



من العرض إلى الشراء: كيف تصنع أنشطة التسويق البصري الفارق؟	عنوان الواجب
	المُعَيَّن
2025--13-2 16-2-2025	تاريخ الإصدار الموعد النهائي المدة (تقريبًا)
شهادات Pearson BTEC International التأهيلية من المستوى 2 في إدارة الأعمال	مجموعة المؤهلات المشمولة
الوحدة 19: تقنيات الترويج والعرض المرئية لأعمال البيع بالتجزئة	الوحدات المشمولة
أ: فهم أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين في شركات البيع بالتجزئة. ب: تعرف على التقنيات والأدوات التي يستخدمها تجار التجزئة للبضائع وعرض منتجاتهم بصريًا.	أهداف التعلم المشمولة
قد حصلت على وظيفة كمتدرب في شركة استشارية متخصصة في التسويق البصري. وكجزء من برنامجك التدريبي، طلب منك مديرك إجراء بحث شامل حول أنشطة الترويج المرئي التي يقوم بها المختصون في تصميم العروض البصرية، مع التركيز على الأدوات والأساليب التي يستخدمها هؤلاء التجار في تصميم وتنسيق العروض المرئية التي تهدف إلى جذب العملاء وتحفيزهم على شراء المنتجات. ستقوم بدراسة هذه الأنشطة في شركتين تعملان في قطاعات فرعية مختلفة داخل قطاع البيع بالتجزئة (مثل الموضة والإلكترونيات أو مستحضرات التجميل والمواد الغذائية). ستبحث في كيفية استخدام الأدوات والتقنيات المختلفة في كل شركة لتصميم عروض بصرية فعالة. بالإضافة إلى ذلك، ستقوم بتحليل فعالية هذه الأنشطة في كل شركة، من خلال تقييم مدى جذبها للعملاء وتحفيزهم على الشراء، مع تقديم استنتاجات مدعومة بالأدلة حول نقاط القوة والضعف في استراتيجيات الترويج المرئي لدى الشركتين.	السيناريوهات
بصفتك متدربًا في شركة استشارية متخصصة في التسويق البصري، طُلب منك إعداد تقرير شامل يتناول دراسة أنشطة الترويج المرئي في شركتين تعملان في قطاعات فرعية مختلفة ضمن قطاع البيع بالتجزئة. سيركز التقرير على الأدوات والتقنيات المستخدمة لتحسين العروض البصرية وجذب العملاء. يتضمن التقرير المواضيع التالية: مقدمة عن الشركتين المختارتين: ● وصف شامل للشركتين مع التركيز على: □ القطاع الفرعي الذي تنتمي إليه كل شركة (مثل الموضة، الإلكترونيات، مستحضرات التجميل، المواد الغذائية وغيرها). □ حجم كل شركة (كبيرة، متوسطة، صغيرة) وتأثير ذلك على استراتيجيات الترويج. □ طبيعة المنتجات التي تقدمها كل شركة. شرح أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين: ● تحديد مسؤوليات التجار مع ذكر الامثلة التوضيحية . ● تحديد الأنشطة الرئيسية التي يقوم بها التجار المرئيون في كل شركة، مثل:	المهمة 1

- ترتيب المنتجات.
- تصميم بيانات التسوق.
- إنشاء العروض الترويجية.
- توضيح كيفية تنظيم هذه الأنشطة لتناسب مع طبيعة القطاع الفرعي وحجم المتجر.

تأثير الحجم والقطاع الفرعي على أنشطة التجار المرئيين:

- تحليل كيف يؤثر حجم المتاجر والقطاع الفرعي لكل شركة على:
 - استراتيجيات العروض البصرية.
 - الأدوات والتقنيات المستخدمة.
- مقارنة الاختلافات والتشابهات في أنشطة التجار المرئيين بين الشركتين.

التقنيات المستخدمة في الترويج المرئي:

- شرح مفصل للتقنيات التي يستخدمها التجار المرئيون في كل شركة، بما في ذلك:
 - التقنيات النفسية: مثل استخدام الألوان، الإضاءة، والموسيقى لجذب العملاء.
 - التقنيات البصرية: مثل ترتيب المنتجات والإضاءة المركزة على العروض.
 - تقنيات العرض: مثل استخدام الشاشات الرقمية والعروض التفاعلية.

