الضرائب ومساهمات التأمين الوطني.

- الإيرادات والنفقات العادلة وغير المنتظمة، بما في ذلك:

- الدخل العادي، مثل الأجر/الراتب، الفائدة على المدخرات/الاستثمار، مخصصات الدولة
- النفقات العادلة، مثل الإيجار/الرهن العقاري، والغذاء، والغاز/الكهرباء، وتسديد القروض
- الدخل غير المنتظم، مثل المكافآت والهدايا/الميراث
- الإنفاق غير المنتظم، مثل المناسبات الخاصة وحالات الطوارئ.

- مصادر الدخل، على سبيل المثال:

- الأجر والراتب بما في ذلك العمل الإضافي
- الإكراميات
- الرسوم
- المكافآت أو العمولة المكتسبة
- البدلات
- مخصصات الدولة والمنح
- الفائدة من المدخرات أو الاستثمارات
- الهدايا والميراث.

• أنواع النفقات، على سبيل المثال:

- الإقامة
- النفقات المنزلية (المراافق)
- السفر ونفقاته
- المواد الغذائية
- الملابس
- الاتصالات (الخط الأرضي، المحمول، الإنترنت)
- الأنشطة الترفيهية
- التأمين
- مدخلات
- مناسبات خاصة
- مدفوعات بطاقات الائتمان أو القروض.

(ب) تحليل الميزانية الشخصية

• تحليل الميزانية الشخصية والتخطيط للطوارئ، بما في ذلك:

- البحث عن أشهر تجاوز فيها النفقات الدخل
- النظر إلى الاتجاه في الأرصدة الشهرية الختامية
- النظر في بنود الإنفاق للتأكد من أنها كلها ضرورية
- البحث عن أي فوائض لمساعدة في قرارات الأدخار/الاستثمار
- التخطيط للوقت الأنسب لإجراء عمليات شراء كبيرة
- ضمان مدخلات كافية لتغطية حالات الطوارئ
- النظر في طرق لزيادة الدخل.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
	هدف التعلم (أ): تعرف على إدارة الشؤون المالية الشخصية والمنتجات والخدمات المالية	
A.D1 قم بتبرير التوصيات الخاصة بالمنتجات والخدمات المالية المناسبة في إدارة الشؤون المالية الشخصية.	A.M1 تحليل أهمية المنتجات والخدمات المالية في المساعدة في إدارة الشؤون المالية الشخصية.	A.P1 اشرح أهمية إدارة الشؤون المالية الشخصية. A.P2 شرح الغرض من الأنواع المختلفة من مقدمي الخدمات المالية ومنتجاتهم. A.P3 شرح أنواع المنتجات والخدمات التي يقدمها مقدمو الخدمات المالية في موقف معين.
هدف التعلم (ب): قم بإعداد ميزانية شخصية تأخذ في الاعتبار المكافآت والنفقات الشخصية		
B.D2 قدم توصيات مبررة بشأن حالات الطوارئ المخطط لها ضمن ميزانية شخصية مفصلة.	B.M2 قم بتحليل الميزانية الشخصية التفصيلية والطوارئ المخطط لها داخلياً.	B.P4 اشرح الغرض من إنشاء ميزانية شخصية. B.P5 إعداد ميزانية شخصية أساسية من بيانات معينة. B.P6 اشرح نوع الحالات الطارئة التي يجب التخطيط لها وكيفية التخطيط لها.

## معلومات أساسية للواجبات

يظهر هيكل التقييم الموصى به في ملخص الوحدة، إلى جانب أشكال الأدلة المناسبة. يوفر القسم 6 "التقييم الداخلي" معلومات عن تحديد الواجبات وهناك أيضاً مزيد من المعلومات على موقعنا الإلكتروني.

وهناك حد أقصى لعدد الواجبات التأكيدية لهذه الوحدة ويبلغ عدده واجبين. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

هدف التعلم: (أ) (A.D1, A.D1, A.M1, A.P3, A.P2, A.P1)

هدف التعلم: (ب) (B.D2, B.M2, B.P6, B.P5, B.P4)

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

لا توجد موارد خاصة مطلوبة لهذه الوحدة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

يمكن استخدام هذه الوحدة كمنصة لتقديم مفهوم إدارة الشؤون المالية الشخصية. يمكن للمتعلمين استخدام خبراتهم الخاصة، بالإضافة إلى دراسات الحال والبيانات التي يقدمها المركز، لاستكشاف قطاع الخدمات المالية وتطوير معرفتهم بكيفية إدارة الشؤون المالية الشخصية بفعالية. عند إعداد الميزانية الشخصية وتحليلها، يجب أن يعتمد المتعلمين على الموارد المالية المحتملة للسنوات القليلة الأولى من حياتهم المهنية بدلاً من مواردهم المالية أثناء تعلمهم بدوام كامل. على سبيل المثال، يمكنهم إعداد ميزانية شخصية بناءً على متوسط الراتب الوطني الأولي للمنطقة التي يعيشون فيها.

#### هدف التعلم أ

بالنسبة لمعيار الامتياز، يحتاج المتعلمون إلى اختيار المنتجات والخدمات المناسبة كخيار مفضل لديهم وتبرير توصياتهم، مع مراعاة الميزات التي قاموا بشرحها وتقييمها بالفعل.

بالنسبة لمعيار التفوق، يحتاج المتعلمون إلى الجمع بين «كيف» و «لماذا» يتم تقديم تحليل لما يمكن أن يحدث إذا لم تتم إدارة الشؤون المالية الشخصية بشكل فعال.

بالنسبة لمعيار النجاح، يحتاج المتعلمون إلى - باستخدام الأمثلة ذات الصلة- شرح أهمية إدارة الشؤون المالية الشخصية. بالنسبة لـ A.P2، يحتاج المتعلمون إلى شرح الأنواع المختلفة لمزودي الخدمات المالية. يؤدي هذا إلى A.P3 حيث يجب على المتعلمين شرح ميزات أنواع مختلفة من المنتجات المتوفرة حالياً لحالة معينة. على سبيل المثال، يمكنهم إما شرح الميزات التي يوفرها الحساب الجاري من مزودين مختلفين أو يمكنهم النظر في ميزات القروض المختلفة أو بطاقات الائتمان.

#### هدف التعلم (ب)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيحتاج المتعلمون إلى تقديم توصيات مبررة لاختيارهم للطوارئ المخطط لها ضمن الميزانية التفصيلية التي قاموا بإعدادها.

بالنسبة لمعيار التفوق، بالنسبة لـ B.M2، يحتاج المتعلمون إلى تقديم تحليل للميزانية الشخصية التفصيلية التي قاموا بإعدادها. سيعتمد التحليل والمشكلات المحددة على مجموعة السيناريوهات والبيانات التي قدمها المعلم في الواجب. يجب أن تخضع الحالات الطارئة التي أدرجها المعلم في الميزانية الشخصية التي أعدتها للتحليل.

بالنسبة لمعيار النجاح، بالنسبة لـ B.P4، يحتاج المتعلمون إلى شرح الغرض من إعداد ميزانية شخصية كجزء من إدارة شؤونهم المالية الشخصية. غالباً ما تكون البنوك مصدرًا للمشورة، حيث تقدم المعلومات في شكل منشورات يمكن جمعها من فروعها أو تزيلها من موقعها على الويب. بالنسبة لـ B.P5، يجب تزويد المتعلمين ببيانات واقعية حتى يتمكنوا من إعداد ميزانية شخصية للأشهر الـ 12 القادمة. يجب أن يشمل ذلك شهرًا واحدًا على الأقل حيث تتجاوز النفقات الدخل ويكون هناك رصيد سلي واحد على الأقل. تعتبر مجموعة البيانات المفصلة بشكل مناسب التي تسمح للمتعلمين بتقديم اقتراحات مناسبة أمرًا بالغ الأهمية لهذا المعيار. يجب أن يكون هناك دخل ونفقات منتظمة وغير منتظمة، ويجب تقديم أمثلة مقتربة لمصادر الدخل والنفقات في المحتوى التعليمي

للهدف التعليمي (ب). بالنسبة لـB.P6، يحتاج المتعلمون إلى شرح أنواع المشكلات التي يمكن أن يكون لها تأثير على مواردهم المالية الشخصية وكيف يمكنهم وضع خطة طوارئ لها.

#### روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

- ترتبط هذه الوحدة بـ
- الوحدة 3: التنبؤ بالأداء المالي للشركة.

#### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- متخصصون ضيوف من البنوك أو مقدمي استشارات الديون الشخصية
- مواد الأعمال كنماذج، على سبيل المثال أدلة للشأن المالي الشخصية.

#### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للنقل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات البحث والتخطيط لأغراض الميزانية.



## الوحدة 19: تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 60

### موجز عن الوحدة

سوف يدرس المتعلمون أنشطة ومسؤوليات التجار المرئين. سوف يدرسون أيضًا الأساليب والأدوات المستخدمة للترويج المرئي لمبيعات المنتجات في شركات البيع بالتجزئة.

### مقدمة الوحدة

عندما تذهب للتسوق، هل تسأءلت يوماً ما الذي يجعلك تختار منفذ بيع بالتجزئة بدلاً من آخر؟ يمكن أن تكون واجهة العرض الزجاجية وتخطيط المتجر وكيفية عرض المنتجات ومدى سهولة العثور عليه.

يمكن أن يؤدي التصميم المدروس بعنابة وتحديد موقع المنتج الذكي إلى جذب العملاء لإجراء عملية شراء. من المهم جدًا أن تستخدم العديد من منافذ البيع بالتجزئة تجاريًا مرئيين ماهرين لتصميم وإنشاء تخطيط منفذها وعرض المنتجات داخله.

ستتعرف في هذه الوحدة على أنشطة الترويج المرئي وتقنيات العرض في شركات البيع بالتجزئة. سوف تكتشف ما يفعله التجار المرئيون بالضبط وكيف يختلف دورهم اعتمادًا على حجم تجارة التجزئة والقطاع الفرعي الذي تعمل فيه. ستتعرف على الأدوات والأساليب التي يستخدمها التجار المرئيون لإعداد عروض منتجات لافتة للنظر وستتاح لك الفرصة لتطوير مهاراتك الإبداعية من خلال تطبيق هذه الأدوات والتقنيات على حالة البيع بالتجزئة والتأكد من أنها تتوافق مع اعتبارات الصحة والسلامة.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (ا) فهم أنشطة ومسؤوليات التجار المرئين في شركات البيع بالتجزئة
- (ب) تعرف على التقنيات والأدوات التي يستخدمها تجار التجزئة للبضائع وعرض منتجاتهم بصرياً.
- (ج) تصميم وتخطيط بيئه مبيعات إيجابية باستخدام تقنيات الترويج والعرض المرئية.

## ملخص الوحدة

نهج التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
تقدير/عرض لأنشطة الترويج المرئي والتقنيات والأدوات المستخدمة من قبل شركتين للبيع بالتجزئة تعاملان في قطاعات فرعية مختلفة تأخذ في الاعتبار فعالية هذه الأنشطة في كل منها.	(أ) أنشطة الترويج المرئي (أ) مسؤوليات التجار المرئيين (أ) الحجم والقطاع الفرعي لمنفذ البيع بالتجزئة	(أ) فهم أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين في شركات البيع بالتجزئة
	(ب) التقنيات المستخدمة من قبل التجار المرئيين (ب) الأدوات المستخدمة من قبل التجار المرئيين (ب) استخدام تقنيات وأدوات الترويج المرئي بنجاح	(ب) تعرف على التقنيات والأدوات التي يستخدمها تجار التجزئة للبضائع وعرض منتجاتهم بصرياً
عرض عملي لتقنيات وأدوات الترويج المرئي لإنشاء تصميم واقعي وتحطيط لعرض بيئة بيع بالتجزئة إيجابية في منفذ بيع بالتجزئة مختار والقدرة على الاستجابة للتعليقات لتنبرر التحسينات.	(ج) دعم أفكار التصميم (ج) التخطيط لبيئة بيع بالتجزئة إيجابية (ج) تصميم عرض المنتج	(ج) تصميم وتحطيط بيئة مبيعات إيجابية باستخدام تقنيات الترويج والعرض المرئية.

## المحتوى

هدف التعلم (أ): فهم أنشطة ومسؤوليات التجار المرئين في شركات البيع بالتجزئة

### (أ) أنشطة الترويج المرئي

- العمل بمفردك أو كجزء من فريق التسويق المرئي.
- تصميم مخططات الطوابق وشاشات العرض لعرض المنتج
- تصميم شاشات النافذة لعرض المنتج.
- رسم خطط التصميم باليد أو الكمبيوتر.
- بعد موجز تصميم معين، على سبيل المثال نطاق المشروع، والتوقيت، والميزانية، وبيان المشكلة والقيود.
- تجميع وتفكيك العروض.
- استخدام الدعائم والإضاءة.
- تحديد كيفية استخدام المساحة والإضاءة بشكل إبداعي.
- تزيين العارضات وترتيب الشاشات والملصقات.
- التأكد من الأسعار والتفاصيل الأخرى مرئية وواضحة.

### (ب) مسؤوليات التجار المرئيين

- تقديم الملاحظات لأصحاب المصلحة، مثل المكتب الرئيسي وفرق الشراء، وأعضاء فريق التسويق المرئي ومديري الإدارات.
- مناقشة الملخصات مع العملاء إذا لزم الأمر.
- تحديد مصادر الدعائم.
- تنظيم/إجراء بحث في التركيبة السكانية للعملاء وسمات المتجر/المنطقة.
- إنشاء حزم تسويق مرئية ذات علامة تجارية لإرسالها إلى كل فرع من فروع المتجر.
- التواصل مع موظفي المبيعات وترتيب التدريب حول كيفية عرض البضائع.
- ضمان الاتساق مع صورة العلامة التجارية للشركة (عادة فقط في الشركات الكبيرة).
- البحث عن التكاليف والعمل في حدود الميزانية.
- البحث عن العوامل والاتجاهات الشائعة التي تؤثر على أنماط شراء العملاء، مثل التسويق والإعلان والعلامات التجارية وتأثير المشاهير والموسمية والمالية.

### (ج) الحجم والقطاع الفرعي لمنافذ البيع بالتجزئة

- الحجم - شركات صغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر (SMEs) وتجار التجزئة الكبار، على سبيل المثال المتاجر الوطنية/الدولية وشركات البيع بالتجزئة التي تعمل على مستوى العالم
- كيف يؤثر حجم شركات البيع بالتجزئة على عمل التجار المرئيين، على سبيل المثال، قد يكون لدى باائع تجزئة صغير تاجر مرئي واحد يقوم بإنشاء جميع العروض، في حين أن باائع التجزئة الوطني الكبير قد يكون لديه فرق متخصصة من التجار المرئيين.
- القطاعات الفرعية، مثل السيارات، والملابس، والأعمال اليدوية، والسلع الكهربائية، والأغذية والبقالة، والأدوية، والأدوات المنزلية، والموسيقى والفيديو، والمتاجر غير المتخصصة، والعنابة الشخصية، ومحلات السلع المستعملة، ومتاجر التخفيضات، والمتاجر الصغيرة.
- كيف يؤثر القطاع الفرعي لشركات البيع بالتجزئة على عمل التجار المرئيين، على سبيل المثال توفر الوحدات المبردة لعرض السلع القابلة للتلف.

هدف التعلم (ب): تعرف على التقنيات والأدوات التي يستخدمها تجار التجزئة للبضائع وعرض منتجاتهم بصرّياً

**(ب1) الأساليب المستخدمة من قبل التجار المربين**

- الأساليب النفسية - كيفية جذب حواس العملاء (مثل البصر، اللمس، الرائحة، التذوق، السمع)، الخصومات، الأحداث الخاصة، القيود الزمنية، الموسيقى، والعروض البسيطة مقابل عروض «تكديس المنتجات في الأعلى»، والتعبئة واستخدام الأشياء الملموسة وغير الملموسة.
- أساليب العرض، مثل استخدام «البيع المفتوح» لتمكين العملاء من تجربة المنتجات بأنفسهم، وعروض البيع المغلقة، والعروض ذات الطابع الخاص.
- الأساليب المرئية - كيف يمكن لموظفي المبيعات التأثير على العملاء من خلال التقنيات المرئية، مثل مناطق العرض التوضيحي، والتجارب، وأخذ العينات، ووضع الإضافات، والشاشة/النوافذ التفاعلية/التي تعمل باللمس/رموز الاستجابة السريعة، واستخدام البدائل.
- وضع المنتج، مثل النافذة، والواجهة الأمامية، وهياكل الممرات، وبالقرب من المدخل، وبالقرب من السلالم المتحركة/المصاعد، والممرات ذات الحركة المرورية العالية، ووضع البضائع التكميلية.

**(ب2) الأدوات المستخدمة من قبل التجار المربين**

- دعائم العرض، مثل العارضات ووحدات العرض وتحسينات الأثاث وقضبان الملابس والعدادات والأرفف والمنصات وواجهات العرض والحاويات.
- أدوات العمل، مثل شريط الفياس، ومسدس التدبيس، ومسدس الغراء الساخن، والمطرقة، والمقصات، أقلام رصاص، المثقب، نظارات آمان، مفكات، وموازين التسوية الشاقولية.
- أهمية النظافة العامة للشركات بما في ذلك النظافة، استخدام مواد نقاط البيع المناسبة.
- تهيئة الأجواء، مثل الإضاءة المتخصصة المستهدفة من الأصوات الكاشفة، وإضاءة الأرضيات بالفلوريست وأغطية الأرضيات المتنوعة واستخدام المرايا.
- أهمية اللون واستخدامه.
- رسومات التصميم وبرامج الكمبيوتر والمخططات البيانية.
- أهمية درجة الحرارة الصحيحة لبعض المنتجات.

