



Pearson BTEC
International من المستوى 2 في
الأعمال (الأردن)

المستوى
2

المسألة 1

المواصفات

التدريس 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 عالميًا 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 الموصفات 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 والمواقع الإلكترونية الأخرى).

كود النشر: 000301VQ

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

الترحيب

بفضل ما نتجلى به من سجلٍ حافل في نجاح المتعلم والذي تم تحقيقه على مدى 40 عامًا، لدينا شهادات BTEC International من المستوى 2 معترف بها على الصعيد الدولي من قبل الحكومات وأصحاب العمل. ويتم وضع هذه الشهادات التأهيلية بغرض تعزيز المناهج الدراسية 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

تقدم شهادات BTEC نهجًا تعليميًا يركز على المتعلم، بترتيب مرن قائم على الوحدة والمعرفة المطبقة على التقييمات القائمة على المشاريع. وتركز شهادات BTEC على التطوير الشامل للمهارات العملية والشخصية والتفكير المطلوبة 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 دوليًا، وذلك بما يتماشى بشكل وثيق مع تقييمات صاحب العمل واحتياجات التعليم الإضافية
 - والمشاريع المختارة لمساعدة المتعلمين على التقدم؛ هذا يعني أن بعض التقييمات والمشاريع يتم تعيينها من جانبك بهدف تلبية الاحتياجات المحلية، بينما يتم تعيين 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	لمحة سريعة عن الشهادات التأهيلية والأحجام والأغراض
3	نظرة سريعة على هياكل الشهادات التأهيلية
4	التأهيل ومحتوى الوحدة
4	التقييم
5	تصنيف الوحدات والشهادات التأهيلية
6	1 الغرض من الشهادة التأهيلية والتقدم
8	2 الهيكل
13	3 الوحدات
13	فهم وحداتك
15	فهرس الوحدات
136	4 التخطيط لبرنامجك
138	5 هيكل التقييم
138	مقدمة
138	التقييم الداخلي
138	وحدات الواجبات المحددة من قبل بيرسون
139	6 التقييم الداخلي
139	مبادئ التقييم الداخلي (تنطبق على جميع الوحدات)
141	اتخاذ قرارات التقييم الصحيحة
142	التخطيط وحفظ السجلات
143	إعداد الواجبات الفعالة (ينطبق على جميع الوحدات بدون واجبات محددة من قبل بيرسون)
145	الإكمال المتأخر وإعادة التقديم وإعادة الاستلام (ينطبق على جميع الوحدات بما في ذلك الواجبات المحددة من قبل بيرسون)
147	7 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	8 ضمان الجودة
154	9 فهم درجة التأهيل
162	10 الموارد والدعم
162	دعم إعداد الدورة التدريبية الخاصة بك والتحضير للتدريس
162	Pearson Progress

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 المواصفات على جميع المعلومات التي تحتاجها لتقديم شهادات Pearson BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال. كما نحيلك إلى كتيبات وسياسات أخرى. وتشمل هذه المواصفات جميع الوحدات الخاصة بهذه الشهادات التأهيلية. فهذه الشهادات التأهيلية هي جزء من مجموعة الشهادات التأهيلية في مجال إدارة الأعمال التي تقدمها شركة بيرسون. ففي هذه المجموعة، هناك شهادات تركز على مسارات التقدم المختلفة، مما يتيح للمتعلمين اختيار المسار الأنسب لتطلعاتهم. 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 الممتدة من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال

دبلوم Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال

تشير هذه المواصفات إلى الوثائق الأساسية الأخرى والدعم الذي تحتاجه كمرکز 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 المواصفات صحيحة في وقت النشر.

لمحة سريعة عن الشهادات التأهيلية والأحجام والأغراض

العنوان الرئيسي	الحجم والبنية	الغرض التلخيصي
منحة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال	120 ساعة تعلّم موجّه مكافئ في الحجم لشهادة International GCSE واحدة. أربع وحدات، ثلاث 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 ولن سيكون عنصر الأعمال مكملًا 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.
منحة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال	240 ساعة تعلّم موجّه مكافئ في الحجم لاثنتين من شهادات GCSE. ست وحدات على الأقل، أربع منها إلزامية ويتم تقييمها من خلال واجبات محددة من بيرسون. محتوى إلزامي (50%).	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. 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.
منحة Pearson BTEC International الممتدة من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال	360 ساعة تعلّم موجّه تعاادل في الحجم ثلاث 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%).	يتم تصميم هذه الشهادة التأهيلية لدعم المتعلمين الذين يرغبون في دراسة الأعمال كعنصر أساسي في دورة مدتها عام واحد بدوام كامل جنبًا إلى جنب مع دورات أصغر في مجالات أخرى، أو لأولئك الذين يرغبون في أخذها جنبًا 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 أخذه كجزء من برنامج دراسي يتضمن شهادات BTEC International أخرى من المستوى 2 أو شهادات GCSE الدولية.
دبلومة Pearson BTEC International من المستوى الثاني في إدارة الأعمال	480 ساعة تعلّم موجّه تعاادل في الحجم أربع شهادات International GCSE. 12 وحدة إلزامية، يتم تقييم أربعة منها من خلال واجبات محددة من قبل بيرسون. محتوى إلزامي (100%).	يتم تصميم هذه الشهادة التأهيلية لدعم المتعلمين الذين يرغبون في دراسة الأعمال كدورة بدوام كامل لمدة عام واحد، أو لأولئك الذين يرغبون في أخذها جنبًا 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 هياكل الشهادات التأهيلية

يوضح هذا الجدول جميع الوحدات والشهادات التأهيلية التي تساهم فيها. يرد الهيكل الخاص بشهادة Pearson BTEC International من المستوى 2 في إدارة الأعمال هذه في القسم 2 بعنوان "الهيكل". يجب عليك الرجوع إلى الهيكل الكامل لتحديد الوحدات وتخطيط برنامجك.

الحقائق

تظهر وحدات المهمة المحددة من قبل بيرسون بالخط العريض

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

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

التأهيل ومحتوى الوحدة

طورت بيرسون محتوى شهادات BTEC International 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 لمزيد من الدراسة في المستوى 3. ويتوقع من المتعلمين إظهار الإنجاز عبر الوحدات الإلزامية على النحو المفصل في هيكل 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 التواصل 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

صُمم 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 المعلمين.

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

تتوفر الواجبات المحددة اعتباراً من سبتمبر من كل عام وهي صالحة لمدة عام واحد فقط. للحصول على معلومات مفصلة عن واجب محدد من قبل بيرسون، يرجى الاطلاع على الجدول الموضح في هيكل القسم 2. للحصول على مزيد من المعلومات عن التحضير للتقييم، راجع القسم 5 هيكل التقييم.

التقييم الداخلي

يجري تقييم جميع الوحدات في المجال داخليًا وتخضع للتحقق من المعايير الخارجية. وقبل التقييم، ستحتاج إلى أن تصبح مركزًا معتمدًا، 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 وفقًا 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 فرصًا لـ:

- كتابة نتائج أبحاثهم الخاصة
 - استخدام دراسات الحالة لاستكشاف المواقف المعقدة أو غير المألوفة
 - تنفيذ المشاريع التي لديهم خيار بشأنها 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. وستتخذ 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 يُسمح 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، والاكتمال 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 (M) والنجاح (P) وغير مصنف (U). وتساهم جميع الوحدات الإلزامية والاختيارية بشكلٍ متناسب في درجة الشهادة التأهيلية الإجمالية، على سبيل المثال، ستساهم وحدة من 60 ساعة تعلّم موجّه بضعف وحدة سعة 30 ساعة تعلّم موجّه.

ويتم تصنيف الشهادات التأهيلية في المجموعة باستخدام مقياس من P إلى D*، أو PP إلى D*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.

1 الغرض من الشهادة التأهيلية والتقدم

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

لن هذه الشهادات التأهيلية؟

تم تصميم شهادات Pearson BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في إدارة الأعمال إما للمتعلمين في الفئة العمرية 14-19 عامًا، 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 عمومًا إلى المهارات في الفئات الرئيسية الثلاث التالية:

- المهارات المعرفية ومهارات حل المسائل - استخدام التفكير النقدي والتعامل مع المشكلات غير الروتينية وتطبيق الحلول الخبيرة 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 أيضًا متطلبات محددة في بعض الوحدات لتقييم هذه المهارات عند الاقتضاء، على سبيل المثال حيث يُطلب من المتعلمين القيام بأنشطة حقيقية أو محاكاة. يشار إلى هذه المهارات في الوحدات وفي الملحق 1: مهارات التوظيف القابلة للنقل.

كيف توفر الشهادات التأهيلية المعرفة والمهارات القابلة للنقل للتعليم الإضافي والعالي؟

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

- تعلم بشكل مستقل
 - البحث بنشاط وبشكل منهجي
 - تقديم العروض التقديمية وتحلي أعضاء المجموعة بالنشاط.
- يمكن لمتعلمي 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 المواصفات 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 الممتدة 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 تعلّم موجّه من الوحدات الاختيارية وتحقيق درجة النجاح أو درجة أعلى.

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

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 تعلّم موجّه من الوحدات الاختيارية وتحقيق درجة النجاح أو درجة أعلى.

شهادة Pearson BTEC International من المستوى 2 في مجال إدارة الأعمال (240 ساعة تعلّم موجّه)				
رقم الوحدة	عنوان الوحدة	ساعة تعلّم موجّه	النوع	كيفية التقييم
الوحدات الإلزامية - يكمل المتعلمون جميع الوحدات وينجزونها				
1	أغراض إنشاء الشركات	30	إلزامي	الواجب المحدد
2	المؤسسات التجارية	30	إلزامي	الواجب المحدد
3	التنبؤ بالأداء المالي للشركة	30	إلزامي	الواجب المحدد
4	خطة التسويق	30	إلزامي	الواجب المحدد
الوحدات الاختيارية - يجب على المتعلمين إكمال واجتياز 120 ساعة تعلّم موجّه من الوحدات الاختيارية				
5	الأشخاص في المنظمات	30	اختياري	الداخلي
11	استخدام الشركة للإنترنت	60	اختياري	الداخلي
13	أخلاقيات العمل	30	اختياري	الداخلي
16	العمل ضمن فرق	30	اختياري	الداخلي
17	إدارة الشؤون المالية الشخصية	30	اختياري	الداخلي
19	تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة	60	اختياري	الداخلي

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 تعلّم موجّه من الوحدات الاختيارية.

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

الوحدات الإلزامية

هناك 12 وحدة إلزامية، تشمل 8 وحدات داخلية و 4 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 تعلّم موجّه)				
رقم الوحدة	عنوان الوحدة	ساعة تعلّم موجّه	النوع	كيفية التقييم
الوحدات الإلزامية - يجب على المتعلمين إكمال جميع الوحدات واجتيازها				
1	أغراض إنشاء الشركات	30	إلزامي	الواجب المحدد
2	المؤسسات التجارية	30	إلزامي	الواجب المحدد
3	التنبؤ بالأداء المالي للشركة	30	إلزامي	الواجب المحدد
4	خطة التسويق	30	إلزامي	الواجب المحدد
5	الأشخاص في المنظمات	30	إلزامي	الداخلي
11	استخدام الشركة للإنترنت	60	إلزامي	الداخلي
13	أخلاقيات العمل	30	إلزامي	الداخلي
15	إنشاء شركة صغيرة	60	إلزامي	الداخلي
16	العمل ضمن فرق	30	إلزامي	الداخلي
17	إدارة الشؤون المالية الشخصية	30	إلزامي	الداخلي
19	تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة	60	إلزامي	الداخلي
28	إدارة شركة صغيرة	60	إلزامي	الداخلي

وحدات الواجب المحدد

هذا ملخص لنوع وحدات الواجبات المحددة وتوفرها. للحصول على مزيدٍ من المعلومات، راجع القسم 5 هيكل التقييم والوحدات ومواد تقييم العينات.

الوحدة	النوع	حالة التوافر
الوحدة 1: أغراض إنشاء الشركات	<ul style="list-style-type: none"> • واجب حددته بيرسون وقام المركز بإعطاء درجات عليه. • فترة التقييم الموصى بها هي 15 ساعة. 	تتوافر اثنتان لكل فترة مدتها عام واحد.
الوحدة 2: المؤسسات التجارية	<ul style="list-style-type: none"> • واجب حددته بيرسون وقام المركز بإعطاء درجات عليه. • فترة التقييم الموصى بها هي 10 ساعات. 	تتوافر اثنتان لكل فترة مدتها عام واحد.
الوحدة 3: التنبؤ بالأداء المالي للشركة	<ul style="list-style-type: none"> • واجب حددته بيرسون وقام المركز بإعطاء درجات عليه. • فترة التقييم الموصى بها هي 10 ساعات. 	تتوافر اثنتان لكل فترة مدتها عام واحد.
الوحدة 4: خطة التسويق	<ul style="list-style-type: none"> • واجب حددته بيرسون وقام المركز بإعطاء درجات عليه. • فترة التقييم الموصى بها هي 15 ساعة. 	تتوافر اثنتان لكل فترة مدتها عام واحد.

مشاركة صاحب العمل في التقييم والتسليم

يتم تشجيعك على منح المتعلمين فرصًا للمشاركة مع أصحاب العمل. للحصول على مزيدٍ من المعلومات، يرجى الاطلاع على القسم 4 تخطيط البرنامج الخاص بك.

3 الوحدات

فهم وحداتك

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

يتم تحديد كل وحدة في المواصفات 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.

القسم	التوضيح
رقم الوحدة	الرقم متسلسل في المجال. قد لا تكون الأرقام متسلسلة للشهادة التأهيلية الفردية.
عنوان الوحدة	هذا هو العنوان الرسمي الذي نستخدمه دائمًا، ويظهر على الشهادات.
المستوى	جميع الوحدات من المستوى 2.
نوع الوحدة	يوضح هذا ما إذا كانت الوحدة داخلية أو تم تقييمها باستخدام واجب محدد من قبل بيرسون. راجع معلومات الهيكل في القسم 2/الهيكل للحصول على التفاصيل.
ساعات التعلم الموجّه (GLH)	قد تحتوي الوحدات على قيمة ساعة تعلّم موجّه تبلغ 60 أو 30. يشير هذا إلى عدد ساعات التدريس والنشاط الموجه والتقييم المتوقع. كما يوضح ترجيح الوحدة في درجة التأهيل النهائية.
موجز عن الوحدة	هذا بيان رسمي موجز عن محتوى الوحدة يساعد في فهم دورها في التأهيل. يمكنك استخدام هذا في الوثائق الموجزة والكتيبات وما إلى ذلك.
مقدمة 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.
التقييم	بالنسبة لوحدة الواجبات المحددة الداخلية، يوضح هذا القسم ما إذا كانت الواجبات المحددة يلزم إكمالها أم لا.
أهداف التعلم	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 نستخدمها في أهداف التعلم في الملحق 2: مسرد المصطلحات المستخدمة
ملخص الوحدة	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.

القسم	التوضيح
المحتوى	يحدد هذا القسم المحتوى التعليمي المطلوب للوحدة. المحتوى إلزامي إلا عندما يتم عرضه في صورة "محتوى تمثيلي". يجب أن يُطلب من المتعلمين إكمال التقييم التلخيصي فقط بعد تغطية المحتوى التعليمي للوحدة أو هدف (أهداف) التعلم.
معايير التقييم	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.
معلومات أساسية للواجبات	يعرض هذا الحد الأقصى لعدد الواجبات التي يمكن استخدامها للوحدة للسماح بالتقييم التلخيصي الفعال وكيفية استخدام المعايير لتقييم الأداء. بالنسبة لواجبات الواجبات المحددة، سيتضمن هذا القسم أي شروط لأخذ الواجب.
معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين	يوفر لك هذا القسم معلومات لدعم تنفيذ التقييم. من المهم أن تتم قراءة هذا بعناية جنبًا إلى جنب مع معايير التقييم، حيث ستساعد المعلومات في تفسير المتطلبات.
الاحتياجات من الموارد	يتم سرد أي موارد محددة تحتاجها لتكون قادرًا على التدريس والتقييم في هذا القسم. للحصول على معلومات عن موارد الدعم، راجع القسم 10 الموارد والدعم.
المعلومات الأساسية لقرارات التقييم	يقدم هذا القسم إرشادات وأمثلة لكل هدف تعلم أو واجب لتوقعات معيار النجاح والتفوق والامتياز.
ضوابط التقييم	يقدم هذا القسم تفاصيل القواعد التي يجب على المتعلمين الالتزام بها عند إجراء التقييم.
روابط لواجبات أخرى ومواضيع المناهج الأخرى	يعرض لك هذا القسم العلاقات الرئيسية بين الوحدات المختلفة وأي روابط واضحة لمواد المناهج الأخرى. ويساعدك هذا على تنظيم برنامجك وتحقيق الاستفادة المثلى من المواد والموارد المتاحة.
مشاركة صاحب العمل	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 نجاحًا.
فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل	يقدم لك هذا القسم إرشادات بشأن كيفية تطوير مهارات التوظيف القابلة للنقل في التدريس وتقييم الوحدة.

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 للإنترنت
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: تقنيات 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

يفهم المتعلمون طبيعة المؤسسات التجارية والبيئة التي تعمل فيها. كما سيتعرفون على المنظمات الموجودة محليًا وإقليميًا ووطنيًا ودوليًا 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 تؤثر على نجاحها، مما يتطلب أساليب جديدة ومرونة 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 لفهم الغرض منها ووظيفتها ونجاحها. باستخدام البحث، ستنتظر في كيفية تأثير الخصائص والتأثيرات داخل بيئة الأعمال على أداء الأعمال. سوف تصل إلى استنتاج حول فعالية استجابة المؤسسات التجارية للبيئة المتغيرة وكيف سيمهد ذلك الطريق للنجاح والتطوير في المستقبل.

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

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:

(أ) فهم الغرض من إنشاء الشركة وملكيته

(ب) فهم البيئة التي تعمل فيها الشركات

ملخص الوحدة

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

المحتوى

مهدف التعلم (أ): فهم الغرض من إنشاء الشركة وملكيته

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

(1أ) الغرض من وراء إنشاء الشركة

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

(2أ) 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.

(3أ) الحجم والنطاق

- صغيرة جدًا - تضم ما يصل إلى تسع موظفين.
- صغيرة: تضم من 10 إلى 49 موظفًا
- متوسطة: تضم بين 50 و249 موظفًا
- كبيرة: تضم أكثر من 250 موظفًا.
- محلية
- إقليمي.
- وطنية
- أوروبية
- عالمية/دولية.

4أ تصنيف الشركات

- أولية: استخراج المواد الخام، مثل التعدين وصيد الأسماك والزراعة.
- ثانوي: قطاع التصنيع، المعني بإنتاج السلع الجاهزة، مثل البناء والتصنيع والمرافق مثل الكهرباء والغاز.
- ثالثة: قطاع الخدمات، المعني 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 بيئة 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 الثالثة.
- 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، وسلوكيات المشتري، والدين، والمساواة، والاتجاهات الاجتماعية، والاتجاهات الديموغرافية، والأذواق، 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، واللوائح المالية، واللوائح الحكومية، والتشريعات الخيرية (يجب استخدام اللوائح والتشريعات السارية في وقت التدريس. من المتوقع فهم المخطط التفصيلي فقط).
- بيئية، مثل تغير المناخ، وإدارة النفايات، والكوارث الطبيعية، وانبعاثات الكربون، والنفايات، وإعادة التدوير، والاستدامة، والآثار البيئية المحلية، والزراعة.

معايير التقييم

النجاح	التفوق	الامتياز
هدف التعلم (أ): فهم الغرض من إنشاء الشركة وملكيته		
A.P1 حدد الغرض من المؤسسات التجارية المتباينة.	A.M1 قارن الحجم ونطاق وملكية وتصنيف المؤسسات التجارية المختلفة وتأثيرها على الغرض من إنشاء الشركة.	AB.D1 تقييم كيفية استجابة مؤسسة تجارية مختارة للتغيرات في بيئة عمل الشركة لتحقيق الغرض منه.
A.P2 صف الأنواع المختلفة للملكية الشركات وحجم ونطاق وتصنيف المؤسسات التجارية المختلفة.		
هدف التعلم (ب): فهم البيئة التي تعمل فيها الشركات		
B.P3 وصف خصائص بيئة الأعمال المحددة.	B.M2 شرح تأثير العوامل الخارجية على بيئة الأعمال وعمليات الشركات 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 بإمكانية الوصول إلى بيئة تدريس الشركات المناسبة وإلى الإنترنت 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 مختلفتين 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 وملكيته وتصنيفها، مع الإشارة بشكل محدد إلى نتائج البحوث. سيظهر المتعلمون فهمًا 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 وذات صلة كاملة في جميع أنحاء التقرير وستوفر 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 منطقتين 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 وتصنيفها وملكيته، مع الأخذ في الاعتبار كيفية تأثيرها على غرض المؤسسة. سيستخدم المتعلمون أمثلة للمؤسسات التجارية المختلفة لدعم المقارنة وتبسيط الضوء على تأثير الاختلافات والتشابهات على نجاح الشركات وفشلها. من خلال استكشاف مفصل لخصائص وعوامل بيئة الأعمال، سيظهر المتعلمون فهمًا واضحًا للتأثير على العمليات التجارية. سيقوم المتعلمون بعمل روابط واضحة وذات صلة ومتوازنة للأمثلة الأعمال في جميع أنحاء تقريرهم.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب على المتعلمين إجراء البحوث ذات الصلة في منطقتين 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 وملكيته، وكيف يؤثر ذلك على الغرض من إنشاء الشركة. سيظهر المتعلمون فهمًا أساسيًا لبيئة الأعمال وتأثير ذلك على العمليات التجارية والنتائج، مع الإشارة إلى مجموعة من العوامل الخارجية ودور الحكومة في نجاح الأعمال أو فشلها. سيقوم المتعلمون بإنشاء روابط أساسية للأمثلة 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 البحوث 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 تساءلت 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:

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

ملخص الوحدة

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

المحتوى

هدف التعلم (أ): البحث في أنشطة الشركات المختلفة وأهدافها وغاياتها

(1أ) أنشطة الشركة

- القطاعات ضمن الاقتصاد
 - أولية: استخراج المواد الخام: مثل التعدين وصيد الأسماك والزراعة والحصول على الموارد المتجددة: مثل طاقة الرياح والطاقة الشمسية وطاقة المد والجزر والطاقة المائية والطاقة الحرارية الأرضية وطاقة الكتلة الحيوية والموارد غير المتجددة: مثل محطات الطاقة والوقود الأحفوري
 - ثانوي: قطاع التصنيع، المعني بإنتاج السلع الجاهزة، مثل البناء والتصنيع والمرافق مثل الكهرباء والغاز.
 - ثالثة: قطاع الخدمات، المعني 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 تصفيف الشعر، والوصول إلى الإنترنت، والسفر بالقطار، وإصلاح المنتجات، والتنظيف، والتوظيف، والخدمات اللوجستية، وإدارة النفايات، والتأمين
 - السلع/الخدمات الاستهلاكية و/أو خدمات المنتجين.

(2أ) 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 للمساعدة 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 المورد والمنافسين.

- التغييرات مع تطور الشركة:
 - مواجهة للتغيرات في ظروف السوق والمنافسة والتكنولوجيا والأداء والتشريع والأسباب الداخلية
 - التغييرات في جوانب التركيز، مثل البقاء أو النمو
 - دخول الأسواق أو الخروج منها
 - زيادة القوى العاملة أو تقليلها
 - زيادة أو تقليل نطاق المنتجات.
 - العواقب المترتبة 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، والشكاوى، 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 وكشوف المرتبات.
 - الموارد البشرية، مثل التوظيف والاختيار، وتدريب 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، وتمويل توفير 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

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

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 يتمكن المتعلمون من الوصول إلى مجموعة من معلومات الأعمال الحالية على مواقع الويب ومن الموارد المطبوعة.

المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

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

هدف التعلم أ

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيحصل المتعلمون على الأدلة ذات الصلة من شركتين متباينتين ويستخدمونها لتقييم كيفية مساعدة أنشطة هاتين الشركتين 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 متباينة في تحقيق الأهداف والغايات في كل منها. لهذا يجب عليهم تقديم فحص منهجي للعلاقة المتبادلة بين الأنشطة والأهداف والغايات في كل شركة.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيستخدم المتعلمون الأدلة التي جمعوها لتحديد الأنشطة والأهداف والغايات في كل شركة متباينة. سيؤدي ذلك بعد ذلك إلى وصف الأنشطة لكل شركة. سيقدم المتعلمون شرحًا 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 لمعيار الامتياز، سيطلب من المتعلمين تقييم الروابط والتفاعل بين المجالات الوظيفية في كل شركة متباينة وكيف تساعد 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 معًا 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 فحصًا تفصيليًا للروابط والتفاعل بين المجالات الوظيفية في الشركتين المتباينتين، على سبيل المثال، كيف يحتاج قسم الموارد البشرية للتأكد من توظيف الأشخاص الذين لديهم المهارات المناسبة للعمل في قسم التسويق.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيشرح المتعلمون أغراض وأنشطة المجالات الوظيفية لشركتين متباينتين 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 لديهم متخصصون يعملون في الشركات الكبيرة، وهذا يعني أن الأنشطة والأغراض قد تكون مختلفة في كل شركة. يجب على المتعلمين توضيح عملهم بأمثلة مناسبة من أبحاثهم.

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 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
- 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 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). وبلي 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. وستطور 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:

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

ملخص الوحدة

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

المحتوى

هدف التعلم (أ): التعرف على تكاليف المنشأة التجارية وإيراداتها لحساب الربح

(1أ) تكاليف الشركة

- تكاليف بدء التشغيل (مثل 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.

(2أ) 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.

(3أ) 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:
 - نقطة التعادل = التكاليف الثابتة ÷ (سعر البيع - التكاليف المتغيرة)
- مخططات نقطة التعادل:
 - خط التكاليف الثابتة
 - خط إجمالي التكاليف = (التكاليف الثابتة + 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

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

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 والألات 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 بتحسين أرباحها فيما يتعلق بمستويات الإيرادات والتكاليف. يجب تبرير التوصيات فيما يتعلق بسياق الأعمال. يجب عليهم 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، سيظهر المتعلمون مستوى جيداً من الفهم وسيكونون قادرين على شرح أهمية التكاليف والإيرادات والأرباح لشركة معينة. سيظهر المتعلمون أنهم يفهمون لماذا يجب على المؤسسة التجارية محاولة زيادة الربح لأقصى قدر فيما يتعلق بزيادة الإيرادات وخفض التكاليف. يُتوقع من المتعلمين استخدام حساباتهم الخاصة بالأرباح الإجمالية والصافية لمساعدتهم 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 تكلفة 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. سيشرح 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. سيظهرون تأثير التغييرات على نقطة التعادل باستخدام البيانات الجديدة المقدمة وتحليل التأثير على الشركات ذات التدفق النقدي الضعيف والقوي. سيظهرون فهماً واضحاً للغرض من كل من تحليل نقطة التعادل والتنبؤ بالتدفق النقدي وتقييم أهمية كل أداة تخطيط للإدارة الفعالة للشركة. سيتضمن التقييم أمثلة محددة عن كيفية مساعدة كل أداة تخطيط للشركات على اتخاذ القرارات وسيظهر أن المتعلم يفهم تمامًا 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 وتسميته بشكل صحيح. سيقوم المتعلمون بتحليل تأثير التدفق النقدي الضعيف أو السلي 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 الختامي للتدفق النقدي. من المتوقع أن يعيدوا حساب التنبؤ بالتدفق النقدي وعلمهم شرح تأثير التغييرات على الرصيد الختامي.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيقوم المتعلمون بحساب نقطة التعادل باستخدام المعادلة و/أو تقديم مخطط نقطة التعادل المشروع الذي يوضح مناطق الربح/الخسارة ونقطة التعادل وهامش الأمان بناءً على البيانات المقدمة. يجب عرض المخطط وتسميته بوضوح. يجب أن يكون المتعلمون أيضاً قادرين على إعداد التنبؤ بالتدفق النقدي لمدة 6 أشهر أو 12 شهرًا 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 وفقًا لاحتياجات المتعلمين.
الإشراف: يجب أن تكون واثقًا 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 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

سيطور المتعلمون فهمًا لخطة التسويق والترويج، بالنظر إلى نجاح الحملات التسويقية والترويجية الحالية. سيقوم المتعلمون 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 لتوصيل المعلومات إلى الجمهور المستهدف. ستتعرف في هذه الوحدة على مفاهيم التسويق المختلفة التي تحتاج إلى أخذها في الاعتبار عند وضع خطة التسويق. ستتعرف 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 المتعلمين إكمال موجز واجب محدد من قبل بيرسون.

أهداف التعلم

- في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:
- (أ) التطرق لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة
 - (ب) وضع خطة تسويقية لمنتج جديد.

ملخص الوحدة

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) التطرق لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة	(1أ) مفاهيم التسويق (2أ) أنواع الترويج (3أ) دليل النجاح والإخفاق في الترويج	يجري تقييم هذه الوحدة من خلال الواجب المحدد من قبل بيرسون.
(ب) وضع خطة تسويقية لمنتج جديد	(1ب) خطة التسويق (2ب) بناء العلامة التجارية في خطة التسويق (3ب) تبرير خطة التسويق	

المحتوى

هدف التعلم (أ): التطرق لمفاهيم تسويقية وترويجية مختلفة

(1أ) مفاهيم التسويق

- تعريف التسويق كوسيلة لتوقع الطلب أو تحفيزه أو إرضائه.
- أهداف التسويق، مثل فهم رغبات العملاء واحتياجاتهم، وتطوير منتجات جديدة، وزيادة الإيرادات/الأرباح، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية/الولاء، 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 استخدامًا، أرخص، والأحجام والألوان.
- تقسيم العملاء واستهدافهم - تحديد العملاء النموذجيين، على سبيل المثال الموقع الجغرافي والعمر والجنس ونمط الحياة والمواقف.
- الفوائد مقابل الميزات من وجهة نظر العملاء.
- المزيج التسويقي:
 - المنتج أو الخدمة، مثل الميزات والوظائف والتعبئة والعلامات التجارية
 - المكان، ويشمل ذلك عوامل الموقع لمتجر فعلي، وعرض المنتج عبر الإنترنت، وقنوات التوزيع، على سبيل المثال مباشرة إلى المستخدمين النهائيين (عبر الإنترنت/البريد/المزاد)، عبر تجار التجزئة، عبر تجار الجملة
 - السعر، على سبيل المثال التكلفة الإضافية، المستند إلى المنافس، الاختراق، التسعير على أساس كسط السوق
 - الترويج، مثل الإعلانات التقليدية والتسويق الرقمي وأنشطة ترويج المبيعات والرعاية والبريد المباشر والبيع الشخصي والعلاقات العامة.

(2أ) 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 المبيعات 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.

(أ3) 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: أسيء فهم الرسالة، الرسالة معقدة للغاية، الدعاية السلبية للمشاهير، التكلفة المفرطة، الخصومات السخية للغاية.
- العوامل التي يمكن أن تؤثر على نجاح وفشل الأنشطة الترويجية.
 - الأهداف طويلة الأمد 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

(ب1) خطة التسويق

- تطبيق مفاهيم التسويق لإعداد خطة التسويق.
- مكونات خطة التسويق:
 - تعريف السوق والفرص بما في ذلك:
 - التقسيم - تحديد العملاء النموذجيين، 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 الثانوي
 - اختيار مزيج تسويقي مناسب بما في ذلك المنتج والسعر والترويج، المكان
 - بناء العلامة التجارية
 - اختيار الوسائط المناسبة
 - تخصيص الميزانية لخطة التسويق
 - الإطار الزمني للخطة، بما في ذلك مراقبة الإنجازات المهمة.

(ب2) 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
 - يمكّن 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 وقتًا طويلاً - الحاجة إلى الإعلان المستمر والدعاية
 - صعوبات في تغيير بناء العلامة التجارية
 - يمكن أن تؤدي الدعاية السيئة إلى تشويه صورة العلامة التجارية.

(ب3) دعم خطة التسويق بالأدلة

- المعايير المستخدمة لدعم خطة التسويق بالأدلة، والتي تشمل:
 - تماشيها 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

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

هدف التعلم أ

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيقوم المتعلمون بتقييم نجاح العروض الترويجية المعينة والمزيج التسويقي الذي تستخدمه الشركة. سيضمن ذلك حملة واحدة على الأقل قد تكون حديثة أو قديمة. ستغطي العروض الترويجية بعض الطرق الترويجية السبعة. سيحتاج المتعلمون إلى تحديد نقاط القوة في العروض الترويجية وسبب نجاحها. قد يقارن المتعلمون هذه العروض الترويجية الأقل نجاحاً والعناصر التي تم تجنبها لضمان النجاح. بعد النظر في نجاح العروض الترويجية، يحتاج المتعلمون إلى ربط ذلك بالترويج لشركة معينة. يجب على المتعلم 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 المتعلمين تحديد سبب عدم ملاءمتها. يجب على المتعلمين النظر في كيفية تناسب الترويج مع الجوانب الأخرى للمزيج التسويقي لهذه الشركة.

بالنسبة لمعيار التفوق، يجب على المتعلمين التفكير في الشركة المحددة واختيار أنواع الترويج التي ستكون مناسبة. يجب تبرير كل عرض ترويجي، الأمر الذي يتطلب شرحاً لمزايا الأنواع التي يختارونها والأسباب التي تجعلها مناسبة لشركة معينة. عند تبرير الأنواع المختارة من الترويج، قد يفكر المتعلمون 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 المتعلمون عناصر المزيج التسويقي التي ستكون مناسبة لشركة معينة.

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

سينظر المتعلمون 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 المتعلمون 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 المتعلمون إلى تغطية كيف تساعد العلامة التجارية خطة التسويق على تحقيق ثلاثة على الأقل من المزايا المدرجة في المحتوى. سينظر المتعلمون 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 لمعيار 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 دمج 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 ملائمة المزيج التسويقي.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب على المتعلمين إعداد خطة تسويقية لفكرة للشركة المعنية. 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 المعنية وأن تكون واضحة. يجب تحديد أهداف التسويق ويجب أن تكون ذات صلة بالشركة المعنية. عند شرح الغرض من الرسالة التسويقية، يجب أن يتناسب هذا مع الشركة المعنية. يمكن أن يشمل ذلك استخدام البحث الأساسي أو الثانوي أو كليهما. يجب على المتعلمين اختيار وشرح اختياراتهم 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 الوسائط المناسبة بسياق الشركة المعنية وأن يكون مرتبطاً 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 لتخصيص 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 بالمعايير 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:

- 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 البحث والتخطيط.

الوحدة 5: الأشخاص في المنظمات

المستوى: 2

نوع الوحدة: الداخلي

ساعات التعلم الموجّه: 30

موجز عن الوحدة

سيطور المتعلمون فهمًا للدور الذي يلعبه الأشخاص في المؤسسات التجارية من خلال فحص هياكلهم 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. ستعطى لك مقدمة عن أنواع مختلفة من الهياكل التنظيمية وسوف تدرس الأدوار الوظيفية الموجودة داخل الشركات. سوف تكتشف أن هناك أدوارًا مهمة في أي عمل يجب أداؤها 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 اللازمة 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

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) اكتشاف الهياكل التنظيمية والأدوار الوظيفية في مجال الأعمال	(1أ) الهيكل التنظيمي (2أ) الأدوار والمسؤوليات الوظيفية	عرض بوربوينت يحلل الهياكل التنظيمية والأدوار/المسؤوليات الوظيفية داخل المؤسسات التجارية.
(ب) تخطيط الأدوار الوظيفية في الشركات	(ب1) التوظيف والتحليل الوظيفي (ب2) محتويات الوصف الوظيفي (ب3) محتويات مواصفات الشخص	تقرير يحدد العوامل المتضمنة عند التخطيط لأدوار وظيفية جديدة، وإنتاج الوصف الوظيفي ومواصفات الشخص لدور وظيفي معين.
(ج) التخطيط والإعداد للتعيين	(ج1) التقديم على الوظائف C2 المقابلة (ج3) التدقيق على المهارات الشخصية (ج4) التطور المهني	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.

المحتوى

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

(1أ) الهيكل التنظيمي

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

(2أ) الأدوار والمسؤوليات الوظيفية

- المديرين، على سبيل المثال رعاية مصالح المساهمين، وتحديد السياسة أو الاستراتيجية.
- كبار المديرين، على سبيل المثال تحفيز الموظفين، وتحديد الأهداف، والتوظيف والفصل، والتكليف 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

(ب1) 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.

(ب2) محتويات الوصف الوظيفي

- العنوان والموقع ووصف أعمال المؤسسة.
- الغرض من الوظيفة والمهام الرئيسية والمتطلبات الأساسية والمرغوبة، خطوط إعداد التقارير.
- الأجور والمنافع وأفاق الترقية.
- تاريخ البدء
- الأساس، على سبيل المثال دوام كامل/جزئي، الانتداب، تغطية إجازة الأمومة، والعقود محددة المدة.

(ب3) 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 والمرغوبة، 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 والحظر (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 بإنصات وإظهار الرغبة.

(ج3) التدقيق على المهارات الشخصية

- قد يتضمن الفحص الشخصي تقييماً لـ:
 - المعرفة الشخصية
 - المهارات الشخصية، مثل المهارات التقنية والعملية ومهارات التواصل والحساب
 - الاهتمامات.
- المعارف والمهارات المطابقة.
 - إلى فرص العمل
 - للاستخدام في التخطيط المهني.

(ج4) 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 بدوام كامل، والتعلم القائم على العمل (بما في ذلك المؤهلات المهنية الوطنية والتدريب المهني)
 - التوظيف بدوام كامل/جزئي
 - احتياجات التدريب، خطط التطوير، الأهداف الشخصية
 - المؤهلات المهنية والمهنية الخاصة، مثل المحاسبة والتدريس، والصحة الغذائية.

معايير التقييم

النجاح	التفوق	الامتياز
هدف التعلم (أ): اكتشاف الهياكل التنظيمية والأدوار الوظيفية في مجال الأعمال		
A.P1 وصف الهياكل المختلفة المستخدمة داخل المؤسسات التجارية A.P2 وصف المفاتيح الأدوار والمسؤوليات الوظيفية ضمن المؤسسات التجارية.	A.M1 قارن كيف تختلف الأدوار الوظيفية في المنظمات ذات الهياكل المختلفة	A.D1 تحليل تأثير الهيكل التنظيمي على الأدوار الوظيفية في عمل تجاري مختار، باستخدام الأمثلة المناسبة.
هدف التعلم (ب): تخطيط الأدوار الوظيفية في الشركة		
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.	B.M2 وضع وصف وظيفي مفصل وملامح ومواصفات الشخص لدور وظيفي محدد.	B.D2 تحليل للطريقة التي ستشجع الوصف الوظيفي والمواصفات الشخصية التوظيف الفعال.
هدف التعلم ج: التخطيط والاستعداد للعمل		
C.P5 التقدم بطلب للحصول على دور وظيفي مناسب وذكر أي متطلبات أخرى ذات صلة بالدور الوظيفي. C.P6 التخطيط والمشاركة في مقابلة لدور وظيفي محدد. C.P7 استخدام تدقيق المهارات الشخصية لإعداد 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.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.

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 التلخيصية لهذه الوحدة ويبلغ عدده ثلاث 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 A.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 مختارتين. يجب عليهم استخدام المنظمات المتباينة ذات الهياكل المختلفة. يجب عليهم مقارنة الأدوار الوظيفية الرئيسية والمسؤوليات الوظيفية في المنطمتين 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 دورًا مختلفًا تمامًا 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 الهياكل 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 تعقيدًا.

بالنسبة لمعيار النجاح، يحتاج المتعلمون إلى وصف وإعطاء أمثلة للهياكل المختلفة المدرجة في محتوى الوحدة ضمن A1. يحتاج المتعلمون أيضًا إلى اختيار منطمتين متباينتين ووصف الأدوار والمسؤوليات الوظيفية الرئيسية فيهما. يجب تشجيع المتعلمين على مراجعة المنظمة مباشرة، أو يمكن استخدام متحدث ضيف من قبل المعلمة/الكلية لمساعدة المتعلمين على فهم الأدوار والمسؤوليات، باستخدام أمثلة حقيقية.

هدف التعلم (ب)

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

بالنسبة لمعيار التفوق، سيعتمد المتعلمون على العمل الذي أكملوه لـ 4B.P، مما يجعل الوصف الوظيفي الأساسي ومواصفات الشخص أكثر تفصيلاً وملاءمة. يجب أن يكون العمل هنا شاملاً واحترافياً. يجب معالجة المستندات بالكلمات ويجب أن تكون مفصلة بما يكفي لتمكين 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 ويحللون الفجوات في معارفهم ومهاراتهم 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 موضوعيين 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 المقترح.

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 أبحاثهم 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 للمتعلمين 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 لإنتاج 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

سيطور المتعلمون فهماً لأنواع المختلفة من التواجد عبر الإنترنت وأسباب إدارة الأنشطة التجارية عبر الإنترنت. سيقومون بتصميم موقع ويب وتبرير كيفية تلبية احتياجات الشركات.

مقدمة الوحدة

ستتعلم في هذه الوحدة أن عددًا متزايدًا من الشركات تعمل الآن عبر الإنترنت. سوف تستكشف الأنواع المختلفة من التواجد عبر الإنترنت، بدءًا من أدوات الكتيبات الأساسية السلبية، وتوفير المعلومات، وحتى المعاملات الجذابة عبر الإنترنت 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 أيضًا أخذها في الاعتبار. تتمتع الشركات الصغيرة التي تدير موقعًا إلكترونيًا 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 الإنترنت، بما في ذلك الحاجة إلى الخبرة لتصميم وصيانة وتحديث موقع الويب. تحتاج استفسارات العملاء إلى استجابة، والسلع تحتاج إلى التوزيع والمعاملات المالية تضيق 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 أيضًا التأثير الأوسع لنشاط الشركات عبر الإنترنت. عند القيام بذلك، ستنتظر في التأثير على عملاء الشركات عبر الإنترنت والتأثير على المجتمع.

أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- فهم الاستخدامات المختلفة للتواجد عبر الإنترنت، والتغييرات التي تطرأ على البيئة عبر الإنترنت، والمشكلات التي تواجه الشركات التي تستخدم الإنترنت.
- فهم مزايا وعيوب التواجد عبر الإنترنت
- تصميم موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة مع تقديم المبررات اللازمة
- فهم مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنت للمجتمع والعملاء.

ملخص الوحدة

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) فهم الاستخدامات المختلفة للتواجد عبر الإنترنت، والتغيرات التي تطرأ على البيئة عبر الإنترنت، والمشكلات التي تواجه الشركات التي تستخدم الإنترنت.	(1أ) استخدامات التواجد عبر الإنترنت (2أ) التغيرات في بيئة الأعمال عبر الإنترنت (3أ) مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل للشركات التي تعمل عبر الإنترنت	عرض تقديري يشرح الطرق المختلفة التي يمكن أن تعمل بها الشركات عبر الإنترنت، التغيرات التي تؤثر على بيئة الأعمال عبر الإنترنت والقضايا التي تحتاج الشركات إلى أخذها في الاعتبار عند الاتصال بالإنترنت. سوف يحلل مزاي وعيوب التواجد عبر الإنترنت. سيتم تقديم تقرير داعم لتقييم ما إذا كان يجب على شركة صغيرة مختارة التواجد عبر الإنترنت، مع مراعاة المشكلات والمزايا والعيوب.
(ب) فهم مزايا وعيوب التواجد عبر الإنترنت	(1ب) مزايا التواجد عبر الإنترنت (2ب) عيوب التواجد عبر الإنترنت	
(ج) تصميم موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة مع تقديم المبررات اللازمة	(ج1) تصميم موقع على شبكة الإنترنت لتلبية احتياجات النشاط التجاري. (ج2) تبرير مزايا الموقع الإلكتروني. (ج3) راجع مدى تلبية موقع الويب لاحتياجات الشركات الصغيرة والمساعدة في تحقيق أهداف أعمال الشركة	إنشاء موقع ويب لتلبية احتياجات الشركات الصغيرة. سيقوم المتعلمون بتبرير الميزات الرئيسية لتصميم موقع الويب ومراجعة مدى تلبية احتياجات الشركة.
(د) فهم مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنت للمجتمع والعملاء	(1د) المزايا التي تعود على العملاء من إدارة الأعمال عبر الإنترنت. (2د) العيوب التي تواجه العملاء من إدارة الأعمال عبر الإنترنت. (3د) المزايا التي تعود على المجتمع من إدارة الأعمال عبر الإنترنت. (4د) العيوب التي تواجه المجتمع من إدارة الأعمال عبر الإنترنت.	إعداد كتيب يبحث في مزايا وعيوب الشركات عبر الإنترنت للعملاء والمجتمع. تقييم تأثير تواجد الشركات عبر الإنترنت للعملاء والمجتمع.

المحتوى

مهدف التعلم أ: فهم الاستخدامات المختلفة للتواجد عبر الإنترنت، والتغيرات التي تطرأ على البيئة عبر الإنترنت، والمشكلات التي تواجه الشركات التي تستخدم الإنترنت.

(1أ) استخدامات التواجد عبر الإنترنت

- القطاعات التي تستخدم التواجد عبر الإنترنت بما في ذلك القطاع العام والخاص والتطوعي/غير الربحي.
- مجموعة من الأنشطة بما في ذلك البيع المباشر للخدمات عبر الإنترنت، والبيع المباشر للسلع عبر الإنترنت، وتوفير المعلومات، والإعلان والتسويق، والتعليم.
- أنواع التواجد عبر الإنترنت بما في ذلك:
 - الحضور السلبي، مثل الكتيبات والمعلومات الأساسية عن الشركة
 - توفير المعلومات، مثل مواصفات المنتج وخدمات الأعمال، ونبذة عنا
 - مواقع 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، والمتاجر الفعلية، والنقر والاستلام
 - تقديم حضور تفاعلي، مثل دعوة المعاملات عبر الإنترنت والرد على استفسارات العملاء
 - تقديم التخصيص التفاعلي، مثل معالجة الصور الرقمية والتخصيص.

(2أ) التغيرات في بيئة الأعمال عبر الإنترنت

- الفرص التي أظهرتها التغيرات في بيئة الأعمال عبر الإنترنت 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 الإنترنت، مثل لافتات الويب والرعاية ومنصات الإعلان عبر الإنترنت - إعلانات بحث جوجل/إعلانات فيسبوك
 - تغيير التسوق، مثل النقر والاستلام، وصناديق البريد - خزائن أمازون، وتتبع الطلب والتسليم، والواقع المعزز - تجهيزات الملابس الافتراضية.

(3أ) مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل للشركات التي تعمل عبر الإنترنت

- مشكلات التخطيط:
 - ضمان ملائمة الشركة للعمل عبر الإنترنت
 - 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 الإنترنت والذي يشمل السلبي والجزئي والتفاعلي 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، دويبن/تيك توك، سينا ويو
 - أنظمة الدفع، مثل باي بال وأبل 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 الاحتيال 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 الإنترنت

(ب1) مزايا التواجد عبر الإنترنت

• التواجد في السوق:

- مرئي 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 الإنترنت ومواكبة المنافسين.

• مزايا التسويق:

- معلومات أبحاث السوق من الاستفسارات عبر الإنترنت
- 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 المواقع النائية والمواقع البعيدة، بلدان جديدة، عملاء من ذوي الإعاقة
- الوصول من مجموعة واسعة من الأجهزة، مثل أجهزة الكمبيوتر المكتبية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية/الهواتف المحمولة والأجهزة الذكية
- توسيع السوق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي
- تكاليف التسويق منخفضة، على سبيل المثال يمكن استخدام تحسين محركات البحث (SEO) واللافقات 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 معاً.

• 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 الإنترنت
- انخفاض حفظ المخزون.

• المزايا المالية:

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

(ب2) عيوب التواجد عبر الإنترنت

• مشكلات التوظيف:

- نقص مهارات الكمبيوتر ومهارات تصميم مواقع الويب
- قد تحتاج إلى الدفع لطرف خارجي للتصميم والتحديث على النحو المطلوب
- يحتاج الموظفون إلى التعامل مع العملاء عبر الإنترنت 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 متوفر، الطلبات المفقودة.

• المشكلات المالية:

- نفقات الاستثمار الأولي
- 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 الإنترنت، لذا من الصعب الحصول على نتائج عالية على محرك البحث
- غالبًا 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 اللازمة

(ج1) إنشاء موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة

• برامج تطوير الموقع الإلكتروني:

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

• التنسيق والتحرير:

- الصفحات، على سبيل المثال الصفحة الرئيسية < صفحة العلامة 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 <html>، <p>، <body>، <centre>، علامات الإغلاق
- أدوات التحرير والتنسيق.

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

ج2) تمييز 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 مواقع 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.
- الشؤون القانونية
- شريط البحث.
- استخدام الخط والخلفيات والألوان المتناقضة.

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

- إلى أي مدى يلي موقع الويب احتياجات الشركة ويساعد على تحقيق أهداف الشركة.
- مناسب للأعمال في تحقيق الأهداف، مثل زيادة الإيرادات، وخفض التكاليف، وزيادة الأرباح، 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 الفلاش - غير مدعومة إلى حد كبير
 - سرقة المحتوى
 - عدم وجود أخطاء - الإملاء وعلامات الترقيم والقواعد.

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

(1د) المزايا التي تعود على العملاء من إدارة الأعمال عبر الإنترنت.

- اختيار واسع.
- الملاءمة.
- توفير الوقت.
- الإتاحة، على سبيل المثال 24 ساعة، 7 أيام في الأسبوع.
- توفير المال، على سبيل المثال:
 - استخدام محركات البحث ومواقع المقارنة لمقارنة الأسعار
 - صفقات أفضل حيث تقل النفقات العامة عبر الإنترنت.
- توفير تكاليف النقل ومواقف السيارات.
- توافر المعلومات، مثل المواصفات التفصيلية للمنتج/المعلومات الفنية، ومراجعات العملاء عبر الإنترنت، والروابط إلى مواقع 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 شراؤه، وتقديم حزم منتجات.
- عدم وجود تكديس، وتجنب الانتظار في قوائم الانتظار وسهولة العثور على المنتجات.

(2د) العيوب التي تواجه العملاء من إدارة الأعمال عبر الإنترنت.

- عدم الاتصال المباشر، على سبيل المثال لا يمكن لمس المنتج، عدم التواصل وجهًا لوجه مع الموظفين.
- التأخيرات، على سبيل المثال استغراق وقت قبل الشحن والتسليم.
- مشاكل الشحن، مثل التكلفة المضافة، وصول المنتجات تالفة أو متأخرة أو ضياعها.
- المشكلات المتعلقة بإرجاع 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.

(3د) المزايا التي تعود على المجتمع من إدارة الأعمال عبر الإنترنت.

- 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.

(4د) العيوب التي تواجه المجتمع من إدارة الأعمال عبر الإنترنت.

- العزلة الاجتماعية/عدم التفاعل.
- انهيار 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

النجاح	التفوق	الامتياز
هدف التعلم أ: فهم الاستخدامات المختلفة للتواجد عبر الإنترنت، والتغيرات التي تطرأ على البيئة عبر الإنترنت، والمشكلات التي تواجه الشركات التي تستخدم الإنترنت.		
A.P1 شرح كيفية إدارة أعمال مختلف الشركات عبر الإنترنت.	A.M1 تحليل مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل التي يجب على الشركات أخذها بعين الاعتبار عند العمل عبر الإنترنت.	AB.D1 تقييم ما إذا كان يجب على الشركة المحددة استخدام الإنترنت مع الأخذ في الاعتبار مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل والمزايا والعيوب.
A.P2 شرح كيف تؤدي التغيرات في بيئة الأعمال عبر الإنترنت إلى توفير فرص للشركات.		
A.P3 سرد المسائل المتعلقة بالتخطيط والتنفيذ والتشغيل التي تحتاج الشركات إلى أخذها في الاعتبار عند استخدام الإنترنت.		
هدف التعلم (ب): فهم مزايا وعيوب التواجد عبر الإنترنت		
B.P4 شرح مزايا وعيوب إدارة الأعمال عبر الإنترنت لشركة محددة.	B.M2 تحليل مزايا وعيوب إدارة الأعمال عبر الإنترنت لشركة محددة.	
هدف التعلم ج: تصميم موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة مع تقديم المبررات اللازمة		
C.P5 إنشاء موقع إلكتروني لتلبية احتياجات الشركة.	C.M3 شرح الطريقة التي يلي بها موقع الويب احتياجات الأعمال وكيف يساعد على تحقيق أهداف الشركة.	C.D2 تبرير استخدام ميزات مختلفة في الموقع الإلكتروني النهائي.
هدف التعلم د: فهم مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنت للمجتمع والعملاء		
D.P6 شرح مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنت للمجتمع.	D.M4 تحليل مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنت للعملاء والمجتمع.	D.D3 تقييم تأثير إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنت على المجتمع والعملاء.
D.P7 شرح مزايا وعيوب إدارة أعمال الشركة عبر الإنترنت للعملاء.		

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 التلخيصية لهذه الوحدة ويبلغ عدده ثلاث 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 الإنترنت وأسباب تواجد الشركات إلى الإنترنت. سيقوم كل متعلم بعد ذلك بتصميم موقع ويب وتبرير كيفية تلبية احتياجات الشركات. سوف يفهمون المزايا والعيوب للعملاء والمجتمع.

أهداف التعلم (أ) و(ب)

بالنسبة لمعيار الامتياز، على المتعلمين تقييم ما إذا كان يجب على الشركة المحددة استخدام الإنترنت مع الأخذ في الاعتبار مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل والمزايا والعيوب. يحتاج المتعلمون إلى إثبات أهمية الاتصال بالإنترنت وسيستخدمون أمثلة لتوضيح أسباب الاتصال بالإنترنت بما في ذلك المزايا والطرق التي يمكن بها معالجة أي مشكلات. يجب عليهم أيضًا إعداد حالة عن التواجد عبر الإنترنت 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 المعنية بالعمل عبر الإنترنت.

بالنسبة لمعيار التفوق، يحتاج المتعلمون إلى تحليل مسائل التخطيط والتنفيذ والتشغيل التي يجب على الشركات أخذها بعين الاعتبار عند العمل عبر الإنترنت. 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 الإنترنت 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 تتم مناقشتها.

بالنسبة لمعيار النجاح، يحتاج المتعلمون إلى شرح الطريقة التي تعمل بها الشركات المختلفة عبر الإنترنت. بالنسبة لكل نوع من أنواع التواجد عبر الإنترنت، 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 بيئة الأعمال عبر الإنترنت إلى توفير فرص للشركات الصغيرة. يجب عليهم النظر في كيفية قيام نمو وسائل التواصل الاجتماعي بخلق فرص للشركات التي تعمل عبر الإنترنت. يجب أيضًا النظر في التكنولوجيا المتغيرة من حيث كيفية قيام أعداد متزايدة من الأجهزة والنطاق العريض بتحسين الوصول وعدد العملاء المحتملين. يجب على المتعلمين النظر في كيف يمكن للتطورات في الإعلان عبر الإنترنت أن تساعد الشركات عبر الإنترنت على النجاح. أخيرًا، يجب شرح ثلاثة على الأقل من التغييرات في التسوق عبر الإنترنت من حيث الفرص التي تخلقها للشركات عبر الإنترنت.

يجب أن يسرد المتعلمين المسائل المتعلقة بالتخطيط والتنفيذ والتشغيل التي تحتاج الشركات إلى أخذها في الاعتبار عند العمل عبر الإنترنت. يجب عليهم إعداد قائمة بالمشكلات التي تؤثر على الشركات عبر الإنترنت. يجب على المتعلمين تحليل مزايا وعيوب إدارة الأعمال عبر الإنترنت 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 لـ C.P5، مع توضيح لما اخترقونه.. 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 التأكد 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 تحرير ودمج المعلومات ذات الصلة للشركة المحددة. إنهم بحاجة إلى إظهار دليل على أنهم قاموا بالتحقق من أن الموقع الإلكتروني يعمل.

هدف التعلم (د)

بالنسبة لمعيار الامتياز، يجب على المتعلمين تقييم تأثير الشركات عبر الإنترنت على المجتمع والعملاء. يجب أن ينظر المتعلمون إلى المزايا والعيوب لعملاء والمجتمع. وعليهم 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 الإنترنت 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. وعليهم إظهار الروابط بوضوح وتحديد ما هو الأكثر أهمية.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب على المتعلمين شرح مزايا وعيوب الشركات عبر الإنترنت للعملاء والمجتمع. كل ميزة أو عيب تناسب 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

سيطور المتعلمون فهمًا لقيم الأعمال والقيم الأخلاقية. سوف يستكشفون بعد ذلك الطرق التي يمكن أن تكون بها الشركات أخلاقية للموظفين والعملاء والموردين والمجتمع. سيقوم المتعلمون بتصميم وتبرير سياسة أخلاقية لشركة محددة.

مقدمة الوحدة

يجلب السلوك الأخلاقي من قبل الشركة مزايا مالية وغير مالية كبيرة. ستتعرف 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 تتصرف بها الشركات بشكل أخلاقي عند التعامل مع الموظفين والموردين والعملاء والمجتمع. سوف تنظر في المخاطر المحتملة على الشركات إذا لم تتم معالجة القضايا الأخلاقية. ستقوم بتخطيط وإنشاء سياسة أخلاقية لشركة محددة واستكشاف كيف يلبي ذلك احتياجات الشركة. تقييم المخاطر المحتملة لعدم إعداد سياسة أخلاقيات أعمال جيدة لشركة محددة.

ستمنحك هذه الوحدة المهارات اللازمة لتكون قادرًا على النظر إلى الممارسات الأخلاقية الحالية في الشركات الحقيقية واستخدام هذه المهارات للمساعدة في إنشاء سياسة أخلاقية لشركة محددة.

أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

- (أ) فهم قيم الأعمال والقيم الأخلاقية
- (ب) استكشاف طرق عمل الشركات بطريقة أخلاقية
- (ج) إعداد سياسة أخلاقيات عمل لشركة محددة.

ملخص الوحدة

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) فهم قيم الأعمال والقيم الأخلاقية	(1أ) قيم الأعمال المختلفة (2أ) قيم أخلاقية مختلفة (3أ) مزايا وعيوب التحلي بالأخلاق	تقرير/عرض تقديمي يستكشف القيم التجارية والأخلاقية لشركتين مختارتين بما في ذلك مزايا وعيوب التحلي بالأخلاق.
(ب) استكشاف طرق عمل الشركات بطريقة أخلاقية	(ب1): الطرق التي تعتبر بها الشركات أخلاقية للموظفين (ب2): الطرق التي تعتبر بها الشركات أخلاقية للموردين (ب3): الطرق التي تعتبر بها الشركات أخلاقية للعملاء (ب4): الطرق التي تعتبر بها الشركات أخلاقية للمجتمع (ب5): المخاطر المحتملة التي قد تواجهها الشركة إذا تجاهلت معالجة القضايا الأخلاقية	تقرير يبحث في الطرق المحددة التي تعمل بها الشركة بشكل أخلاقي تجاه الموظفين والموردين والعملاء والمجتمع. سينتضمن التقرير المخاطر المحتملة للقضايا الأخلاقية التي لم يتم حلها. سياسة أخلاقية مناسبة لشركة محددة. تقييم السياسة بما في ذلك كيفية تليبيتها لاحتياجات الأعمال ومخاطر تصميم سياسة غير مناسبة للشركة.
(ج) إعداد سياسة أخلاقيات عمل لشركة محددة	(ج1) التخطيط لسياسة أخلاقيات العمل. (ج2) إنشاء لسياسة أخلاقيات العمل.	

المحتوى

مدف التعلم (أ): فهم قيم الأعمال والقيم الأخلاقية

(1أ) قيم الأعمال المختلفة

- تعريف قيم الأعمال.
- قيم الأعمال التي يجب تضمينها:
 - الكفاءة
 - جودة الخدمات والسلع
 - النمو
 - الابتكار
 - الربح

(2أ) قيم أخلاقية مختلفة

- تعريف القيم الأخلاقية.
- تشمل القيم الأخلاقية للأعمال ما يلي:
 - المسؤولية
 - الأمانة
 - الانفتاح
 - الشفافية
 - الاحترام
 - الإنصاف

(3أ) مزايا وعيوب التحلي بالأخلاق

- مزايا تحلي المؤسسات التجارية بالأخلاق.
- 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، وتكوين 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 بالأخلاق والتي تشمل:
 - تشتيت الانتباه عن الأعمال الأساسية
 - تكاليف أعلى للتحلي بالأخلاق
 - 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 بالموظفين، ومنها:
 - الأجور والمكافآت التنفيذية - مدفوعات المديرين والمديرين مقارنة بمتوسط الدخل داخل الشركة
 - الحد الأدنى للأجور/أجر المعيشة المدفوع للموظفين لضمان الأموال الكافية لإعالة أنفسهم ومُعالِهم
 - 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 لتكنولوجيا المعلومات، مثل مراقبة الموظفين وتقييد 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 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 الأخلاقيين أو الذين يتصرفون بشكل غير قانوني
 - تجنب عمالة الأطفال مباشرة 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 الفواتير - 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
 - تأكد 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 لبلدانهم
 - 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 النزيهة
 - 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 التقادم 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، استخدم الإعانات 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.

(ج2) 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 تلي 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

النجاح	التفوق	الامتياز	
هدف التعلم (أ): فهم قيم الأعمال والقيم الأخلاقية			
A.P1 شرح الفرق بين "قيم الأعمال" و"القيم الأخلاقية". A.P2 تحديد المزايا والعيوب التي تعود على الشركات من العمل بطريقة أخلاقية.	A.M1 تحليل قيم الأعمال والقيم الأخلاقية، ومزايا وعيوب إدارة الأعمال بطريقة أخلاقية لشركة محددة.	A.D1 تقييم قيم الأعمال والقيم الأخلاقية، ومزايا وعيوب إدارة الأعمال بطريقة أخلاقية لشركة محددة.	
هدف التعلم (ب): استكشاف طرق عمل الشركات بطريقة أخلاقية			
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 الموردين. 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.	B.M2 تحليل المخاطر المحتملة التي قد تواجهها الشركة إذا تجاهلت القضايا الأخلاقية.	BC.D2 تقييم المخاطر المحتملة لعدم إعداد سياسة أخلاقيات عمل جيدة لشركة محددة.	
هدف التعلم ج: إعداد سياسة أخلاقيات عمل لشركة محددة			
C.P7 إعداد سياسة أخلاقيات عمل لشركة محددة.	C.M3 توضيح كيف تلي السياسة احتياجات الشركة المحددة.		

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 التلخيصية لهذه الوحدة ويبلغ عدده واجبين. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

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

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

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 والموردين 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 تلي بها السياسة الأخلاقية احتياجات الشركة المختارة. سوف يكملون من خلال العرض تقييم المخاطر المحتملة لعدم إعداد سياسة أخلاقيات 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 مدعوم 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 مرتبطاً 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 والمتعلقة بالسمعة. سيشرح المتعلمون الطرق التي تلي بها 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 لمعيار النجاح، يجب على المتعلمين تقديم أمثلة للطرق التي تعمل بها الشركة المختارة بشكل أخلاقي تجاه الموظفين. من المستحسن النظر في ثلاث قضايا أخلاقية على الأقل تجاه الموظفين. يجب على المتعلمين أيضاً تقديم أمثلة للطرق التي تعمل بها الشركة بشكل أخلاقي تجاه الموردين ومرة أخرى يجب النظر في ثلاث 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. أخيراً، 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 تلي 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 ستملاً 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 تجلبها إلى الشركة إلى جانب الموارد المادية والموارد المالية اللازمة. يجب عليك تحديد الجمهور المستهدف، والأشخاص الذين سيشترون المنتج أو الخدمة، وإجراء البحوث للتأكد من أن السوق المستهدفة ستهم 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 تمتثل 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 والتقنيات لتخطيط 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:

- استكشاف فوائد إدارة الأعمال وأفكار لإنشاء شركة
- إجراء بحث حول السوق وإعداد خطة تسويقية لشركة جديدة
- إعداد خطة مالية لإنشاء شركة صغيرة
- إعداد خطة أعمال.

ملخص الوحدة

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) استكشاف فوائد إدارة الأعمال وأفكار لإنشاء شركة	(1أ) فوائد إدارة شركتك الخاصة (2أ) أفكار للشركة الناشئة (3أ) الأهداف والغايات لإدارة شركتك الخاصة (4أ) الموارد المطلوبة لإدارة شركة (5أ) المهارات اللازمة لإدارة شركة.	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.
(ب) إجراء بحث حول السوق وإعداد خطة تسويقية لشركة جديدة.	(1ب) تحديد السوق المستهدف (2ب) تخطيط وتفسير أبحاث السوق (3ب) الخطة الترويجية	أنشطة أبحاث السوق لاختبار فكرة العمل لمنتج/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.
(ج) إعداد خطة مالية لإنشاء شركة صغيرة	(1ج) إعداد خطة مالية (2ج) المخاطر (3ج) الاعتبارات القانونية (4ج) مصادر المساعدة والتوجيه	
(د) إعداد خطة أعمال	(1د) هيكل خطة العمل (2د) عرض المعلومات (3د) الترويج للخطة (4د) مراجعة الخطة	خطة أعمال منظمة. عرض تقديمي للخطة للجمهور لتضمين مستثمر محتمل. مراجعة للخطة.

المحتوى

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

(1أ) 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.

(2أ) 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 وميزات منتج/خدمة جديدة.

(3أ) 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.

(4أ) الموارد المطلوبة لإدارة الشركة

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

(5أ) المهارات اللازمة 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.
- تخطيط احتياجات التطوير الشخصي.

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

(ب1) تحديد السوق المستهدفة

- العمر والجنس والاهتمامات والمواقف والدخل والموقع.
- كيف سيصل 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 سيلبي 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 المنافس.
- تكاليف الإنتاج غير المتوقعة.
- مصادر المواد الخام.
- مشكلات مراقبة الجودة.
- الكوارث الطبيعية والأزمات غير المتوقعة، بما في ذلك الأوبئة المستقبلية.

ج3) 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.

ج4) 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.
- مُلاك الأعمال.

هدف التعلم د: إعداد خطة أعمال

د1) هيكل خطة العمل

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

د2) 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 الوسائط المتعددة لتقديم خطة عمل للجمهور.

(3د) الترويج للخطوة

- 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.

(4د) مراجعة الخطوة

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

معايير التقييم

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

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 التلخيصية لهذه الوحدة ويبلغ عدده ثلاث واجبات. العلاقة بين أهداف ومعايير التعلم هي:

هدف التعلم: أ (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 مستقل والعمل بشكل فردي على هذه الوحدة. وعليهم 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 والأسباب التي تدفع الناس للقيام بذلك. يجب عليهم شرح الخيارات التي اتخذوها في هذه المراحل الأولية، بما في ذلك تقديم فكرة إبداعية لإنشاء الشركات مع أهداف وغايات مفصلة والموارد اللازمة. 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 أيضاً لموازنة الفوائد المختلفة وتحديد ما هو الأكثر أهمية بالنسبة لهم. يجب عليهم تقديم فكرة قوية لإنشاء الشركات مع أسباب اختيارهم. يجب تفصيل أهداف وغايات الشركات والموارد اللازمة. 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 مطلوباً.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب أن يكون لدى المتعلمين بعض الأفكار حول سبب رغبتهم في أن يصبحوا رواد أعمال وأن يوضحوا مزايا ألا يكون لهم مديراً. يجب أن يقدموا فكرة مدروسة جيداً لإدارة أعمالهم الخاصة. قد تكون الأفكار تفوق أو دون الطموح. يجب على المتعلمين تحديد بعض الأهداف والغايات الأساسية للأعمال ذات الصلة بفكرتهم. يجب عليهم تقديم بعض الأفكار حول الموارد التي ستحتاجها أعمالهم الجديدة ولكن قد تفتقر إلى التفاصيل. سيظهر 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 شاملاً 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 بفكرة بدء التشغيل. سيتم تفسير نتائج البحث لدعم فكرة الأعمال، أي مشاكل تثيرها النتائج ستعني أنه يجب على المتعلمين إجراء تغييرات على فكرة الأعمال و/أو هوية العلامة التجارية. سيتم تحديد المجموعة المستهدفة بوضوح. سيتم تنفيذ التخطيط المالي وسيظهر المتعلمون كيف يدعم ذلك فكرة الشركات الناشئة. سيتم التحقيق بشكل كامل في مصادر التمويل، مع بيان المزايا والعيوب.

بالنسبة لمعيار النجاح، يجب على المتعلمين التخطيط لبعض أنشطة أبحاث السوق لاختبار ما إذا كانت فكرة أعمالهم ستلبي احتياجات العملاء وتظهر أنهم على دراية بالمنافسة المحتملة. يجب أن تكون هناك بعض الأبحاث الأولية وبعض الأبحاث الثانوية. سوف تكون هناك سوقاً مستهدفة محددة وخطة ترويجية بمستوى أساسي من التفاصيل. يجب أن تكون هناك خطة مالية أساسية. سيظهر المتعلمون أنهم يفهمون المصادر المختلفة للتمويل، على الرغم من أن هذا قد يكون محدوداً، ويجب أن تكون هناك تغطية 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 مقنعين 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 خططهم وأن يراجعوا الخطة عند التفكير في أدايمهم.

بالنسبة لمعيار 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: التنبؤ 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
- قوالب الأعمال المقدمة من البنوك والمنظمات الأخرى
- زيارات إلى الشركات الناشئة الصغيرة المناسبة
- مطالبة رجل أعمال أو أشخاص بالتواجد 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 الفرق معًا 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 بُد 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 وقادة الأعضاء الفرديين داخله.

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

أهداف التعلم

في هذه الوحدة، سوف تتمكن من:

(أ) اكتشاف كيف يمكن لفرق الأعمال أن تكون ناجحة

(ب) اشرح كيفية العمل بفعالية كعضو في الفريق

(ج) البحث في دور قائد الفريق.

ملخص الوحدة

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) اكتشاف كيف يمكن لفرق الأعمال أن تكون ناجحة	(1أ) الفرق بين الفريق والمجموعة (2أ) خصائص فريق ناجح (3أ) فوائد العمل الجماعي	يمكن للمتعلمين إعداد عرض تقديمي حول كيفية نجاح الفرق، بما في ذلك أمثلة على الخصائص التي يتمتع بها الفريق الناجح، وتبسيط 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.
(ب) شرح كيفية العمل بفعالية كعضو في الفريق	(1ب) العمل بفعالية كعضو في الفريق (2ب) العوائق التي تحول دون العمل الجماعي الفعال	
(ج) البحث في دور قائد الفريق	(1ج) تعريف القيادة ونظرية القيادة (2ج) سمات قائد الفريق وكيفية تحفيز الفريق (3ج) دور قائد الفريق	يمكن للمتعلمين استخدام دراسات الحالة لإظهار كيفية القيام بذلك يستخدم قائد الفريق أساليب القيادة وتقنيات التحفيز لضمان تحقيق الفريق لأهدافه بفعالية.

المحتوى

هدف التعلم (1أ): اكتشاف كيف يمكن لفرق الأعمال أن تكون ناجحة

(1أ) الفرق بين الفريق والمجموعة

- المجموعة عبارة عن عدة أشخاص يعملون معًا ولكن غالبًا 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، الإدارة، الموارد البشرية، تكنولوجيا المعلومات)، فرق متعددة الوظائف
 - الفرق الافتراضية.
- مراحل تطوير الفريق، مثل التشكيل، والتسوية، والاقتحام، والأداء، والتحويل.
- أدوار الفريق، على سبيل المثال نظرية دور فريق Belbin، والاختلافات بين الأدوار، ومساهمة كل دور في الفريق.

(2أ) 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.

(3أ) فوائد العمل الجماعي

- بالنسبة للشركة:
 - المساهمة في أهداف العمل
 - تقليل ازدواجية المهام
 - العمل المرن
 - زيادة الكفاءة/الإنتاجية وتقليل المخاطر
 - انخفاض نسبة الغياب.
- بالنسبة للفرد، فرص ل:
 - قابلية التوسع والتحدي
 - التحفيز المعزز
 - 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 والمتعلقة 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 والمقنعة والاستشارية والتشاركية.

(ج2) سمات قائد الفريق وكيفية تحفيز الفريق

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

(ج3) دور قائد الفريق

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

معايير التقييم

الامتياز	التفوق	النجاح
AB.D1 تقييم الصفات التي يحتاجها الفريق ليكون فعالاً وكيف تم التركيز على هذه الصفات في نشاط الفريق.	هدف التعلم (أ): اكتشاف كيف يمكن لفرق الأعمال أن تكون ناجحة	
	A.M1 تقييم أهمية مراحل تطوير الفريق ونظرية دور الفريق في تطوير فريق عمل فعال.	A. P1 شرح خصائص الفريق الفعال باستخدام الأمثلة.
		A. P2 اشرح أهمية مراحل تطوير الفريق في فريق عمل مختار.
	هدف التعلم (ب): اشرح كيفية العمل بفعالية كعضو في الفريق	
	B.M2 مراجعة نشاط الفريق ومدى نجاح الفريق في العمل معاً 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.
C.D2 تقييم فعالية قائد الفريق في ضمان تحقيق فريق عمل مختار لأهدافه.	هدف التعلم ج: البحث في دور قائد الفريق	
	C.M3 تحليل كيف يمكن لقائد الفريق المساهمة في فعالية فريق الشركة.	C.P5 وصف سمات وصفات قائد الفريق في فريق عمل متباينين.
		CP-6 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 التلخيصية 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 المتعلم 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 تعيين 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 اختاروها بدلاً من مجرد عبارات عامة حول سلوكيات الأفراد. يجب أن تعطي الأدلة أحكامًا 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 بالنظرية، مع أمثلة لدعم المراجعة. لذلك يجب أن تتضمن المراجعة الخصائص والأدوار داخل الفرق، ومدى جودة عملهم معًا ككل، وأسباب (أو الأسباب المحتملة) للنزاع وكيف تم حله/سيتم حله، 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 أظهر نشاطهم أنهم يستطيعون 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 لمعيار 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 تعطي الأدلة أحكاماً مدعومة.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيقوم المتعلمون بتحليل كيفية استخدام نظريات القيادة والتحفيز من قبل قائد الفريق. يجب أن يكون المتعلمون قادرين على تطبيق معرفتهم بما لا يقل عن اثنين من أصحاب النظريات التحفيزية على سيناريوهات مختلفة من دراسات الحالة لإظهار كيف يمكن للقيادة 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 يركزون على مثالين قياديين متباينين. 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 بـ:

- 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 لمستقبل آمن.

مقدمة الوحدة

التخطيط المالي الشخصي هو مهارة يحتاج جميع الناس إلى تطويرها إذا أرادوا ذلك. مستقبل مالي 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 حاليًا. هناك حاجة إلى مهارات التنظيم الشخصي وحل المشكلات لإدارة الشؤون المالية الشخصية، وستتمكن من تطبيقها عند إنشاء ميزانيتك الواقعية.

ستحصل على فرصة للتحقيق في الأنواع المختلفة من مزودي الخدمات المالية، بالنظر إلى كل من المؤسسات التقليدية، مثل البنوك وجمعيات البناء، وأصحاب الأدوار الجدد في السوق، مثل تجار التجزئة ومقدمي الخدمات عبر الإنترنت. من المهم الحصول على مشورة مالية سليمة ومحايدة بشأن المدخرات 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

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) تعرف على إدارة الشؤون المالية الشخصية والمنتجات والخدمات المالية	(1أ) إدارة الشؤون المالية الشخصية (2أ) مزودي الخدمات المالية (3أ) المنتجات المالية والخدمات	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. يجب تحليل عواقب عدم إدارة الشؤون المالية الشخصية بشكل فعال. ينبغي النظر في مدى ملاءمة السمات المختلفة للمنتجات والخدمات التي يقدمها مقدمو الخدمات المالية، مع التوصل إلى الاستنتاجات والتوصيات.
(ب) قم بإعداد ميزانية شخصية تأخذ في الاعتبار المكافآت والنفقات الشخصية	(1ب) إعداد ميزانية شخصية (2ب) تحليل الميزانية الشخصية	سيقوم المتعلمون بإعداد ميزانية شخصية باستخدام البيانات المالية من سيناريو معين. يجب أيضاً إدراج بند الطوارئ في الميزانية. سيتم بعد ذلك تحليل الميزانية الشخصية والتوصيات المتخذة بشأن حالات الطوارئ المخطط لها التي تُدرج في الميزانية.

المحتوى

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

(1أ) إدارة الشؤون المالية الشخصية

- أهمية إدارة الشؤون المالية الشخصية بفعالية:
 - تجنب الاستغراق 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 والتوترات العائلية المحتملة.
- أهمية حفظ السجلات المالية والتحقق منها
 - البيانات المصرفية وبطاقات الائتمان، الورقية أو عبر الإنترنت
 - دفتر الشيكات ذو أرومات (قسائم الشيكات)
 - الإيصالات والفواتير
 - قسائم الدفع.
- التخطيط لحالات الطوارئ:
 - تأمين مدخرات
 - 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.

(2أ) 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.

(أ3) 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

(ب1) 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 تخطيط 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 العادية وغير المنتظمة، بما في ذلك:
 - الدخل العادي، مثل الأجور/الراتب، الفائدة على المدخرات/الاستثمار، مخصصات الدولة
 - النفقات العادية، 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:
 - الأجور 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 (المرافق)
- السفر ونفقاته
- المواد الغذائية
- الملابس
- الاتصالات (الخط الأرضي، المحمول، الإنترنت)
- الأنشطة الترفيهية
- التأمين
- مدخرات
- مناسبات خاصة
- مدفوعات بطاقات الائتمان أو القروض.

(ب2) تحليل الميزانية الشخصية

• تحليل الميزانية الشخصية والتخطيط للطوارئ، بما في ذلك:

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

معايير التقييم

النجاح	التفوق	الامتياز
هدف التعلم (أ): تعرف على إدارة الشؤون المالية الشخصية والمنتجات والخدمات المالية		
A.P1 اشرح أهمية إدارة الشؤون المالية الشخصية.	A.M1 تحليل أهمية المنتجات والخدمات المالية في المساعدة في إدارة الشؤون المالية الشخصية.	A.D1 قم بتبرير التوصيات الخاصة بالمنتجات والخدمات المالية المناسبة في 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.P4 اشرح الغرض من إنشاء ميزانية شخصية.	B.M2 قم بتحليل الميزانية الشخصية التفصيلية والطوارئ المخطط لها داخلها.	B.D2 قدم توصيات مبررة بشأن حالات الطوارئ المخطط لها ضمن ميزانية شخصية مفصلة.
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 التلخيصية 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 الحالة والبيانات التي يقدمها المركز، لاستكشاف قطاع الخدمات المالية وتطوير معرفتهم بكيفية إدارة الشؤون المالية الشخصية بفعالية. عند إعداد الميزانية الشخصية وتحليلها، يجب أن يعتمد عمل 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 حاليًا 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 المتعلم في الميزانية الشخصية التي أعدها للتحليل.

بالنسبة لمعيار النجاح، بالنسبة لـ B.P4، يحتاج المتعلمون إلى شرح الغرض من إعداد ميزانية شخصية كجزء من إدارة شؤونهم المالية الشخصية. غالبًا ما تكون البنوك مصدرًا للمشورة، حيث تقدم المعلومات في شكل منشورات يمكن جمعها من فروعها أو تنزيلها من مواقعها 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 سلبي 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 مقترحة لمصادر الدخل والنفقات في المحتوى التعليمي

للهدف التعليمي (ب). بالنسبة لـ B.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:

- متحدثون ضيوف من البنوك أو مقدمي استشارات الديون الشخصية
- مواد الأعمال كنماذج، على سبيل المثال أدلة للشؤون المالية 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 المرئيين. سوف يدرسون أيضًا الأساليب والأدوات المستخدمة للترويج المرئي لمبيعات المنتجات في شركات البيع بالتجزئة.

مقدمة الوحدة

عندما تذهب للتسوق، هل تساءلت يومًا 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 بعناية وتحديد موقع المنتج الذكي إلى جذب العملاء لإجراء عملية شراء. من المهم جدًا أن تستخدم العديد من منافذ البيع بالتجزئة تجارًا مرئيين ماهرين لتصميم وإنشاء تخطيط منفذها وعروض 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 لافقة 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:

- فهم أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين في شركات البيع بالتجزئة
- تعرف على التقنيات والأدوات التي يستخدمها تجار التجزئة للبضائع وعرض منتجاتهم بصريًا.
- تصميم وتخطيط بيئة مبيعات إيجابية باستخدام تقنيات الترويج والعرض المرئية.

ملخص الوحدة

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) فهم أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين في شركات البيع بالتجزئة	(1أ) أنشطة الترويج المرئي (2أ) مسؤوليات التجار المرئيين (3أ) الحجم والقطاع الفرعي لمنافذ البيع بالتجزئة	تقرير/عرض لأنشطة الترويج المرئي والتقنيات والأدوات المستخدمة من قبل شركتين للبيع بالتجزئة تعملان في قطاعات فرعية مختلفة تأخذ في الاعتبار فعالية هذه الأنشطة في كل منها.
(ب) تعرف على التقنيات والأدوات التي يستخدمها تجار التجزئة للبضائع وعرض منتجاتهم بصريًا	(1ب) التقنيات المستخدمة من قبل التجار المرئيين (2ب) الأدوات المستخدمة من قبل التجار المرئيين (3ب) استخدام تقنيات وأدوات الترويج المرئي بنجاح	عرض عملي لتقنيات وأدوات الترويج المرئي لإنشاء تصميم واقعي وتخطيط لعرض بيئة بيع بالتجزئة إيجابية في منفذ بيع بالتجزئة مختار والقدرة على الاستجابة للتعليقات لتبرير التحسينات.
(ج) تصميم وتخطيط بيئة مبيعات إيجابية باستخدام تقنيات الترويج والعرض المرئية.	(1ج) دعم أفكار التصميم (2ج) التخطيط لبيئة بيع بالتجزئة إيجابية (3ج) تصميم عرض المنتج	عرض عملي لتقنيات وأدوات الترويج المرئي لإنشاء تصميم واقعي وتخطيط لعرض بيئة بيع بالتجزئة إيجابية في منفذ بيع بالتجزئة مختار والقدرة على الاستجابة للتعليقات لتبرير التحسينات.