الأدوات المستخدمة في الترويج المرئي:

- وصف الأدوات التي يعتمد عليها التجار المرئيون في تنفيذ العروض، مثل:
 - برامج تصميم العروض البصرية.
 - أدوات العرض الرقمي.
 - معدات ترتيب المنتجات.

تحليل فوائد تقنيات وأدوات الترويج المرئي:

- دراسة تأثير تقنيات وأدوات الترويج المرئي على:
 - الشركتين: تعزيز المبيعات وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
 - العملاء: تحسين تجربة التسوق وتحفيز الشراء.



□ الموردین: تحسين عرض منتجاتهم وزيادة الطلب عليها.

فحص فعالية الأنشطة والتقنيات والأدوات:

- تقييم مدى نجاح الأنشطة والتقنيات المستخدمة في تحقيق الأهداف التجارية لكل شركة:

□ زيادة المبيعات.

□ تحسين تجربة العملاء.

□ تعزيز التميز في السوق.

استنتاج مدعوم بالأدلة:

- تقديم استنتاج شامل حول الأنشطة أو التقنيات أو الأدوات التي كان لها التأثير الأكبر على نجاح الأعمال في الشركتين.
- دعم الاستنتاج بأدلة واضحة بناءً على التحليل السابق.

إعداد تقرير

الإثباتات التي يجب
أن تقدمها لهذه
المهمة

المعايير التي تتناولها هذه المهمة:		
مرجع المعيار	الوحدة	لتحقيق المعايير، يجب عليك إثبات قدرتك على ما يلي:
A.P1	19	اشرح، باستخدام الأمثلة ذات الصلة، أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين في شركتين للبيع بالتجزئة تعملان في قطاعات فرعية مختلفة.
A.P2	19	اشرح، باستخدام الأمثلة، كيف يؤثر الحجم والقطاع الفرعي لمنافذ البيع بالتجزئة على عمل التجار المرئيين.
B.P3	19	اشرح، باستخدام الأمثلة ذات الصلة، التقنيات المستخدمة من قبل التجار المرئيين في شركتين للبيع بالتجزئة تعملان في قطاعات فرعية مختلفة.
B.P4	19	صف، باستخدام الأمثلة ذات الصلة، الأدوات التي يستخدمها التجار المرئيون في شركتين للبيع بالتجزئة تعملان في قطاعات فرعية مختلفة.
A.M1	19	حلل كيفية تأثير الحجم والقطاع الفرعي لشركتي بيع بالتجزئة مختارتين على أنشطة ومسؤوليات التجار المرئيين.
B.M2	19	حلل فوائد استخدام التقنيات والأدوات المختلفة لشركتين للبيع بالتجزئة تعملان في قطاعات فرعية مختلفة، بما في ذلك العملاء والموردين.
AB.D1	19	قيم فعالية نجاح الأعمال للأنشطة والمسؤوليات والتقنيات والأدوات التي يستخدمها التجار المرئيون في شركتين للبيع بالتجزئة تعملان في قطاعات فرعية مختلفة.



تقديم تقييم المتعلم وإقراره

يجب على المتعلم ملء بيانات هذه الصفحة وإرفاقها بالعمل المقدم للتقييم.

اسم المتعلم:		اسم المُقيم:	
تاريخ الإصدار:	تاريخ الإتمام:	تاريخ التقديم:	
الموئل:			
مرجع التقييم وعنوانه:			

يُرجى سرد الدليل المقدم لكل مهمة. حدد أرقام الصفحات حيث يمكن العثور على الدليل أو صِف طبيعة الدليل (على سبيل المثال: فيديو، رسم توضيحي).

مرجع المهمة	الدليل المقدم	أرقام الصفحات أو وصفها

ملاحظات لتدوينها من قِبَل المُقيم:

إقرار المتعلم	
أقر بأن العمل المقدم لهذا الواجب من إعدادي. وقد أضفت بوضوح مراجع بأي مصادر مستخدمة في العمل. وأفهم أن الإقرار الزائف هو شكل من أشكال سوء التصرف.	
توقيع المتعلم:	التاريخ: