



المعيار المهني

لمهنة مسوق رقمي
المستوى المهني

المحتويات

4	كلمة معالي وزير العمل- رئيس مجلس تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية
4	كلمة معالي رئيس هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية
5	2- أسماء السادة أعضاء لجنة المهارات / لجنة الخبراء (هيئة DACUM)
6	3- قائمة المصطلحات
7	4- قائمة الاختصارات
7	1-4 قائمة اختصارات مصطلحات المهنة
9	2-4 قائمة اختصارات مصطلحات المعيار المهني
9	5- بيانات عامة عن المعايير
10	6- وصف المعيار
10	1-6 وصف عام للمعيار المهني لوظيفة / مهنة مسوق رقمي / المستوى المهني
10	2-6 الغاية من المعايير المهنية لمهنة مسوق رقمي / المستوى المهني
10	3-6 السياقات التمهيدية وخلفية تطوير المعيار
11	4-6 المسوغات والمبررات
11	5-6 العمليات المنفذة
11	6-6 الجهات الفاعلية والمؤسسات المشاركة في التنمية
11	7-6 ملكية هذه المعايير
11	8-6 عملية التحقق
12	9-6 وصف ونطاق المهنة
12	10-6 اسم المهنة
12	11-6 المستوى المهني
12	12-6 أماكن العمل المحتملة
12	13-6 العلاقات مع الشركاء
13	14-6 القوانين والأنظمة المتعلقة بالمهنة
13	15-6 الاعتراف بالتعلم المسبق (الخبرات السابقة والمؤهلات التعليمية)
13	1-15-6 ذوي خبرات ومؤهل جامعي متخصص
13	2-15-6 ذوي خبرات
13	16-6 المخطط التنظيمي للمهنة / العلاقات البيئية
14	17-6 المخاوف والنظرة المستقبلية للمهنة:
14	1- 17-6 المخاوف
14	2- 17-6 التطلعات المستقبلية
15	7- الإطار المرجعي للكفايات المهنية / الفنية
37	8- معايير الأداء
69	9 - سلوكيات وأخلاقيات العامل (القيم الأخلاقية)
70	10- قواعد السلامة والصحة المهنية

- 70 1-10 بروتوكول موقع العمل والإجراءات الوقائية
- 70 3-10 تنظيم مواقع العمل
- 70 4-10 معدات الوقاية الشخصية
- 71 5-10 الأجهزة والآلات والأدوات والمعدات والمواد
- 71 11- شروط الالتحاق بالبرنامج
- 71 12- وصف بيئة العمل في ظل قانون العمل الأردني
- 71 1-12 ساعات العمل
- 72 2-12 الظروف البيئية
- 72 3-12 متطلبات بيئة العمل
- 73 13- معيار مدة التنفيذ ونقل المهارة
- 73 14- قائمة المراجع
- 73 1-14 المراجع العربية
- 74 15- قائمة الملاحق
- 74 1-15 قائمة الواجبات والمهام طبقا لمخطط DACUM
- 74 2-15 خطة التدريب
- 74 3-15 الوصف التدريبي
- 74 4-15 ملاحظات إرشادية للمدرسين
- 74 5-15 مواد تدريب المعلم / المدرب
- 74 6-15 مواد تدريب المتعلم / المتدرب
- 74 7-15 أنشطة البرنامج التدريبي
- 74 8-15 نموذج الامتحان النهائي (نظري)
- 74 9-15 نموذج الامتحان النهائي (عملي)
- 74 10-15 نموذج بطاقة التمرين
- 74 11-15 نموذج امتحان نهائي (اختيار من متعدد)
- 74 12-15 موجهات كتابة محتوى الكتاب
- 74 13-15 دليل العروض التقديمية
- 74 14-15 مواصفات وشروط المدرسين (معايير اختيار المدرسين)

كلمة معالي وزير العمل- رئيس مجلس تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية

تعتبر وزارة العمل من الوزارات الخدمية التي تسعى إلى تقديم الخدمات للمواطنين، ومن أبرز الخدمات التي تقوم الوزارة بتقديمها، خدمات (الإشراف على شؤون العمل والعمال، تشغيل الاردنيين في الداخل والخارج والمساهمة في تنظيم سوق العمل الأردني ووضع التعليمات اللازمة لتوفير فرص العمل والتشغيل للأردنيين داخل المملكة وخارجها وبالتعاون مع الجهات المختصة.

تأكيدا لذلك يسر مجلس تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية في إطار جهوده الرامية لإصلاح قطاع التدريب والتعليم المهني والتقني، والهادفة إلى تمكين هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية؛ ليكون مسؤولا عن إعداد معايير الاعتماد وضبط الجودة لترخيص واعتماد مؤسسات التدريب والتعليم المهني والتقني وإجراء اختبارات المزاوله لممارسي الأعمال المهنية، ومنح إجازة المزاوله المهنية؛ أن يقدم المعايير المهنية لمهنة مسوق رقمي / المستوى المهني والتي تم إعدادها بالشراكة والتنسيق مع مشروع التعليم والتدريب المهني والتعليم العالي الموجه نحو سوق العمل (MOVE-HET)، المنفذ من قبل الوكالة الألمانية للتعاون الدولي GIZ والممول من الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية (BMZ) وبالتعاون مع شركة GFA بألمانيا (GFA Consulting Group)، والشركة الوطنية للتشغيل والتدريب وشركة إبسيلون لتطوير التعليم والتدريب .

ونظرا لأهمية موضوع المعايير المهنية؛ يأتي هذا الدليل للرجوع إليه والاستفادة منه عند بناء البرامج التدريبية والاختبارات المهنية واعتمادها، بما يساهم في تحسين مستوى التدريب والخريجين، كما يعد مرجعا فنيا لذوي العلاقة سواء كان في التشغيل والتوظيف، أو إعداد التشريعات....إلخ.

وإذ يصادق المجلس على هذه السلسلة من المعايير المهنية فإنه يرجو أن يكون قد ساهم من خلال هذا الجهد الجماعي الذي تم العمل عليه بجهد متواصل للفرق القطاعية واللجان الفنية، في بناء المعايير المهنية ذات الأولوية للتدريب في سوق العمل الأردني، وأن يكون محفراً لمزيدٍ من الأدلة التي تعنى بالقطاعات المهنية الأخرى .

وختاماً أسأل المولى العلي القدير أن تكون هذه السلسلة من المعايير المهنية عوناً لرئيسنا ومساعداً لتطوير العمل في هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية بشكل عام والعاملين في مجال التسويق الرقمي المهنيين بأمكان العمل المختلفة ومدربيهم بشكل خاص، وقد روعي في إعداد هذه المعايير الحداثة ومواكبة التطور بما يخدم عملية إعداد المهنيين وتلبية احتياجات تنفيذ البرامج التدريبية بكفاءة وفاعلية، ومن المؤمل أن ينعكس أثر هذا المجهود على تحسين نوعية التدريب وتطوير أداء المدربين ورفع سوية الخريجين، بحيث يكون متجاوباً ومتوائماً مع متطلبات واحتياجات سوق العمل في أردننا الغالي، والله نسال أن يوفقنا لما فيه الخير والصالح.

وزير العمل .رئيس مجلس تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية

(يوسف الشمالي)

كلمة معالي رئيس هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية

تأسست هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية في عام 2019 بمقتضى المادة 31 من الدستور الأردني، وبناء على قانون رقم (9) من سنة 2019؛ قانون تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية؛ والذي تم اعداده بما يتوافق مع توصيات الاستراتيجية الوطنية لتنمية الموارد البشرية (وضع هياكل تنظيمية واضحة لحاكمية القطاع لضمان اجراء تطبيق المسائلة في انحاء القطاع). وانطلاقاً من رؤية الهيئة المتمثلة في إعداد قوى بشرية تمتلك المهارة والخبرة المهنية والتقنية تلبي احتياجات سوق العمل وقادرة على المشاركة بالمشاريع الريادية وإعداد وتأهيل القوى العاملة لسوق العمل وإكسابهم المهارات الأدائية والاتجاهية الصحيحة وتمكينهم من مواكبة التطور السريع في سوق العمل، الأمر الذي يستدعي وجود مرجعية قياسية (معايير مهنية) يتم في ضوئها ضبط نواتج العملية التدريبية، وتحسين ارتباطها بالاحتياجات النوعية لسوق العمل، ويتم إعدادها بمشاركة فاعلة من الشركاء الاجتماعيين، بالإضافة إلى مزودي التدريب بحيث تمثل هذه المعايير المهنية الركيزة الأساسية في إعداد وتطوير المناهج وبناء البرامج التدريبية وتصميم الاختبارات المهنية، كونها المعيار أو المحك الذي يحتكم إليه لبيان مدى ملائمة الخريج أو المتدرب لاحتياجات ومتطلبات أسواق العمل المحلية والإقليمية.

كما أن عملية تطوير وتنمية الموارد البشرية للحاق بهذا التطور السريع في أسواق العمل الوطنية والدولية يقتضي وجود الكوادر المؤهلة لذلك، وهذه الكوادر -ومنها مقدمو خدمات التسويق الرقمي - يجب أن يكون لهم ولأدائهم مرجعية قياسية (معايير مهنية) يتم في ضوئها ضبط تقديم خدمات أنظمة التسويق الرقمي ونواتجها، على أن يتم إعداد هذه المعايير المرجعية بمشاركة فاعلة من الشركاء الاجتماعيين، بالإضافة إلى مقدمي الخدمات أنفسهم ومزوديهما .

تأسيساً على ذلك تم بناء المعايير المهنية في هذا الدليل المهني وفق مخطط دايمك DACUM من قبل خبراء ومختصين ممارسين للمهنة، بالإضافة إلى خبراء تعليم وتدريب وشركات متخصصة في المجال (كبيرة - متوسطة - صغيرة) الحجم؛ بهدف إيجاد وصف دقيق لمتطلبات التدريب والتشغيل اعتماداً على تصنيف وتوصيف مهني معتمد، وقد تم اعتماد التصنيف الأردني المعياري للمهن ٢٠٢١ -JSCO- والإطار الوطني للمؤهلات في المملكة الأردنية الهاشمية 2020 كمرجعين أساسيين في إعداد المعايير المهنية الوطنية مع ما هو ملائم ومناسب لمتطلبات سوق العمل الأردني الحالية والمستقبلية؛ بهدف أن تكون إطاراً مرجعياً ليس فقط لمزودي تدريب المهنيين بالتسويق الرقمي ومن في حكمهم، بل أيضاً لتكون مرجعاً لمقدمي خدمات التسويق الرقمي أنفسهم .

وأخيراً فإن الهيئة إذ تبذل كل الجهد في هذا السياق فإنها تسعى إلى تحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها، ومنها إعداد معايير مهنية تقود إلى اعتماد وإصدار التراخيص اللازمة لمزودي الخدمات، ومنح إجازة مزاولة المهن، وهي هنا تسعى لمنح ترخيص مزاولة المهنة على المستوى "المهني" وهو ما يوازي المستوى (الرابع) طبقاً للإطار الوطني للمؤهلات في المملكة الأردنية الهاشمية.

إن هذه المبادرة من هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية تعد نقطة انطلاق نحو المضي قدماً لتطوير برامج متخصصة بالدرجات العلمية الأعلى طبقاً لقواعد الاعتراف بالتعليم المسبق ومستويات الإطار الوطني للمؤهلات في المملكة الأردنية الهاشمية.
والله الموفق،

رئيس هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية

(الدكتورة رغدة الفاعوري)

2- أسماء السادة أعضاء لجنة المهارات / لجنة الخبراء (هيئة DACUM)

الميسرون وأعضاء اللجنة

خبير دولي أول وميسر GFA – MOVE-HET (GIZ) - DACUM	الدكتور أبو الفضل عبده
المستشار الفني الإقليمي - MOVE-HET (GIZ)	الأستاذ محمود الشرييني
إبسيلون لتطوير التعليم والتدريب - EBSILON	الأستاذ جودي سعيد
مدير الاعتماد - هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية	المهندس أيمن الوريكات
مدير وحدة تطوير الأداء المؤسسي - الشركة الوطنية للتشغيل والتدريب	المهندس مهند الخضيرى

لجنة الخبراء (هيئة DACUM)

هيئة DACUM	
<ul style="list-style-type: none"> المهندسة لانا علي العتوم المهندس ماهر نمري المهندس محمد أبو السعود المهندس محمد هاني عوض الله السيدة هبة أحمد أبو حمر المهندس ينال سالم المعاينة <p>(الأسماء مرتبة هجائياً)</p>	<ul style="list-style-type: none"> المهندس أشرف يحي أبو رشيد المهندس تائر المجالي المهندس جودت شماس المهندس حامد الحضيري المهندسة فرح حسين النعيمات المهندسة رغد باسم المهندس عبد الله الدويكات

3- قائمة المصطلحات



المعيار المهني	<ul style="list-style-type: none"> • هو المقاييس المرجعية المتعلقة بقياس مدى تلبية الفرد لمتطلبات الأداء. • هو مجموعة المقاييس المرجعية التي من خلالها يمكن التحقق من مدى امتلاك الفرد الكفايات - المعارف والمهارات والسلوكيات - للقيام بالعمل في المهنة بالطريقة الصحيحة.
الإطار الوطني الاردني للمؤهلات	إطار وطني للمؤهلات الأردنية: الأكاديمية والمهنية، يتضمن تصنيفاً هرمياً لجميع مستويات المؤهلات والشهادات المرتبطة ببرامج التعليم العالي والتعليم العام والتدريب والتعليم المهني والتقني ضمن واصفات لكل مستوى لتحديد المعارف والمهارات والكفايات التي ينبغي أن تكون مرتبطة بالمؤهل.
المؤهل	شهادة تمنح لخريج برنامج تعليمي او تدريبي معين له حد أدنى من ساعات التعليم والتدريب.
كفاية	القدرة على أداء نشاط منتج بدرجة إتقان / مستوى أداء بحسب معايير سوق العمل.
وحدة الكفاية	تمثل وحدة الكفاية مهمة رئيسة أو دوراً رئيساً من أدوار شغل العامل في عمل أو مهنة محددة.
عنصر الكفاية	أحد لبنات بناء وحدة الكفاية ويمثل نشاطاً رئيساً أو واجباً من واجبات الشغل الذي تغطيه وحدة الكفاية.
معيار أداء العمليات	محك مرجعي أو مقياس لمراقبة أو تقويم كفاءة وفاعلية العمليات، ويستخدم لتحقيق المساءلة وتحديد مواطن التحسين.
معيار أداء المنتج	محك مرجعي أو مقياس لمراقبة أو تقويم كفاءة وفاعلية الخدمة / المنتج النهائي، ويستخدم لتحقيق المساءلة وتحديد مواطن التحسين.
المستوى المهني	تشمل فئة مستوى العامل المهني الأعمال التي يتطلب إنجازها توافر مهارات عملية ومعلومات مهنية تغطي إطار المهنة بشكل كامل لدى شاغليها لتمكينهم من ممارسة مهام وواجبات العمل / المهنة بدرجة إتقان بحسب متطلبات سوق العمل، ولتمكينهم من توزيع العمل على المرؤوسين، وتنمية مهاراتهم. يحتاج الأفراد في هذه الفئة إلى تأهيل وتعليم مهني يوازي إنهاء مرحلة التعليم الثانوي كأساس كحد أدنى وتعاادل المستوى الرابع على الاطار الوطني الاردني للمؤهلات _ المسار المهني.

