



الخطة التدريبية

للبرامج التأهيلية للتدريب في سجون النساء

Training Plan for Qualification Programs for Training in Women's Prisons

| | | | |
|------------------------------|----------------------|------------------------|----------------------|
| Major | Marketing | التسويق | التخصص |
| Program's Name | Marketing Techniques | فنون وَ تقنيات التسويق | اسم البرنامج |
| Number of Training Semesters | 1 | ١ | عدد الفصول التدريبية |

ثاني

١٤٤٤هـ - ٢٠٢٢م

مقدمة

الحمد لله الذي علّم بالقلم، علّم الإنسان ما لم يعلم، والصلاة والسلام على من بُعث مُعلماً للناس وهادياً وبشيراً، وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً؛ فأخرج الناس من ظلمات الجهل والغبوة، إلى نور العلم والهداية، نبينا ومعلمنا وقدوتنا محمد بن عبدالله عليه وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد:

تسعى المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني لتأهيل الكوادر الوطنية المدربة القادرة على شغل الوظائف التقنية والفنية والمهنية المتوفرة في سوق العمل السعودي، ويأتي هذا الاهتمام نتيجة للتوجهات السديدة من لدن قادة هذا الوطن التي تصب في مجملها نحو إيجاد وطن متكامل يعتمد ذاتياً على الله ثم على موارده وعلى قوة شبابه المسلح بالعلم والإيمان من أجل الاستمرار قدماً في دفع عجلة التقدم التنموي، لتصل بعون الله تعالى لمصاف الدول المتقدمة صناعياً.

وقد خطت الإدارة العامة للمناهج خطوة إيجابية تتفق مع التجارب الدولية المتقدمة في بناء البرامج التدريبية، وفق أساليب علمية حديثة تحاكي متطلبات سوق العمل بكافة تخصصاته لتلبي تلك المتطلبات، وقد تمثلت هذه الخطوة في مشروع إعداد المعايير المهنية الوطنية ومن بعده مشروع المؤهلات المهنية الوطنية، والذي يمثل كل منهما في زمنه، الركيزة الأساسية في بناء البرامج التدريبية، إذ تعتمد المعايير وكذلك المؤهلات لاحقاً في بنائها على تشكيل لجان تخصصية تمثل سوق العمل والمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني بحيث تتوافق الرؤية العلمية مع الواقع العملي الذي تفرضه متطلبات سوق العمل، لتخرج هذه اللجان في النهاية بنظرة متكاملة لبرنامج تدريبي أكثر التصاقاً بسوق العمل، وأكثر واقعية في تحقيق متطلباته الأساسية.

وتتناول هذه الخطة التدريبية لبرنامج "فنون و تقنيات التسويق من تخصص التسويق" للبرامج التأهيلية للتدريب في سجون النساء على وصف حقائق هذا البرنامج ليشمل موضوعات حيوية تتناول كيفية اكتساب المهارات اللازمة لتكون مهاراتهما رافداً لهن في حياتهن العملية بعد تخرجهن من هذا البرنامج.

والإدارة العامة للمناهج وهي تضع بين يديك هذه الخطة التدريبية تأمل من الله عز وجل أن تسهم بشكل مباشر في تأصيل المهارات الضرورية اللازمة، بأسلوب مبسط خالٍ من التعقيد.

والله نسأل أن يوفق القائمين على إعدادها والمستفيدين منها لما يحبه ويرضاه؛ إنه سميع مجيب الدعاء.

الإدارة العامة للمناهج

الفهرس

| الصفحة | المحتويات |
|--------|--|
| ١ | مقدمة |
| ٢ | الفهرس |
| ٣ | وصف البرنامج |
| ٣ | الهدف العام للبرنامج |
| ٣ | الأهداف التفصيلية للبرنامج |
| ٤ | الوصف المختصر للمقررات التدريبية المكافئة |
| ٥ | المقررات التدريبية للبرنامج |
| ٦ | الوصف التفصيلي للمقررات التدريبية المكافئة: |
| ٧ | التسويق الالكتروني |
| ١١ | مهارات البيع الاحترافي |
| ١٤ | التسويق الابتكاري |
| ١٨ | الذكاء العاطفي في المبيعات |
| ٢١ | ملحق تجهيزات المعامل والورش والمختبرات |
| ٢١ | أولاً: بيان بالمعامل والورش |
| ٢١ | ثانياً: التجهيزات التفصيلية لكل معمل أو ورشة |
| ٢٢ | المراجع |

وصف البرنامج:

برنامج فنون و تقنيات التسويق من تخصص التسويق بما يتوافق مع احتياجات سوق العمل المحلية. ويتم تنفيذ هذا البرنامج في معاهد سجون النساء، في فصل تدريبي واحد مدته ثلاثة عشر أسبوعاً بمجموع ١٠ ساعة معتمدة و ٢٦٠ ساعة إتصال فصلية.

ويشمل التدريب في هذا البرنامج على مهارات التسويق الالكتروني و مهارات البيع الاحترافي و التسويق الابتكاري و الذكاء العاطفي في المبيعات و تمنح الخريجة من هذا البرنامج شهادة اتمام برنامج فنون و تقنيات التسويق و من المتوقع أن تعمل الخريجة من هذا البرنامج في المجالات المرتبطة بأعمال التسويق كمندوبة مبيعات أو مشرفة مبيعات أو خدمة العملاء أو مسؤولية البيع والخدمة .

الهدف العام للبرنامج:

يهدف هذا البرنامج إلى تأهيل المتدربة إلى العمل في مجال التسويق كمندوبة مبيعات أو مشرفة مبيعات أو خدمة العملاء أو مسؤولية البيع والخدمة .

الأهداف التفصيلية للبرنامج:

بنهاية هذا البرنامج تكون المتدربة قادرة وبكفاءة على أداء الأعمال التالية:

- ١) تشرح مفهوم التسويق الالكتروني وأدواته .
- ٢) تبين أهمية التسويق عن طريق المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي .
- ٣) تعرف أهداف وأنواع وسمات موظفو البيع .
- ٤) تذكر الأنماط الشرائية المختلفة للعملاء .
- ٥) تعرف التسويق و الابتكار .
- ٦) تناقش المستجدات في عالم التسويق الجديد .
- ٧) تشرح مفهوم الذكاء العاطفي
- ٨) تبين أهمية الذكاء العاطفي لعالم الأعمال و أثره على التسويق .

الوصف المختصر للمقررات التدريبية المكافئة

| | | | | | |
|--|------------------|----------|-------|----------------------------|------------|
| ٢,٥ | الساعات المعتمدة | ٠٠٥ تسوق | الرمز | التسويق الالكتروني | إسم المقرر |
| يصف هذا المقرر مفهوم التسويق الالكتروني وأهدافه وأهميته وفوائده ، وأدوات التسويق الالكتروني ، ومفهوم السوق الالكتروني وصفاته ومهامه والمهارات اللازم توفرها في السوق الالكتروني، والتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي . | | | | | وصف المقرر |
| ٢,٥ | الساعات المعتمدة | ٠٠٦ تسوق | الرمز | مهارات البيع الاحترافي | إسم المقرر |
| يصف هذا المقرر المهارات الأساسية لمفهوم إدارة المبيعات ، وأنواع موظفو البيع وسماتهم وأهدافهم، ومهارات الاتصال البيعي من خلال التدريب على كيفية القيام بمهام البيع مع العملاء ، و يصف الأنماط الشرائية للعملاء ، ومراحل العملية البيعية . | | | | | وصف المقرر |
| ٢,٥ | الساعات المعتمدة | ٠٠٧ تسوق | الرمز | التسويق الابتكاري | إسم المقرر |
| يصف هذا المقرر مفهوم التسويق و الابتكار وخطوات عملية التفكير الابتكاري و الأخطاء التي تواجه عمليات الإبداع في التسويق ، وسلوك المستهلك النهائي و المشتري الصناعي ، و دور العبوة و العلامة التجارية في النجاح المتكامل ، و مفهوم التسويق بالعلاقات و بناء العلاقات طويلة الأجل. | | | | | وصف المقرر |
| ٢,٥ | الساعات المعتمدة | ٠٠٨ تسوق | الرمز | الذكاء العاطفي في المبيعات | إسم المقرر |
| يصف هذا المقرر مهارات الذكاء العاطفي وخطوات عملية لتحسين الذكاء العاطفي و خطوات عملية التأثير في البيع ، والبحث عن العملاء الجدد ، والذكاء العاطفي في عالم الأعمال ، و الصفات الرئيسية لثقافات المبيعات ذات الذكاء العاطفي . | | | | | وصف المقرر |

برنامج فنون وتقنيات التسويق

| 1st Trimester | No. | Course Code | Course Name | Equivalent | No. of Units | | | | | المقرر المكافئ | اسم المقرر | رمز المقرر | م | الفصل التدريبي الأول | |
|--|----------|---------------------------------|--|------------|--------------|----|----|----|--------|--|------------|------------|---|----------------------|------|
| | | | | | م.و | مج | عم | تم | س.أ | | | | | | |
| | | | | | CRH | L | P | T | CTH | | | | | | |
| | | | | | | | | | اسبوعي | | | | | | فصلي |
| 1 | WSEL 086 | Innovative Marketing Techniques | USEL 005 USEL 006 USEL 007 USEL 008 | 10 | 0 | 20 | 0 | 20 | 260 | ٠٠٥ تسوق ٠٠٦ تسوق ٠٠٧ تسوق ٠٠٨ تسوق | ٠٨٦ نسوق | ١ | | | |
| يتم تنفيذ محتوى ومهارات المقررات المكافئة بالتتالي | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total Number of Semesters Units | | | | | م.و | مج | عم | تم | س.أ | المجموع الكلي لوحدات البرنامج | | | | | |
| | | | | | CRH | L | P | T | CTH | | | | | | |
| | | | | | 10 | 0 | 20 | 0 | 260 | | | | | | |
| Total Contact Hours × 13 = | | | | | 260 | | | | | ساعات الإتصال الكلية × ١٣ = | | | | | |

الوصف التفصيلي للمقررات التدريبية المكافئة

| اسم المقرر التدريبي | التسويق الالكتروني | الرمز | ٠٠٥ تسوق |
|---------------------|--------------------|-----------------------------|----------|
| الساعات المعتمدة | ٢,٥ | ساعات اتصال (ساعة/أسبوع) | ٥ |

وصف المقرر

يصف هذا المقرر مفهوم التسويق الالكتروني وأهدافه وأهميته وفوائده ، وأدوات التسويق الالكتروني ، ومفهوم المسوق الالكتروني وصفاته ومهامه والمهارات اللازمة توفرها في المسوق الالكتروني ، والتسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الهدف العام من المقرر

يهدف هذا المقرر إلى اكساب المتدربة المهارات الأساسية في التسويق الالكتروني و التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

الأهداف التفصيلية للمقرر: أن تكون المتدربة قادرة على أن:

- ١) تشرح مفهوم التسويق الالكتروني .
- ٢) تذكر أدوات التسويق الالكتروني .
- ٣) تصف المسوق الالكتروني ومهامه ومهاراته .
- ٤) تناقش مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي .
- ٥) تعدد وسائل التواصل الاجتماعي .

| ساعات التدريب | الوحدات (النظرية والعملية) |
|---------------|--|
| ١٠ | الوحدة الأولى : مقدمة في التسويق الالكتروني |
| ١٥ | الوحدة الثانية : أدوات التسويق الالكتروني |
| ١٧ | الوحدة الثالثة : المسوق الالكتروني |
| ٢٣ | الوحدة الرابعة : التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي |
| ٦٥ | المجموع |

إجراءات واشتراطات السلامة:

- ١) إتباع تعليمات سلامة المكان .
- ٢) القيام بالعمل بما يتوافق مع اشتراطات الأمن والسلامة لتأدية مهام وواجبات المهنة .
- ٣) إتباع دليل إجراءات قواعد الصحة والسلامة المهنية .
- ٤) المحافظة على سلامة الأجهزة المستخدمة .
- ٥) ترتيب المكان بعد الإنتهاء من العمل .

المنهج التفصيلي (النظري والعملي)

| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
|---------|--|--|
| ١٠ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الأولى: مقدمة في التسويق الالكتروني <ul style="list-style-type: none"> ○ مفهوم التسويق الالكتروني . ○ أهداف التسويق الالكتروني . ○ أهمية التسويق الالكتروني . ○ فوائد التسويق الالكتروني . ○ تمرين عملي رقم (١) : تناقش مفهوم التسويق . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تستنتج أهداف التسويق الالكتروني . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تشرح أهمية التسويق الالكتروني . ○ تمرين عملي رقم (٥) : تذكر فوائد التسويق الالكتروني بالنسبة للبائع والمشتري . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

المنهج التفصيلي (النظري والعملي)

| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
|---------|--|--|
| ١٥ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الثانية: أدوات التسويق الالكتروني <ul style="list-style-type: none"> ○ الموقع الالكتروني . ○ محركات البحث . ○ البريد الالكتروني . ○ تمرين عملي رقم (١) : تذكر أدوات التسويق الالكتروني . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تناقش أهمية الموقع الالكتروني للعملاء . ○ تمرين عملي رقم (٣) : تشرح وسائل تسجيل الموقع الالكتروني في محركات البحث . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تستنتج أنواع البريد الالكتروني . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|--|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| ١٧ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الثالثة: المسوق الالكتروني <ul style="list-style-type: none"> ○ تعريف المسوق الالكتروني . ○ صفات المسوق الالكتروني . ○ مهام المسوق الالكتروني . ○ مهارات المسوق الالكتروني . ○ تمرين عملي رقم (١) : تذكر أمثلة على شركات تعتمد على المسوق الالكتروني في ترويج منتجاتها . ○ تمرين عملي (٢) : تستنج صفات المسوق من خلال حالة دراسية . ○ تمرين عملي (٣) : تعدد مهام المسوق الالكتروني . ○ تمرين عملي (٤) : تبين مهارات المسوق الالكتروني من خلال مقطع فيديو . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|---|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| ٢٣ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الرابعة: التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي <ul style="list-style-type: none"> ○ مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي . ○ وسائل التواصل الاجتماعي . ❖ الانستقرام . ❖ تويتر . ❖ فيس بوك . ❖ سناب تشات . ❖ يوتيوب . ○ التسويق عن طريق المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي . ○ تمرين عملي رقم (١) : تناقش مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تبحث عن مفاتيح النجاح على انستقرام . ○ تمرين عملي رقم (٣) : تعدد عوامل ضمان محتوى ناجح على انستقرام . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تنشئ حساب على الانستقرام . ○ تمرين عملي رقم (٥) : تذكر خطوات التسويق عبر شبكة فيس بوك . ○ تمرين عملي رقم (٦) : تعدد مميزات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي مدعمة بشركات محلية أو عالمية . ○ تمرين عملي رقم (٧) : تستنج النقاط المهمة التي يجب مراعاتها عند التسويق من خلال المؤثرين (المشاهير) . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| اسم المقرر التدريبي | مهارات البيع الاحترافي | الرمز | ٠.٦ تسوق |
|---------------------|------------------------|-----------------------------|----------|
| الساعات المعتمدة | ٢,٥ | ساعات اتصال (ساعة/أسبوع) | ٥ |

وصف المقرر

يقدم هذا المقرر المهارات الأساسية لمفهوم إدارة المبيعات ، وأنواع موظفو البيع وسماتهم وأهدافهم ، ومهارات الاتصال البيعي من خلال التدريب على كيفية القيام بمهام البيع مع العملاء ، و يصف الأنماط الشرائية للعملاء ، ومراحل العملية البيعية .

الهدف العام من المقرر

يهدف هذا المقرر الى اكساب المتدربة مهارات القوة البيعية سواء خارج المعرض أو داخله .

الأهداف التفصيلية للمقرر: أن تكون المتدربة قادرة على أن:

- (١) تحديد عملاء المنشأة .
- (٢) تعرف أهداف وأنواع وسمات رجال البيع .
- (٣) تذكر الأنماط الشرائية المختلفة للعملاء .
- (٤) تذكر مراحل الاتصال البيعي بالترتيب .
- (٥) تحضر للمقابلة البيعية .

| ساعات التدريب | الوحدات (النظرية والعملية) |
|---------------|---|
| ٨ | الوحدة الأولى : إدارة المبيعات |
| ١٦ | الوحدة الثانية : موظفو المبيعات |
| ٢٠ | الوحدة الثالثة : مهارات الاتصال البيعي |
| ١٤ | الوحدة الرابعة : الأنماط الشرائية للعملاء |
| ٧ | الوحدة الخامسة : مراحل العملية البيعية |
| ٦٥ | المجموع |

إجراءات واشتراطات السلامة:

- (١) إتباع تعليمات سلامة المكان .
- (٢) القيام بالعمل بما يتوافق مع اشتراطات الأمن والسلامة لتأدية مهام وواجبات المهنة .
- (٣) إتباع دليل إجراءات قواعد الصحة والسلامة المهنية .
- (٤) المحافظة على سلامة الأجهزة المستخدمة .
- (٥) ترتيب المكان بعد الإنتهاء من العمل .

المنهج التفصيلي (النظري والعملي)

| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
|---------|--|---|
| ٨ | <p>● الوحدة الأولى: إدارة المبيعات</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ مفهوم المبيعات . ○ أهداف إدارة المبيعات . ○ أهمية وظيفة البيع . ○ وظيفة البيع وعلاقتها بوظيفة التسويق . ○ تخطيط المناطق البيعية . ○ تخطيط الحصص البيعية . ○ تقييم أداء مندوبي البيع . ○ تمرين عملي (١) : ذكر اهداف إدارة المبيعات . ○ تمرين عملي (٢) : شرح مزايا تخطيط المناطق البيعية . ○ تمرين عملي (٣) : أمثلة على الحصص البيعية من واقع عملي (شركات – بنوك) . ○ تمرين عملي (٤) : أهمية وظيفة البيع . ○ تمرين عملي (٥) : مداخل تقييم القوة البيعية . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية ● والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

المنهج التفصيلي (النظري والعملي)

| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
|---------|---|---|
| ١٦ | <p>● الوحدة الثانية: موظفو المبيعات</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ تعريف القوة البيعية . ○ أهداف القوة البيعية . ○ مهام القوة البيعية . ○ أنواع القوة البيعية . ○ سمات القوة البيعية الناجحة . ○ تمرين عملي (١) : استنتاج مهام القوة البيعية . ○ تمرين عملي (٢) : تحليل سمات القوة البيعية . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية ● والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|--|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| ٢٠ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الثالثة: مهارات الاتصال البيعي <ul style="list-style-type: none"> ○ تعريف الاتصال البيعي . ○ عناصر الاتصال البيعي . ○ خصائص عملية الاتصال البيعي . ○ مهارات الاتصال البيعي . ○ معوقات الاتصال البيعي . ○ تمرين عملي (١) : مشهد بيع تمثيلي من قبل المتدربات مع تحليل كل موقف يخص مهارات الاتصال . ○ تمرين عملي (٢) : تحليل عملية الاتصال وعلاج المعوقات من قبل المتدربات . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|--|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| ١٤ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الرابعة: الأنماط الشرائية للعملاء <ul style="list-style-type: none"> ○ تعريف النمط الشرائي للعميل . ○ أنواع العملاء . ○ تمرين عملي (١) : تقسيم العملاء . ○ تمرين عملي (٢) : أمثلة على أنواع العملاء . ○ تمرين عملي (٣) : كيفية التعامل مع أنواع العملاء . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|---|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| ٧ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الخامسة: مراحل العملية البيعية <ul style="list-style-type: none"> ○ المرحلة الأولى: تعريف وتحديد عملاء المنشأة . ○ المرحلة الثانية: التحضير للمقابلة البيعية . ○ المرحلة الثالثة: تقديم العرض البيعي . ○ المرحلة الرابعة: الرد على اعتراضات العملاء . ○ المرحلة الخامسة: إتمام صفقة البيع . ○ المرحلة السادسة: العناية بعملاء المنشأة . ○ تمرين عملي (١) : شرح مراحل العملية البيعية . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| اسم المقرر التدريبي | التسويق الابتكاري | الرمز | ٠.٧ تسوق |
|---------------------|-------------------|-----------------------------|----------|
| الساعات المعتمدة | ٢,٥ | ساعات اتصال (ساعة/أسبوع) | ٥ |

وصف المقرر

يصف هذا المقرر مفهوم التسويق و الابتكار وخطوات عملية التفكير الابتكاري و الأخطاء التي تواجه عمليات الإبداع في التسويق ، وسلوك المستهلك النهائي و المشتري الصناعي ، و دور العبوة و العلامة التجارية في النجاح المتكامل، و مفهوم التسويق بالعلاقات و بناء العلاقات طويلة الأجل.

الهدف العام من المقرر

يهدف هذا المقرر إلى اكساب المتدربة المهارات الأساسية في عملية التفكير الابتكاري ومهارات التسويق الابتكاري الناجح.

الأهداف التفصيلية للمقرر: أن تكون المتدربة قادرة على أن:

- (١) تعرف التسويق و الإبتكار .
- (٢) تفرق بين سلوك المستهلك النهائي و المشتري الصناعي .
- (٣) تشرح مفهوم التعبئة و التغليف .
- (٤) تصف العلامة التجارية وصورها .
- (٥) تناقش المستجدات في عالم التسويق الجديد .

| ساعات التدريب | الوحدات (النظرية والعملية) |
|---------------|---|
| ٢٠ | الوحدة الأولى : التسويق و الإبتكار |
| ١٠ | الوحدة الثانية : سلوك المتعاملين |
| ٢٠ | الوحدة الثالثة : دور العبوة و العلامة التجارية في النجاح المتكامل |
| ١٥ | الوحدة الرابعة : مستجدات في عالم التسويق الجديد |
| ٦٥ | المجموع |

إجراءات واشتراطات السلامة:

- ١) إتباع تعليمات سلامة المكان .
- ٢) القيام بالعمل بما يتوافق مع اشتراطات الأمن والسلامة لتأدية مهام وواجبات المهنة .
- ٣) إتباع دليل إجراءات قواعد الصحة والسلامة المهنية .
- ٤) المحافظة على سلامة الأجهزة المستخدمة .
- ٥) ترتيب المكان بعد الإنتهاء من العمل .

المنهج التفصيلي (النظري والعملي)

| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
|---------|--|---|
| ٢٠ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الأولى: التسويق و الابتكار <ul style="list-style-type: none"> ○ تعريف التسويق و الابتكار . ○ خطوات عملية التفكير الابتكاري . ○ طرق توليد الفكرة المطلوبة . ○ المنشأة التسويقية المتطورة والعملية الإبتكارية . ○ الأخطاء التي تواجه عمليات الإبداع في التسويق . ○ أمور تجعلك مسوقة ناجحة . ○ خطوات تطوير المنتجات الجديدة . ○ أسباب فشل المنتجات الجديدة . ○ تمرين عملي رقم (١) : تذكر تعريف التسويق و الابتكار . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تطبيق خطوات عملية التفكير الابتكاري على منتج معين . ○ تمرين عملي رقم (٣) : تستنتج طرق توليد الفكرة من خلال حالة دراسية . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تناقش علاقة المنشأة التسويقية المتطورة بالعملية الابتكارية . ○ تمرين عملي رقم (٥) : تستنبط الأخطاء التي تواجه عمليات الإبداع في التسويق من خلال حالة دراسية . ○ تمرين عملي رقم (٦) : تعدد أمور إضافية تجعلها مسوقة ناجحة . ○ تمرين عملي رقم (٧) : تشرح مراحل تطوير المنتجات الجديدة . ○ تمرين عملي رقم (٨) : تبين أسباب فشل المنتجات الجديدة . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية ● والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

المنهج التفصيلي (النظري والعملي)

| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
|---------|--|---|
| ١٠ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الثانية: سلوك المتعاملين <ul style="list-style-type: none"> ○ تعريف السوق وعناصره . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية ● والتحريرية |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|--|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ شروط العملية الشرائية . ○ العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك . ○ قرار الشراء لدى المستهلك . ○ الفرق بين سلوك المستهلك النهائي و المشتري الصناعي . ○ مراحل الشراء لدى المستهلك النهائي . ○ مراحل الشراء لدى المشتري الصناعي . ○ تمرين عملي رقم (١) : تعدد شروط العملية الشرائية . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تستنتج العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك من خلال حالة دراسية . ○ تمرين عملي رقم (٣) : تذكر الفرق بين المستهلك النهائي والمشتري الصناعي مدعمة بأمثلة من الواقع . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تشرح مراحل الشراء لدى المستهلك النهائي والمشتري الصناعي . | <ul style="list-style-type: none"> ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|---|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| ٢٠ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الثالثة: دور العبوة و العلامة التجارية في النجاح المتكامل <ul style="list-style-type: none"> ○ مفهوم التعبئة والتغليف ووظائفها . ○ مفهوم العلامة التجارية وصورها . ○ أسباب قبول العملاء على التعامل مع علامة تجارية معينة . ○ عوامل قوة العلامات التجارية في مواجهة المنافسين . ○ كيفية اختيار الاسم التجاري . ○ تمرين عملي رقم (١) : تصف التعبئة و التغليف على منتج معين . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تناقش مفهوم العلامة التجارية مع ذكر أمثلة من الواقع . ○ تمرين عملي رقم (٣) : تعدد أسباب قبول العملاء على التعامل مع علامة تجارية معينة . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تستنتج عوامل قوة العلامات التجارية في مواجهة المنافسين . ○ تمرين عملي رقم (٥) : تشرح كيفية اختيار الاسم التجاري مع تحليل اسم تجاري عالمي . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|--|---|---------|
| أدوات التقييم | المحتوى | الساعات |
| <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة ● بحث تقني | <p>● الوحدة الرابعة: مستجدات في عالم التسويق الجديد</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ التسويق المباشر . ○ التسويق عبر الانترنت . ○ التسويق بالعلاقات و بناء العلاقات طويلة الأجل . ○ تقييم النشاط التسويقي . ○ تمرين عملي رقم (١) : تفرق بين التسويق المباشر و التسويق الغير مباشر مع ذكر أمثلة . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تعدد مزايا التسويق المباشر و عبر الانترنت . ○ تمرين عملي رقم (٣) : تناقش عبارة الخصوصية و الثقة كأساس لجذب العملاء والإحتفاظ بهم . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تستنتج طريقة القيام بالتسويق بالعلاقات من خلال حالة دراسية . ○ تمرين عملي رقم (٥) : تشرح عناصر نظام التقييم التسويقي | ١٥ |

| اسم المقرر التدريبي | الذكاء العاطفي في المبيعات | الرمز | ٠٠٨ تسوق |
|---------------------|----------------------------|-----------------------------|----------|
| الساعات المعتمدة | ٢,٥ | ساعات اتصال (ساعة/أسبوع) | ٥ |

وصف المقرر

يصف هذا المقرر مهارات الذكاء العاطفي وخطوات عملية لتحسين الذكاء العاطفي و خطوات عملية التأثير في البيع ، والبحث عن العملاء الجدد ، والذكاء العاطفي في عالم الأعمال ، و الصفات الرئيسية لثقافات المبيعات ذات الذكاء العاطفي .

الهدف العام من المقرر

يهدف هذا المقرر إلى اكساب المتدربة مهارات الذكاء العاطفي للنجاح في المبيعات .

الأهداف التفصيلية للمقرر: أن تكون المتدربة قادرة على أن:

- (١) تشرح مفهوم الذكاء العاطفي
- (٢) تذكر خطوات عملية لتحسين الذكاء العاطفي .
- (٣) تناقش خطوات عملية البحث عن عملاء .
- (٤) تبين أهمية الذكاء العاطفي لعالم الأعمال و أثره على التسويق .
- (٥) تستنتج خطوات عملية لبناء ثقافة مبيعات ذات ذكاء عاطفي .

| ساعات التدريب | الوحدات (النظرية والعملية) |
|---------------|--|
| ١٤ | الوحدة الأولى : الذكاء العاطفي |
| ٢١ | الوحدة الثانية : البحث عن عملاء جدد |
| ٩ | الوحدة الثالثة : الذكاء العاطفي في عالم الأعمال |
| ٢١ | الوحدة الرابعة : الصفات الرئيسية لثقافات المبيعات ذات الذكاء العاطفي |
| ٦٥ | المجموع |

إجراءات واشتراطات السلامة:

- ١) إتباع تعليمات سلامة المكان .
- ٢) القيام بالعمل بما يتوافق مع اشتراطات الأمن والسلامة لتأدية مهام وواجبات المهنة .
- ٣) إتباع دليل إجراءات قواعد الصحة والسلامة المهنية .
- ٤) المحافظة على سلامة الأجهزة المستخدمة .
- ٥) ترتيب المكان بعد الإنتهاء من العمل .

المنهج التفصيلي (النظري والعملي)

| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
|---------|---|--|
| ١٤ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الأولى: الذكاء العاطفي <ul style="list-style-type: none"> ○ تعريف الذكاء العاطفي . ○ خطوات عملية تحسين الذكاء العاطفي . ○ الاستجابة الذكية عاطفياً . ○ مهارات الذكاء العاطفي . ○ خطوات عملية التأثير في البيع . ○ تمرين عملي رقم (١) : تعرف الذكاء العاطفي . ○ تمرين عملي رقم (٢) : شرح خطوات عملية تحسين الذكاء العاطفي . ○ تمرين عملي رقم (٣) : تناقش الاستجابة الذكية عاطفياً . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تعدد مهارات الذكاء العاطفي . ○ تمرين عملي رقم (٥) : تذكر خطوات عملية التأثير في البيع . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة |

المنهج التفصيلي (النظري والعملي)

| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
|---------|---|---|
| ٢١ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الثانية: البحث عن عملاء جدد <ul style="list-style-type: none"> ○ خطوات عملية البحث عن عملاء . ○ قياس مدى محبة الناس لك وإعجابهم بك . ○ التوقعات . ○ مهارات التساؤل . ○ تمرين عملي رقم (١) : تشرح خطوات عملية البحث عن عملاء . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تطرح أسئلة قياس مدى المحبة الإعجاب . ○ تمرين عملي رقم (٣) : تذكر خطوات عملية من اجل تحسين التوقعات . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تناقش عملية تحسين مهارات التساؤل . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● بحث |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|---|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| ٩ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الثالثة: الذكاء العاطفي في عالم الأعمال <ul style="list-style-type: none"> ○ أهمية الذكاء العاطفي لعالم الأعمال . ○ الإدارة و الذكاء العاطفي . ○ الموظفون و الذكاء العاطفي . ○ الذكاء العاطفي و التحفيز . ○ الذكاء العاطفي و الصحة العقلية . ○ الذكاء العاطفي و الصحة البدنية . ○ الذكاء العاطفي و الذكاء الاصطناعي . ○ تمرين عملي رقم (١) : مناقشة أهمية الذكاء العاطفي لعالم الأعمال و أثره على التسويق . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● مناقشة |

| المنهج التفصيلي (النظري والعملي) | | |
|----------------------------------|--|--|
| الساعات | المحتوى | أدوات التقييم |
| ٢١ | <ul style="list-style-type: none"> ● الوحدة الرابعة: الصفات الرئيسية لثقافات المبيعات ذات الذكاء العاطفي <ul style="list-style-type: none"> ○ التأخر والتعلم . ○ كلمة أنا و نحن في الفريق . ○ العطاء أفضل . ○ خطوات عملية لبناء ثقافة مبيعات ذات ذكاء عاطفي . ○ تمرين عملي رقم (١) : تناقش أهمية التدريب والتطوير في الشركات وتأثيرها على النجاح . ○ تمرين عملي رقم (٢) : تشرح عبارة (احذف أنا وادعم نحن) في المبيعات. ○ تمرين عملي رقم (٣) : تثبت من خلال شركة ناجحة عبارة (أن العطاء أفضل من الأخذ في المبيعات) . ○ تمرين عملي رقم (٤) : تستنتج خطوات عملية لبناء ثقافة مبيعات ذات ذكاء عاطفي من خلال حالة دراسية . | <ul style="list-style-type: none"> ● الاختبارات والأعمال الشفهية والتحريرية ● الملاحظة المباشرة ● الأداء العملي ● بحث تقني |

ملحق تجهيزات المعامل والورش والمختبرات

أولاً: بيان بالمعامل والورش

| م | اسم المعمل/الورشة | الطاقة الاستيعابية للتدريب | الموارد البشرية (مع الشهادات المطلوبة) | الحقائب التدريبية المستفيدة من المعمل/الورشة |
|----|-------------------|-------------------------------|--|---|
| ١. | قاعة تدريبية | ٢٥ | بكالوريوس تسويق على الأقل | التسويق الالكتروني مهارات البيع الاحترافي التسويق الابتكاري الذكاء العاطفي في المبيعات |

ثانياً: التجهيزات التفصيلية لكل معمل أو ورشة

| قاعة تدريبية | | |
|--------------|--|--------|
| م | اسم الصنف | الكمية |
| ١. | جهاز كمبيوتر متكامل للمدرسة . | ١ |
| ٢. | وحدة إنترنت . | ١ |
| ٣. | النسخة الحديثة من برنامج مايكروسوفت . | ١ |
| ٤. | جهاز عرض بيانات (بروجكتر) عالي الدقة . | ١ |
| ٥. | مؤشر للمدرسة . | ١ |
| ٦. | جهاز آيباد للمتدربات . | ٦ |
| ٧. | طاولت دائرية للمتدربات | ٦ |
| ٨. | كراسي للمتدربات | ٢٥ |

المراجع

| م | الإسم |
|----|--|
| .١ | د. على الزعبي ، د.احمد صالح النصر، (2019) التسويق الالكتروني في القرن الحادي والعشرين دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع . |
| .٢ | عبد الحميد ، طلعت أسعد (٢٠١٦) ، التسويق الفعال : الإطار المستقبلي لتكوين الثروة في منشآت الأعمال . (ط٢٥) . الجيزة دار تنوير للنشر والتوزيع . |
| .٣ | د. أحمد المغربي (٢٠١٦) ، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، دار الفجر للنشر والتوزيع . |
| .٤ | https://emarketing.sa |
| .٥ | كولين ستانلي (٢٠١٥) ، الذكاء العاطفي للنجاح في المبيعات ، حقوق الترجمة والنشر والتوزيع محفوظة لمكتبة جرير . |
| .٦ | https://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/531170 |