المحتوى

مهدف التعلم (أ): فهم أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين في شركات البيع بالتجزئة

(1أ) 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.

(2أ) 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.

(3أ) 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 بائع تجزئة صغير تاجر مرئي واحد يقوم بإنشاء جميع العروض، في حين أن بائع التجزئة الوطني الكبير قد يكون لديه فرق متخصصة من التجار المرئيين.
- القطاعات الفرعية، مثل السيارات، والملابس، والأعمال اليدوية، والسلع الكهربائية، والأغذية والبقالة، والأحذية، والأدوات المنزلية، والموسيقى والفيديو، والمتاجر غير المتخصصة، والعناية الشخصية، ومحللات 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 بصريًا

(ب1) الأساليب المستخدمة من قبل التجار المرئيين

- 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، ونهايات الممرات، وبالقرب من السلالم، وعند المدخل، وبالقرب من السلالم المتحركة/المصاعد، والممرات ذات الحركة المرورية العالية، ووضع البضائع التكميلية.

(ب2) الأدوات المستخدمة من قبل التجار المرئيين

- دعائم العرض، مثل العارضات ووحدات العرض وتحسينات الأثاث وقضبان الملابس والعدادات والأرفف والمنصات وواجهات العرض والحاويات.
- أدوات العمل، مثل شريط القياس، ومسند التدريس، ومسند الغراء الساخن، والمطرقة، والمقصات، أقلام رصاص، المثقاب، نظارات أمان، مفكات، وموازين التسوية الشاقولية.
- أهمية النظافة العامة للشركات بما في ذلك النظافة، استخدام مواد نقاط البيع المناسبة.
- تهيئة الأجواء، مثل الإضاءة المتخصصة المستهدفة من الأضواء الكاشفة، وإضاءة الأرضيات بالفلوريسنت 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، والتوقيت، 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 واللون والتصميم والتكوين.
- اتجاه أي إضاءة يتم استخدامها.

(ج2) التخطيط لبيئة بيع بالتجزئة إيجابية

- أهمية محاولة إنشاء بيئة توفر تجربة إيجابية للعملاء، وتحثهم على الدخول وشراء المنتجات.
- تصميم مخطط لبيئة البيع بالتجزئة الإيجابية، باستخدام التعليقات التوضيحية المناسبة ومراعاة الميزات التالية:
 - التخطيط، على سبيل المثال، الحديد المشبك، التدفق المفتوح/الحر، المتاجر الصغيرة
 - الموقع وتوافر المساحة والارتباط بالمخزون المجاور
 - تدفق حركة العملاء - تصميم المدخل، على سبيل المثال، الأبواب المسطحة، والأبواب المفتوحة، والأوتوماتيكية، والمنافذ متعددة المستويات
 - موضع التركيبات، على سبيل المثال 90/60/45 درجة
 - تأثيرات وضع المنتج، مثل البائعين البطيئين، والبائعين السريعين، والنطاقات الجديدة، والمخزون القديم، ومضاعفة/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 والزبائن) لتحسين فعالية مخططات بيئة البيع بالتجزئة.

(ج3) 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 ونقاط 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/الزبون، من محترفي الأعمال.
- طرق جمع التعليقات، مثل الاستبيانات اللفظية والكتابية والاستطلاعات والأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة واختبارات قابلية الاستخدام.
- أهمية استخدام التعليقات من الآخرين (مثل العملاء والزبائن) لتحسين فعالية تصميمات عرض المنتجات.

معايير التقييم

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

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

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 التلخيصية 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 مواقع 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 تعملان 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 بتاجر 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 تحليلاً واضحاً عن مدى تأثير القطاع الفرعي لشركتي 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 الأنشطة والمسؤوليات في القطاعات الفرعية المختلفة ومنافذ البيع بالتجزئة ذات الأحجام المختلفة. على سبيل المثال، قد يستخدم بائع تجزئة كبير فريقاً من التجار المرئيين الذين ينفذون التصميمات التي تم إنشاؤها في المكتب الرئيسي، بينما قد يكون لدى بائع تجزئة أصغر تاجر مرئي واحد يقوم بإنشاء وتنفيذ كل التصميم 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 تعملان في قطاعات فرعية مختلفة، على سبيل المثال تاجر تجزئة للأغذية ومتجر تجزئة للأزياء. يجب على المتعلمين توضيح عملهم بأمانة مناسبة من أبحاثهم.

هدف التعلم (ج)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيشارك المتعلمون في نشاط عملي 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 والملك/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 لتبرير أي تحسينات مقترحة. يمكن أن تتضمن الأدلة تصميمات منقحة مع التحسينات المقترحة 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 لمعيار 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 لمعيار 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 ومناسبًا للمساحة 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 ومعارفهم بتخطيط 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 تنطوي عليها إدارة شركة صغيرة. سوف تتعلم وتطور مهارات ريادة الأعمال من الاستقلال والابتكار والخيال ومجن المخاطر والإبداع والحدس والقيادة. يجب أن تُدار الشركة الصغيرة لفترة تجارية لا تقل عن ثلاث ساعات مع الحاجة إلى ميزانية صغيرة. تتبع هذه الوحدة تخطيط 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 فترة التجارة، ولكن ليس من الضروري، داخل المدرسة/الكلية.

خلال فترة التجارة، ستطور فهمًا لأهمية وجود خطة للشركة الصغيرة، والتعامل مع الأموال، وتنفيذ تقنيات المبيعات بشكل مناسب والتعامل مع العملاء بشكل صحيح. ستطور أيضًا 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

هدف التعلم	مجالات المحتوى الرئيسية	نهج التقييم
(أ) وضع خطة تشغيلية لشركة صغيرة	(1أ) أهمية وميزات الخطة التشغيلية (2أ) الأهداف الذكية (SMART) للأعمال في الخطة التشغيلية (3أ) عملية الإنتاج في الخطة التشغيلية (4أ) الأطر الزمنية في الخطة التشغيلية	خطة تشغيلية مفصلة ومنظمة وواقعية للشركات الصغيرة، مع إعطاء أسباب مفصلة ومبررة للقرارات التشغيلية المتخذة.
(ب) إدارة شركة صغيرة باستخدام المهارات والإجراءات المناسبة	(ب1) بيع المنتج أو الخدمة خلال فترة التجارة (ب2) مهارات وأساليب المبيعات خلال فترة التجارة (ب3) مهارات رعاية العملاء خلال فترة التجارة (ب4) إجراءات للتعامل مع الشؤون المالية خلال فترة التجارة	أدلة فيديو مسجلة وتعليقات العملاء توضح مهارات وتقنيات المبيعات وخدمة العملاء، بما في ذلك أدلة حفظ السجلات المالية أثناء فترة التجارة للشركة الصغيرة.
(ج) مراجعة نجاح الشركة الصغيرة	(ج1) الأنشطة الأساسية وتأثيرها على النجاح (ج2) كفاءة الأعمال وتأثيرها على النجاح (ج3) المراجعة المالية وتأثيرها على النجاح (ج4) تحليل المنافس (ج5) إعادة تعريف أهداف الأعمال	تقييم نجاح الخطة التشغيلية وفترة التجارة مع تقديم توصيات مفصلة ومبررة للتحسين.

المحتوى

هدف التعلم (أ): وضع خطة تشغيلية لشركة صغيرة

(1أ) 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 اللازمة 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 ستم فيه التجارة
 - متى: المواعيد النهائية لإنجاز المهام والأهداف
 - كم: تكلفة كل منطقة لإكمال مهام محددة.

(2أ) 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.

(3أ) عملية الإنتاج في خطة تشغيلية

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

(4أ) 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

(ب1) بيع المنتج أو الخدمة خلال فترة التجارة

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

(ب2) مهارات وأساليب البيع خلال فترة التجارة

- مهارات المبيعات بما في ذلك:
 - الثقة والحفاظ على موقف إيجابي
 - المرونة والتواصل باقتناع
 - 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 المشتريين بالمعلومات ذات الصلة بما يمكنهم أو لا يمكنهم توقعه من المنتج/الخدمة.

(ب3) مهارات رعاية العملاء خلال فترة التجارة

- التواصل بشكل مناسب مع العملاء.
- الإنصات إلى العملاء.
- الإجابة على أسئلة العملاء.
- أن تكون ودوداً ومتعاوناً.
- حل مشاكل العملاء.
- مراجعات العملاء.

(ب4) إجراءات للتعامل مع الشؤون المالية خلال فترة التجارة

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

هدف التعلم ج: مراجعة نجاح الشركة الصغيرة

(ج1) 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 أداءها جيداً وليس جيداً وفقاً لهوامش المبيعات والربح
 - المشاكل التي تواجه المنتجات أو الخدمات بما في ذلك التسعير والتسويق والمبيعات وخدمة ما بعد البيع والتصميم والتعبئة والتغليف

- التكاليف:
 - مراجعة التكاليف بما في ذلك التكاليف المباشرة والنفقات العامة والأصول
 - المواد/المعدات الجديدة التي قد تخفض التكاليف
- العمليات:
 - طرق مختلفة للتشغيل
 - طرق للتفاوض 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 لى 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

النجاح	التفوق	الامتياز
هدف التعلم (أ): وضع خطة تشغيلية لشركة صغيرة		
A.P1 أشرح أهمية إعداد خطة تشغيلية للشركات الصغيرة.	A.M1 قم بإعداد خطة تشغيلية واقعية للأعمال التجارية الصغيرة، مع شرح أسباب القرارات التشغيلية المتخذة بشكل كامل.	A.D1 قم بإعداد خطة تشغيلية مفصلة ومنظمة وواقعية للشركات الصغيرة، مع إعطاء أسباب مفصلة ومبررة للقرارات التشغيلية المتخذة.
هدف التعلم (ب): إدارة شركة صغيرة باستخدام المهارات والإجراءات المناسبة		
B.P3 أظهر مهارات وتقنيات المبيعات ورعاية العملاء المناسبة 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.D2 أظهر باستمرار مهارات وتقنيات المبيعات وخدمة العملاء الممتازة بما في ذلك الإجراءات الصحيحة للتعامل مع الشؤون المالية وحفظ السجلات خلال فترة التجارة.
هدف التعلم ج: مراجعة نجاح الشركة الصغيرة		
C.P5 وصف عناصر الخطة التشغيلية التي ساهمت في نجاح الشركة الصغيرة.	C.M3 تحليل نجاح الخطة التشغيلية وفترة التجارة، مع إعطاء أمثلة مفصلة وتوصيات للتحسينات.	C.D3 قم بتقييم نجاح الخطة التشغيلية وفترة التجارة مع تقديم توصيات مفصلة ومبررة للتحسين.
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 التلخيصية لهذه الوحدة ويبلغ عدده ثلاث 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 والمقيمين

الاحتياجات من الموارد

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

المعلومات الأساسية لقرارات التقييم

يجب أن يكون المتعلمون 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 للمتعلمين العمل إما بشكل فردي أو في مجموعات من 2 إلى 5 أشخاص. يجب أن تتخذ المجموعة قرارًا بشأن خطة الأعمال من الوحدة 15: إن خطوة إنشاء شركة صغيرة ستنتقل بعد ذلك إلى التجارة. لا يوجد أي شرط لإثبات هذا القرار.
- القدرة على إدارة الشركة في فترة تجارة لا تقل عن ثلاث ساعات. يمكن أن يكون هذا في وقت خاضع للإشراف أثناء الدروس و/أو أحداث المدرسة/الكلية. لا يوجد حد زمني لفترة التجارة - إذا كان لدى المتعلمين القدرة على تمديد هذه الفترة إلى ما بعد المهلة الزمنية المحددة، فيمكن تمديدتها 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 ميزانية صغيرة تُعطى للمتعلمين 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 أ

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيقوم المتعلمون 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 المأخوذ 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، وأسباب مفصلة ومبررة للأهداف التي سيتم تقديمها. ستكون أوصاف المتعلمين لكيفية تنفيذ عملية الإنتاج للمنتج/الخدمة مفصلة وشاملة، مما يضمن تلبية قيود الميزانية والوقت. ستأخذ الخطة في الاعتبار المهارات المحددة للأشخاص المعنيين. ستكون القرارات المتخذة لعملية الإنتاج مفصلة ومبررة، بما في ذلك المراحل الرئيسية التفصيلية للإنتاج والتسويق والأمور المالية التي تلي متطلبات الأهداف. ستتم مواءمة جميع عناصر الخطة مع هذه المراحل الرئيسية.

بالنسبة لمعيار التفوق، سيقوم المتعلمون بإعداد خطة تشغيلية واقعية تعطي تفاصيل عن معظم العناصر المطلوبة، على الرغم من أن بعضها قد يكون مفقودًا أو يفتقر إلى بعض التفاصيل. ستشمل الخطة الخطوات المطلوبة لإكمال الأهداف التشغيلية. قد تكون الأهداف متسقة أو غير متسقة مع الهدف الاستراتيجي المأخوذ 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 في 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 تمامًا قيود الميزانية والوقت. ستأخذ الخطة في الاعتبار بعض مهارات الأشخاص/الشخص المعني وسيتم تفصيل القرارات المتخذة لعملية الإنتاج في الغالب. سوف يتم إعطاء المراحل الرئيسية للإنتاج والتسويق والتمويل لكنها قد لا تلي تمامًا متطلبات الأهداف. ستوافق 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 مفقودًا أو يفتقر إلى بعض التفاصيل. سوف يشرحون أهمية الخطة التشغيلية. سيشرح ذلك الخطوات المطلوبة لإكمال الأهداف التشغيلية. قد لا تكون الأهداف التشغيلية متسقة أو غير متسقة مع الهدف الاستراتيجي المأخوذ 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 أهدافًا ذكية (SMART). بالإضافة إلى ذلك، سيقدم المتعلمون مخططًا لكيفية تنفيذ عملية الإنتاج للمنتج (المنتجات) / الخدمة (الخدمات) ولكن هذا قد لا يلي قيود الميزانية والوقت. ستأخذ الخطة في الاعتبار بعض مهارات الأشخاص/الشخص المعني. قد لا يتم تقديم المراحل الرئيسية للإنتاج والتسويق والتمويل. وعندما يتم تقديمها، فإنها قد لا تلي متطلبات الأهداف.

أهداف التعلم (ب) و(ج)

بالنسبة لمعيار الامتياز، سيكون أداء المتعلمين استثنائيًا طوال فترة التجارة. سيظهرون باستمرار مهارات وأساليب بيع ممتازة لبيع المنتج/الخدمة طوال فترة التجارة. سيظهرون اهتمامًا دقيقًا بالتفاصيل في إعداد منطقة المبيعات وتجهيزها، 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 سيظهر على العملاء الأسئلة المناسبة، مما يسمح للمشتري بالرد والتأثير بشكل إيجابي على المشتري باستخدام المعرفة الصحيحة والمناسبة بالمنتج. كما سيظهرون باستمرار درجة عالية من الاهتمام بالعمل ويستجيبون لمراجعات العملاء بشكل مناسب، حيثما أمكن ذلك. سيظهر حفظ السجلات المالية الخاصة بهم اهتمامًا دقيقًا بالتفاصيل ووعيًا بفرص متزايدة لتحقيق الربح والتأكد من أن جميع الحسابات والسجلات المالية كاملة ودقيقة.

سوف يعتمد المتعلمون على معلومات متنوعة وينظرون في نقاط القوة والضعف لجميع عناصر التجارة في الشركة وكيف أثرت هذه العناصر على نجاح الشركة الصغيرة وفقًا لتلبية الأهداف التشغيلية. وسيشمل ذلك تأثير الأنشطة الأساسية (المنتجات/الخدمات والتكاليف 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 وفقًا 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 فعليًا. سيظهرون أيضًا مهارات فعالة في التواصل والاستماع ومعرفة المنتج، ويشمل ذلك مجموعة من أساليب المبيعات حيث سيطرحون أسئلة على العملاء، مما يسمح للمشتري بالرد والتأثير بشكل إيجابي على المشتريين باستخدام بعض المعرفة المناسبة بالمنتج. سيظهرون اهتمام بالعملاء باستمرار وبشكل مناسب. بالإضافة إلى ذلك، سيستجيب المتعلمون لمراجعات العملاء بشكل مناسب، حيثما أمكن، ويظهرون 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 للأنشطة الأساسية (المنتجات/الخدمات والتكاليف والعمليات) وقدرة الشركة على أن تكون فعالة (الموقع والتوجيه والمعدات والتكنولوجيا والأشخاص). وإضافة 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، سيظهر 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 والتخطيط.

4 التخطيط لبرنامجك

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

تأتي شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في مجموعة من الأحجام، ولكل منها غرض محدد. ستحتاج إلى اختيار المتعلمين بعناية فائقة للتأكد من أنهم يبدؤون بحجم الشهادات المناسب ليتماشى مع برنامج الدراسة الخاص بهم وأنهم يتخذون 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 متأكدون 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 مركزًا، 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 حققوا ما لا يقل عن المستوى 2B في الإطار الأوروبي المرجعي المشترك للغات أو مقياس بيرسون العالمي للغة الإنجليزية 51. يرجى الاطلاع على الموارد المتاحة من بيرسون على: 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 القسم "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 برنامجًا غنيًا لإعدادهم للتوظيف في هذا القطاع.

ما هي الموارد المطلوبة لتقديم هذه الشهادات التأهيلية؟

كجزء من موافقة المركز لديك، ستحتاج إلى إثبات أن الموارد المادية اللازمة 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 وتقييمها وضمائها لشهادات BTEC في المراكز. وهو يدعم المعلمين بأنشطة مثل إنشاء الدورات التدريبية وإنشاء المهام والتحقق منها وإنشاء خطط التقييم وتسجيل قرارات التقييم. لمزيد 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 المتعلمين لديك. ونوصي باستخدام مجموعة متنوعة من الأساليب، بما في ذلك التعليم المباشر في الفصول الدراسية أو بيئات 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، وكمركز معتمد، نشجعك على العمل مع أصحاب العمل في التصميم والتسليم والتقييم للتأكد من أنها جذابة وملائمة وأنها تُعد المتعلمين لتحقيق التقدم. فهناك 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 مزيد من التفاصيل، راجع القسم 10 الموارد والدعم.

مقدمة

يتم تقييم شهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2 باستخدام مزيج من *التقييمات الداخلية*، التي يتم تعيينها وتمييزها من قبل المعلمين، وواجبات محددة من قبل بيرسون، التي تحددها بيرسون ويتم تمييزها من قبل المعلمين.

- وتحتوي الوحدات الإلزامية على مزيج من الواجبات الداخلية والواجبات المحددة من قبل بيرسون. فعند وضع خطة شاملة للتسليم والتقييم للبرنامج، ستحتاج إلى النظر في الترتيب الذي تقوم بتقديم الوحدات به، سواء كان التسليم خلال فترات قصيرة أو فترات طويلة ومتى أمكن 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 دراية بالإجراءات والسياسات المحددة التي تنطبق، على سبيل المثال على التسجيل والإدخالات والنتائج. وترد نظرة عامة، مع الإشارة إلى الوثائق ذات الصلة، في *القسم 7 من الترتيبات الإدارية*.

التقييم الداخلي

سيكون نهجنا في التقييم الداخلي لهذه الشهادات التأهيلية مألوفًا 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*، و متطلبات 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 التحقق 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 لوائح إعادة التقديم والاستعادة*.

6 التقييم الداخلي

يقدم هذا القسم نظرة عامة على الميزات الرئيسية للتقييم الداخلي وكيف يمكنك، كمركز معتمد، تقديمه بفعالية. كما تتوفر المتطلبات والمعلومات التشغيلية الكاملة في كتيب 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 توقعات أصحاب المصلحة واحتياجات المتعلمين من خلال توفير برنامج عملي وتطبيقي. ويمكن للمراكز تصميم البرامج لتلبية الاحتياجات المحلية واستخدام الروابط مع أصحاب العمل المحليين والمجال المهني الأوسع.

وعندما يتم إجراء التقييم الداخلي بفعالية، فإنه يمثل تحديًا وعاملاً جذابًا وعمليًا ومحدثًا. كما يجب أن تكون عادلة لجميع المتعلمين وتفي بالمعايير الدولية.

ويتم تقييم جميع الوحدات في هذه الشهادات التأهيلية داخليًا ولكن يبرسون تحدد 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 والتحريرية. 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 يبرسون الواجبات، فسوف تحدد يبرسون 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 وفقًا لإطار العمل. الطريقة التي تتبعها الوحدات الفردية توفر الكتابة توازنًا في تقييم الفهم والمهارات العملية والسمات المهنية المناسبة لغرض الشهادات التأهيلية.

حيث تُعد معايير التقييم للوحدة هرمية وشاملة. 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 حدٍ سواء. وتُظهر شبكة تقييم الوحدة العلاقات بين المعايير بحيث يمكن للمقيمين تطبيق جميع المعايير على أدلة المتعلم في الوقت نفسه. في الملحق 2: *مسرد المصطلحات المستخدمة*، وضعنا تعريفًا للمصطلحات التي يحتاج المقيّمون إلى فهمها.

يجب أن يوضح المقيّمون كيف توصلوا إلى قراراتهم باستخدام المعايير الموجودة في سجلات التقييم. فعندما يكمل المتعلم جميع التقييمات للوحدة، سيعطي فريق التقييم درجة للوحدة. ويتم تقديم هذا وفقًا 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 محددًا من الأداء ولا يمكن منحها فقط على أساس إكمال المتعلم للواجبات. وينبغي الإبلاغ عن المتعلمين الذين لا يستوفون معايير النجاح على أنهم غير مصنّفين.

فريق التقييم

من المهم أن يكون هناك فريق فعال للتقييم الداخلي. فهناك ثلاثة أدوار رئيسية تشارك في تنفيذ عمليات التقييم في مركزك، ولكل منها مسؤوليات مترابطة مختلفة: الأدوار مدرجة أدناه. فهناك 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 كـ مُقيّم، ويتولى التوحيد القياسي لبقية فريق التقييم ودعمه، مع التأكد 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 (IVs) على جميع أنشطة التقييم بالتشاور مع قائد المدققين الداخليين. ويتحققون من صحة الواجبات وقرارات التقييم وأنها تلي متطلباتنا. سيتم توحيد المدققون الداخليون من خلال العمل مع قائد المدققين الداخليين. فعادةً ما يكون المدققون الداخليون أيضًا مقيّمين ولكنهم لا يتحققون من تقييماتهم الخاصة.
- يتولى المقيّمون تعيين الواجبات أو استخدامها لتقييم المتعلمين. فقبل اتخاذ أي قرارات تقييم، يشارك المقيّمون في أنشطة وضع معايير التقييم بقيادة قائد المدققين الداخليين. فهم يعملون مع المدققين الداخليين وقائدهم لضمان تخطيط التقييم وتنفيذه بما يتماشى مع متطلباتنا.

المؤسسة الفعالة

يجب أن يكون التقييم الداخلي منظّمًا جيدًا حتى يمكن تتبع تقدم المتعلمين وحتى تتمكن 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 بـ 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 وترتيبات المركز. وبدءاً من التعريف، ستحتاج إلى التأكد من تحفيز المتعلمين للعمل باستمرار وبشكلٍ 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 بهم.

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

أصالة عمل المتعلم

بمجرد بدء التقييم، يجب ألا يحصل المتعلمون على تعليقات بشأن التقدم نحو تحقيق المعايير المستهدفة. ويجب على المُقيّم 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 المُقيّمين أيضاً التأكد من أن الأدلة أصلية للمتعلم من خلال تحديد مهام صالحة والإشراف عليها خلال فترة التقييم. يجب على المُقيّمين الحذر من عدم تقديم مدخلات أو تعليمات مباشرة أو ملاحظات محددة قد تعرض المصادقية للخطر. يجب على المُقيّمين 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 المُقيم في أن بعض أو كل الأدلة المقدمة من المتعلم ليست حقيقية. ومن ثم، يجب على المُقيم اتخاذ الإجراء المناسب مستخدماً سياسات المركز المتعلقة بالإهمال. وتتوفر المزيد من المعلومات في القسم 7 بعنوان "الترتيبات 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 للمقيمين 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 ككل بالأدلة البارزة عبر الوحدة. لذلك، قد تتعلق المعايير بأكثر من هدف تعليمي واحد (على سبيل المثال 1A.D) أو بعدة أهداف تعليمية (على سبيل المثال 3D.E.D). وتضمن معايير التمييز أن المتعلمين قد أظهروا أنهم قادرون على الأداء باستمرار على مستوى متميز عبر الوحدة و/أو أنهم قادرون على جمع التعلم معاً 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 ألا تقدم ملاحظات بشأن كيفية تحسين الأدلة
- يجب التحقق من صحتها من قبل مدقق داخلي قبل إعطائها للمتعلم.

التخطيط وحفظ السجلات

لكي تكون العمليات الداخلية فعالة، يجب أن يكون فريق التقييم منظمًا جيدًا وأن يحتفظ بسجلات فعالة. وسيعمل المركز عن كثب معنا حتى نتتمكن من ضمان تلبية المعايير وتحقيقها. وتمنح 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 ومتى سيتم ضمان الجودة
- مواعيد الانتهاء من الواجبات المختلفة واسم كل مقيم
- من المتولي دور المحقق الداخلي لكل واجب والتاريخ الذي يجب فيه التحقق من الواجب داخليًا

- 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 Lead IV أيضاً بسجلات التقييم الذي تم إجراؤه. والسجلات الرئيسية هي:
- التحقق الداخلي من ملخصات المهام
- إعلانات مصادقة المتعلم
- قرارات المقيّم 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 المصرح 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 ألا 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 أيضاً 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 وأنت قادر على تتبع الإنجاز في السجلات.
- يجب دائماً تقييم هدف التعلم ككل ويجب عدم تقسيمه إلى مهمتين 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 يتعين 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 الصف. يجب معاملة المتعلمين بإنصاف من خلال منحهم الفرصة لتحقيق درجة أعلى إذا كانت لديهم القدرة.
- نظرًا لأن المهام توفر تقييمًا نهائيًا، فإنها ستعتمد على النطاق المحدد لمحتوى التدريس لأهداف التعلم. ويُعد المحتوى المحدد إلزاميًا. فلا يجب أن تغطي أدلة التقييم كل جانب من جوانب محتوى التدريس حيث سيتم إعطاء المتعلمين عادةً أمثلة أو دراسات حالة أو سياقات معينة في مهامهم. على سبيل المثال، إذا كان المتعلم يؤدي أداءً عمليًا واحدًا، أو يُجري تحقيقًا في مؤسسة واحدة، فسيتناول كل نطاق المحتوى ذي 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 مبني - قد يكون هذا موقفًا 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. فبالنسبة للعديد من الوحدات، يُعد العرض العملي للمهارات ضروريًا، وبالنسبة للآخرين، سيحتاج المتعلمون إلى إجراء البحوث والتحليلات الخاصة بهم. وتوفر لك الوحدات 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 المقترحة. بشكل عام، يجب تقييم المتعلمين باستخدام أشكال متنوعة من الأدلة. وترد التعريفات الكاملة لأنواع التقييم في الملحق 2: مسرد المصطلحات المستخدمة فيما يلي بعض أنواع التقييم الرئيسية:

- التقرير المكتوب
- المشاريع
- التقييمات العملية المقيدة زمنيًا مع سجلات المراقبة والأدلة الداعمة
- تسجيلات الأداء
- كراسات الرسم ودفاتر العمل والمجلات التفاعلية
- العروض التقديمية مع استجابات المقيّم.
- 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 الصفوف
- 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 بشكل خاص بتمكين المتعلمين من إنتاج عمل مستقل. على سبيل المثال، إذا طُلب من المتعلمين استخدام أمثلة حقيقية، فستكون أفضل الممارسات هي تشجيعهم على استخدام الأمثلة الخاصة بهم أو إعطاء المجموعة عددًا من الأمثلة التي يمكن استخدامها في مجموعات متنوعة.

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

التعامل مع التأخر في إنجاز المهام للوحدات التي تم تقييمها داخليًا

يجب أن يكون لدى المتعلمين فهم واضح لسياسة المركز بشأن إكمال الواجبات في المواعيد النهائية التي تحددها لهم. فقد يتم منح المتعلمين تمديدات مصرح بها لأسباب مشروعة، مثل المرض في وقت التقديم، بما يتماشى مع سياسات مركزك. 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 المصريح به لإعادة الإرسال لاحقًا. إذا قبلت الإكمال المتأخر من قبل المتعلم، فيجب تقييم الواجب بشكل طبيعي عند تقديمه، باستخدام معايير التقييم ذات الصلة.

إعادة تقديم الأدلة المحسنة للوحدات التي تم تقييمها داخليًا

يوفر الواجب التقييم النهائي لأهداف التعلم ذات الصلة وعادة ما تكون قرارًا نهائيًا 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 تتم بشكلٍ عادل. وهذا يعني:

- التحقق 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
 - التأكد 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
 - التحقق من أن المقيّم 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.
- فبمجرد 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
 - قدموا عملاً غير أصلي.

نُدرِك أن هناك ظروفًا قد تقع فيها فترة إعادة التقديم خارج حد الـ 15 يومًا بسبب نقص الموارد المتاحة، على سبيل المثال، حيث قد يحتاج المتعلمون إلى الوصول إلى مساحة الأداء أو الوصول إلى المعدات المتخصصة. وعندما يكون ذلك عمليًا، على سبيل المثال، يجب أن تظل التقييمات والعروض التقديمية والكتابة الممتدة وإعادة التقديم ضمن فترة 15 يومًا العادية.

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 يأذن المحقق الداخلي الرئيسي بإعادة أخذ الواجب فقط في ظروف استثنائية حيث يعتقد أنه من الضروري والمناسب والعاقل القيام بذلك. إعادة أخذ الواجب ليست مقيدة بوقت ويمكن للمتعلّم محاولة إجراء الواجب في تاريخ متفق 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. فهي ذات قيمة خاصة لمرشحي الجودة وقيادة المدققين الداخليين 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 بشكل 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 وتقييماتنا، وأن يتم منح شهادتنا بطريقة عادلة لكل متعلم. فنحن ملتزمون بالتأكد مما يلي:

- أن المتعلمين ذوي السمات الشخصية المحمية لا يكونون محرومون، عندما يلتحقون 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.

الترتيبات الإدارية للتقييم

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 لإثبات متطلبات التقييمات، يتم إجراء تعديل معقول قبل أن يُجري المتعلم التقييم. يمكنك إجراء تعديلات على التقييمات الداخلية لمراعاة احتياجات المتعلمين الفرديين. ففي معظم الحالات، يمكن تحقيق ذلك من خلال تمديد زمني محدد أو عن طريق تعديل شكل الأدلة. ويمكننا تقديم المشورة لك إذا لم تكن متأكدًا مما إذا كان التعديل عادلاً ومعقولاً. تحتاج إلى تخطيط للوقت لإجراء التعديلات إذا لزم الأمر. كما يتم تقديم مزيد من التفاصيل بشأن كيفية إجراء التعديلات للمتعلمين ذوي الخصائص المحمية على موقعنا الإلكتروني، في وثيقة الإرشادات التكميلية للتعديلات المعقولة والاعتبارات الخاصة.

اعتبارات خاصة

يتم إيلاء اعتبار خاص بعد إجراء التقييم للمتعلمين الذين تأثروا بظروف معاكسة، مثل المرض. ويجب عليك مراعاة الاعتبارات الخاصة بما يتماشى مع سياستنا (انظر أعلاه). ويمكنك إيلاء اعتبار خاص فيما يتعلق بالفترة الزمنية المعطاة لتقديم الأدلة أو لشكل التقييم إذا كان صحيحًا 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 سياسة للتعامل مع التماسات المتعلمين. فقد تتعلق هذه الالتماسات بقرارات التقييم غير الصحيحة أو عدم إجراء التقييم بشكلٍ 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 تتبع 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 ألا يكون ذلك إلا في حالة عدم اتباع الإجراءات التي وضعتها. يتم تقديم مزيد من التفاصيل في وثيقة التقييم الداخلي للشهادات التأهيلية المهنية: المراجعات وسياسة الالتماس.

إجراء واجبات محددة

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

حيث يتوفر واجب محدد واحد من قبل بيرسون على الأقل كل عام لكل وحدة مع توفير واجب إضافي لإعادة التعيين. ويجب ألا تحدد المراكز واجب جربه 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 التحكم المحدودة 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 البحث 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 وصلاحيّة التقييم، و/أو شهادة الشهادات التأهيلية، و/أو التي قد تضرر 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 إرشادات 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. *إرشادات المركز: التعامل مع سوء التصرف وسوء الإدارة* معلومات شاملة عن الإجراءات التي نتوقع 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 وانفتاح 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). يجب إرسال النموذج عبر البريد الإلكتروني إلى 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 تتمثل 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 *MCQ2* (متاح على الرابط التالي www.jcq.org.uk/exams-office/malpractice).

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

كما يُشكّل عدم الإبلاغ عن سوء التصرف بحد 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، والمتاحة على www.jcq.org.uk/exams-office/malpractice.