4- قائمة الاختصارات

4-1 قائمة اختصارات مصطلحات المهنة

الاختصار باللغة الإنجليزية	المصطلح باللغة الإنجليزية	المصطلح باللغة العربية
	Remarketing	تجديد النشاط التسويقي
SEM	Search Engine Marketing	تسويق محركات البحث
SEO	Search Engine Optimization	تحسين محركات البحث
	Budget	الميزانية
ROT	Revenue of Investment	العائد على الاستثمار
	Content	المحتوى
	Branding	العلامة التجارية
	Deadline	الموعد النهائي
IM	Internal Marketing	التسويق الداخلي
ME	Marketing Elements	عناصر التسويق
MS	Market Segmentation	تجزئة السوق
B2B	Business to Business Marketing	تسويق شركة إلى شركة
B2C	Business to Customer Marketing	تسويق شركة إلى عميل
C2C	Customer to Customer Marketing	تسويق عميل إلى عميل
C2B	Customer to Business Marketing	تسويق عميل إلى شركة

2-4 قائمة اختصارات مصطلحات المعيار المهني

OS	Occupational Standards
TVSDC	Technical and Vocational Skills Development Commission
JNQF	Jordanian National Qualification framework
UC	Unite competency
EC	Element Competency
OS-SDC-DM1-022	OS: Occupational Standard SDC: Skills Development Commission DM: Digital Marketing 1: Nr of the OS 022: year 2022

5- بيانات عامة عن المعايير

التسويق - الخدمات والبيع الصناعي - الخدمات - المدني - العسكري - التسويق الرقمي	القطاع	العاملون في التسويق الرقمي	المهن ذات الصلة
		حسب التصنيف الدولي المعياري للمهن - 08	الرمز
		حسب التصنيف العربي المعياري للمهن - 08	
		حسب التصنيف الأردني المعياري للمهن - 2021	
هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية	موافق عليه من قبل	الشركة الوطنية للتشغيل والتدريب بالتعاون مع الوكالة الألمانية للتعاون الدولي GIZ وشركة إبسيلون لتطوير التعليم والتدريب	مطور من خلال
	تاريخ الموافقة		تاريخ المراجعة
800 ساعة تدريبية	عدد الساعات المعتمدة المطلوبة	الإطار الوطني للمؤهلات	مستوى المؤهل الدال

		المستوى الرابع - المسار المهني	
			مؤهل مرجعي رقم
	الرمز		المعايير الوطنية التي ترتبط مع المعايير

6- وصف المعيار

1-6 وصف عام للمعيار المهني لوظيفة / مهنة مسوق رقمي / المستوى المهني

" هو الشخص الذي يحلل ويدرس السوق ويشارك في وضع وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي ويعد التقارير النهائية والتأكد من تأمين كافة البيانات والمعلومات بحسب التعليمات، وضبط ومعايرة الأجهزة بحسب التعليمات والقيم المقررة، وتطبيق إجراءات وتعليمات السلامة والصحة المهنية".

2-6 الغاية من المعايير المهنية لمهنة مسوق رقمي / المستوى المهني

الغاية من المعايير المهنية لمهنة مسوق رقمي والتي تم إعدادها بمشاركة فاعلة من الخبراء الممارسين في سوق العمل وخبراء التدريب والمدربين في الشركة الوطنية للتشغيل والتدريب والمؤسسات التدريبية في قطاع التدريب والتعليم المهني والتقني هي سد الفجوة بين الكفايات المهنية لخريجي برامج التسويق الرقمي على وجه العموم وخريجي الشركة على وجه الخصوص وما يحتاجه قطاع العمل في مجال التسويق الرقمي من خلال تصميم برامج تدريبية تؤهل الخريج إلى الانخراط في سوق العمل والمنافسة فيه.

3-6 السياقات التمهيدية وخلفية تطوير المعيار

في ضوء رؤية هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية والتي تتمثل في إعداد (قوى بشرية تمتلك المهارة والخبرة المهنية والتقنية تلبي احتياجات سوق العمل وقادرة على المشاركة بالمشاريع الريادية) وتبعا لرسالتها التي تسعى لتنفيذها وهي (تحفيز الشباب على الالتحاق بالتدريب والتعليم المهني والتقني في المملكة مما يساهم في خلق فرص العمل وترسيخ مفهوم ريادة الأعمال وحل مشكلتي الفقر والبطالة والإسهام في النمو الاقتصادي).

وكذلك تبعا لأهدافها المتمثلة في:

- تشجيع جميع أشكال التعلم وتطوير المهارات والاعتراف بها ضمن المنظومة التعليمية وسوق العمل بالإضافة لخلق خيارات جديدة للتعليم والتدريب المهني والتقني ذات مستوى عال بما يتناسب مع مستويات الإطار الوطني للمؤهلات.

- تحسين جودة التعليم والتدريب المهني والتقني من خلال وضع معايير ثابتة لتعيين وتدريب المدربين في القطاع، ومواءمة المعايير وضمان الجودة بين جميع المؤسسات، ورفع مستوى التنسيق مع القطاع الخاص.
- تنويع طرق تمويل قطاع التعليم والتدريب المهني والتقني، بما في ذلك تشجيع الشراكات ما بين القطاعين العام والخاص.
- الترويج للتعليم والتدريب المهني والتقني كفرصة ذهبية للتعلم منذ عمر مبكر لضمان العيش الكريم.

وكذلك تبعا لقانون رقم (9) لسنة 2019 قانون تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية والذي تم اعداده بما يتوافق مع توصيات الاستراتيجية الوطنية لتنمية الموارد البشرية (وضع هياكل تنظيمية واضحة لحاكمية القطاع لضمان اجراء تطبيق المسائلة في انحاء القطاع) وخاصة المادة 3-ب-5 (تنظيم العمل المهني بمستوياته وفق الإطار الوطني للمؤهلات وإجازة ممارسة المهن بالتنسيق مع الجهات المعنية وفق التشريعات المعمول بها).

وكذلك نتائج دراسة وتحليل سوق العمل الأردني الذي أكد وجود فجوة أداء واسعة في بعض وظائف التحكم المبرمجة (PLC)

4-6 المسوغات والمبررات

تبعا لنتائج تحليل سوق العمل الأردني هناك ضرورة ملحة لتطوير معيار مهني لوظيفة محلل عمليات أمن سيراني / مهني تلبية لاحتياجات سوق العمل المحلي والإقليمي.

5-6 العمليات المنفذة

- تم إجراء تحليل لسوق العمل الأردني وتحديد فجوات الأداء.
- تم التنسيق مع الجهة المانحة (الوكالة الألمانية للتعاون الدولي GIZ) للتمويل.
- تم عقد ورشة عمل (DACUM) بفندق جينيفا 6-8 نوفمبر 2022
- تم عقد اجتماع عمل للمراجعة المبدئية مع هيئة تنمية المهارات المهنية والتقنية 21 ديسمبر 2022.
- تم تطوير المعيار في ضوء نتائج الاجتماع مع هيئة تنمية المهارات المهنية والتقنية.

6-6 الجهات الفاعلة والمؤسسات المشاركة في التنمية

شاركت عدة جهات فاعلة في تطوير المعيار منها مؤسسات دولية مثل: الوكالة الألمانية للتعاون الدولي GIZ وشركة GFA للتدريب والاستشارات بالإضافة إلى مؤسسات أردنية تمثلت في هيئة تنمية المهارات المهنية والتقنية والشركة الوطنية للتشغيل والتدريب وشركة إبسيلون لتطوير التعليم والتدريب وكذلك مجموعة منتقاة بعناية تمثل بعض الشركات المتخصصة في المجال (كبيرة - متوسطة - صغيرة) الحجم.

7-6 ملكية هذه المعايير

كامل ملكية هذه المعايير للوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) وهيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية.

8-6 عملية التحقق

بعد انتهاء ورشة عمل الداكم وفي اليوم التالي تم عقد ورشة عمل للتحقق من مخطط الداكم وقوائم الداكم وهي نواتج ورشة العمل الأولى.

اشتملت ورشة التحقق من مخطط الداكم وقوائمه على خبراء جدد يتمتعون بمستوى أعلى من الخبرة بالمقارنة مع الذين حضروا ورشة عمل الداكم الأولى في المهنة كما تضمنت عددا من المشرفين والمهندسين الذين شاركوا وجاهة أو عبر شبكة الإنترنت بالإضافة إلى أعضاء هيئة الداكم الذين حضروا ورشة عمل الداكم الأولى ليكونوا ممثلين عن هيئة الداكم في لجنة التحقق ليفسروا لأعضاء اللجنة ما يحتاجون إليه حين يقومون بفحص ناتج ورشة العمل الأولى. روعي ألا يكون هناك عضو في لجنة التحقق رئيسا أو مشرفا على أي عضو من أعضاء اللجنة ليكون هناك حرية في الإدلاء بالمعلومات لدى الجميع بنفس الدرجة.

قام الميسر بتصميم مستندات التحقق من مخطط الداكم وقوائمه وتمت طباعة المخطط ومستندات التحقق عقب انتهاء ورشة عمل الداكم. حضر مطوري المناهج الاجتماع مع ممثلين من الهيئة الأولى وخبراء جدد من سوق العمل لم يسبق لهم المشاركة في الهيئة الأولى لمراجعة المخطط الذي تم التوصل إليه والتأكيد على التوافق على كل ما ورد فيه.

9-6 وصف ونطاق المهنة

هذه الوظيفة خاصة بتحليل التسويق الرقمي ويتحدد نطاقها بوظيفة مسوق رقمي / مهني.

10-6 اسم المهنة

مسوق رقمي / المستوى المهني.

11-6 المستوى المهني

المستوى الرابع طبقا للإطار الوطني للمؤهلات في المملكة الأردنية الهاشمية.

12-6 أماكن العمل المحتملة

- شركات التسويق
- شركات الخدمات التسويقية
- قسم / إدارة التسويق بجميع القطاعات والشركات في القطاعين العام والخاص – الدوائر الحكومية

13-6 العلاقات مع الشركاء

- وزارة العمل
- النقابات المهنية
- مزودي التدريب والتأهيل
- شركات التسويق المحلية والإقليمية والدولية

14-6 القوانين والأنظمة المتعلقة بالمهنة

- قانون تنظيم العمل المهني.
- قانون الضمان الاجتماعي.
- قانون ضريبة الدخل.
- قوانين الاتصال عبر الإنترنت

15-6 الاعتراف بالتعلم المسبق (الخبرات السابقة والمؤهلات التعليمية)

1-15-6 ذوي خبرات ومؤهل جامعي متخصص

المتدربون حاملو الدرجة الجامعية (البكالوريوس) فأعلى في تخصص مرتبط بالبرنامج التدريبي ولديه خبرة أربع سنوات فأكثر يتم إعفاؤه من 50 % من ساعات التدريب المؤسسي بالإضافة إلى 50 % من التدريب الميداني.

2-15-6 ذوي خبرات

المتدربون ذوي خبرة ستة سنوات فأكثر يتم إعفاؤه من 65 % من ساعات التدريب المؤسسي بالإضافة إلى 65 % من التدريب الميداني.

16-6 المخطط التنظيمي للمهنة / العلاقات البيئية



17-6 المخاوف والنظرة المستقبلية للمهنة:

1- 17-6 المخاوف

- عدم التزام الموظفين بأخلاقيات المهنة وإفشاء سرية المعلومات.
- عدم وجود برامج تدريبية مختصة للمستجدات بمجال المهنة.
- عدم تطبيق السياسات الأمنية المطلوبة لهذه الوظيفة فيما يتعلق بالنشر الرقمي.
- عدم القدرة على مواكبة التطور السريع للمهنة.
- تعرض الأجهزة والأنظمة للاختراق الإلكتروني.
- فقدان قاعدة البيانات الخاص بالشركات والعملاء.
- التسويق الرقمي في مناطق بعيدة دون الأخذ بعين الاعتبار خصائص هذه المجتمعات.
- التغيير السريع في مستجدات متطلبات السوق.
- منافسة الأسواق الأخرى العربية والأجنبية.
- أتمتة العديد من المهام والاستغناء عن الأيدي العاملة.

2- 17-6 التطلعات المستقبلية

- نشر فكر التسويق الرقمي بشكل عام.
- تطوير البرامج والأنظمة المستخدمة في التسويق الرقمي.
- الجمع بين العمل الوجيه والعمل عبر الإنترنت.
- إنشاء عدد كبير من الشركات المتخصصة والمتكاملة في هذا المجال.
- التوسع في فرص العمل.

7- الإطار المرجعي للكفايات المهنية / الفنية

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC1	اسم الوحدة:	الوحدة الأولى: الاستعداد لتحليل الخطة ودراسة السوق

الغاية من وحدة الكفاية

التواصل مع الإدارات المعنية لمعرفة التفاصيل المرتبطة بالتسويق و التواصل مع العملاء ومعرفة الرؤية العامة للشركة والرؤية العامة للعملاء المحتملين و دراسة الوضع الحالي والخطط السابقة ودراسة التطبيقات التي تستخدمها الشركة في الوقت الحالي ودراسة إمكانية توفير الشركة للتطبيقات المطلوبة لعملية التسويق الرقمي و التأكد من جاهزية المعدات اللازمة للعمل (حاسوب، إنترنت...).

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1	
2	

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	التواصل مع الإدارات المعنية لمعرفة التفاصيل المرتبطة بالتسويق.
---	--

التواصل مع العملاء لبيان الهدف من التسويق.	2
معرفة الرؤية العامة للشركة.	3
معرفة الرؤية العامة للعملاء المحتملين.	4
دراسة الوضع الحالي والخطط السابقة.	5
دراسة التطبيقات التي تستخدمها الشركة في الوقت الحالي.	6
دراسة إمكانية توفير الشركة للتطبيقات المطلوبة لعملية التسويق الرقمي.	7
التأكد من جاهزية المعدات اللازمة للعمل (حاسوب، إنترنت ...)	8

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC2	اسم الوحدة:	الوحدة الثانية: المشاركة في تحليل السوق

الغاية من وحدة الكفاية

معرفة صفات المنتج أو الخدمة ودراسة الحملات التسويقية السابقة و اختيار الأدوات المناسبة لعملية التحليل و تحديد خصائص الفئة المستهدفة و المشاركة في تحديد المنطقة الجغرافية و المشاركة في تحديد حجم السوق و المشاركة في تحديد سعر المنتج أو الخدمة و تحديد الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق و تحديد أفضل منصات التسويق الرقمي حسب الجمهور المستهدف و تحديد وسائل توصيل المنتجات و الاتصال بالعملاء لتحليل احتياجاتهم و وضع الخطة المناسبة.

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1	
2	

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	معرفة صفات المنتج أو الخدمة.
2	دراسة الحملات التسويقية السابقة.
3	اختيار الأدوات المناسبة لعملية التحليل.
4	تحديد خصائص الفئة المستهدفة.
5	المشاركة في تحديد المنطقة الجغرافية.
6	المشاركة في تحديد حجم السوق.
7	المشاركة في تحديد سعر المنتج أو الخدمة.
8	تحديد الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق.
9	تحديد أفضل منصات التسويق الرقمي حسب الجمهور المستهدف.
10	تحديد وسائل توصيل المنتجات.
11	الاتصال بالعملاء لتحليل احتياجاتهم ووضع الخطة المناسبة.

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC3	اسم الوحدة:	الوحدة الثالثة: وضع استراتيجيات التسويق الرقمي

الغاية من وحدة الكفاية

تحديد الهدف من التسويق الرقمي يضع رسالة التسويق الرقمي والمشاركة في وضع ميزانية التسويق الرقمي ومعرفة المنافسين المحتملين من مقدمي الخدمات ومتابعة الفعاليات الحالية للمنافسين وتحديد احتياجات إدارة الشركة وتحديد احتياجات العملاء المحتملين والمشاركة في وضع استراتيجية ملائمة للبيئة التسويقية المستهدفة والمشاركة في استراتيجية التسعير.
--

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1
2

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	تحديد الهدف من التسويق الرقمي يضع رسالة التسويق الرقمي.
2	المشاركة في وضع ميزانية التسويق الرقمي.

3	معرفة المنافسين المحتملين من مقدمي الخدمات.
4	متابعة الفعاليات الحالية للمنافسين.
5	تحديد احتياجات إدارة الشركة.
6	تحديد احتياجات العملاء المحتملين.
7	المشاركة في وضع استراتيجية ملائمة للبيئة التسويقية المستهدفة.
8	المشاركة في استراتيجية التسعير.

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC4	اسم الوحدة:	الوحدة الرابعة : إعداد الخطط التسويقية الرقمية

الغاية من وحدة الكفاية

الاطلاع على نتائج التحليل من أجل وضع الخطة المناسبة للمشروع والاطلاع على نتائج تحديد الاستراتيجيات ووضع الإطار الزمني لأنشطة الخطة واقتراح الميزانية التقديرية لأنشطة الخطة التفصيلية وفهم أدوار فريق العمل والمشاركة في بناء المحتوى الإلكتروني والمشاركة في إطلاق الخطة التسويقية وتحديد المنافس المباشر ومعرفة معايير قياس المنافسة مع الآخرين ورصد ردود فعل المنافسين.

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1	
2	

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	الاطلاع على نتائج التحليل من أجل وضع الخطة المناسبة للمشروع.
2	الاطلاع على نتائج تحديد الاستراتيجيات.
3	وضع الإطار الزمني لأنشطة الخطة.
4	اقترح الميزانية التقديرية لأنشطة الخطة التفصيلية.
5	فهم أدوار فريق العمل.
6	المشاركة في بناء المحتوى الإلكتروني.
7	المشاركة في إطلاق الخطة التسويقية.
8	تحديد المنافس المباشر.
9	معرفة معايير قياس المنافسة مع الآخرين
10	رصد ردود فعل المنافسين.

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
--------------	----------------	--------------	----------------------------

رمز الوحدة:	UC5	اسم الوحدة:	الوحدة الخامسة: التنسيق مع جميع الأطراف المعنية
-------------	-----	-------------	---

الغاية من وحدة الكفاية

تنفيذ زيارات للأطراف المعنية وإعلام جميع الأقسام الداخلية بالخطة التسويقية وتسجيل التغذية الراجعة على الخطة التسويقية وتطوير الخطة التسويقية في ضوء التغذية الراجعة وعرض الخطة النهائية على الجهات المعنية بعد التعديل والحصول على الموافقة العامة من الإدارات المعنية على ميزانية خطة التسويق الرقمي والحصول على الموافقات العامة من الإدارة العليا على منهجية خطة التسويق الرقمي.

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1	
2	

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	تنفيذ زيارات للأطراف المعنية.
2	إعلام جميع الأقسام الداخلية بالخطة التسويقية.
3	تسجيل التغذية الراجعة على الخطة التسويقية.
4	تطوير الخطة التسويقية في ضوء التغذية الراجعة.
5	عرض الخطة النهائية على الجهات المعنية بعد التعديل.
6	الحصول على الموافقة العامة من الإدارات المعنية على ميزانية خطة التسويق الرقمي.
7	الحصول على الموافقات العامة من الإدارة العليا على منهجية خطة التسويق الرقمي.

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC6	اسم الوحدة:	الوحدة السادسة: تجهيز الحسابات الإعلانية وأدوات القياس (الأكواد)

الغاية من وحدة الكفاية

إنشاء حساب أعمال وحساب إعلاني واستخراج الأكواد من منصات التسويق المقرر العمل بها وربط الكود مع الحساب الإعلاني وإرسال الأكواد التي تم استخراجها للمبرمجين والتأكد من عمل الأكواد وتقييم النتائج.

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1	
2	

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	إنشاء حساب أعمال وحساب إعلاني .
2	استخراج الأكواد من منصات التسويق المقرر العمل بها.
3	ربط الكود مع الحساب الإعلاني.
4	إرسال الأكواد التي تم استخراجها للمبرمجين.
5	التأكد من عمل الأكواد
6	تقييم النتائج.

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC7	اسم الوحدة:	الوحدة السابعة: تنفيذ الخطط التسويقية الرقمية

الغاية من وحدة الكفاية

البدء في تنفيذ الخطة التسويقية وتحديد أولويات الحملات الإعلانية وتحديد الأهداف الفرعية لكل حملة من خلال الخطة العامة و توزيع الميزانية المتفق عليها على الحملات الإعلانية من خلال الخطة الاستراتيجية و البدء في تنفيذ الحملة الإعلانية و موائمة المحتوى التسويقي مع الهدف من الحملة و موائمة الحملة الإعلانية مع المتغيرات اليومية و تحديد الإجراء المطلوب من العميل و تنفيذ زيارات متابعة لأصحاب العمل.

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

	1
	2

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	البدء في تنفيذ الخطة التسويقية
2	تحديد أولويات الحملات الإعلانية.
3	تحديد الأهداف الفرعية لكل حملة من خلال الخطة العامة.
4	توزيع الميزانية المتفق عليها على الحملات الإعلانية من خلال الخطة الاستراتيجية.
5	البدء في تنفيذ الحملة الإعلانية.
6	موائمة المحتوى التسويقي مع الهدف من الحملة.
7	موائمة الحملة الإعلانية مع المتغيرات اليومية.
8	تحديد الإجراء المطلوب من العميل.
9	تنفيذ زيارات متابعة لأصحاب العمل

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC8	اسم الوحدة:	الوحدة الثامنة: متابعة ورصد التعديلات اليومية

الغاية من وحدة الكفاية

رصد ردود فعل المنافسين ورصد ردود فعل العملاء الحاليين ورصد الحملات التسويقية الرقمية المشابهة ورصد المتغيرات اليومية ورصد تقلبات الأسعار ورصد ظهور المنافسين الجدد المحتملين.

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1	
2	

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

رصد ردود فعل المنافسين.	1
رصد ردود فعل العملاء الحاليين.	2
رصد الحملات التسويقية الرقمية المشابهة.	3
رصد المتغيرات اليومية.	4
رصد تقلبات الأسعار.	5
رصد ظهور المنافسين الجدد المحتملين	6

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
--------------	----------------	--------------	----------------------------

رمز الوحدة:	UC9	اسم الوحدة:	الوحدة التاسعة: تقييم الخطط التسويقية الرقمية
-------------	-----	-------------	---

الغاية من وحدة الكفاية

التحقق من جدوى الخطط التسويقية مقارنة مع المحتوى التسويقي وتحليل نتائج الحملات من حيث تكلفة النتيجة وتحليل نتائج الحملات عن طريق سعر الشراء (المزاد) وتحليل نتائج هدف الحملة والوصول والظهور والتفاعل وجمع المعلومات والتغذية الراجعة من الأقسام الأخرى للمؤسسة وإعداد التقرير النهائي وكتابة التوصيات والإجراءات المناسبة ومقارنة النتائج النهائية مع KPI ومتابعة جودة التنفيذ.
--

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1
2

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

التحقق من جدوى الخطط التسويقية مقارنة مع المحتوى التسويقي.	1
تحليل نتائج الحملات من حيث تكلفة النتيجة	2
تحليل نتائج الحملات عن طريق سعر الشراء (المزاد).	3
تحليل نتائج هدف الحملة والوصول والظهور والتفاعل	4
جمع المعلومات والتغذية الراجعة من الأقسام الأخرى للمؤسسة	5
إعداد التقرير النهائي	6
كتابة التوصيات والإجراءات المناسبة .	7
مقارنة النتائج النهائية مع KPI	8
متابعة جودة التنفيذ.	9

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC10	اسم الوحدة:	الوحدة العاشرة: إعداد التقرير النهائي

الغاية من وحدة الكفاية

تحديد نتائج وصول الإعلان إلى المستهدفين وتفصيل الميزانية حسب الإجراءات التفصيلية وتحديد عدد مرات الظهور الإعلان للشخص الواحد وتحديد عدد الرسائل الواردة من الحملة التسويقية الرقمية وتحديد عدد التفاعلات مع الحملة التسويقية الرقمية وتحديد عدد النقرات المرتبطة بالحملة التسويقية الرقمية وتحديد عدد مرات الشراء - إن وجدت - وتحديد عدد اتصالات العملاء أثناء الحملة التسويقية الرقمية وتحديد عدد المتابعين للحملة التسويقية الرقمية وتحديد عدد العملاء المحتملين للحملة التسويقية الرقمية.

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	تحديد نتائج وصول الإعلان إلى المستهدفين.
2	تفصيل الميزانية حسب الإجراءات التفصيلية.
3	تحديد عدد مرات الظهور الإعلان للشخص الواحد.
4	تحديد عدد الرسائل الواردة من الحملة التسويقية الرقمية.
5	تحديد عدد التفاعلات مع الحملة التسويقية الرقمية.
6	تحديد عدد النقرات المرتبطة بالحملة التسويقية الرقمية.



7	تحديد عدد مرات الشراء - إن وجدت -
8	تحديد عدد اتصالات العملاء أثناء الحملة التسويقية الرقمية.
9	تحديد عدد المتابعين للحملة التسويقية الرقمية.
10	تحديد عدد العملاء المحتملين للحملة التسويقية الرقمية.

وصف الوحدة

وصف الوحدات

رمز المعيار:	OS-SDC-DM1-022	اسم المعيار:	مسوق رقمي / المستوى المهني
رمز الوحدة:	UC11	اسم الوحدة:	الوحدة الحادية عشرة: أرشفة البيانات والمعلومات التسويقية الرقمية

الغاية من وحدة الكفاية

وضع خطة الأرشفة (توقيتات... الخ) واختيار مكان الأرشفة (اون لاين، جهاز الحاسوب، السيرفر، السحابة) و تنظيم الملفات (ورقية ورقمية) و تنفيذ عملية الأرشفة ومتابعة عملية الأرشفة وتقييم عملية الأرشفة والتأكد من سلامة البيانات المؤرشفة.

وحدات الكفاية الوطنية التي تعتمد عليها هذه الوحدة (إن وجدت)

1	
2	

عناصر الكفاية داخل وحدة الكفاية

1	وضع خطة الأرشفة (توقيتات...الخ).
2	اختيار مكان الأرشفة (اون لاين، جهاز الحاسوب، السيرفر، السحابة).
3	تنظيم الملفات (ورقية ورقمية).
4	تنفيذ عملية الأرشفة.
5	متابعة عملية الأرشفة.
6	تقييم عملية الأرشفة.
7	التأكد من سلامة البيانات المؤرشفة.

8- معايير الأداء

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معيار الأداء على أساس العمليات	معيار الأداء على أساس المنتج
UC1	الوحدة الأولى: الاستعداد لتحليل الخطة ودراسة السوق	EC1.1	التواصل مع الإدارات المعنية لمعرفة التفاصيل المرتبطة بالتسويق.	طبقا للإجراءات	نموذج التواصل مع الإدارات المعنية لمعرفة التفاصيل المرتبطة بالتسويق مستوفي.
		EC1.2	التواصل مع العملاء لبيان الهدف من التسويق.	طبقا للإجراءات	نموذج التواصل مع العملاء لبيان الهدف من التسويق مستوفي.

الرؤية العامة للشركة مفهومة جيدا.	طبعا للإجراءات	معرفة الرؤية العامة للشركة.	EC1.3
الرؤية العامة للعملاء المحتملين مفهومة جيدا.	طبعا للإجراءات	معرفة الرؤية العامة للعملاء المحتملين.	EC1.4
الوضع الحالي مدروس جيدا وكذلك الخطط السابقة.	حسب الكاتلوج & المخطط	دراسة الوضع الحالي والخطط السابقة.	EC1.5
التطبيقات التي تستخدمها الشركة في الوقت الحالي مدروسة بعناية.	حسب الكاتلوج & المخطط	دراسة التطبيقات التي تستخدمها الشركة في الوقت الحالي.	EC1.6
إمكانية توفير الشركة للتطبيقات المطلوبة لعملية التسويق الرقمي مدروسة بعناية.	طبعا للإجراءات	دراسة إمكانية توفير الشركة للتطبيقات المطلوبة لعملية التسويق الرقمي.	EC1.7
المعدات اللازمة للعمل (حاسوب، إنترنت ...)		التأكد من جاهزية المعدات اللازمة للعمل (حاسوب، إنترنت ...)	EC1.8

شروط ومتطلبات الأداء

نموذج التواصل مع الإدارات المعنية لمعرفة التفاصيل المرتبطة بالتسويق.
نموذج التواصل مع العملاء لبيان الهدف من التسويق.
الرؤية العامة للشركة.
الرؤية العامة للعملاء المحتملين.
دراسة الوضع الحالي.

معزز المعرفة

التواصل مع الإدارات المعنية لمعرفة التفاصيل المرتبطة بالتسويق.
التواصل مع العملاء لبيان الهدف من التسويق.
معرفة الرؤية العامة للشركة.

الخطط السابقة.
التطبيقات التي تستخدمها الشركة في
الوقت الحالي.
التطبيقات المطلوبة لعملية التسويق
الرقمي.
المعدات اللازمة للعمل (حاسوب، إنترنت
...)
التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل
التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة
بالسلامة (الشركة & موقع العمل)
توفر معدات السلامة والصحة المهنية

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة
والمراقبة وفق لوائح الرصد

معرفة الرؤية العامة للعملاء المحتملين.
دراسة الوضع الحالي والخطط السابقة.
دراسة التطبيقات التي تستخدمها الشركة
في الوقت الحالي.
دراسة إمكانية توفير الشركة للتطبيقات
المطلوبة لعملية التسويق الرقمي.

التأكد من جاهزية المعدات اللازمة
للعمل (حاسوب، إنترنت ...)

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط
الاتصال والتواصل
أساسيات اللغة الانجليزية
مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت
احترام وخصوصية مكان العمل
الالتزام بأخلاقيات العمل

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

معيار الأداء على أساس المنتج	معيار الأداء على أساس العمليات	اسم عنصر الكفاية	رقم العنصر	اسم وحدة الكفاية	رقم الوحدة
صفات المنتج أو الخدمة محددة بدقة.	طبقا للإجراءات	معرفة صفات المنتج أو الخدمة.	EC2.1	الوحدة الثانية : المشاركة في تحليل السوق	UC2
الحملات التسويقية السابقة مدروسة بعناية.	طبقا للإجراءات	دراسة الحملات التسويقية السابقة.	EC2.2		
الأدوات المناسبة لعملية التحليل محددة بدقة.	طبقا للإجراءات	اختيار الأدوات المناسبة لعملية التحليل.	EC2.3		

EC2.4	تحديد خصائص الفئة المستهدفة.	طبقا للإجراءات	خصائص الفئة المستهدفة محددة تفصيلا.
EC2.5	المشاركة في تحديد المنطقة الجغرافية.	حسب الكاتلوج & المخطط	المنطقة الجغرافية محددة بدقة.
EC2.6	المشاركة في تحديد حجم السوق.	حسب الكاتلوج & المخطط	حجم السوق محدد بدقة.
EC2.7	المشاركة في تحديد سعر المنتج أو الخدمة.	طبقا للإجراءات	سعر المنتج أو الخدمة محدد وفق المخطط.
EC2.8	تحديد الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق.		الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق محددة بصورة معيارية.
EC2.9	تحديد أفضل منصات التسويق الرقمي حسب الجمهور المستهدف.		أفضل منصات التسويق الرقمي حسب الجمهور المستهدف محددة بدقة.
EC2.10	تحديد وسائل توصيل المنتجات.		وسائل توصيل المنتجات محددة وفق المخطط.
EC2.11	الاتصال بالعملاء لتحليل احتياجاتهم ووضع الخطة المناسبة.		قوائم الاتصال بالعملاء محددة لتحليل احتياجاتهم ووضع الخطة المناسبة.

شروط ومتطلبات الأداء

معزز المعرفة

معرفة صفات المنتج أو الخدمة.

دراسة الحملات التسويقية السابقة.

اختيار الأدوات المناسبة لعملية التحليل.

تحديد خصائص الفئة المستهدفة.

المشاركة في تحديد المنطقة الجغرافية.

المشاركة في تحديد حجم السوق.

المشاركة في تحديد سعر المنتج أو الخدمة.

تحديد الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق.

تحديد أفضل منصات التسويق الرقمي حسب الجمهور المستهدف.

تحديد وسائل توصيل المنتجات.

الاتصال بالعملاء لتحليل احتياجاتهم ووضع الخطة المناسبة.

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

قوائم صفات المنتج أو الخدمة.
نماذج الحملات التسويقية السابقة.
قوائم الأدوات المناسبة لعملية التحليل.
خصائص الفئة المستهدفة.
خريطة المنطقة الجغرافية.
دراسة حجم السوق.
قوائم سعر المنتج أو الخدمة.
بيان الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق.
قوائم أفضل منصات التسويق الرقمي.
إجراءات ووسائل توصيل المنتجات.
قوائم الاتصال بالعملاء محددة لتحليل احتياجاتهم ووضع الخطة المناسبة.
التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل
التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة
بالسلامة (الشركة & موقع العمل)
توفر معدات السلامة والصحة المهنية

إرشادات للتقييم

الالتزام والانضباط
الاتصال والتواصل
أساسيات اللغة الانجليزية
مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت
احترام وخصوصية مكان العمل
الالتزام بأخلاقيات العمل

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة
والمراقبة وفق لوائح الرصد

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معيار الأداء على أساس العمليات	معيار الأداء على أساس المنتج
UC3	الوحدة الثالثة: وضع استراتيجيات التسويق الرقمي	EC3.1	تحديد الهدف من التسويق الرقمي.	طبقا للإجراءات	بيان بالهدف من التسويق الرقمي
		EC3.2	يضع رسالة التسويق الرقمي.	حسب المخطط	نموذج رسالة التسويق الرقمي
		EC3.3	المشاركة في وضع ميزانية التسويق الرقمي.	طبقا للإجراءات	ميزانية التسويق الرقمي محددة
		EC3.4	معرفة المنافسين المحتملين من مقدمي الخدمات.	طبقا للإجراءات	قوائم المنافسين المحتملين من مقدمي الخدمات محددة.

نموذج متابعة الفعاليات الحالية للمنافسين مستوفي.	طبقا للإجراءات	متابعة الفعاليات الحالية للمنافسين.	EC3.5
قوائم تحديد احتياجات إدارة الشركة موجودة .	حسب الكاتلوج & المخطط	تحديد احتياجات إدارة الشركة.	EC3.6
قوائم تحديد احتياجات العملاء المحتملين موجودة.	حسب الكاتلوج & المخطط	تحديد احتياجات العملاء المحتملين.	EC3.7
نموذج المشاركة في وضع استراتيجية ملائمة للبيئة التسويقية المستهدفة مستوفي.	طبقا للإجراءات	المشاركة في وضع استراتيجية ملائمة للبيئة التسويقية المستهدفة.	EC3.8
استراتيجية التسعير محددة بدقة.		المشاركة في استراتيجية التسعير .	EC3.9

شروط ومتطلبات الأداء

بيان بالهدف من التسويق الرقمي
نموذج رسالة التسويق الرقمي
نموذج ميزانية التسويق الرقمي
قوائم المنافسين المحتملين من مقدمي الخدمات.
نموذج متابعة الفعاليات الحالية للمنافسين.