**(ب3) استخدام تقنيات وأدوات الترويج المرئي بنجاح**

- فعالية الأساليب والأدوات المستخدمة في عروض التسويق المرئي الناجحة، مثل تشجيع العملاء المستهدفين على التصفح والشراء.
- فوائد التسويق المرئي الناجح على:
  - شركات البيع بالتجزئة، على سبيل المثال زيادة حركة العملاء وزيادة الربحية
  - العملاء، على سبيل المثال يحسن إمكانية الوصول إلى فئات السلع، ويحسن الاختيار الذاتي، يقدم معلومات عن الموضة والاتجاهات
  - الموردين، على سبيل المثال زيادة المبيعات وتحسين تسويق منتجاتهم.

هدف التعلم ج: تصميم وتخطيط بيئة مبيعات إيجابية باستخدام تقنيات الترويج والعرض المرئية

**(ج1) دعم أفكار التصميم**

- بعد موجز التصميم، على سبيل المثال نطاق المشروع، والتوقعات، والميزانية، وبيان المشكلة والقيود.
- مجموعة المنتجات/السلع التي سيتم استخدامها في العرض.
- نوع الدعائم التي ستعمل على تحسين المنتجات التي سيتم استخدامها في العرض.
- أي قيود زمنية.

- استخدام سلع الدعم المناسبة.
- الموضوعات والأنشطة والأحداث والمواسم.
- استخدام اللافتات واللوون والتصميم والتكتين.
- اتجاه أي إضاءة يتم استخدامها.

**(ج) التخطيط لبيئة بيع بالتجزئة إيجابية**

- أهمية محاولة إنشاء بيئة توفر تجربة إيجابية للعملاء، وتحمّلهم على الدخول وشراء المنتجات.
- تصميم مخطط لبيئة البيع بالتجزئة الإيجابية، باستخدام التعليقات التوضيحية المناسبة ومراقبة الميزات التالية:
  - التخطيط، على سبيل المثال، الحديد المشبك، التدفق المفتوح/الحر، المتاجر الصغيرة
  - الموقع وتواجد المساحة والارتباط بالمخزن المجاور
  - تدفق حركة العملاء - تصميم المدخل، على سبيل المثال، الأبواب المسطحة، والأبواب المفتوحة، والأوتوماتيكية، والمنافذ متعددة المستويات
  - موضع التركيبات، على سبيل المثال 45/60 درجة
  - تأثيرات وضع المنتج، مثل البائعين البطيئين، والبائعين السريعين، والنطاقات الجديدة، والمخزون القديم، ومضايقه/تكرار وضع المنتجات، ووضع المنتجات بجانب الدرج/الباب
  - عرض المنتج، مثل الملابس المعلقة، القابلة للطي، على شكل غلب، على شكل هرمي
  - إمكانية الوصول، على سبيل المثال ارتفاع الرفوف/التركيبات، وموضع المنتجات، واتجاه تدفق العملاء، والتدفقات في اتجاه عقارب الساعة/عكس اتجاه عقارب الساعة، وموقع مكتب المبيعات/الخروج، موقع الخروج، تأثير المنطقة الانتقالية
  - العوامل الشائعة التي تؤثر على أنماط واتجاهات شراء العملاء، على سبيل المثال التسويق، والإعلان، والعلامات التجارية، وتأثير المشاهير، والظروف الموسمية، الأمور المالية، وكيفية استخدام تجار التجزئة لهذه المعلومات لإنشاء بيئة البيع بالتجزئة.
- أهمية استخدام التعليقات من الآخرين (مثل العملاء والزيارات) لتحسين فعالية مخططات بيئة البيع بالتجزئة.

**(ج) تصميم عرض المنتج**

- كيفية إنشاء تصميمات واقعية لعرض المنتجات لجذب العملاء، بما في ذلك:
  - نوع العرض، على سبيل المثال عرض النافذة الصغيرة، عرض المتجر الداخلي، عرض الرف، عرض قائم بذاته
  - موقع وموضع العرض، وتحديد موضع الدعائم، توفر المساحة والروابط مع المخزون الآخر
  - الربط بالمخطط الحالي، إذا كان ذلك مناسباً
  - المنتجات/السلع التي سيتم عرضها والشكل العام للعرض، على سبيل المثال هرمي، متماثل، غير متماثل
  - استخدام ووضع الدعائم، مثل المدرجات والإضاءة ونقطات البيع والخلفيات والعارضات والأسقف وأغطية الجدران
  - استخدام اللافتات والمواضيع والألوان
  - الطرق المناسبة لإبلاغ العملاء بالمنتجات المعروضة، على سبيل المثال الاستخدام الفعال للتقنيات البصرية
  - استخدام أي سياسات للشركات/الشركات المصنعة، مثل مخططات الألوان والشعار وتحديد المواقع ومواد نقاط البيع
  - وضع البضائع التكميلية
  - اعتبارات الصحة والسلامة ذات الصلة بالبضائع المعروضة، على سبيل المثال سلامة الأغذية، وسلامة العرض (ارتفاع البضائع، واستقرارها، وتوزيع الوزن/السعة، ودرجة الحرارة الصحيحة، واللافتات)، والمتطلبات القانونية والتنظيمية
  - الاعتبارات الأخلاقية والثقافية للعملاء المستهدفين، مثل اختيار الاسم، واستخدام اللغة، واستخدام الألوان، واستخدام العلامات، واستخدام الصور الثقافية، والاستدامة.

- جمع التعليقات، على سبيل المثال من العميل/الزيون، من محترفي الأعمال.
- طرق جمع التعليقات، مثل الاستبيانات المخطية والكتابية والاستطلاعات والأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة واختبارات قابلية الاستخدام.
- أهمية استخدام التعليقات من الآخرين (مثل العملاء والزيائرون) لتحسين فعالية تصميمات عرض المنتجات.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
	<p>هدف التعلم (أ): فهم أنشطة ومسؤوليات التجار المرئين في شركات البيع بالتجزئة</p> <p>A.M1 تحليل كيفية تأثير الحجم والقطاع الفرعي لشركة بيع بالتجزئة مختارتين تؤثر على أنشطة ومسؤولية التجار المرئين.</p>	<p>A.P1 اشرح، باستخدام الأمثلة ذات الصلة، أنشطة ومسؤوليات التجار المرئين في شركتين للبيع بالتجزئة تعاملن في قطاعات فرعية مختلفة.</p> <p>A.P2 اشرح، باستخدام الأمثلة، كيف أن الحجم والقطاع الفرعي لمنافذ البيع بالتجزئة تؤثر على عمل التجار المرئين.</p>
<p>AB.D1 تقييم فعالية نجاح الأعمال من الأنشطة والمسؤوليات والتكتيكات والأدوات المستخدمة من قبل التجار المرئين في شركتين للبيع بالتجزئة تعاملن في قطاعات فرعية مختلفة.</p>	<p>هدف التعلم (ب): تعرف على التقنيات والأدوات التي يستخدمها تجار التجزئة للبضائع وعرض منتجاتهم بصرياً</p> <p>B.M2 حل فوائد استخدام التقنيات والأدوات المختلفة لشركاتين للبيع بالتجزئة تعاملن في قطاعات فرعية مختلفة، بما في ذلك العملاء والموردين.</p>	<p>B.P3 اشرح، باستخدام الأمثلة ذات الصلة، الأساليب التي يستخدمها التجار المرئين في شركتان للبيع بالتجزئة تعاملن في قطاعات فرعية مختلفة.</p> <p>B.P4 صف، باستخدام الأمثلة ذات الصلة، الأدوات التي يستخدمها التجار المرئون في شركتين للبيع بالتجزئة تعاملن في قطاعات فرعية مختلفة.</p>

الامتياز	التفوق	النجاح
	<b>هدف التعلم ج:</b> تصميم وتحطيط بيئة مبيعات إيجابية باستخدام تقنيات الترويج والعرض المرئية	
قم بتبرير التحسينات المقترحة لخطة بيئه البيع بالتجزئة الإيجابية وتصميم عرض المنتج استجابة للتعليقات.	<p>C.D2</p> <p>C.M3 استخدم الملاحظات لتحليل فعالية خطة بيئه البيع بالتجزئة الإيجابية وتصميم عرض المنتج.</p>	<p>C.P5 خطط لبيئه بيع بالتجزئة مفصلة وإيجابية باستخدام التعليقات التوضيحية المناسبة لتلبية موجز تصميم معين.</p> <p>C.P6 قم بإنشاء تصميم عرض منتج للاستخدام في بيئه البيع بالتجزئة الإيجابية، لتلبية موجز تصميم معين.</p> <p>C.P7 اجمع الملاحظات عن فعالية خطة بيئه البيع بالتجزئة الإيجابية وتصميم عرض المنتج.</p>

## معلومات أساسية للواجبات

يظهر هيكل التقييم الموصى به في ملخص الوحدة، إلى جانب أشكال الأدلة المناسبة. يوفر القسم 6 "التقييم الداخلي" معلومات عن تحديد الواجبات وهناك أيضاً مزيد من المعلومات على موقعنا الإلكتروني.

وهناك حد أقصى لعدد الواجبات التأكيدية لهذه الوحدة ويبلغ عدده واجبين. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

أهداف التعلم: أ و ب (AB.D1, B.M2, A.M1, B.P4, B.P3, A.P2, A.P1)

هدف التعلم: ج (CD3, CM4, CM3, CP7, CP6, CP5)

## معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

### الاحتياجات من الموارد

بالنسبة لهذه الوحدة، يجب أن يتمكن المتعلمون من الوصول إلى مجموعة من معلومات نشاط البيع بالتجزئة الحالية على موقع الويب ومن الموارد المطبوعة.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

#### أهداف التعلم (أ) و(ب)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيحصل المتعلمون على الأدلة ذات الصلة من شركتين متباينتين للبيع بالتجزئة محلياً أو وطنياً تعاملان في قطاعات فرعية مختلفة من الأنشطة، ومسؤوليات التجار المرئيين، والتقنيات والأدوات المستخدمة من قبلهم لدعم التقييم المقدم. يجب أن تكون شركات البيع بالتجزئة المختارة متباينة بما يكفي للسماح بإجراء تقييم مناسب، مثل متاجر التجزئة الصغيرة للملابس مقارنة بمتاجر تجزئة كبير للسلع الكهربائية. سيقوم المتعلمون بتقييم التأثير بشكل نقدي على نجاح الأعمال بناءً على أبحاثهم وفعالية الأنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين والتقنيات والأدوات.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيبين المتعلمون تحليلًا واضحًا عن مدى تأثير القطاع الفرعي لشركة البيع بالتجزئة المتباينتين على أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين بالإضافة إلى الفوائد التي تعود على شركات البيع بالتجزئة وعملائها والموردين من استخدام تقنيات وأدوات الترويج المرئي المختلفة. يحتاج المتعلمون إلى تحليل كيفية اختلاف نطاق المسؤوليات في القطاعات الفرعية المختلفة ومنافذ البيع بالتجزئة ذات الأحجام المختلفة. على سبيل المثال، قد يستخدم باع تجزئة كبير فيريلًا من التجار المرئيين الذين ينفذون التصميمات التي تم إنشاؤها في المكتب الرئيسي، بينما قد يكون لدى باع تجزئة أصغر تاجر مرئي واحد يقوم بإنشاء وتنفيذ كل التصميمات بنفسه. يجب إدراج أدلة تفيد بالبحث المستقل.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيقوم المتعلمون بشرح أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين والتقنيات المستخدمة وتقديم وصف للأدوات التي يستخدمونها في شركتين متباينتين للبيع بالتجزئة تعاملان في قطاعات فرعية مختلفة، على سبيل المثال تاجر تجزئة للأغذية ومتجر تجزئة للأزياء. يجب على المتعلمين توضيح عملهم بأمثلة مناسبة من أبحاثهم.

#### هدف التعلم (ج)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيشارك المتعلمون في نشاط عمل لتخطيط وتصميم عرض ناجح مستوحى من البحث ويلي موجز تصميم معين. سيحتاج المتعلمون إلى جمع التعليقات من مجموعة متنوعة من المصادر، على سبيل المثال العملاء المحتملين ومالك/مدير تجارة التجزئة التي تستند إليها التصميم. يجب على المتعلمين تقديم ملخص للتعليقات التي تم جمعها ونسخة من الاستبيان الأصلي أو الأسئلة المطروحة. سيحتاجون بعد ذلك إلى استخدام التعليقات مع مراجعتهم لفعالية تصميماتهم لترير أي تحسينات مقترنة. يمكن أن تتضمن الأدلة تصميمات منقحة مع التحسينات المقترنة المشار إليها بوضوح، أو خطة عمل تتضمن اقتراحاتها المبررة. عند تقييم تصميمات المتعلمين لهذا الغرض، من المهم الحكم على ما إذا كانت قد استوفت متطلبات موجز التصميم الأصلي. لا يتم تقييم الجودة الفنية للتصميم.

بالنسبة لمعايير التفوق، سيحتاج المتعلمون إلى تخطيط وتصميم بيئة بيع بالتجزئة مفصلة وإيجابية باستخدام التعليقات التوضيحية المناسبة لتلبية موجز تصميم معين. وعلمهم جمع التعليقات من مجموعة متنوعة من المصادر واستخدامها لتحليل فعالية تصميمهم، على سبيل المثال إمكانية وصول العملاء إلى التصميم، وكيف يمكن أن يغري العملاء بشراء المنتج وما إذا كان يلبي موجز التصميم.

بالنسبة لمعايير النجاح، سيقدم المتعلمون أدلة على تخطيط وتصميم عرض مناسب لبيئة بيع بالتجزئة إيجابية باستخدام التعليقات التوضيحية ذات الصلة لتلبية موجز تصميم معين. يجب أن يكون تصميم العرض واقعيًا ومناسباً لمساحة المتاحة والعميل المستهدف المقصود بالإضافة إلى مراعاة أي جوانب تتعلق بالصحة والسلامة. يحتاج المتعلمون أيضًا إلى جمع التعليقات حول فعالية خططهم وتصميماتهم.

#### روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 4: خطة التسويق.

#### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- الخبرات العملية
- مواد الأعمال كنماذج
- زيارات للمؤسسات التجارية المناسبة.
- المشاركة في تقييم الجمهور للعروض التقديمية.

#### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للنقل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات الترويج المرئية.



## الوحدة 28: إدارة شركة صغيرة

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 60

### موجز عن الوحدة

سيستخدم المتعلمون مهاراتهم ومعرفتهم بخطيط الأعمال لإدارة شركة صغيرة لفترة زمنية محددة. سيقوم المتعلمون بوضع الخطط واستخدام مهارات خدمة العملاء والتعامل مع الأموال والاحتفاظ بالسجلات المالية. سيقومون بتقييم النشاط ومشاركتهم.

### مقدمة الوحدة

ستقوم في هذه الوحدة بالأنشطة التي تنتهي إليها إدارة شركة صغيرة. سوف تتعلم وتطور مهارات ريادة الأعمال من الاستقلال والابتكار والخيال ومحن المخاطر والإبداع والحدس والقيادة. يجب أن تدار الشركة الصغيرة لفترة تجارية لا تقل عن ثلث ساعات مع الحاجة إلى ميزانية صغيرة. تتبع هذه الوحدة خطيط الأعمال الذي أكملته في الوحدة 15: بدء شركة صغيرة.

يمكن إجراء شركة صغيرة كجزء من متجر فعلي أو نشاط تجاري عبر الإنترنت أو كلاهما. يمكن أيضًا تشغيلها كجزء من المنافسة. ستحتاج إلى العمل في مجموعات صغيرة لتمكين إدارة شركة صغيرة خلال فترة التجارة. يمكن الإشراف على التجارة، ولكن ليس من الضروري، داخل المدرسة/الكلية. خلال فترة التجارة، ستتطور فهماً لأهمية وجود خطة للشركة الصغيرة، والتعامل مع الأموال، وتنفيذ تقنيات المبيعات بشكل مناسب والتعامل مع العملاء بشكل صحيح. ستتطور أيضاً القدرة على تقييم نجاح شركة صغيرة وأهمية الدور الذي لعبته.

### أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (أ) وضع خطة تشغيلية لشركة صغيرة
- (ب) إدارة شركة صغيرة باستخدام المهارات والإجراءات المناسبة
- (ج) مراجعة نجاح شركة صغيرة

## ملخص الوحدة

نحو التقييم	مجالات المحتوى الرئيسية	هدف التعلم
خطة تشغيلية مفصلة ومنظمة وواقعية للشركات الصغيرة، مع إعطاء أسباب مفصلة ومبررة للقرارات التشغيلية المتخذة.	(أ) أهمية وميزات الخطة التشغيلية (أ) الأهداف الذكية (SMART) للأعمال في الخطة التشغيلية (أ) عملية الإنتاج في الخطة التشغيلية (أ) الأطر الزمنية في الخطة التشغيلية	(أ) وضع خطة تشغيلية لشركة صغيرة
أدلة فيديو مسجلة وتعليقات العملاء توضح مهارات وتقنيات المبيعات وخدمة العملاء، بما في ذلك أدلة حفظ السجلات المالية أثناء فترة التجارة للشركة الصغيرة.	(ب) بيع المنتج أو الخدمة خلال فترة التجارة (ب) مهارات وأساليب المبيعات خلال فترة التجارة (ب) مهارات رعاية العملاء خلال فترة التجارة (ب) إجراءات للتعامل مع الشؤون المالية خلال فترة التجارة	(ب) إدارة شركة صغيرة باستخدام المهارات والإجراءات المناسبة
تقدير نجاح الخطة التشغيلية وفترة التجارة مع تقديم توصيات مفصلة ومبررة للتحسين.	(ج) الأنشطة الأساسية وتأثيرها على النجاح (ج) كفاءة الأعمال وتأثيرها على النجاح (ج) المراجعة المالية وتأثيرها على النجاح (ج) تحليل المنافس (ج) إعادة تعريف أهداف الأعمال	(ج) مراجعة نجاح الشركة الصغيرة

## المحتوى

هدف التعلم (أ): وضع خطة تشغيلية لشركة صغيرة

### (أ) أهمية وميزات الخطة التشغيلية

• تتضمن أهمية الخطة التشغيلية القدرة على:

- تقديم التوجيه للتأثير على عملية صنع القرار وتسريعها
- إدارة المهام والحفاظ عليها في المسار الصحيح
- مراجعة الأداء وتحقيق الأهداف.

• تتضمن ميزات الخطة التشغيلية الخطوات الازمة لإكمال أهداف وغايات الأعمال:

- من: الأشخاص المسؤولون عن إكمال مهام محددة
- ماذا: وصف للمنطقة التي يكون كل شخص مسؤولاً عنها
- أين: معلومات عن المكان الذي ستتم فيه التجارة
- متى: المواعيد الهامة لإنجاز المهام والأهداف
- كم: تكلفة كل منطقة لإكمال مهام محددة.

### (أ) الأهداف الذكية (SMART) للأعمال في الخطة التشغيلية

- الهدف الاستراتيجي.
- الهدف التشغيلي المالي.
- الهدف التشغيلي التكنولوجي.
- الهدف التشغيلي التسويقي.
- الهدف التشغيلي للمبيعات.
- الهدف التنفيذي للموارد البشرية.
- الهدف التشغيلي لخدمة العملاء.

### (أ) عملية الإنتاج في خطة تشغيلية

- الموردون.
- المعدات.
- التكنولوجيا والبرمجيات.
- التسويق والمبيعات.
- الإلزام بالتكاليف.
- الموقع.
- ساعات العمل.
- الناس ومهاراتهم.

### (أ) الأطر الزمنية في الخطة التشغيلية

• مراحل الإنتاج الرئيسية:

- مرحلة التصميم.
- مرحلة النموذج الأولي للمنتج
- الاختبار

○ طرح المنتج/الخدمة.

• المراحل الرئيسية للسوق:

- أعداد العملاء/المبيعات.

• المراحل الرئيسية المالية:

- أهداف الإيرادات
- أهداف الربح.

هدف التعلم (ب): إدارة شركة صغيرة باستخدام المهارات والإجراءات المناسبة

(ب) بيع المنتج أو الخدمة خلال فترة التجارة

- إعداد المنتج أو الخدمة.
- إعداد الموقع.
- إنشاء موقع الويب والتجارة الإلكترونية.
- إنتاج وعرض معلومات المنتج.
- إنتاج وعرض المواد الترويجية.
- تحديد وعرض الأسعار.

(ب) مهارات وأساليب البيع خلال فترة التجارة

مهارات المبيعات بما في ذلك:

- الثقة والحفاظ على موقف إيجابي
- المرونة والتواصل باقتناص
- الاستماع بإنصات وفهم احتياجات العملاء
- بناء العلاقات واستخدام شخصيتك
- روح المبادرة والتطلع باستمرار إلى تحسين أدائك
- معرفة المنتج بالمنتجات/الخدمات الخاصة والمنافسة.

تقنيات المبيعات بما في ذلك:

- طرح الأسئلة الصحيحة والسماح للمشتري بالرد
- التأثير بشكل إيجابي على المشترين بالمعلومات ذات الصلة بما يمكّهم أو لا يمكنهم توقعه من المنتج/الخدمة.

(ب) مهارات رعاية العملاء خلال فترة التجارة

- التواصل بشكل مناسب مع العملاء.
- الإنصات إلى العملاء.
- الإيجابة على أسئلة العملاء.
- أن تكون ودوًا ومتعاونًا.
- حل مشاكل العملاء.
- مراجعات العملاء.

(ب) إجراءات للتعامل مع الشؤون المالية خلال فترة التجارة

- الإجراءات الواجب اتباعها بما في ذلك حفظ السجلات للاحفاظ بها طبقاً للقانون.
- الحفاظ على دخل آمن.
- زيادة فرص تحقيق الربح.
- حسابات دقيقة وسجلات مالية.

هدف التعلم ج: مراجعة نجاح الشركة الصغيرة

(ج) الأنشطة الأساسية وتأثيرها على النجاح

التأثير على نجاح الأنشطة الأساسية للشركة بما في ذلك:

• المنتجات/الخدمات:

- فعالية المنتجات أو الخدمات المطابقة لاحتياجات العملاء
- المنتجات أو الخدمات التي كان أداؤها جيداً وليس جيداً وفقاً لمواقف المبيعات والربح
- المشاكل التي تواجه المنتجات أو الخدمات بما في ذلك التسويق والتوصيات والمبيعات وخدمة ما بعد البيع والتصميم والتعبئة والتغليف

• التكاليف:

- مراجعة التكاليف بما في ذلك التكاليف المباشرة والنفقات العامة والأصول
- الموارد/المعدات الجديدة التي قد تخفض التكاليف

• العمليات:

- طرق مختلفة للتشغيل
- طرق للفاوض على صفقات أفضل مع الموردين.

(ج2) كفاءة الأعمال وتأثيرها على النجاح

التأثير على نجاح الأنشطة الأساسية للشركة بما في ذلك:

• الموقع:

- مزايا وعيوب الموقع الحالي

• الاتجاه:

- كيف يمكن للشركة أن تنمو أو تخفض إذا لزم الأمر
- التمويل المستقبلي

• المعدات والتكنولوجيا:

- التحسينات أو تدابير توفير التكاليف مقابل التحسينات المتوقعة التي قد تجلبها

- القدرة على مواصلة الإنتاج بما في ذلك استخدام التكنولوجيا للسماح بعمل أكثر مرونة

• الأفراد:

- ما إذا كان الأشخاص المناسبون قد شاركوا في الشركة الصغيرة للمساعدة في تحقيق الأهداف

- الفجوات في المهارات واحتياجات التدريب والتطوير

- تحفيز ورضا الموظفين.

(ج3) المراجعة المالية وتأثيرها على النجاح

استخدام السجلات المالية لشرح نجاح أو فشل شركة صغيرة خلال فترة التجارة:

- تكاليف الإعداد والتشغيل المفرط في تقديرها/المقدرة بأقل من قيمتها/المقدرة بدقة التدفق النقدي ورأس المال العامل

- فاق عدد الأصناف المنتجة أو الخدمات المقدمة أو لبي أو قصر في تلبية طلب العملاء

- الربح المحقق/غير المحقق خلال فترة التجارة.

(ج4) تحليل المنافس

رد فعل المنافسين على دخولك إلى السوق.

أي تغييرات في المنتج أو الأسعار مطلوبة نتيجة لنشاط المنافس.

(ج5) إعادة تعريف أهداف الأعمال

توصيات لتحسين التجارة في المستقبل.

الخطوات التالية.

تعديلات على أهداف وغايات الأعمال.

## معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
A.D1 قم بإعداد خطة تشغيلية مفصلة ومنظمة وواقعية للشركات الصغيرة، مع إعطاء أسباب مفصلة ومبررة للقرارات التشغيلية المتخذة.	A.M1 قم بإعداد خطة تشغيلية واقعية للأعمال التجارية الصغيرة، مع شرح أسباب القرارات التشغيلية المتخذة بشكل كامل.	A.P1 أشرح أهمية إعداد خطة تشغيلية للشركات الصغيرة. A.P2 قم بإعداد خطة تشغيلية أساسية للشركات الصغيرة.
B.D2 أظهر باستمرار مهارات وتقنيات المبيعات وخدمة العملاء المتزايدة بما في ذلك الإجراءات الصحيحة للتعامل مع الشؤون المالية وحفظ السجلات خلال فترة التجارة.	B.M2 أظهر مجموعة من المهارات والتقنيات المناسبة للمبيعات وخدمة العملاء بما في ذلك الإجراءات الصحيحة للتعامل مع الشؤون المالية وحفظ السجلات خلال فترة التجارة.	B.P3 أظهر مهارات وتقنيات المبيعات ورعاية العملاء المناسبة خلال فترة التجارة. B.P4 شرح الإجراءات الصحيحة للتعامل مع الشؤون المالية خلال فترة التجارة.
C.D3 قم بتقييم نجاح الخطة التشغيلية وفترة التجارة مع تقديم توصيات مفصلة ومبررة للتحسين.	C.M3 تحليل نجاح الخطة التشغيلية وفترة التجارة، مع إعطاء أمثلة مفصلة وتوصيات للتحسينات.	C.P5 وصف عناصر الخطة التشغيلية التي ساهمت في نجاح الشركة الصغيرة. C.P6 وصف عناصر فترة التجارة التي ساهمت في نجاح الشركة الصغيرة.

### معلومات أساسية للواجبات

يظهر هيكل التقييم الموصى به في ملخص الوحدة، إلى جانب أشكال الأدلة المناسبة. يوفر القسم 6 "التقييم الداخلي" معلومات عن تحديد الواجبات وهناك أيضاً مزيد من المعلومات على موقعنا الإلكتروني.

وهناك حد أقصى لعدد الواجبات التأكيدية لهذه الوحدة وبلغ عدده ثلاثة واجبات. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

هدف التعلم: A (A.D1, A.M1, A.P2, A.P1)

هدف التعلم: B (B.D2, B.M2, B.P4, B.P3)

هدف التعلم: ج (CD2, CM3, CP6, CP5)

## معلومات إضافية للمعلمين والمقتدين

### الاحتياجات من الموارد

بالنسبة لهذه الوحدة، يجب أن يتمتع المتعلموں بامکانیۃ الوصول إلى میزانیۃ معینۃ والقدرة على شراء المخزون الضروري وإدارة الأعمال خلال ثلاثة ساعات على الأقل. قد تكون هناك حاجة إلى برامج إضافية حسب اختيار المتعلم لشركته الصغيرة. يجب أن تتضمن الأدلة الخاصة بفترة التجارة تسجيلاً فيديو لمهارات وتقنيات المبيعات وخدمة العملاء والمستندات التي توضح حفظ السجلات المالية.

### المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

يجب أن يكون المتعلموں قد أكملوا الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة قبل بدء هذه الوحدة. خطة العمل التي تم إعدادها للوحدة 15: سيتم استخدام إنشاء الشركة الصغيرة لإبلاغ الخطة التشغيلية لهذه الوحدة.

#### متطلبات إضافية لهذه الوحدة:

- يمكن للمعلمين العمل إما بشكل فردي أو في مجموعات من 2 إلى 5 أشخاص. يجب أن تتخذ المجموعة قراراً بشأن خطة الأعمال من الوحدة 15: إن خطوة إنشاء شركة صغيرة ستنقل بعد ذلك إلى التجارة. لا يوجد أي شرط لإثبات هذا القرار.
- القدرة على إدارة الشركة في فترة تجارة لا تقل عن ثلاثة ساعات. يمكن أن يكون هنا في وقت خاضع للإشراف أثناء الدروس وأو أحد المدرسة/الكلية. لا يوجد حد زمني لفترة التجارة - إذا كان لدى المتعلموں القدرة على تمديد هذه الفترة إلى ما بعد المهلة الزمنية المحددة، فيمكن تمديدها وإكمالها بعد ساعات الفصل الدراسي.
- يمكن طرح المنتجات أو الخدمات في السوق، ويمكن بيعها فقط عبر الإنترنت أو في متجر فعلي. يمكن للمدرسة/الكلية إعداد هذا بعنصر تنافسي، إذا رغبت في ذلك. ستكون هناك حاجة إلى میزانیۃ صغیرۃ تُعطی للمتعلموں الذين عليهم تسليمها مرة أخرى.
- يوصى بالبحث عن مراجعات العملاء خلال فترة التجارة.
- في حالة العمل في مجموعة، يجب إكمال الخطة التشغيلية ومراجعة نجاح الشركة الصغيرة بشكل فردي.

### هدف التعلم A

بالنسبة لمعايير الامتياز، سيقوم المتعلموں بإعداد خطة تشغيلية جيدة التنظيم وواقعية تعطي تفاصيل عن جميع العناصر. سيشمل ذلك خطوات مفصلة لازمة لإكمال الأهداف التشغيلية. يجب أن تكون هذه الأهداف متسقة مع الهدف الاستراتيجي المأخذ من خطة الأعمال. في الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة، بالإضافة إلى ذلك، يجب أن تكون هناك أهداف تشغيلية شاملة وذكية للتمويل والتكنولوجيا والتسويق والمبيعات والموارد البشرية وخدمة العملاء، وأساليب مفصلة ومبررة للأهداف التي سيتم تقديمها. ستكون أوصاف المتعلموں لكيفية تنفيذ عملية الإنتاج للمنتج/الخدمة مفصلة وشاملة، مما يضمن تلبية قيود المیزانیۃ والوقت. ستأخذ الخطة في الاعتبار المهارات المحددة للأشخاص المعينين. ستكون القرارات المتخذة لعملية الإنتاج مفصلة ومبررة، بما في ذلك المراحل الرئيسية التفصيلية للإنتاج والتسويق والأمور المالية التي تلبي متطلبات الأهداف. ستتم مواءمة جميع عناصر الخطة مع هذه المراحل الرئيسية.

بالنسبة لمعايير التفوق، سيقوم المتعلمون بإعداد خطة تشغيلية واقعية تعطي تفاصيل عن معظم العناصر المطلوبة، على الرغم من أن بعضها قد يكون مفقوداً أو يفتقر إلى بعض التفاصيل. ستشمل الخطة الخطوات المطلوبة لإكمال الأهداف التشغيلية. قد تكون الأهداف متسقة أو غير متسقة مع الهدف الاستراتيجي المأخذ من خطة الأعمال في الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة. ستكون هناك بعض الأهداف التشغيلية الذكية للتمويل والتكنولوجيا والتسويق والمبيعات والموارد البشرية وخدمة العملاء وسيتم تقديم الأسباب التفصيلية لهذه الأهداف ولكن لن يتم تبريرها من خلال البحث من خطة الأعمال من الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة. بالإضافة إلى ذلك، سيكون هناك وصف تفصيلي لكيفية تنفيذ عملية الإنتاج للمنتج (المنتجات) / الخدمة (الخدمات)، على الرغم من أن ذلك قد لا يلي تماماً قيود الميزانية والوقت. ستأخذ الخطة في الاعتبار بعض مهارات الأشخاص/ الشخص المعنى وسيتم تفصيل القرارات المتخذة لعملية الإنتاج في الغالب. سوف يتم إعطاء المراحل الرئيسية للإنتاج والتسويق والتمويل لكنها قد لا تلبي تماماً متطلبات الأهداف. ستتوافق معظم عناصر الخطة مع هذه المراحل الرئيسية.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيقوم المتعلمون بإعداد خطة تشغيلية تفصيلية تعطي تفاصيل عن بعض العناصر المطلوبة، على الرغم من أن معظمها قد يكون مفقوداً أو يفتقر إلى بعض التفاصيل. سوف يشرحون أهمية الخطة التشغيلية. سيشمل ذلك الخطوات المطلوبة لإكمال الأهداف التشغيلية. قد لا تكون الأهداف التشغيلية متسقة أو غير متسقة مع الهدف الاستراتيجي المأخذ من خطة الأعمال في الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة. قد لا يتم إثبات جميع الأهداف التشغيلية للتمويل والتكنولوجيا والتسويق والمبيعات والموارد البشرية وخدمة العملاء، أو قد لا تكون جميعها أهدافاً ذكية (SMART). بالإضافة إلى ذلك، سيقدم المتعلمون مخططاً لكيفية تنفيذ عملية الإنتاج للمنتج (المنتجات) / الخدمة (الخدمات) ولكن هذا قد لا يلي قيود الميزانية والوقت. ستأخذ الخطة في الاعتبار بعض مهارات الأشخاص/ الشخص المعنى. قد لا يتم تقديم المراحل الرئيسية للإنتاج والتسويق والتمويل. وعندما يتم تقديمها، فإنها قد لا تلبي متطلبات الأهداف.

#### أهداف التعلم (ب) و(ج)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيكون أداء المتعلمين استثنائياً طوال فترة التجارة. سيظهرون باستمرار مهارات وأساليب بيع ممتازة لبيع المنتج/ الخدمة طوال فترة التجارة. سيظهرون اهتماماً دقيقاً بالتفاصيل في إعداد منطقة المبيعات وتجزئتها، سواء كان النشاط على عبر الإنترنت أو في متجر فعلي. سيظهرون مهارات استثنائية ومتسقة في الثقة والتواصل والاستماع ومعرفة المنتج وإظهار مجموعة من أساليب البيع الممتازة والمتسقة حيث سيطهرون على العملاء الأسئلة المناسبة، مما يسمح للمشترين بالرد والتأثير بشكل إيجابي على المشترين باستخدام المعرفة الصحيحة والمناسبة بالمنتج. كما سيظهرون باستمرار درجة عالية من الاهتمام بالعميل ويستجيبون لرائعات العملاء بشكل مناسب، حيثما أمكن ذلك. سيُظهر حفظ السجلات المالية الخاصة بهم اهتماماً دقيقاً بالتفاصيل ووعياً بفرص متزايدة لتحقيق الربح والتتأكد من أن جميع الحسابات والسجلات المالية كاملة ودقيقة.

سوف يعتمد المتعلمون على معلومات متنوعة وينتظرون في نقاط القوة والضعف لجميع عناصر التجارة في الشركة وكيف أثرت هذه العناصر على نجاح الشركة الصغيرة وفقاً لتلبية الأهداف التشغيلية. وسيشمل ذلك تأثير الأنشطة الأساسية (المنتجات/الخدمات والتکاليف والعمليات) على نجاح الأعمال؛ تأثير قدرة الشركة على أن تكون فعالة (الموقع والتوجيه والمعدات والتكنولوجيا والأشخاص) على نجاح الأعمال:

مراجعة الجدوى المالية للأعمال. بالإضافة إلى ذلك، سيقوم المتعلمون بتحسين الأهداف فيما يتعلق بالتجارة المستقبلية، وإصدار حكم بشأن نجاح الخطة التشغيلية ونافذة التجارة، وتقديم توصيات مبررة ومفصلة وفقاً لبيانات الأعمال ذات الصلة بشأن المحتوى المفقود.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيتمكن المتعلمون من استخدام مجموعة من مهارات المبيعات وخدمة العملاء المختلفة طوال فترة التجارة. سيظهرون بعض الاهتمام بالتفاصيل في إعداد منطقة المبيعات وتجهيزها، سواء كان النشاط عبر الإنترنت أو متجرًا فعلياً. سيظهرون أيضًا مهارات فعالة في التواصل والاستماع ومعرفة المنتج، ويشمل ذلك مجموعة من أساليب المبيعات حيث سيطرحون أسئلة على العملاء، مما يسمح للمشترين بالرد والتأثير بشكل إيجابي على المشترين باستخدام المعرفة المناسبة بالمنتج. سيظهرون اهتمام بالعملاء باستمرار وبشكل مناسب. بالإضافة إلى ذلك، سيستجيب المتعلمون لمراجعات العملاء بشكل مناسب، حيثما أمكن، وسيظهرون بعض الاهتمام بالتفاصيل مع حفظ السجلات المالية، ويتأكدون من أن جميع الحسابات والسجلات المالية كاملة ودقيقة.

سوف يدرس المتعلمون بالتفصيل جميع عناصر التجارة في الشركة وكيف أثرت هذه العناصر على نجاح الشركة الصغيرة وفقًا لتحقيق الأهداف التشغيلية. وسيشمل ذلك التأثير على نجاح الأعمال لأنشطة الأساسية (المنتجات/الخدمات والتكاليف والعمليات) وقدرة الشركة على أن تكون فعالة (الموقع والتوجيه والمعدات والتكنولوجيا والأشخاص). بالإضافة إلى ذلك، سيقوم المتعلمون بمراجعة الجدوى المالية للأعمال وتحسين الأهداف فيما يتعلق بالتجارة المستقبلية.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيظهر المتعلمون بعض مهارات المبيعات وخدمة العملاء طوال فترة التجارة. سيقومون بإعداد منطقة المبيعات، سواء كان النشاط عبر الإنترنت أو متجرًا فعليًا. سيظهرون بعض مهارات في التواصل والاستماع والمعرفة بالمنتج المناسبة، على الرغم من أنها قد تكون محدودة، وبعض الأساليب المحدودة في البيع ومهارات رعاية العملاء. بالإضافة إلى ذلك، سيُظهر المتعلمون بعض المهارات في حفظ السجلات المالية ويكملون بعض الحسابات والسجلات المالية، لكن قد تكون هناك أخطاء.

سيصف المتعلمون معظم عناصر التجارة في الشركة وكيف ساهمت هذه العناصر في نجاح الشركة الصغيرة وفقًا لتحقيق الأهداف التشغيلية. وسيشمل ذلك المساهمة في نجاح أعمال الأنشطة الأساسية (المنتجات/الخدمات والتكاليف والعمليات) وقدرة الشركة على أن تكون فعالة (الموقع والتوجيه والمعدات والتكنولوجيا والأشخاص)، بالإضافة إلى مراجعة أساسية للشؤون المالية.

روابط للوحدات ومواضيع المناهج الأخرى

ترتبط هذه الوحدة بـ:

- الوحدة 15: إنشاء شركة صغيرة

#### مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل في صورة:

- المتحدثون الضيوف وفرص المقابلة
- مواد الأعمال كنماذج
- زيارات للمؤسسات التجارية الصغيرة المناسبة.

#### فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للنقل

عند إكمال هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين الفرصة لتطوير مهارات البحث والخطاب.

**كيف أختار شهادة BTEC International التأهيلية من المستوى 2 المناسبة للمتعلمين لدي؟.**

تأتي شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في مجموعة من الأحجام، وكل منها غرض محدد. ستحتاج إلى اختيار المتعلمين بعناية فائقة للتأكد من أنهم يبدون بحجم الشهادات المناسب ليتماشى مع برنامج الدراسة الخاص بهم وأنهم يتذبذبون المسارات الصحيحة أو يأخذون الوحدات الاختيارية للسماح لهم بالتقدم إلى المرحلة التالية.

قد يرغب بعض المتعلمين في الحصول على عدد من الشهادات التأهيلية التكميلية أو إبقاء خيارات التقدم مفتوحة. فقد يكون هؤلاء المتعلمون مناسبين للحصول على منحة أو شهادة BTEC International من المستوى 2. ويمكن للمتعلمين الذين يقررون بعد ذلك الاستمرار في برنامج مهني كامل الانتقال إلى شهادة ممتدة أو دبلوم BTEC International من المستوى 2.

كما أن بعض المتعلمين متاكدون من المجال الذي يرغبون في العمل فيه ويهدفون إلى تحقيق التقدم في هذا المجال من خلال التعليم العالي. وينبغي توجيه هؤلاء المتعلمين إلى دبلوم BTEC International من المستوى 2 الذي يستغرق عامين باعتباره الشهادة التأهيلية الأنسب.

#### هل هناك متطلبات انضمام للمتعلم؟

بصفتك مركزاً، تقع على عاتقك مسؤولية التأكد من أن المتعلمين الذين تختارهم لديهم توقعات معقولة للنجاح في البرنامج. فلا توجد متطلبات انضمام رسمية ولكننا نتوقع أن يتلقى المتعلمون ما يكفي من التعلم للدراسة في هذا المستوى.

إذا كان المتعلمون يدرسون باللغة الإنجليزية، فإننا نوصي بأن يكونوا قد حفظوا ما لا يقل عن المستوى 2B في الإطار الأوروبي المترافق للغات أو مقاييس بيرونون العالمي للغة الإنجليزية 51. يرجى الاطلاع على الموارد المتاحة من بيرونون على: [www.pearson.com/english](http://www.pearson.com/english)

#### ما الذي ينطوي عليه التحول إلى مركز معتمد؟

يجب الموافقة على جميع المراكز قبل أن تتمكن من تقديم هذه الشهادات التأهيلية - وذلك حتى يكونوا مستعدون لتقييم المتعلمين وحتى تتمكن من تقديم الدعم المطلوب. وتتوفر المزيد من المعلومات في //قسم 8“ ضمان الجودة”.

#### ما هو مستوى المعرفة المجالية المطلوب لتدريس هذه الشهادات التأهيلية؟

نوصي المراكز بتقييم المهارات والمعرفة العامة لفريق التدريس للتأكد من أنها ذات صلة ومحدثة. سيعطي هذا المتعلمين برنامجاً غنياً لإعدادهم للتوظيف في هذا القطاع.

#### ما هي الموارد المطلوبة لتقديم هذه الشهادات التأهيلية؟

كجزء من موافقة المركز لديك، ستحتاج إلى إثبات أن الموارد المادية الازمة ومساحات العمل متاحة لتقديم شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2. بالنسبة لبعض الوحدات، هناك حاجة إلى موارد محددة.

## **كيف يمكن لـ Pearson Progress المساعدة في التخطيط لهذه الشهادات التأهيلية؟**

Pearson Progress هو نظام دعم رقمي يدعم تقديم الجودة وتقديمها وضمانها لشهادات BTEC في المراكز. وهو يدعم المعلمين بأنشطة مثل إنشاء الدورات التدريبية وإنشاء المهام والتحقق منها وإنشاء خطط التقييم وتسجيل قرارات التقييم. لمزيدٍ من المعلومات، راجع القسم 10 "الموارد والدعم".

## **ما طرق التسليم التي يمكن استخدامها لهذه الشهادات التأهيلية؟**

أنت حر في تقديم شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 باستخدام أي شكل من أشكال التقديم التي تلبي احتياجات المعلمين لديك. ونوصي باستخدام مجموعة متنوعة من الأساليب، بما في ذلك التعليم المباشر في الفصول الدراسية أو بینات العمل والعمل الاستقصائي والعمل الجماعي والأقران والدراسة الخاصة والتعلم الإلكتروني.

## **ما هي التوصيات الخاصة بمشاركة صاحب العمل؟**

شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 هي شهادات مهنية، وكمكر معتمد، نشجعك على العمل مع أصحاب العمل في التصميم والتسليم والتقييم للتأكد من أنها جذابة وملائمة وأهمها تُعد المتعلمين لتحقيق التقدم. وهناك اقتراحات في العديد من الوحدات بشأن كيفية مشاركة أصحاب العمل في التسليم و/أو التقييم ولكن لا يُقصد منها أن تكون شاملة وستكون هناك إمكانيات أخرى على المستوى المحلي.

## **ما الدعم المتاح؟**

نقدم مجموعة كبيرة من مواد الدعم، بما في ذلك خطط المناهج الدراسية وأدلة التقديم والواجبات المحددة من قبل بيرسون وملخصات الواجبات المعتمدة.

وسيتم تخصيص أداة التحقق من المعايير في وقت مبكر من مرحلة التخطيط لدعمك في التخطيط لتقييماتك. وستكون هناك برامج تدريبية مكثفة بالإضافة إلى دعم من فريق Subject Advisor الخاص بنا. للحصول على مزيدٍ من التفاصيل، راجع القسم 10 الموارد والدعم.

**مقدمة**

يتم تقييم شهادات التأهيلية من المستوى 2 باستخدام مزج من التقييمات الداخليّة، التي يتم تعبيتها وتمييزها من قبل المعلمين، وواجبات محددة من قبل بيرسون، التي تحددها بيرسون ويتم تمييزها من قبل المعلمين.

- وتحتوي الوحدات الإلزامية على مزج من الواجبات الداخلية والواجبات المحددة من قبل بيرسون.

فعدن وضع خطة شاملة للتسليم والتقييم للبرنامج، ستحتاج إلى النظر في الترتيب الذي تقوم بتقديم الوحدات به، سواء كان التسلیم خلال فترات قصيرة أو فترات طويلة ومتى يمكن إجراء التقييم. يجب أن تخطط للواجبات حتى يتمكن المتعلمون من إظهار التعلم على مستوى برنامجهم.

عند إدارة واجب داخلي أو واجب محدد من بيرسون، يجب أن يكون المركز على دراسة بالإجراءات والسياسات المحددة التي تنطبق، على سبيل المثال على التسجيل والإدخالات والنتائج. وترت نظرة عامة، مع الإشارة إلى الوثائق ذات الصلة، في القسم 7 من الترتيبات الإدارية.

**التقييم الداخلي**

سيكون نهجنا في التقييم الداخلي لهذه الشهادات التأهيلية ملوفًا على نطاق واسع للمراكز ذات الخبرة. فهو يوفر المرونة اللازمة بشأن كيفية تقييم المتعلمين ووقته، شريطة أن تستوفي متطلبات التقييم وضمان الجودة. ستحتاج إلى مراعاة متطلبات صياغة الوحدة، والتي نوضحها في وحدات القسم 3، ومتطلبات تنفيذ التقييم الواردة في القسم 6 "التقييم الداخلي".

**وحدات الواجبات المحددة من قبل بيرسون**

يتم تقديم ملخص للواجبات المحددة لهذه الشهادة التأهيلية في القسم 2 "الهيكل". وينبغي لك التتحقق من هذه المعلومات بعناية، جنبًا إلى جنب مع تفاصيل الوحدة التي يتم تقييمها، حتى تتمكن من جدولة فترات التعلم والتقييم بشكل مناسب.

ويجب على المتعلمين إجراء واجب محدد من قبل بيرسون المعتمدة لوحدة المهام المحددة. فلا يُسمح للمعلمين بإنشاء تقييماتهم الخاصة لوحدات المهام المحددة، وقد يلزم إجراء بعض المهام في ظروف خاضعة للرقابة. ويتم وصفها في كل وحدة.

يرجى الاطلاع على القسم 6 لمعرفة لواحة إعادة التقديم والاستعادة.

يقدم هذا القسم نظرة عامة على الميزات الرئيسية للتقييم الداخلي وكيف يمكنك، كمركز معتمد، تقديمك بفعالية. كما توفر المتطلبات والمعلومات التشغيلية الكاملة في كتب BTEC International لضمان الجودة. ويجب على جميع أعضاء فريق التقييم الرجوع إلى هذه الوثيقة.

فبالنسبة لشهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2، من المهم أن تتمكن من تلبية متطلبات أصحاب المصلحة واحتياجات المتعلمين من خلال توفير برنامج عملٍ وتطبيقي. ويمكن للمراكز تصميم البرامج لتلبية الاحتياجات المحلية واستخدام الروابط مع أصحاب العمل المحليين والجال المهي الأوسع.

وعندما يتم إجراء التقييم الداخلي بفعالية، فإنه يمثل تحديًا وعاملاً جذاباً وعملياً ومحدثاً. كما يجب أن تكون عادلة لجميع المتعلمين وتفي بالمعايير الدولية.

ويتم تقييم جميع الوحدات في هذه الشهادات التأهيلية داخلياً ولكن يرسون تحديد الواجبات لبعض الوحدات.

#### **مبادئ التقييم الداخلي (تنطبق على جميع الوحدات)**

##### **التقييم من خلال الواجبات**

بالنسبة لجميع الوحدات، فإن شكل التقييم هو واجب يؤخذ بعد تقديم محتوى الوحدة، أو جزء من الوحدة في حالة استخدام العديد من الواجبات. قد يتخذ الواجب مجموعة متنوعة من الأشكال، بما في ذلك الأنواع العملية والتجريبية. الواجب هو نشاط متميز، يتم إكماله بشكل مستقل من قبل المتعلمين، وهو منفصل عن التدريس والممارسة والاستكشاف والأنشطة الأخرى التي يكملها المتعلمون بتوجيه من المعلمين.

يتم إصدار الواجب للمتعلمين كموجز للواجب بتاريخ بدء محدد، وتاريخ انتهاء، إلى جانب المتطلبات الواضحة للأدلة التي يحتاجون إلى تقديمها. وقد تكون هناك مكونات عملية محددة ملحوظة خلال فترة تحديد الواجبات. ويمكن تقسيم الواجبات إلى مهام وقد تتطلب عدة أشكال من الأدلة. وسيتيح الواجب الصالح الحصول على نتيجة تقييم واضحة ورسمية، بناءً على معايير التقييم، وبالنسبة لمعظم الوحدات، يحدد المعلمون الواجبات. بالنسبة للوحدات التي تحدد فيها يرسون الواجبات، فسوف تحدد يرسون هذه الواجبات.

##### **قرارات التقييم من خلال تطبيق المعايير القائمة على الوحدة**

تعتمد قرارات التقييم لشهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 على المعايير المحددة الواردة في كل وحدة والمحددة في كل مستوى دراسي. ولضمان اتساق المعايير في التأهيل وعبر المجموعة ككل، تم تحديد معايير كل وحدة وفقاً لإطار العمل. الطريقة التي تتبعها الوحدات الفردية توفر الكتابة توازناً في تقييم الفهم والمهارات العملية والسمات المهنية المناسبة لغرض الشهادات التأهيلية.

حيث تُعد معايير التقييم للوحدة هرمية و شاملة. على سبيل المثال، إذا كان: معيار التفوق يتطلب من المتعلم إظهار "التحليل"، وكان معيار النجاح ذي الصلة يتطلب من المتعلم "الشرح"، فعند استيفاء معيار التفوق، سيحتاج المتعلم إلى تغطية "الشرح" و "التحليل" على حد سواء. وُظهرت شبكة تقييم الوحدة العلاقات بين المعايير بحيث يمكن للمقيمين تطبيق جميع المعايير على المتعلم في الوقت نفسه. في الملحق 2: مفرد المصطلحات المستخدمة، وضعنا تعريفاً للمصطلحات التي يحتاج المقيمون إلى فهمها.

يجب أن يوضح المقيمين كيف توصلوا إلى قراراتهم باستخدام المعايير الموجودة في سجلات التقييم. فعندما يكمل المتعلم جميع التقييمات للوحدة، سيعطى فريق التقييم درجة للوحدة. ويتم تقديم هذا وفقاً لأعلى مستوى يتم فيه تقييم المتعلم على أنه استوفى جميع المعايير. لذا:

- لتحقيق الامتياز، يجب أن يكون المتعلم قد استوفى جميع معايير الامتياز (وبالتالي معايير النجاح والتفوق): هذه تحدد الأداء المتميز عبر الوحدة ككل
- لتحقيق التفوق، يجب أن يكون المتعلم قد استوفى جميع معايير التفوق (وبالتالي معايير النجاح) من خلال الأداء العالي في كل هدف تعلم
- لتحقيق النجاح، يجب أن يكون المتعلم قد استوفى جميع معايير النجاح لأهداف التعلم، مع إظهار تغطية محتوى الوحدة وبالتالي التحصيل في المستوى 2 من الشهادة التأهيلية.

تُعد منحة النجاح مستوى محدداً من الأداء ولا يمكن منحها فقط على أساس إكمال المتعلم للواجبات. ينبغي الإبلاغ عن المتعلمين الذين لا يستوفون معايير النجاح على أنفسهم غير مصنفين.

#### فريق التقييم

من المهم أن يكون هناك فريق فعال للتقييم الداخلي. وهناك ثلاثة أدوار رئيسية تشارك في تنفيذ عمليات التقييم في مركز، وكل منها مسؤوليات متراقبة مختلفة؛ الأدوار مدرجة أدناه. وهناك معلومات مفصلة في دليل *BTEC International* لضمان الجودة.

- يتحمل المدقق الداخلي الرئيسي (Lead IV) المسؤولية الشاملة عن البرنامج وتقييمه والتحقق الداخلي وحفظ السجلات والاتصال مع مدقق المعايير، مما يضمن تلبية متطلباتنا. ويعمل Lead IV كمُقيم، ويتولى التوحيد القياسي لبقية فريق التقييم ودعمه، مع التأكيد من حصولهم على المعلومات التي يحتاجونها بشأن متطلبات التقييم لدينا، كما يتولى تنظيم التدريب، والاستفادة من مواد التوحيد والتوجيه والدعم الخاصة بنا.
- يشرف المدققون الداخليون (Vs) على جميع أنشطة التقييم بالتشاور مع قائد المدققين الداخليين. ويتحققون من صحة الواجبات وقرارات التقييم وأنها تلبي متطلباتنا. سيتم توحيد المدققون الداخليون من خلال العمل مع قائد المدققين الداخليين. فعادةً ما يكون المدققون الداخليون أيضاً مقيمين ولكنهم لا يتحققون من تقييماتهم الخاصة.
- يتولى المقيمين تعين الواجبات أو استخدامها لتقييم المتعلمين. فقبل اتخاذ أي قرارات تقييم، يشارك المقيمين في أنشطة وضع معايير التقييم بقيادة قائد المدققين الداخليين. فهم يعملون مع المدققين الداخليين وقادتهم لضمان تخطيط التقييم وتنفيذ بما يتماشى مع متطلباتنا.

#### المؤسسة الفعالة

يجب أن يكون التقييم الداخلي منظماً جيداً حتى يمكن تتبع تقدم المتعلمين وحتى نتمكن من مراقبة إجراء التقييم. فنحن ندعمك من خلال، على سبيل المثال، توفير المواد التدريبية ونماذج الوثائق.

ويمكن أن تساعدك خدمة Pearson Progress عبر الإنترنت في دعمك في التخطيط وحفظ السجلات. كما يمكن العثور على مزيد من المعلومات عن الاستعانة بسيير عمل بيرسون (Pearson Progress) في القسم "10 الموارد والدعم"، وعلى موقعنا الإلكتروني.

بالإضافة إلى ذلك، من المهم بشكلٍ خاص إدارة برنامج المهام العام والمواعيد النهائية للتأكد من قدرة المتعلمين على إكمال الواجبات في الوقت المحدد.

## إعداد المتعلم

لضمان تقديم تقييم فعال للمتعلمين، تحتاج إلى التأكد من أنهم يفهمون مسؤولياتهم عن التقييم ومتطلبات المركز. وبدءاً من التعريف، ستحتاج إلى التأكيد من تحفيز المتعلمين للعمل باستمرار وبشكل مستقل لتحقيق متطلبات الشهادات التأهيلية. حيث يحتاج المتعلمون إلى فهم كيفية استخدام الواجبات وأهمية الوفاء بالمواعيد النهائية للواجب، وأن جميع الأعمال المقدمة للتقييم يجب أن تكون أعمالهم الخاصة .<sup>٣٩</sup>

فضلاً عن ذلك، ستحتاج إلى إعطاء المتعلمين دليلاً يشرح كيفية استخدام الواجبات للتقييم، وكيفية ارتباط الواجبات ببرنامج التدريس وكيف ينبغي للمتعلمين استخدام المواد المرجعية، بما في ذلك ما قد يشكل سرقة أدبية. وينبغي أن يحدد الدليل أيضاً نهجك لتقييم التشغيل، مثل كيفية قيام المتعلمين بتقديم العمل وطلب التمديدات.

## اتخاذ قرارات التقييم الصحيحة

### أصلية عمل المتعلم

بمجرد بدء التقييم، يجب لا يحصل المتعلمون على تعليقات بشأن التقدم نحو تحقيق المعاير المستهدفة. ويجب على المُقيم تقييم عمل المتعلم الأصيل فقط، أي العمل المستقل للمتعلمين. يجب على المتعلمين مصادقة الأدلة التي يقدمونها للتقييم من خلال التوقيع على إقرار ينص على أن هذا هو عملهم الخاص. ويجب على المقيمين أيضاً التأكيد من أن الأدلة أصلية للمتعلم من خلال تحديد مهام صالحة والإشراف عليها خلال فترة التقييم. يجب على المقيمين الحذر من عدم تقديم مدخلات أو تعليمات مباشرة أو ملاحظات محددة قد تعرض المصداقية للخطر.

يجب على المقيمين إكمال إقرار بما يلي:

- أن الأدلة المقدمة لهذا الواجب هي، على حد علمهم، أدلة المتعلم
- أن المتعلم أشار بوضوح إلى أي مصادر مستخدمة في العمل
- أنهم يفهمون أن الإقرار الزائف هو شكل من أشكال الإهمال.

يمكن للمراكز استخدام قوالب Pearson أو القوالب الخاصة بها لتوثيق المصادقة.

أثناء التقييم، قد يشك المقيم في أن بعض أو كل الأدلة المقدمة من المتعلم ليست حقيقية. ومن ثم، يجب على المقيم اتخاذ الإجراء المناسب مستخدماً سياسات المركز المتعلقة بالإهمال. وتتوفر المزيد من المعلومات في القسم ٧ بعنوان "التربيات الإدارية".

## اتخاذ قرارات التقييم باستخدام المعايير

يُصدر المقيّمون الأحكام باستخدام المعايير. يمكن الحكم على الأدلة المقدمة من المتعلم باستخدام جميع المعايير ذات الصلة في نفس الوقت. ويحتاج المقيم إلى إصدار حكم على كل معيار بأن الأدلة موجودة وشاملة بما فيه الكفاية. على سبيل المثال، قد يكون إدراج قسم ختامي غير كافٍ لتلبية معيار يتطلب "تقييمًا".

وينبغي للمقيّمين استخدام المعلومات والدعم التاليين في الوصول إلى قرارات التقييم:

- يقدم قسم المعلومات الأساسية لقرارات التقييم في كل وحدة أمثلة وتعريفات تتعلق بالمصطلحات المستخدمة في المعايير
- شرح المصطلحات الرئيسية في الملحق 2: مسرد المصطلحات المستخدمة
- أمثلة على العمل الذي تم تقييمه المقدم من بيرسون
- الخبرة الجماعية لقائد المدققين الداخليين وفريق التقييم.

تتعلق معايير النجاح والتفوق بأهداف التعلم الفردية. وتتعلق معايير التمييز بكل بالأدلة البارزة عبر الوحدة. لذلك، قد تتعلق المعايير بأكثر من هدف تعليمي واحد (على سبيل المثال A.D) أو بعدة أهداف تعليمية (على سبيل المثال D.E.D). وتتضمن معايير التمييز أن المتعلمين قد أظهروا أنهم قادرون على الأداء باستمرار على مستوى متميز عبر الوحدة وأو أنهم قادرون على جمع التعلم معًا عبر أهداف التعلم.

## إصدار قرارات التقييم والملاحظات

بمجرد إكمال فريق التقييم عملية التقييم للواجب، تكون النتيجة هي قرار تقييم رسمي. ويتم تسجيل هذا رسميًا وإبلاغ المتعلمين به. المعلومات المقدمة للمتعلم:

- يجب أن يُظهر القرار الرسمي وكيف تم التوصل إليه، مع الإشارة إلى كيفية الوصول إليه أو حيث تم استيفاء المعايير
- قد توضح سبب عدم إثبات التحصيل مقابل المعايير
- يجب لا تقدم ملاحظات بشأن كيفية تحسين الأدلة
- يجب التتحقق من صحتها من قبل مدقق داخلي قبل إعطائها للمتعلم.

## التخطيط وحفظ السجلات

لكي تكون العمليات الداخلية فعالة، يجب أن يكون فريق التقييم منظماً جيداً وأن يحتفظ بسجلات فعالة. وسيعمل المركز عن كثب معنا حتى نتمكن من ضمان تلبية المعايير وتحقيقها. وتمتنع هذه العملية أصحاب المصلحة الثقة في نهج التقييم.

ويجب أن يحتوي البرنامج على خطة تقييم مصدقة من قائد المدققين الداخليين. فعند وضع خطة، يحتاج فريق التقييم إلى مراعاة ما يلي:

- الوقت اللازم لتدريب فريق التقييم وتوحيده

- الوقت المتاح لإجراء التدريس وإجراء التقييم، مع مراعاة الوقت الذي يمكن فيه للمتعلمين إكمال التقييمات ومقاييس ضمان الجودة
- مواعيد الانتهاء من الواجبات المختلفة واسم كل مقيم
- من المتولى دور المحقق الداخلي لكل واجب والتاريخ الذي يجب فيه التحقق من الواجب داخلياً

- وضع نهج لأخذ عينات من قرارات المقيمين من خلال التحقق الداخلي الذي يغطي جميع الواجبات والمقيمين ومجموعة من قرارات التقييم
- كيفية إدارة التقييم والتحقق من عمل المتعلمين بحيث يمكن إعطاؤهم قرارات رسمية على الفور
- كيف يمكن جدولة فرص إعادة التقديم.

يحتفظ IV Lead أيضًا بسجلات التقييم الذي تم إجراؤه. والسجلات الرئيسية هي:

- التحقق الداخلي من ملخصات المهام
- إعلانات مصادقة المتعلم
- قرارات المقيم بشأن المهام، مع تقديم التعليقات للمتعلمين
- التحقق الداخلي من قرارات التقييم
- تتبع التقييم للوحدة.

هناك أمثلة للسجلات ومزيد من المعلومات في كتيب *BTEC International لضمان الجودة*.

#### **إعداد الواجبات الفعالة (ينطبق على جميع الوحدات بدون واجبات محددة من قبل بيرسون)**

##### **تحديد عدد الواجبات وهيكلها**

لا ينطبق هذا القسم على وحدات الواجبات. فعند إعداد الواجبات الخاصة بك، تحتاج إلى التعامل مع بنية الواجبات الموضحة في قسم المعلومات الأساسية للواجبات في الوحدة. حيث يوضح هذا هيكل أهداف التعلم والمعايير التي يجب عليك اتباعها وعدد المهام الموصى بها التي ينبغي لك استخدامها. وبالنسبة لهذه الوحدات، نقدم عينة من ملخصات المهام المصحح بها ونقدم لك اقتراحات بشأن كيفية إنشاء الواجبات المناسبة. ويمكنك العثور على هذه المواد على موقعنا الإلكتروني. فعند تصميم ملخصات الواجبات، ينبغي أن تضع في اعتبارك النقاط التالية:

- يجب لا يتجاوز عدد الواجبات للوحدة الرقم الموضح في المعلومات الأساسية للواجبات. ومع ذلك، يمكنك اختيار دمج الواجبات، على سبيل المثال، لإنشاء واجب واحد للوحدة بأكملها.
- يمكنك أيضًا اختيار دمج كل أو أجزاء من الوحدات المختلفة في واجبات فردية. شريطة أن يتم تناول جميع الوحدات وجميع أهداف التعلم المرتبطة بها بشكل كامل في البرنامج بشكل عام. فإذا اخترت اتباع هذا النهج، فأنت بحاجة إلى التأكد من أن المتعلمين مستعدون تماماً حتى يتمكنوا من تقديم جميع الأدلة المطلوبة للتقييم وأنك قادر على تتبع الإنجاز في السجلات.
- يجب دائمًا تقييم هدف التعلم ككل ويجب عدم تقسيمه إلى مهتمتين أو أكثر.
- يجب أن يستهدف الواجب أهداف التعلم ولكن أهداف التعلم والمعايير المرتبطة بها ليست مهام في حد ذاتها. ويتم التعبير عن المعايير من حيث النتيجة الموضحة في الأدلة.
- لا يتغير عليك اتباع ترتيب الأهداف التعليمية للوحدة في تحديد المهام ولكن أهداف التعلم اللاحقة غالباً ما تتطلب من المتعلمين تطبيق محتوى أهداف التعلم السابقة وقد يطلبون من المتعلمين جمع تعلمهم معاً.

- يجب تنظيم الواجبات للسماح للمتعلمين بإظهار النطاق الكامل للإنجازات في جميع مستويات الصدف. يجب معاملة المتعلمين بانصاف من خلال منحهم الفرصة لتحقيق درجة أعلى إذا كانت لديهم القدرة.
- نظرًا لأن المهام توفر تقييمًا هنائيًا، فإنها ستعتمد على النطاق المحدد لمحظى التدريس لأهداف التعلم. وبعد المحتوى المحدد إلزاميًّا. فلا يجب أن تغطي أدلة التقييم كل جانب من جوانب محتوى التدريس حيث سيتم إعطاء المتعلمين عادةً أمثلة أو دراسات حالة أو سيناريوهات معينة في مهامهم. على سبيل المثال، إذا كان المتعلم يؤدي أداءً عمليًّا واحدًا، أو يُحرِّي تحقيقًا في مؤسسة واحدة، فسيتناول كل نطاق المحتوى ذات الصلة الذي ينطبق في هذه الحالة.

#### تقديم موجز للواجب

موجز الواجب الجيد هو الذي، من خلال تقديم مهام صعبة وواقعية، يحفز المتعلمين على تقديم أدلة مناسبة لما تعلموه.

يجب أن يحتوي موجز الواجب على:

- سيناريو مهني - قد يكون هذا موقًعاً بسيطًا أو مجموعة كاملة ومفصلة من المتطلبات المهنية التي تحفز المتعلم على تطبيق تعلمه من خلال الواجب
- تعليمات واضحة للمتعلم بشأن ما هو مطلوب منه فعله، وعادةً ما يتم تحديدها من خلال سلسلة من المهام
- الجمهور أو الغرض الذي يتم تقديم الأدلة من أجله
- شرح لكيفية ارتباط الواجب بالوحدة (الوحدات) التي يتم تقييمها.

#### أشكال الأدلة

لطالما سمحت شهادات BTEC باستخدام مجموعة متنوعة من أشكال الأدلة - بشرط أن تكون مناسبة لنوع هدف التعلم الذي يتم تقييمه. فالنسبة للعديد من الوحدات، يُعد العرض العملي للمهارات ضروريًّا، وبالنسبة لآخرين، سيحتاج المتعلمون إلى إجراء البحوث والتحليلات الخاصة بهم. وتتوفر للوحدات معلومات عن أشكال الأدلة المناسبة لمنح المتعلمين الفرصة لتطبيق مجموعة من المهارات القابلة للتوظيف أو القابلة للتحويل. فقد تختار المراكز استخدام أشكال مختلفة مناسبة من الأدلة لتلك المقرحة. بشكل عام، يجب تقييم المتعلمين باستخدام أشكال متنوعة من الأدلة.

وتعد التعريفات الكاملة لأنواع التقييم في الملحق 2: مسرد المصطلحات المستخدمة فيما يلي بعض أنواع التقييم الرئيسية:

- التقرير المكتوب
  - المشاريع
  - التقييمات العملية المقيدة زمنيًّا مع سجلات المراقبة والأدلة الداعمة
  - تسجيلات الأداء
  - كراسات الرسم ودفاتر العمل والمجلات التفاعلية
  - العروض التقديمية مع استجواب المقيم.
- يجب أن يراعي شكل (أشكال) الأدلة المحددة ما يلي:
- السماح للمتعلم بتقديم جميع الأدلة المطلوبة لهدف (أهداف) التعلم ومعايير التقييم المرتبطة بها في جميع مستويات الصدف
  - السماح للمتعلم بتقديم أدلة تمثل عمله المستقل
  - السماح للمدقق بإعادة تقييم المتعلم بشكل مستقل للتحقق من قرارات المقيم.

على سبيل المثال، عند استخدام أدلة الأداء، تحتاج إلى التفكير في كيفية التقاط الأدلة الداعمة من خلال التسجيلات أو الصور أو أوراق المهام. وتحتاج المراكز إلى الاهتمام بشكلٍ خاص بمتطلبات المتعلمين من إنتاج عمل مستقل. على سبيل المثال، إذا طلب من المتعلمين استخدام أمثلة حقيقة، فستكون أفضل الممارسات هي تشجيعهم على استخدام الأمثلة الخاصة بهم أو إعطاء المجموعة عدداً من الأمثلة التي يمكن استخدامها في مجموعات متنوعة.

### الإكمال المتأخر وإعادة التقديم (ينطبق على جميع الوحدات بما في ذلك الواجبات المحددة من قبل بيرسون)

#### التعامل مع التأخير في إنجاز المهام للوحدات التي تم تقييمها داخلياً

يجب أن يكون لدى المتعلمين فهم واضح لسياسة المركز بشأن إكمال الواجبات في المواعيد النهائية التي تحددها لهم. فقد يتم منح المتعلمين تمديدات مصر بها لأسباب مشروعة، مثل المرض في وقت التقديم، بما يتماشى مع سياسات مركز.

ولكي يكون التقييم عادلاً، من المهم أن يتم تقييم جميع المتعلمين بنفس الطريقة وأن بعض المتعلمين لا يتمتعون بميزة الحصول على وقت إضافي أو فرصة للتعلم من الآخرين. لذا، قد لا تتاح الفرصة للمتعلمين الذين لا يكملون الواجبات بحلول الموعد النهائي المخطط له أو بحلول الموعد النهائي للتمديد المصرح به لإعادة الإرسال لاحقاً.

إذا قبلت الإكمال المتأخر من قبل المتعلم، فيجب تقييم الواجب بشكل طبيعي عند تقديمها، باستخدام معايير التقييم ذات الصلة.

#### إعادة تقديم الأدلة المحسنة للوحدات التي تم تقييمها داخلياً

يوفر الواجب التقييم النهائي لأهداف التعلم ذات الصلة وإعادة ما تكون قراراً نهائياً للتقييم، باستثناء الحالات التي يوافق فيها (Lead IV) على فرصة واحدة لإعادة تقديم أدلة محسنة بناءً على موجز الواجب المكتمل.

يتحمل Lead IV مسؤولية التأكد من أن إعادة التقديم تم بشكلٍ عادل، وهذا يعني:

- التتحقق من أنه يمكن توقع أداء المتعلم بشكلٍ معقول بشكلٍ أفضل من خلال التقديم الثاني، على سبيل المثال، أن أداء المتعلم لم يكن على النحو المتوقع
- التأكّد من أن إعطاء فرصة أخرى يمكن أن يتم بطريقة لا تعطي ميزة غير عادلة على المتعلمين الآخرين، على سبيل المثال، من خلال فرصة مراعاة التعليقات المقدمة للمتعلمين الآخرين
- التتحقق من أن المقيم يعتبر أن المتعلم سيكون قادرًا على تقديم أدلة محسنة دون مزيد من التوجيه وأن الأدلة الأصلية المقدمة قد تم توثيقها من قبل كل من المتعلم والمقيم وتظل صالحة.

في مجرد إعطاء قرار التقييم للمتعلم، يجب أن يكون هناك موعد نهائي لفرصة إعادة التقديم في غضون 15 يوم عمل بعد إصدار ملاحظات التقييم في الوقت المناسب للمتعلمين، والتي تكون في غضون الفصل الدراسي في نفس العام الدراسي.

ويجب عدم إتاحة فرصة إعادة التقديم عندما يكون المتعلمون:

- لم يكملوا الواجب بحلول الموعد النهائي دون موافقة المركز
- قدموه عملاً غير أصلي.

نُدرك أن هناك ظروفاً قد تقع فيها فترة إعادة التقديم خارج حد 15 يوماً بسبب نقص الموارد المتاحة، على سبيل المثال، حيث قد يحتاج المتعلمون إلى الوصول إلى مساحة الأداء أو الوصول إلى المعدات المتخصصة. وعندما يكون ذلك عملياً، على سبيل المثال، يجب أن تظل التقييمات والعروض التقديمية والكتابة المتمدة وإعادة التقديم ضمن فترة 15 يوماً العادلة.

#### إعادة التقييم الداخلي

قد يُعرض على المتعلم الذي لم يحقق مستوى الأداء المطلوب لاجتياز أهداف التعلم ذات الصلة بعد إعادة تقديم الواجب فرصة إعادة واحدة باستخدام واجب جديد. يمكن تحقيق الإعادة في مرحلة النجاح فقط.

يجب أن يأخذ المحقق الداخلي الرئيسي بإعادة أخذ الواجب فقط في ظروف استثنائية حيث يعتقد أنه من الضروري والمناسب والعادل القيام بذلك. إعادة أخذ الواجب ليست مقيدة بوقت ويمكن للمتعلم محاولة إجراء الواجب في تاريخ متافق عليه بين قائد المدققين الداخليين والمقيم خلال نفس العام الدراسي.

لمزيد من المعلومات حول تقديم فرصة الاستعادة، يجب عليك الرجوع إلى دليل مركز *BTEC International للتقييم الداخلي*.

**مقدمة**

يركز هذا القسم على المتطلبات الإدارية لتقديم شهادة BTEC التأهيلية. في ذات قيمة خاصة لمرشحي الجودة وقيادة المدققين الداخلين وقادة البرامج ومسؤولي الامتحانات.

**تسجيل المتعلم ودخوله**

بعد وقت قصير من بدء المتعلمين لبرنامج التعلم، تحتاج إلى التأكد من تسجيلهم للحصول على الشهادة التأهيلية واتخاذ الترتيبات المناسبة للتقييم الداخلي. حيث تحتاج إلى الرجوع إلى القسم ذي الصلة بـ BTEC International في دليل المعلومات للحصول على معلومات عن إجراء التسجيلات للشهادة التأهيلية.

ويمكن تقييم المتعلمين رسميًا فقط للحصول على الشهادة التأهيلية التي تم تسجيلها فيه. فإذا تغيرت الشهادات التأهيلية المقصودة للمتعلمين، على سبيل المثال، إذا قرر المتعلم اختيار تخصص مسار مختلف، فيجب على المركز نقل المتعلم بشكلٍ مناسب.

**الوصول إلى التقييم**

يجب إجراء التقييمات بعناية لضمان معاملة جميع المتعلمين بإنصاف، وإصدار النتائج والشهادات في الوقت المحدد للسماح للمتعلمين بالتقدم إلى فرص التقدم التي اختاروها.

وتتطلب سياسة المساواة لدينا أن يتمتع جميع المتعلمين بفرصة متساوية للوصول إلى شهادتنا وتقبيماتنا، وأن يتم منح شهادتنا بطريقة عادلة لكل متعلم. فنحن ملتزمون بالتأكد مما يلي:

- أن المتعلمين ذوي السمات الشخصية المحمية لا يكونون محرومون، عندما يتحققون بوحدة من شهادتنا التأهيلية، مقارنة بالمتعلمين الذين لا يتشاركون هذه السمات الشخصية

- أن جميع المتعلمين يحصلون على التقدير الذي يستحقونه للحصول على شهادة تأهيلية وأن هذا الإنجاز يمكن مقارنته بشكلٍ عادل بإنجاز أقرانهم.

يمكن العثور على مزيد من المعلومات عن ترتيبات الوصول في وثيقة *التوجيه التكميلي للتعديلات المعقولة والاعتبارات الخاصة*.

## السجلات

يجب عليك الاحتفاظ بسجلات التقييم لكل متعلم. ويجب أن تتضمن السجلات التقييمات المتخذة والقرارات التي تم التوصل إليها وأي تعديلات أو التماسات. كما يمكن العثور على مزيد من المعلومات في القسم ذي الصلة لـ BTEC International في دليل المعلومات. فقد نطلب تدقيق سجلاتك، لذا يجب الاحتفاظ بها على النحو المحدد.

## التعديلات المعقولة للتقييم

لضمان حصول المتعلمين على وصول عادل لإثباتات متطلبات التقييمات، يتم إجراء تعديل معقول قبل أن يُجري المتعلم التقييم. يمكنك إجراء تعديلات على التقييمات الداخلية لرعاة احتياجات المتعلمين الفرديةين. وفي معظم الحالات، يمكن تحقيق ذلك من خلال تمديد زمني محدد أو عن طريق تعديل شكل الأدلة. ويمكننا تقديم المشورة لك إذا لم تكون متأكداً مما إذا كان التعديل عادلاً ومعقولاً. تحتاج إلى تحطيط للوقت لإجراء التعديلات إذا لزم الأمر. كما يتم تقديم مزيدٍ من التفاصيل بشأن كيفية إجراء التعديلات للمتعلمين ذوي الخصائص المحمية على موقعنا الإلكتروني، في [وثيقة الإرشادات التكميلية للتعديلات المعقولة والاعتبارات الخاصة](#).

## اعتبارات خاصة

يتم إلإ اعتبار خاص بعد إجراء التقييم للمتعلمين الذين تأثروا بظروف معاكسة، مثل المرض. ويجب عليك مراعاة الاعتبارات الخاصة بما يتماشى مع سياستنا (انظر أعلاه). ويمكنك إلإ اعتبار خاص فيما يتعلق بالفترة الزمنية المعطاة لتقديم الأدلة أو لشكل التقييم إذا كان صحيحاً بنفس القدر. لا يجوز لك الاستعاضة بأشكال بديلة من الأدلة عما هو مطلوب في الوحدة، أو حذف تطبيق أي معايير تقييم للحكم على التحصيل. ويمكن أن تنظر بيرسون في الطلبات لاعتبارات خاصة إذا كانت تتماشى مع السياسة.

## الالتماسات ضد التقييم

يجب أن يطبق مركز سياستك للتعامل مع التماسات المتعلمين. فقد تتعلق هذه الالتماسات بقرارات التقييم غير الصحيحة أو عدم إجراء التقييم بشكل عادل. ويمكن أن تكون الخطوة الأولى في مثل هذه السياسة هي النظر في الأدلة من قبل Lead IV أو أي عضو آخر في فريق البرنامج. ومن ثم ينبغي أن تتيح خطة التقييم الوقت للالتماسات المحتملة بعد إعطاء قرارات التقييم للمتعلمين. فإذا كان هناك التماس من قبل المتعلم، يجب عليك توثيق الالتماس وقراره. ويتمتع المتعلمون بحق نهائي في الالتماس لدى بيرسون، على لا يكون ذلك إلا في حالة عدم اتباع الإجراءات التي وضعتها. يتم تقديم مزيد من التفاصيل في [وثيقة التقييم الداخلي للشهادات التمهيلية المهنية: المراجعات وسياسة الالتماس](#).

## إجراءات واجبات محددة

يجب على المراكز اتخاذ الترتيبات اللازمة للتسليم الآمن للواجبات المحددة من قبل بيرسون.

حيث يتتوفر واجب محدد واحد من قبل بيرسون على الأقل كل عام لكل وحدة مع توفير واجب إضافي لإعادة التعيين. ويجب ألا تحدد المراكز واجب جرئه المتعلمون بالفعل.

وتحتوي كل وحدة مهمة محددة على تعليمات في قسم المعلومات الأساسية للواجبات بشأن كيفية إجراء تقييم تلك الوحدة.

ويجب إجراء بعض الواجبات المحددة باستخدام عناصر تحكم محدودة. ويتم وصف عناصر الحكم المحددة في كل وحدة وقد تتضمن الشروط التالية:

- الوقت: لكل واجب فترة زمنية موصى بها. وهذا للحصول على المشورة فقط ويمكن تعديله وفقاً لاحتياجات المتعلمين.
- الإشراف: يجب أن تكون واثقاً من أصالة عمل المتعلمين. قد يعني هذا أنه يجب الإشراف على المتعلمين.
- الموارد: يجب أن يتمكن جميع المتعلمين من الوصول إلى نفس أنواع الموارد لإكمال الواجب.
- البحث: يجب إعطاء المتعلمين الفرصة لإجراء البحوث خارج سياق التعلم إذا لزم الأمر للواجب.

يجب أن تكون المدارس والكليات قادرة على تأكيد صحة أدلة المتعلم.

## التعامل مع الممارسة الخاطئة في التقييم

تعني الممارسة الخاطئة الأفعال التي تقوض نزاهة وصلاحية التقييم، وأو شهادة الشهادات التأهيلية، وأو التي قد تضر بسلطة المسؤولين عن تقديم التقييم والشهادة.

فلا تتسامح بيرسون مع ارتكاب (أو محاولات ارتكاب) الممارسة الخاطئة من قبل المتعلمين أو موظفي المركز أو المراكز المرتبطة بشهادات بيرسون التأهيلية.

وقد تفرض بيرسون جزاءات و/أو عقوبات على المتعلمين أو موظفي المركز أو المراكز التي ثبت فيها وقوع حوادث (أو محاولات) الممارسة الخاطئة.

وقد تنشأ الممارسة الخاطئة، أو يتم الاشتباه بها، فيما يتعلق بأي وحدة أو نوع من التقييم ضمن الشهادة التأهيلية. للحصول على مزيد من التفاصيل بشأن سوء التصرف والمشورة بشأن منع سوء التصرف من قبل المتعلمين، يرجى الاطلاع على ارشادات مركز بيرسون: التعامل مع سوء التصرف وسوء الإدارة، متاح على موقعنا الإلكتروني.

كما يُطلب من المراكز اتخاذ خطوات لمنع سوء التصرف والتحقيق في حالات الاشتباه في الممارسة الخاطئة. ويجب إعطاء المتعلمين معلومات تشرح ماهية الممارسة الخاطئة بالنسبة للتقييم الداخلي وكيف سيتم التعامل مع الحوادث المشتبه بها من قبل المركز. ارشادات المركز: التعامل مع سوء التصرف وسوء الإدارة معلومات شاملة عن الإجراءات التي تتوقع منك اتخاذها.

فقد تُجري بيرسون تحقيقات إذا كنا نعتقد أن المركز يفشل في إجراء تقييم داخلي وفقاً لسياساتنا. كما تقدم الوثيقة أعلاه مزيداً من المعلومات والأمثلة وتفصّل العقوبات والجزاءات التي قد يتم فرضها.

وحرصاً على مصلحة المتعلمين وموظفي المركز، تحتاج المراكز إلى الاستجابة بفعالية وافتتاح لجميع الطلبات المتعلقة بالتحقيق في حادثة الممارسة الخاطئة المشتبه بها.

## **الممارسة الخاطئة من جانب المتعلم**

يشير سوء تصرف المتعلم إلى أي فعل من قبل المتعلم يضر أو يسعى إلى المساس بعملية التقييم أو يقوض سلامة الشهادات التأهيلية أو صحة النتائج/الشهادات التأهيلية.

يجب الإبلاغ عن سوء تصرف المتعلم في الامتحانات إلى بيرسون باستخدام نموذج المجلس المشترك للشهادات التأهيلية M1 (متاح على [www.jcq.org.uk/exams-office/malpractice](http://www.jcq.org.uk/exams-office/malpractice)). يجب إرسال النموذج عبر البريد الإلكتروني إلى [candidatemalpractice@pearson.com](mailto:candidatemalpractice@pearson.com). فيرجى تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات والوثائق الداعمة. لاحظ أن القرار النهائي بشأن الجزاء المناسب يقع على عاتق بيرسون. وبالتالي فإن عدم الإبلاغ عن الممارسة الخاطئة يشكل ممارسة خاطئة من جانب الموظفين أو المركز.

## **الممارسة الخاطئة من جانب الموظفين/المركز**

تشمل الممارسات الخاطئة للموظفين والمركز كلاً من الممارسة الخاطئة المتعمدة وسوء إدارة شهادتنا التأهيلية. كما هو الحال مع الممارسة الخاطئة من جانب المتعلم، فإن الممارسة الخاطئة من جانب الموظفين والمركز تمثل في أي فعل يضر أو يسعى إلى المساس بعملية التقييم، أو يقوض نزاهة الشهادات التأهيلية أو صحة النتائج/الشهادات.

ويجب الإبلاغ عن جميع حالات سوء تصرف الموظفين وسوء الإدارة المشتبه بها على الفور، قبل إجراء أي تحقيق من قبل المركز، إلى بيرسون على نموذج (www.jcq.org.uk/exams-office/malpractice) /CQ M2 متاح على الرابط التالي.

وينبغي إرسال النموذج والوثائق الداعمة وأكبر قدر ممكن من المعلومات عبر البريد الإلكتروني إلى [pqsmalpractice@pearson.com](mailto:pqsmalpractice@pearson.com). لاحظ أن القرار النهائي بشأن الجزاء المناسب يقع على عاتق بيرسون.

كما يُشكل عدم الإبلاغ عن سوء التصرف بعد ذاته سوء تصرف.

ويمكن العثور على إرشادات أكثر تفصيلاً بشأن سوء التصرف في أحدث إصدار من وثيقة سياسات وإجراءات المجلس المشترك للشهادات التأهيلية بشأن حالات سوء التصرف المشتبه بها، والمتحدة على [www.jcq.org.uk/exams-office/malpractice](http://www.jcq.org.uk/exams-office/malpractice).

## **العقوبات والالتماسات**

قد نفرض عقوبات أو جزاءات عند إثبات حالة ممارسة خاطئة.

وعند إثبات حالة ممارسة خاطئة من قبل المتعلم، فقد يتم فرض عقوبات من قبيل:

- الاستبعاد من الحصول على الشهادة التأهيلية
- المنع من التسجيل للحصول على شهادات بيرسون التأهيلية لفترة من الوقت.

وإذا كنا قلقين بشأن إجراءات الجودة في مركزك، فقد نفرض عقوبات من قبيل:

- العمل معك لإنشاء خطة عمل للتحسين
- مطالبة الموظفين بتلقي مزيد من التدريب
- وضع حواجز مؤقتة على شهاداتك
- وضع حواجز مؤقتة على تسجيل المتعلمين
- منع الموظفين أو المركز من تقديم شهادات بيرسون التأهيلية
- تعليق حالة اعتماد المركز أو سحبها.

سيتم إخطار المركز في حالة انتهاك أي من هذه الشروط.

لقد وضعت بيرسون إجراءات للمراكز التي تنظر في الالتماسات ضد العقوبات والجزاءات الناشئة عن سوء التصرف. فعادةً ما يتم قبول الالتماسات ضد قرار صادر عن بيرسون فقط من رؤساء المراكز (نبايةً عن المتعلمين وأو أعضاء فريق العمل) ومن الأفراد (فيما يتعلق بالقرار المتخذ ضدهم شخصياً). ويمكن العثور على مزيدٍ من المعلومات عن الالتماسات في وثيقتنا "التقييم الداخلي للشهادات التأهيلية المهنية: المراجعات وسياسة الالتماسات"، الموجودة على موقعنا الإلكتروني. وفي المرحلة الأولى من أي جانب من جوانب سوء التصرف، يرجى إخطار فريق التحقيقات عبر البريد الإلكتروني على pqsmalpractice@pearson.com.

## الشهادات والنتائج

بمجرد أن يكمل المتعلم جميع المكونات المطلوبة للشهادة التأهيلية، يمكن للمركز المطالبة بشهادة للمتعلم، بشرط اكمال ضمان الجودة بنجاح. للاطلاع على الإجراءات ذات الصلة، يرجى الرجوع إلى القسم BTEC International من دليل المعلومات الخاص بنا. ويمكنك استخدام المعلومات المقدمة بشأن تصنيف الشهادة التأهيلية للتحقق من درجات الشهادة التأهيلية الشاملة.

### التغييرات في طلبات الشهادة التأهيلية

عندما يرغب المتعلم الذي حصل على مؤهل في إعادة وحدة لتحسين درجة شهادته التأهيلية، فيجب أولاً رفض درجة الشهادة التأهيلية الإجمالية. يمكنك رفض الدرجة قبل إصدار الشهادة.

### وثائق إضافية لدعم إدارة المركز

بصفتك مركزاً معتمداً، يجب عليك التأكد من أن جميع الموظفين الذين يقدمون الشهادات التأهيلية ويقيمونها ويدبرونها يمكنهم الوصول إلى الوثائق التالية. حيث تتم مراجعة هذه الوثائق سنويًا ويتم إعادة إصدارها إذا كانت التحديثات مطلوبة.

- دليل BTEC International /ضممان الجودة: هذا يحدد كيف ستنفذ ضمان جودة المعايير وكيف تحتاج إلى العمل معنا لتحقيق نتائج ناجحة.
- دليل المعلومات: يوفر إجراءات تسجيل المتعلمين للحصول على الشهادات التأهيلية ونقل التسجيلات والمطالبة بالشهادات التأهيلية.
- السياسات التنظيمية: سياساتنا التنظيمية جزء لا يتجزأ من نهجنا وتشرح كيف نلبي المتطلبات الداخلية والتنظيمية. حيث نراجع السياسات التنظيمية سنويًا للتتأكد من أنها ما زالت مناسبة للغرض. وتشمل السياسات المتعلقة بهذه الشهادة التأهيلية ما يلي:

  - تعديلات للمترشحين ذوي الإعاقة وصعوبات التعلم، وترتيبات الوصول والتعديلات المعقولة للمتعلمين ذوي التصميم للشهادات التأهيلية العامة والمهنية
  - عمر المتعلمين
  - إرشادات المركز للتعامل مع الممارسة الخاطئة
  - الاعتراف بالتعلم السابق والعملية.

هذه القائمة ليست شاملة ويمكن العثور على قائمة كاملة بسياساتنا التنظيمية على موقعنا الإلكتروني.

**المركز واعتماد الشهادات التأهيلية**

- جزء من عملية الاعتماد، يجب أن يتأكد مركز من أن متطلبات الموارد المدرجة أدناه موجودة قبل تقديم الشهادة التأهيلية.
- يجب أن تمتلك المراكز الموارد المادية المناسبة (على سبيل المثال المعدات، تقنية المعلومات، المواد التعليمية، غرف التدريس) لدعم تقديم الشهادة التأهيلية وتقييمها.
  - يجب أن يتمتع الموظفون المشاركون في عملية التقييم بالخبرة ذات الصلة و/أو الخبرة المهنية.
  - يجب أن توفر أنظمة لضمان التطوير المهني المستمر للموظفين الذين يقدمون الشهادة التأهيلية.
  - يجب أن تضع المراكز سياسات الصحة والسلامة المناسبة المتعلقة باستخدام المعدات من قبل المتعلمين.
  - يجب أن تقدم المراكز الشهادة التأهيلية وفقاً للتشريعات و/أو اللوائح الحالية للمساواة والتنوع.
  - ينبغي للمراكز الرجوع إلى قسم المعلومات الإضافية للمعلمين والمقيمين في الوحدات الفردية للتحقق من أي موارد محددة مطلوبة.

**ضمان الجودة المستمرة والتحقق من المعايير**

نقدم دليل *BTEC International* لضمان الجودة على أساس سنوي. حيث يحتوي على إرشادات مفصلة بشأن عمليات الجودة المطلوبة لدعم التقييم القوي والتحقق الداخلي.

وتتمثل المبادئ الرئيسية لضمان الجودة فيما يلي:

- يجب أن يكون المركز الذي يقدم برامج *BTEC* مركزاً معتمداً، ويجب أن يكون لديه اعتماداً للبرامج أو مجموعات البرامج التي يقدمها يوافق المركز، كجزء من الحصول على الاعتماد، على الالتزام بشروط وأحكام محددة بشأن التقديم الفعال وضمان جودة التقييم؛ يجب أن يتلزم المركز بهذه الشروط طوال فترة التقديم.
- توفر بيسون للمراكز المعتمدة الموارد والعمليات التي تجسد التقييم والمعايير المناسبة. يجب أن تستخدم المراكز المعتمدة ذلك لضمان مواكبة جميع الموظفين الذين يقدمون شهادات *BTEC* للإرشادات المتعلقة بالتقدير.
- يجب أن يتبع المركز المعتمد البروتوكولات المتفق عليها لتوحيد المقيمين والمدققين ولتحطيط عمليات التقييم ورصدها وتسجيلها وللتعامل مع الظروف الخاصة والالتماسات والممارسة الخاصة.

يتم تنفيذ نهج التقييم المضمون الجودة من خلال شراكة بين مركز معتمد وبيسون. كما أنشأ سنتاكم من أن كل مركز يتبع أفضل الممارسات ويستخدم التقنية المناسبة لدعم عمليات ضمان الجودة، حيثما أمكن. فنحن نعمل على دعم المراكز ونسعى للتتأكد من أن عمليات ضمان الجودة الخاصة بنا لا تفرض عمليات بiroقراطية لا داعي لها على المراكز. فنحن نراقب المراكز وندعمها في التنفيذ الفعال للتقييم وضمان الجودة.

تشمل الطرق التي نستخدمها لإجراء ذلك فيما يخص المستوى 2 من BTEC ما يلي:

- التأكيد من أن جميع المراكز تكمل الإقرارات المناسبة في وقت الاعتماد
- القيام بزيارات اعتماد للمراكز
- التأكيد من أن المراكز لديها فرق فعالة من المقيمين والمدققين المدربين على إجراء التقييم
- أخذ عينات التقييم والتحقق منها، من خلال العينات المطلوبة من التقييمات، وعمل المتعلم المقيم المكتمل والوثائق المرتبطة به
- إجراء مراجعة وتقييم شاملين لاستراتيجية المركز لتقديم وضمان الجودة لبرامج BTEC الخاصة.

فلا يمكن للمراكز التي لا تتناول بشكل كامل وتحافظ على مناهج صارمة لتقديم وتقييم وضمان الجودة أن تسعى للحصول على شهادة للبرامج الفردية أو لجميع برامج BTEC من المستوى 2. ولكن يجب على المركز المعتمد تقديم مطالبات بالشهادة فقط عندما يكون ذلك مرخصاً من قبلنا ووفقاً لمتطلبات إعداد التقارير بدقة.

فقد يتم إلغاء اعتماد تقديم الشهادات التأهيلية للمراكز التي لا تمثل لخطط العمل العلاجية.

### من الشهادات التأهيلية وإعداد التقارير بشأنها

يشرح هذا القسم القواعد التي تطبقها في تقديم الشهادة التأهيلية ومنع درجة تأهيل شاملة لكل متعلم، كما يوضح كيفية تصنيف جميع الشهادات التأهيلية في هذا المجال.

#### الأهلية للحصول على منحة

للحصول على شهادة تأهيلية، يجب على المتعلم إكمال جميع الوحدات والحصول على تقدير "ناجح" أو أعلى في جميع الوحدات الإلزامية ما لم يُنص على خلاف ذلك. راجع الميكل في القسم 2 "الميكل".

للحصول على أي شهادة تأهيلية من أي درجة، يجب على المتعلمين:

- إكمال نتيجة (D أو M أو P أو L) والحصول عليها بالنسبة لجميع الوحدات ضمن مجموعة صالحة
- اجتياز الوحدات المطلوبة بمستوى "ناجح" أو أعلى الموضحة في القسم 2، مع الالتزام بالحد الأدنى من المتطلبات في جدول التعويض أدناه
- الحصول على الحد الأدنى لعدد النقاط عند عتبة التقدير.

تقع على عاتق المركز مسؤولية ضمان الالتزام بمجموعة الوحدات الصحيحة. فلن يحصل المتعلمون الذين لا يحققون الحد الأدنى المطلوب من الدرجة (P) في الوحدات الموضحة في الميكل على شهادة تأهيلية.

وقد يكون المتعلمون الذين لا يحققون نقاطاً كافية للحصول على شهادة تأهيلية أو الذين لا يحققون جميع الوحدات المطلوبة مؤهلين للحصول على شهادة تأهيلية أصغر في المجموعة نفسها، بشرط أن يكونوا قد أكملوا وحققوا المجموعة الصحيحة من الوحدات وأن يستوفوا القدر المناسب من عتبة نقاط تصنيف الشهادة التأهيلية.

## حساب درجة التأهيل

هذه الشهادات التأهيلية هي شهادات من المستوى 2 وقد تُظهر الشهادة التأهيلية درجة تراوّح من اجتياز المستوى 2 إلى المستوى الثاني \*(D)\*. يرجى الرجوع إلى جدول حساب درجات الشهادة التأهيلية للحصول على قائمة كاملة بالدرجات. وسيتم منح كل وحدة على حدة درجة النجاح من المستوى 2 والتفوق والامتياز. وسيحصل المتعلمون الذين يقل مستوى إنجازهم عن درجة النجاح في المستوى 2 على بطاقة غير مصنفة (U) لتلك الوحدة. كما أن الامتياز\* غير متاح على مستوى الواحدة. بالإضافة إلى ذلك، فإن منحة درجة مجمعة للشهادة التأهيلية، بناءً على الأداء العام للمتعلم. ولتحقيق هذه الدرجة، سيعين على المتعلمين إظهار أداء قوي عبر الشهادة التأهيلية ككل.

وللحصول على شهادة تأهيلية من المستوى 2، يجب على المتعلمين:

- إكمال نتيجة جميع الوحدات ضمن المجموعة المسموح بها والإبلاغ عن هذه النتيجة (ملاحظة: النتائج غير المصنفة هي نتيجة الواحدة المسموح بها)، و
- تحقيق الحد الأدنى لعدد النقاط عند عتبة الدرجة – راجع جدول حساب درجات التأهيل مع التفاوتات المسموح بها التالية.

المعادلة الوحدة	الوحدات المطلوبة في مرحلة النجاح أو أعلى	المؤهل
0 وحدة	يجب اجتياز جميع الوحدات بدرجة النجاح أو أعلى	منحة (120 ساعة تعلم موجّه)
0 وحدة	يجب اجتياز جميع الوحدات بدرجة النجاح أو أعلى	الشهادة (240 ساعة تعلم موجّه)
على سبيل المثال $1 \times$ وحدة ذات 60 ساعة تعلم موجّه أو $2 \times$ وحدة ذات 30 ساعة تعلم موجّه	يجب اجتياز الوحدات الإلزامية بدرجة النجاح أو أعلى، ويسمح بعدد 60 ساعة تعلم موجّه فقط عند تحقيق درجة U من الوحدات الاختيارية.	الشهادة الممتدة (360 ساعة تعلم موجّه)
0 وحدة	يجب اجتياز جميع الوحدات بدرجة النجاح أو أعلى	ساعة تعلم موجّه بلوم (480 ساعة تعلم موجهة)

### النقاط المتاحة لحجم الوحدة والدرجات

يوضح الجدول أدناه عدد النقاط المسجلة لكل 10 ساعات تعلم موجّه في كل درجة.

النقاط لكل درجة لكل 10 ساعات تعلم موجّه			
المستوى 2 الامتياز (D)	المستوى 2 التفوق (M)	المستوى 2 النجاح (P)	غير مصنف
8	6	4	0

ستنحسب تلقائياً درجة الشهادة التأهيلية للمتعلمين الخاصين بك عند تقديم درجات وحدة المتعلم الخاصة بك. وسيتم منح المتعلمين درجات الشهادة التأهيلية لتحقيق العدد الكافي من النقاط ضمن النطاقات الموضحة في جدول حساب درجات الشهادة التأهيلية.

مثال

يحصل المتعلم على درجة النجاح في المستوى 2 للوحدة. يبلغ حجم الوحدة 30 ساعة تعلم موجّه (GLH). لذلك، يحصلون على 12 نقطة لتلك الوحدة، أي 4 نقاط لكل 10 ساعات تعلم موجّه، أي 12 نقطة قابل 30 ساعة تعلم موجّه.

### حساب درجة التأهيل

الدبلومة		الشهادة الممتدة		الشهادات		المنحة	
حد النقاط	الصف الدراسي	حد النقاط	الصف الدراسي	حد النقاط	الصف الدراسي	حد النقاط	الصف الدراسي
0	U	0	U	0	U	0	U
192	PP من المستوى 2	144	PP من المستوى 2	96	PP من المستوى 2	48	النجاح من المستوى 2
234	MP من المستوى 2	174	MP من المستوى 2	114	MP من المستوى 2		
276	MM من المستوى 2	204	MM من المستوى 2	132	MM من المستوى 2	66	التفوق من المستوى 2
318	DM من المستوى 2	234	DM من المستوى 2	150	DM من المستوى 2		
360	DD من المستوى 2	264	DD من المستوى 2	168	DD من المستوى 2	84	الامتياز من المستوى 2
366	D*D من المستوى 2	270	D*D من المستوى 2	174	D*D من المستوى 2		
372	*D*D المستوى 2	276	*D*D المستوى 2	180	*D*D المستوى 2	90	*الامتياز من المستوى 2

يعرض هذا الجدول الحدود الدنيا لحساب التقديرات. وسيتم إبقاء الجدول قيد المراجعة طوال عمر الشهادة التأهيلية. كما يتم إتاحة أحدث جدول على موقعنا الإلكتروني.  
تراب بيرسون مستوى الشهادة التأهيلية وتحتفظ بالحق في إجراء التعديلات المناسبة.

تقدم الجداول الموضحة أدناه أمثلة على كيفية تحديد الدرجة الإجمالية.  
الأمثلة المستخدمة هي لأغراض توضيحية فقط. فمجموعات الوحدات الأخرى ممكنة، راجع ميكل القسم 2.

#### نموذج 1

الحصول على شهادة بدرجة MM من المستوى 2

النقطات لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)	نقطة الدرجة	الصف الدراسي	الترجيح (ساعات التعلم الموجهة/10)	ساعة تعلم موجهة	
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 1
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 2
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 3
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 4
36	6	التفوق من المستوى 2	6	60	الوحدة 11
36	6	التفوق من المستوى 2	6	60	الوحدة 19
<b>138</b>		<b>MM من المستوى 2</b>	<b>24</b>	<b>240</b>	<b>مجاميع درجات الشهادة</b>

يحصل المتعلم على نقاط كافية للحصول على درجة MM من المستوى 2.

#### نموذج 2

الحصول على شهادة بدرجة D\*D من المستوى 2

النقطات لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)	نقطة الدرجة	الصف الدراسي	الترجيح (ساعات التعلم الموجهة/10)	ساعة تعلم موجهة	
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 1
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 2
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 3
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 4
48	8	الامتياز من المستوى 2	6	60	الوحدة 11
48	8	الامتياز من المستوى 2	6	60	الوحدة 19
<b>180</b>		<b>D*D من المستوى 2</b>	<b>24</b>	<b>240</b>	<b>مجاميع درجات الشهادة</b>

يحصل المتعلم على نقاط كافية للحصول على درجة D\*D من المستوى 2.

**المثال 3**

الحصول على شهادة ممتددة بدرجة MP من المستوى 2

النقط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)	نقط الدرجة	الصف الدراسي	الترجيح(ساعات التعلم الموجه/10)	ساعة تعلم موجه	
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 1
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 2
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 3
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 4
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 5
36	6	التفوق من المستوى 2	6	60	الوحدة 11
36	6	التفوق من المستوى 2	6	60	الوحدة 15
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 16
24	4	النجاح من المستوى 2	6	60	الوحدة 28
192		MP من المستوى 2	36	360	مجاميع درجات الشهادة

يحصل المتعلم على نقاط كافية للحصول على درجة MP من المستوى 2.

**المثال 4**

الحصول على شهادة ممتددة بدرجة PP من المستوى 2

النقط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)	نقط الدرجة	الصف الدراسي	الترجيح(ساعات التعلم الموجه/10)	ساعة تعلم موجه	
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 1
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 2
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 3
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 4
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 5
36	6	التفوق من المستوى 2	6	60	الوحدة 11
24	4	النجاح من المستوى 2	6	60	الوحدة 15
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 16
0	0	غير مصنف	6	60	الوحدة 28
144		PP من المستوى 2	36	360	مجاميع درجات الشهادة

يحصل المتعلم على نقاط كافية للحصول على درجة النجاح-النجاح (PP) من المستوى 2. لاحظ أن هذا يتضمن وحدة 60 ساعة تعلم موجه واحدة غير مصنفة، وهو الحد الأقصى المسموح به.

النقط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)	نقط الدرجة	الصف الدراسي	الترجيح(ساعات التعلم الموجه/10)	ساعة تعلم موجه	
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 1
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 2
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 3
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 4
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 5
24	4	النجاح من المستوى 2	6	60	الوحدة 11
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 13
24	4	النجاح من المستوى 2	6	60	الوحدة 15
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 16
12	4	النجاح من المستوى 2	3	30	الوحدة 17
24	4	النجاح من المستوى 2	6	60	الوحدة 19
24	4	النجاح من المستوى 2	6	60	الوحدة 28
<b>228</b>		<b>2 من المستوى PP</b>	<b>48</b>	<b>480</b>	<b>مجموع درجات الشهادة</b>

يحصل المتعلم على نقاط كافية للحصول على درجة النجاح-النجاح (PP) من المستوى 2.

**المثال 6**

الحصول على دبلوم بدرجة D\* من المستوى 2

النقط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)	نقط الدرجة	الصف الدراسي	الترجيح (ساعات التعلم الموجهة/10)	ساعة تعلم موجه	
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 1
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 2
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 3
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 4
18	6	التفوق من المستوى 2	3	30	الوحدة 5
48	8	الامتياز من المستوى 2	6	60	الوحدة 11
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 13
48	8	الامتياز من المستوى 2	6	60	الوحدة 15
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 16
24	8	الامتياز من المستوى 2	3	30	الوحدة 17
48	8	الامتياز من المستوى 2	6	60	الوحدة 19
48	8	الامتياز من المستوى 2	6	60	الوحدة 28
<b>366</b>		<b>D* من المستوى 2</b>	<b>48</b>	<b>480</b>	<b>مجاميع درجات الشهادة</b>

يحصل المتعلم على نقاط كافية للحصول على درجة D\* من المستوى 2.

## 10 الموارد والدعم

يتمثل هدفنا في أن نقدم لك ثروة من الموارد والدعم لتمكينك من تقديم شهادات BTEC من المستوى 2 بثقة. وستجد قائمة بالموارد لدعم التدريس والتعلم والتطوير المهني على موقعنا الإلكتروني.

### دعم إعداد الدورة التدريبية الخاصة بك والتحضير للتدريس

#### المواصفات

توفر لك المواصفات (التي تُدرس اعتباراً من سبتمبر 2023) تفاصيل عن إدارة الشهادات التأهيلية ومعلومات عن وحدات الشهادات التأهيلية.

#### Pearson Progress

Pearson Progress هو نظام دعم رقمي يساعدك على إدارة التقييم وضمان الجودة لشهادات Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال. فهو يدعم تقديم الجودة لشهادات BTEC في المراكم وتقييمها وضمنها ويدعم المعلمين والطلاب على النحو التالي:

- إنشاء الدورات التدريبية
- إنشاء الواجبات والتحقق منها
- إنشاء خطط التقييم وتسجيل قرارات التقييم
- تحميل أدلة الواجب
- تتبع تقدم كل متعلم.

يُتاح النظام للمعلمين والمتعلمين حتى يتمكن كل من المعلمين والمتعلمين من تتبع تقدمهم.

### دعم التعليم والتعلم

تقدم خدمات بيرسون التعليمية مجموعة من المصادر التفاعلية لدعم شهادات BTEC International من المستوى 2، قد تشمل هذه المواد التالية:

- كتب الطالب، المصممة لدعم رحلة التدريس والتعلم. وتشمل هذه دراسات الحالة ووجهات المناقشة والمحظى الرئيسي والصور الداعمة لمساعدة المتعلمين على تطوير فهمهم. سيتم ربط العناصر من كتب الطالب بالمواد الأخرى، والتي ستدعيم التدريس والتعلم عروض الشرائح، والتي تشمل جميع المفاهيم الأساسية في جميع أهداف التعلم لكل وحدة
- أدلة التسلیم، التي تقدم لك نصائح مهمة بشأن كيفية اختيار الدورة المناسبة للمتعلمين وكيفية التأكد من استعدادك الكامل لتقديم السورة. فهم يشرحون السمات الرئيسية لشهادات BTEC International من المستوى 2 في الصياغة، على سبيل المثال مشاركة صاحب العمل ومهارات التوظيف. كما أنها تغطي التوجيه بشأن التقييم وضمان الجودة.
- يتم توفير نماذج مخططات العمل لكل وحدة. وهي متوفرة بتنسيق Word™ لسهولة التخصيص

### مواد تقييم العينات للوحدات التي تم تقييمها داخلياً

بالنسبة للوحدات الداخلية التي تم تقييمها باستخدام واجب محدد من قبل بيرسون، سنقدم عينة واجب كمثال لشكل التقييم للوحدة. وبالنسبة للوحدات المتبقية المحددة داخلياً، نسمح لك بتحديد واجباتك الخاصة، وفقاً لفضائل المتعلمين والربط بملف التوظيف المحلي الخاص بك. حيث نقدم خدمة في شكل ملخصات واجب معتمدة كمل نقدم عينة. الواجبات المحددة من قبل بيرسون، التي تمت الموافقة عليها من قبل مدققي معايير بيرسون.

### التدريب والدعم من بيرسون

#### التدريب والتطوير المهني

تقديم بيرسون مجموعة من فعاليات التدريب والتطوير المهني لدعم إدخال وتسلیم وتقييم وإدارة شهادات BTEC International من المستوى 2. وتتوفر هذه الفعاليات محددة المجالات، التي تم تطويرها وتقدیمها من قبل المتخصصین، وجهاً لوجه وعبر الإنترنت.

#### "الاستعداد للتدريس"

تم تصميم هذه الفعاليات لإعداد المعلمين لتقديم شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2. وهي تشمل نظرة عامة على هيكل الشهادة التأهيلية والتخطيط والإعداد للتقييم الداخلي وضمان الجودة.

#### التدريب والتعلم

بالإضافة إلى فعاليات "الاستعداد للتدريس" الخاصة بالتطوير المهني، توجد أيضًا فرص للمعلمين لحضور الفعاليات محددة المجالات والأدوار. وتُصمم هذه الفعاليات لربط العملي بالنظري؛ فهي توفر دعماً للمعلم وفرص للتواصل بمنتهى في التقديم والتعلم والتقييم. يمكن العثور على تفاصيل برنامج التدريب والتطوير المهني لدينا على موقعنا الإلكتروني.

## الملحق 1: مهارات التوظيف القابلة للنقل.

### الحاجة إلى مهارات قابلة للنقل

في السنوات الأخيرة، أشارت مؤسسات التعليم العالي وأرباب العمل باستمرار إلى حاجة المتعلمين إلى تطوير مجموعة من المهارات القابلة للتحويل لتمكينهم من الاستجابة بثقة لمتطلبات الدراسة الجامعية وعالم العمل.

وتعُرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) المهارات أو الكفاءات بأنها "حزمة المعرفة والسمات والقدرات التي يمكن تعلمها والتي يمكن للأفراد من أداء نشاط أو مهمة بنجاح وثبات ويمكن البناء عليها وتوسيعها من خلال التعلم".<sup>[1]</sup>

لدعم تصميم شهادتنا، قام فريق أبحاث بيرون باختيار وتقييم سبعة إطار عالمية لمهارات القرن الحادي والعشرين. ولمتابعة لهذه العملية، حدّدنا إطار عمل المجلس الوطني للبحوث (NRC)<sup>[2]</sup> باعتباره إطار المهارات الأكثر قوّة والقائم على الأدلة، واستخدمنا هذا كأساس لإطار المهارات المعدل الخاص بنا. ويتضمن الإطار المهارات المعرفية والداخلية ومهارات التعامل مع الآخرين.



وتم تفسير المهارات لهذه الموصفات للتأكد من أنها مناسبة للموضوع. فجميع المهارات المدرجة واضحة أو يمكن الوصول إليها في التدريس والتعلم وأو تقييم الشهادات التأهيلية. ويتم تقييم بعض المهارات بشكلٍ مباشر. وستدعوك مواد بيرون في تحديد هذه المهارات وتطويرها في المتعلمين.

يحدد الجدول الموجود في الصفحة التالية الإطار ويعطي مؤشرًا على المهارات التي يمكن العثور عليها في مجال إدارة الأعمال، فهي تشير إلى تفسير المهارات في هذا المجال. كما يتم تقديم تفسير كامل لكل مهارة، مع رسم الخرائط لإظهار فرص تطوير المتعلم، على صفحات المواضيع على موقعنا الإلكتروني:

[qualifications.pearson.com](http://qualifications.pearson.com)

		مهارات معرفية	مهارات تطبيقية
العمليات والاستراتيجيات	المعرفية		
التفكير النقدي			
حل المشكلات			
التحليل			
الاستدلال المنطقي/المناقشة			
التفسير			
اتخاذ القرار			
التعلم التكيفي			
الوظيفة التنفيذية			
الإبداع	الإبداع		
الابتكار			

تطوير القدرة على تقديم قضية مقنعة في مجال إدارة الأعمال، والتي تدعم حجة واحدة أو أكثر، بما في ذلك القدرة على إنشاء حجة متوازنة وخاضعة للتقييم.

التفكير النقدي  
 حل المشكلات

التحليل

الاستدلال المنطقي/المناقشة

التفسير

اتخاذ القرار

التعلم التكيفي

الوظيفة التنفيذية

الابتكار

الابتكار

الابتكار

<sup>1</sup> منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية - مهارات أفضل، وظائف أفضل، حياة أفضل (منشورات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، 2012)

<sup>2</sup> كونينغ، جيه آيه. (2011) تقييم مهارات القرن الحادي والعشرين: ملخص ورشة العمل (دار نشر الأكاديميات الوطنية، 2011)

<p>الوعي بأن الشركات تحمل مسؤولية تجاه أصحاب المصلحة والموظفين والعملاء.</p>	<p>القدرة على التكيف المسؤولية الشخصية والاجتماعية التعلم المستمر الاهتمام الفكري والفضول</p>	<p>الانفتاح الفكري</p>
<p>المبادرة التوجيه الذاتي المؤهلية المثابرة الإنتاجية التنظيم الذاتي (ما وراء المعرفة، التدبر، التأمل) الأخلاقيات النزاهة</p>	<p>أخلاقيات العمل/الضمير</p>	<p>مهارات الشخصية</p>
<p>المراقبة الذاتية/التقييم الذاتي/التعزيز الذاتي</p>	<p>الأساس الإيجابي للتقييم الذاتي</p>	
<p>التعاون العمل الجماعي التعاون التعاطف/تحديد المنظور التفاوض</p>	<p>العمل الجماعي والتعاون</p>	<p>مهارات التواصل الشعبي والتعامل مع الآخرين</p>
<p>المسؤولية التواصل الفعال العرض الذاتي</p>	<p>القيادة</p>	

الدفاع عن موقف شخص آخر في عرض شفهي.

## الملاحق 2: مفرد المصطلحات المستخدمة

هذا ملخص للمصطلحات الرئيسية المستخدمة لتعريف المتطلبات في الوحدات.

التعريف	المصطلح
<p>يقدم المتعلمون نتيجة الفحص المنهجي والمفصل من خلال، إما:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• تفصيل موضوع أو فكرة أو موقف من أجل تفسير العلاقات المتبادلة بين الأجزاء دراستها و/أو</li> <li>• المعلومات أو البيانات لتفسير الاتجاهات الرئيسية والعلاقات المتبادلة دراستها.</li> </ul> <p>يمكن أن يكون التحليل من خلال النشاط أو الممارسة أو العرض الكتابي أو الشفهي.</p>	تحليل
<p>يقدم المتعلمون دراسة متأنية للعوامل أو الأحداث المتنوعة التي تنطبق على موقف معين أو لتحديد تلك العوامل الأكثر أهمية أو ذات الصلة والوصول إلى نتيجة.</p>	تقييم
<p>يستطيع المتعلمون نقل الأفكار أو المعلومات لآخرين.</p>	تواصل
<p>يمكن للمتعلمين تحديد العوامل الرئيسية المتعلقة بعنصرٍ أو أكثر/مواقف أو جوانب من موضوع يمتد لشرح التشابهات والاختلافات والمزايا والعيوب. ويُستخدم هذا لإظهار عمق المعرفة من خلال تحديد الخصائص.</p>	مقارنة
<p>يعمل المتعلمون على تنمية الخطط والأفكار والمهارات وأليات الفهم أو تطويرها.</p>	تطوير

المصطلح	التعريف
<p>يعتمد عمل المتعلمين على معلومات أو مواضيع أو مفاهيم متنوعة للنظر في جوانب مثل:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• نقاط القوة أو الضعف</li> <li>• المزايا أو العيوب</li> <li>• الإجراءات البديلة</li> <li>• الصلة أو الأهمية.</li> </ul> <p>ينبغي أن تؤدي استفسارات المتعلمين إلى تقدير مدعوم يوضح العلاقة بالسياق. وسيكون هذا غالباً في الخاتمة.</p> <p>غالباً ما تتم كتابة الأدلة ولكن يمكن أن تكون من خلال العرض التقديمي أو النشاط.</p>	تقويم
<p>يُظهر عمل المتعلم مجموعة من التفاصيل الواضحة ويعطي أسباباً وأدلة لدعم الرأي أو وجهة النظر أو الحجة. ويمكن أن يُظهر كيفية استخلاص النتائج.</p>	شرح
<p>المهارات و/أو المعرفة التي تنطوي على البحث العملي أو الاختبار.</p>	استكشاف
<p>يشير المتعلمون إلى السمات الرئيسية أو الغرض من شيء ما من خلال التعرف عليه و/أو القدرة على تمييز الحقائق أو الصفات وفهمها.</p>	تحديد
<p>يُجري المتعلمون استفساراً أو دراسة بخصوص شيء ما لاكتشاف الحقائق والمعلومات والتحقق منها.</p>	تحقيق
<p>يقدم المتعلمون أسباباً أو أدلة لـ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• دعم الرأي، أو</li> <li>• إثبات شيء صحيح أو معقول.</li> </ul>	تبير
<p>ينشئ المتعلمون طريقةً لأداء مهمة أو سلسلة من المهام لتحقيق متطلبات أو أهداف محددة، مع إظهار التقدم من البداية إلى النهاية.</p>	الخطة
<p>يجمع المتعلمون المعلومات الضرورية (من خلال البحث) من أجل جعل (شيء ما) جاهزاً للاستخدام أو الدراسة.</p>	إعداد
<p>يوضح المتعلمون المعلومات للجمهور بناءً على السياق والماءمة لوقف معين.</p>	تقديم

التعريف	المصطلح
يقدم المتعلمون اقتراحات أو يطرحون (شخص ما أو شيء ما) مع الموافقة عليه كونه مناسباً لغرض أو دور محدد. ويعتمد هذا على المعرفة السابقة والقناعة.	توصية
يمكن للمتعلمين الالتزام بالبروتوكولات والرموز والاتفاقيات حيث يتم وضع النتائج أو الأحكام بطريقة موضوعية.	تقرير
يسعى المتعلمون بشكلٍ استباقي للحصول على معلومات من المصادر الأساسية والثانوية.	بحث
<p>يُجري المتعلمون تقييماً رسمياً للعمل المتحقق.</p> <p>يسمح التقييم للمتعلمين بما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• تقييم المعلومات الحالية أو الأحداث السابقة</li> <li>• إعادة النظر في المعلومات بقصد إجراء تغييرات، إذا لزم الأمر.</li> </ul>	مراجعة
يُظهر المتعلمون المعرفة المتعلقة بمواقف محددة.	فهم

التعريف والغرض	نوع الأدلة
مثال محدد يجب على جميع المتعلمين اختيار المعرفة وتطبيقاتها تُستخدم لإظهار التطبيق في سياق واقعي حيث لا يمكن اكتساب خبرة مباشرة.	دراسة حالة
نشاط واسع النطاق موجه ذاتياً يتطلب التخطيط والبحث والاستكشاف والنتائج والمراجعة. تستخدم لعرض الإدارة الذاتية وإدارة المشاريع وأو التعلم العميق. نشاط واسع النطاق يتطلب التوجيه الذاتي لاختيار النتائج والتخطيط والبحث والاستكشاف والنتائج والمراجعة.	المشروع
تحليل البحث الموضوعي الذي ينظم المتعلمون من المصادر الثانوية وكذلك، إذا أمكن، من المصادر الأولية.	البحث المستقل
إكمال فردي لمهمة بتنسيق متعلق بالعمل، على سبيل المثال تقرير أو اتصال تسوقي أو مجموعة من التعليمات.	مهمة أو تقرير مكتوب
نشاط متعدد الأوجه يحاكي مواقف العمل الواقعية.	محاكاة النشاط/تأدية الأدوار
يعلم المتعلمون معًا لإظهار المهارات في تحديد وتنظيم النشاط كمجموعة.	مهمة المجموعة
عرض شفهي أو التوضيحي.	عرض تقديمي
يقوم المتعلمون بإعداد خطة كنتيجة تتعلق بمهمة معينة أو محددة.	إنتاج الخطة/الأعمال الخطة
مراجعة المهارات ذات الصلة للمهمة/النشاط أو الدور الوظيفي.	تدقيق المهارات
نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات - تحليل باستخدام مصطلحات حول موضوع أو مهارة معينة.	تحليل SWOT

للحصول على معلومات عن شهادات Pearson التأهيلية، بما في ذلك Edexcel BTEC وشهادات LCCI التأهيلية، يمكنك زيارة الرابط التالي [qualifications.pearson.com](http://qualifications.pearson.com) بيرسون إدبيوكيشن ليتمد هما علامتان تجاريتان مسجلتان لشركة بيرسون إدبيوكيشن ليتمد Edexcel BTEC و BTEC هما علامتان تجاريتان مسجلتان لشركة بيرسون إدبيوكيشن ليتمد بيرسون إدبيوكيشن ليتمد. مسجلة في إنجلترا وويلز بالرقم 872828 المقر الرسمي: 80 سترايند، لندن WC2R 0RL. رقم تسجيل ضريبة القيمة المضافة GB 278 537121 صورة الغلاف: © حقوق الطبع والنشر محفوظة لشركة مورسا إيمجز/غيتي إيماجز