العقوبات والالتماسات

قد تفرض 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 تفرض عقوبات من قبيل:
- العمل معك لإنشاء خطة عمل للتحسين
- مطالبة الموظفين بتلقي مزيد من التدريب
- وضع حواجز مؤقتة على شهادتك
- 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 انطباق 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 (نيابةً عن المتعلمين و/أو أعضاء فريق العمل) ومن الأفراد (فيما يتعلق بالقرار المتخذ ضدهم شخصيًا). 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، الذي سيبلغك بالخطوات التالية.

الشهادات والنتائج

بمجرد أن يكمل المتعلم جميع المكونات المطلوبة للشهادة التأهيلية، يمكن للمركز المطالبة بشهادة للمتعلم، بشرط اكتمال ضمان الجودة بنجاح. 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 وقيمونها ويديرونها يمكنهم الوصول إلى الوثائق التالية. حيث تتم مراجعة هذه الوثائق سنوياً ويتم إعادة إصدارها إذا كانت التحديثات مطلوبة.

- **دليل BTEC International لضمان الجودة:** هذا يحدد كيف سننفذ 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 سنوياً للتأكد من أنها ما زالت مناسبة للغرض. وتشمل السياسات المتعلقة بهذه الشهادة التأهيلية ما يلي:
 - تعديلات للمرشحين 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

كجزء من عملية الاعتماد، يجب أن يتأكد مركزك 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 تتوفر 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 المستمر 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 يلتزم المركز بهذه الشروط طوال فترة التقديم
 - توفر بيرسون 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 بالتقييم.
 - يجب أن يتبع المركز المعتمد البروتوكولات المتفق عليها لتوحيد المقيمين والمدققين ولتخطيط عمليات التقييم ورصدها وتسجيلها وللتعامل مع الظروف الخاصة والالتزامات والممارسة الخاطئة.
- يتم تنفيذ نهج التقييم المضمون الجودة من خلال شراكة بين مركز معتمد وبيرسون. كما أننا سنتأكد من أن كل مركز يتبع أفضل الممارسات ويستخدم التقنية المناسبة لدعم عمليات ضمان الجودة، حيثما أمكن. فنحن نعمل على دعم المراكز ونسعى للتأكد من أن عمليات ضمان الجودة الخاصة بنا لا تفرض عمليات بيروقراطية لا داعي لها على المراكز. فنحن نراقب المراكز ونندعمها في التنفيذ الفعال للتقييم وضمان الجودة.

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

- التأكد من أن جميع المراكز تكمل الإقرارات المناسبة في وقت الاعتماد
 - القيام بزيارات اعتماد للمراكز
 - التأكد 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 مخصصاً من قبلنا ووفقاً لمتطلبات إعداد التقارير بدقة.
- فقد يتم إلغاء اعتماد تقديم الشهادات التأهيلية للمراكز التي لا تمثل لخطط العمل العلاجية.

9 فهم درجة التأهيل

منح الشهادات التأهيلية وإعداد التقارير بشأنها

يشرح هذا القسم القواعد التي نطبقها في تقديم الشهادة التأهيلية ومنح 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 الهيكل في القسم 2 "الهيكل".

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

- إكمال نتيجة (D أو M أو P أو U) 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 الهيكل 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 تتراوح 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 الوحدة. بالإضافة إلى ذلك، فإن منحة درجة الامتياز هي درجة مجمعة للشهادة التأهيلية، بناءً على الأداء العام للمتعليم. ولتحقيق هذه الدرجة، سيتعين 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 الوحدة المسموح بها)، و
- تحقيق الحد الأدنى لعدد النقاط عند عتبة الدرجة – راجع جدول حساب درجات التأهيل مع التفاوتات المسموح بها التالية.

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

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

سنحسب تلقائيًا 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 تعلّم موجّه (GLH). لذلك، يحصلون على 12 نقطة لتلك الوحدة، أي 4 نقاط لكل 10 ساعات تعلّم موجّه، أي 12 نقطة قابل 30 ساعة تعلّم موجّه.

حساب درجة التأهيل

المنحة		الشهادات		الشهادة الممتدة		الدبلومة	
120 ساعة تعلّم موجّه		240 ساعة تعلّم موجّهة		360 ساعة تعلّم موجّه		480 ساعة تعلّم موجّه	
الصف الدراسي	حد النقاط	الصف الدراسي	حد النقاط	الصف الدراسي	حد النقاط	الصف الدراسي	حد النقاط
U	0	U	0	U	0	U	0
النجاح من المستوى 2	48	PP من المستوى 2	96	PP من المستوى 2	144	PP من المستوى 2	192
		MP من المستوى 2	114	MP من المستوى 2	174	MP من المستوى 2	234
التفوق من المستوى 2	66	MM من المستوى 2	132	MM من المستوى 2	204	MM من المستوى 2	276
		DM من المستوى 2	150	DM من المستوى 2	234	DM من المستوى 2	318
الامتياز من المستوى 2	84	DD من المستوى 2	168	DD من المستوى 2	264	DD من المستوى 2	360
		D*D من المستوى 2	174	D*D من المستوى 2	270	D*D من المستوى 2	366
الامتياز من المستوى 2*	90	D*D من المستوى 2	180	المستوى 2 D*D*	276	المستوى 2 D*D*	372

يعرض هذا الجدول الحدود الدنيا لحساب التقديرات. وسيتم إبقاء الجدول قيد المراجعة طوال عمر الشهادة التأهيلية. كما يتم إتاحة أحدث جدول على موقعنا الإلكتروني. تراقب بيرسون مستوى الشهادة التأهيلية وتحفظ 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 **هيكل القسم 2**.

نموذج 1

الحصول على شهادة بدرجة MM من المستوى 2

النقاط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)	نقاط الدرجة	الصف الدراسي	الترجيح (ساعات التعلم الموجّه/10)	ساعة تعلم موجّه	
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
138		MM من المستوى 2	24	240	مجموع درجات الشهادة

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

نموذج 2

الحصول على شهادة بدرجة D*D من المستوى 2

النقاط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)	نقاط الدرجة	الصف الدراسي	الترجيح (ساعات التعلم الموجّه/10)	ساعة تعلم موجّه	
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
180		D*D من المستوى 2	24	240	مجموع درجات الشهادة

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

المثال 3

الحصول على شهادة ممتدة بدرجة MP من المستوى 2

ساعة تعلم موجه	الترجيح (ساعات التعلم الموجه/10)	الصف الدراسي	نقاط الدرجة	النقاط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
30	3	التفوق من المستوى 2	6	18
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
30	3	الامتياز من المستوى 2	8	24
60	6	التفوق من المستوى 2	6	36
60	6	التفوق من المستوى 2	6	36
30	3	التفوق من المستوى 2	6	18
60	6	النجاح من المستوى 2	4	24
360	36	MP من المستوى 2		192

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

المثال 4

الحصول على شهادة ممتدة بدرجة PP من المستوى 2

ساعة تعلم موجه	الترجيح (ساعات التعلم الموجه/10)	الصف الدراسي	نقاط الدرجة	النقاط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
30	3	التفوق من المستوى 2	6	18
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
60	6	التفوق من المستوى 2	6	36
60	6	النجاح من المستوى 2	4	24
30	3	التفوق من المستوى 2	6	18
60	6	غير مصنف	0	0
360	36	PP من المستوى 2		144

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.

الحصول على دبلومة بدرجة PP من المستوى 2

ساعة تعلّم موجّه	الترجيح(ساعات التعلّم الموجّه/10)	الصف الدراسي	نقاط الدرجة	النقاط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)
30	3	التفوق من المستوى 2	6	18
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
30	3	التفوق من المستوى 2	6	18
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
30	3	التفوق من المستوى 2	6	18
60	6	النجاح من المستوى 2	4	24
30	3	التفوق من المستوى 2	6	18
60	6	النجاح من المستوى 2	4	24
30	3	الامتياز من المستوى 2	8	24
30	3	النجاح من المستوى 2	4	12
60	6	النجاح من المستوى 2	4	24
60	6	النجاح من المستوى 2	4	24
480	48	PP من المستوى 2		228

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

الحصول على دبلوم بدرجة D*D من المستوى 2

ساعة تعلّم موجّه	الترجيح(ساعات التعلّم الموجّه/10)	الصف الدراسي	نقاط الدرجة	النقاط لكل وحدة (الوزن الترجيحي × نقاط الدرجة)
الوحدة 1	30	3	التفوق من المستوى 2	18
الوحدة 2	30	3	الامتياز من المستوى 2	24
الوحدة 3	30	3	التفوق من المستوى 2	18
الوحدة 4	30	3	الامتياز من المستوى 2	24
الوحدة 5	30	3	التفوق من المستوى 2	18
الوحدة 11	60	6	الامتياز من المستوى 2	48
الوحدة 13	30	3	الامتياز من المستوى 2	24
الوحدة 15	60	6	الامتياز من المستوى 2	48
الوحدة 16	30	3	الامتياز من المستوى 2	24
الوحدة 17	30	3	الامتياز من المستوى 2	24
الوحدة 19	60	6	الامتياز من المستوى 2	48
الوحدة 28	60	6	الامتياز من المستوى 2	48
مجاميع درجات الشهادة	480	48	D*D من المستوى 2	366

يحصّل المتعلّم على نقاط كافية للحصول على درجة D*D من المستوى 2.

يتمثل هدفنا في أن نقدم لك ثروة من الموارد والدعم لتمكينك من تقديم شهادات BTEC International 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 اعتبارًا 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 المراكز وتقييمها وضمانها 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 الطلاب، المصممة لدعم رحلة التدريس والتعلم. وتشمل هذه دراسات الحالة وموجهات المناقشة والمحتوى الرئيسي والصور الداعمة لمساعدة المتعلمين على تطوير فهمهم. سيتم ربط العناصر من كتب الطلاب بالموارد الأخرى، والتي ستدعم التدريس والتعلم
- عروض الشرائح، والتي تشمل جميع المفاهيم الأساسية في جميع أهداف التعلم لكل وحدة
- أدلة التسليم، التي تقدم لك نصائح مهمة بشأن كيفية اختيار الدورة المناسبة للمتعلمين وكيفية التأكد من استعدادك الكامل لتقديم الدورة. فهم يشرحون السمات الرئيسية لشهادات BTEC International من المستوى 2 في الضيافة، 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

دعم التقييم

مواد تقييم العينات للوحدات التي تم تقييمها داخليًا

بالنسبة للوحدات الداخلية التي تم تقييمها باستخدام واجب محدد من قبل بيرسون، سنقدم عينة واجب كمثال لشكل التقييم للوحدة. وبالنسبة للوحدات المتبقية المحددة داخليًا، نسمح لك بتحديد واجباتك الخاصة، وفقًا لتفضيلات 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 مدقي معايير بيرسون.

التدريب والدعم من بيرسون

التدريب والتطوير المهني

تقدم بيرسون مجموعة من فعاليات التدريب والتطوير المهني لدعم إدخال وتسليم وتقييم وإدارة شهادات BTEC International من المستوى 2. وتتوفر هذه الفعاليات محددة المجالات، التي تم تطويرها وتقديمها من قبل المتخصصين، 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 هياكل 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 دعمًا للمعلم وفرص للتواصل بمنهجية 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.

وتُعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) المهارات أو الكفاءات بأنها "حزمة المعرفة والسمات والقدرات التي يمكن تعلمها والتي تمكن الأفراد من أداء نشاط أو مهمة بنجاح وثبات ويمكن البناء عليها وتوسيعها من خلال التعلم".^[1]

لدعم تصميم شهادتنا، قام فريق أبحاث بيرسون باختيار وتقييم سبعة أطر عالمية لمهارات القرن الحادي والعشرين. ولمتابعة لهذه العملية، حددنا إطار عمل المجلس الوطني للبحوث (NRC)^[2] باعتباره إطار المهارات الأكثر قوة والقائم على الأدلة، واستخدمنا هذا كأساس لإطار المهارات المعدل الخاص بنا.

ويتضمن الإطار المهارات المعرفية والداخلية ومهارات التعامل مع الآخرين.



وتم تفسير المهارات لهذه المواصفات للتأكد من أنها مناسبة للموضوع. فجميع المهارات المدرجة واضحة أو يمكن الوصول إليها في التدريس والتعلم و/أو تقييم الشهادات التأهيلية. ويتم تقييم بعض المهارات بشكل مباشر. وستدعمك مواد بيرسون في تحديد هذه المهارات وتطويرها في المتعلمين.

يحدد الجدول الموجود في الصفحة التالية الإطار ويعطي مؤشراً 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

المهارات المعرفية	العمليات والاستراتيجيات المعرفية	التفكير الناقد 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.

¹ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية - مهارات أفضل، وظائف أفضل، حياة أفضل (منشورات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، 2012)

² كونيغ، جيه إيه. (2011) تقييم مهارات القرن الحادي والعشرين: ملخص ورشة العمل (دار نشر الأكاديميات الوطنية، 2011)

المهارات الشخصية	الانفتاح الفكري	القدرة على التكيف المسؤولية الشخصية والاجتماعية التعلم المستمر الاهتمام الفكري والفضول
	أخلاقيات العمل/الضمير	المبادرة التوجيه الذاتي المسؤولية المثابرة الإنجابية التنظيم الذاتي (ما وراء المعرفة، التدبير، التأمل) الأخلاقيات النزاهة
	الأساس الإيجابي التقييم الذاتي	المراقبة الذاتية/ التقييم الذاتي/ التعزيز الذاتي
مهارات التواصل الشخصي والتعامل مع الآخرين	العمل الجماعي والتعاون	التواصل التعاون العمل الجماعي التعاون التعاطف/تحديد المنظور التفاوض
	القيادة	المسؤولية التواصل الفعال العرض الذاتي

الوعي بأن الشركات تتحمل مسؤولية تجاه أصحاب المصلحة والموظفين والعملاء.

الدفاع عن موقف شخص آخر في عرض شفهي.

الملحق 2: مسرد المصطلحات المستخدمة

هذا ملخص للمصطلحات الرئيسية المستخدمة لتعريف المتطلبات في الوحدات.

المصطلح	التعريف
تحليل	يقدم المتعلمون نتيجة الفحص المنهجي والمفصل من خلال، إما: <ul style="list-style-type: none"> تفصيل موضوع أو فكرة أو موقف من أجل تفسير العلاقات المتبادلة بين الأجزاء ودراستها و/أو <ul style="list-style-type: none"> المعلومات أو البيانات لتفسير الاتجاهات الرئيسية والعلاقات المتبادلة ودراستها. يمكن أن يكون التحليل من خلال النشاط أو الممارسة أو العرض الكتابي أو الشفهي.
تقييم	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.
تواصل	يستطيع المتعلمون نقل الأفكار أو المعلومات للآخرين.
مقارنة	يمكن للمتعلمين تحديد العوامل الرئيسية المتعلقة بعنصرين أو أكثر/مواقف أو جوانب من موضوع يمتد لشرح التشابهات والاختلافات والمزايا والعيوب. ويُستخدم هذا لإظهار عمق المعرفة من خلال تحديد الخصائص.
تطوير	يعمل المتعلمون على تنمية الخطط والأفكار والمهارات وآليات الفهم أو تطويرها.

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

المصطلح	التعريف
توصية	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.
تقرير	يمكن للمتعلمين الالتزام بالبروتوكولات والرموز والاتفاقيات حيث يتم وضع النتائج أو الأحكام بطريقة موضوعية.
بحث	يسعى المتعلمون بشكلٍ استباقي للحصول على معلومات من المصادر الأساسية والثانوية.
المراجعة	يُجري المتعلمون تقييماً رسمياً للعمل المتحقق. يسمح التقييم للمتعلمين بما يلي: <ul style="list-style-type: none"> • تقييم المعلومات الحالية أو الأحداث السابقة • إعادة النظر في المعلومات بقصد إجراء تغييرات، إذا لزم الأمر.
فهم	يُظهر المتعلمون المعرفة المتعلقة بمواقف محددة.

هذا ملخص رئيسي لأنواع الأدلة المستخدمة لشهادات BTEC International التأهيلية من المستوى 2.

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

للحصول على معلومات عن شهادات Pearson التأهيلية، بما في ذلك Pearson Edexcel وشهادات BTEC و LCCI التأهيلية، يمكنك زيارة الرابط التالي qualifications.pearson.com

Edexcel و BTEC هما علامتان تجاريتان مسجلتان لشركة بيرسون إديوكيشن ليمتد

بيرسون إديوكيشن ليمتد. مسجلة في إنجلترا وويلز بالرقم 872828
المقر الرسمي: 80 ستراند، لندن WC2R 0RL.

رقم تسجيل ضريبة القيمة المضافة GB 278 537121

صورة الغلاف: © حقوق الطبع والنشر محفوظة لشركة مورسا إيمجز/غيتي إيماجز