معزز المعرفة

تحديد الهدف من التسويق الرقمي يضع رسالة التسويق الرقمي.
المشاركة في وضع ميزانية التسويق الرقمي.
معرفة المنافسين المحتملين من مقدمي الخدمات.

متابعة الفعاليات الحالية للمنافسين.

تحديد احتياجات إدارة الشركة.

تحديد احتياجات العملاء المحتملين.

المشاركة في وضع استراتيجية ملائمة
للبيئة التسويقية المستهدفة.

المشاركة في استراتيجية التسعير.

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط

الاتصال والتواصل

أساسيات اللغة الانجليزية

مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت

احترام وخصوصية مكان العمل

الالتزام بأخلاقيات العمل

قوائم تحديد احتياجات إدارة الشركة.

قوائم تحديد احتياجات العملاء

المحتملين.

نموذج المشاركة في وضع استراتيجية

ملائمة للبيئة التسويقية المستهدفة.

استراتيجية التسعير.

التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل

التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة

بالسلامة (الشركة & موقع العمل)

توفر معدات السلامة والصحة المهنية

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة

والمراقبة وفق لوائح الرصد

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معيار الأداء على أساس العمليات	معيار الأداء على أساس المنتج
UC4	الوحدة الرابعة: إعداد الخطط التسويقية الرقمية	EC4.1	الاطلاع على نتائج التحليل من أجل وضع الخطة المناسبة للمشروع.	طبقا للإجراءات	نتائج التحليل تم الاطلاع عليها من أجل وضع الخطة المناسبة للمشروع.
		EC4.2	الاطلاع على نتائج تحديد الاستراتيجيات.	طبقا للإجراءات	نتائج تحديد الاستراتيجيات تم الاطلاع عليها.

وضع الإطار الزمني لأنشطة الخطة.	طبعا للإجراءات	الإطار الزمني لأنشطة الخطة محدد.	EC4.3
اقترح الميزانية التقديرية لأنشطة الخطة التفصيلية.	طبعا للإجراءات	الميزانية التقديرية لأنشطة الخطة التفصيلية موجودة (مسودة).	EC4.4
فهم أدوار فريق العمل.	حسب الكاتلوج & المخطط	أدوار فريق العمل مفهومة.	EC4.5
المشاركة في بناء المحتوى الإلكتروني.	حسب الكاتلوج & المخطط	تمت المشاركة في بناء المحتوى الإلكتروني.	EC4.6
المشاركة في إطلاق الخطة التسويقية.	طبعا للإجراءات	تمت المشاركة في إطلاق الخطة التسويقية.	EC4.7
تحديد المنافس المباشر.		المنافس المباشر محدد.	EC4.8
معرفة معايير قياس المنافسة مع الآخرين		معايير قياس المنافسة مع الآخرين مطبقة.	EC4.9
رصد ردود فعل المنافسين.		ردود فعل المنافسين مرصودة.	EC4.10

شروط ومتطلبات الأداء

معزز المعرفة

الاطلاع على نتائج التحليل من أجل وضع
الخطة المناسبة للمشروع.

الاطلاع على نتائج تحديد الاستراتيجيات.
وضع الإطار الزمني لأنشطة الخطة.

اقترح الميزانية التقديرية لأنشطة الخطة
التفصيلية.

فهم أدوار فريق العمل.

المشاركة في بناء المحتوى الإلكتروني.

المشاركة في إطلاق الخطة التسويقية.

تحديد المنافس المباشر.

معرفة معايير قياس المنافسة مع الآخرين

رصد ردود فعل المنافسين.

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط

الاتصال والتواصل

أساسيات اللغة الانجليزية

مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت

نتائج التحليل.

نتائج تحديد الاستراتيجيات .

الإطار الزمني لأنشطة الخطة.

الميزانية التقديرية لأنشطة الخطة

التفصيلية.

أدوار فريق العمل مفهومة.

نموذج بناء المحتوى الإلكتروني.

استراتيجية إطلاق الخطة التسويقية.

قائمة المنافسون المباشرون.

قائمة معايير قياس المنافسة مع الآخرين.

نموذج رصد ردود فعل المنافسين.

التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل

التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة

بالسلامة (الشركة & موقع العمل)

توفر معدات السلامة والصحة المهنية

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة

والمراقبة وفق لوائح الرصد

احترام وخصوصية مكان العمل
الالتزام بأخلاقيات العمل

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معيار الأداء على أساس العمليات	معيار الأداء على أساس المنتج
UC5	الوحدة الخامسة: التنسيق مع جميع الأطراف المعنية	EC5.1	تنفيذ زيارات للأطراف المعنية.	طبقا للإجراءات	زيارات الأطراف المعنية منفذة.
		EC5.2	إعلام جميع الأقسام الداخلية بالخطة التسويقية.	طبقا للإجراءات	جميع الأقسام الداخلية تم إعلامها بالخطة التسويقية.

التغذية الراجعة على الخطة التسويقية مسجلة.	طبقا للإجراءات	تسجيل التغذية الراجعة على الخطة التسويقية.	EC5.3
الخطة التسويقية مطورة في ضوء التغذية الراجعة	طبقا للإجراءات	تطوير الخطة التسويقية في ضوء التغذية الراجعة.	EC5.4
تم عرض الخطة النهائية على الجهات المعنية بعد التعديل.	حسب الكاتلوج & المخطط	عرض الخطة النهائية على الجهات المعنية بعد التعديل.	EC5.5
تم الحصول على الموافقة العامة من الإدارات المعنية على ميزانية خطة التسويق الرقمي.	حسب الكاتلوج & المخطط	الحصول على الموافقة العامة من الإدارات المعنية على ميزانية خطة التسويق الرقمي.	EC5.6
تم الحصول على الموافقات العامة من الإدارة العليا على منهجية خطة التسويق الرقمي.	طبقا للإجراءات	الحصول على الموافقات العامة من الإدارة العليا على منهجية خطة التسويق الرقمي.	EC5.7

شروط ومتطلبات الأداء

خطة زيارات الأطراف المعنية.
قائمة الأقسام الداخلية التي يجب إعلامها بالخطة التسويقية.
نموذج التغذية الراجعة على الخطة التسويقية.
نموذج تطوير الخطة التسويقية.
نموذج الخطة النهائية.
نموذج الموافقة العامة من الإدارات المعنية على ميزانية خطة التسويق الرقمي.

معزز المعرفة

تنفيذ زيارات للأطراف المعنية.
إعلام جميع الأقسام الداخلية بالخطة التسويقية.
تسجيل التغذية الراجعة على الخطة التسويقية.

نموذج الموافقات العامة من الإدارة العليا
على منهجية خطة التسويق الرقمي.
التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل
التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة
بالسلامة (الشركة & موقع العمل)
توفر معدات السلامة والصحة المهنية

تطوير الخطة التسويقية في ضوء التغذية
الراجعة.

عرض الخطة النهائية على الجهات
المعنية بعد التعديل.

الحصول على الموافقة العامة من
الإدارات المعنية على ميزانية خطة
التسويق الرقمي.

الحصول على الموافقات العامة من
الإدارة العليا على منهجية خطة التسويق
الرقمي.

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة
والمراقبة وفق لوائح الرصد

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط
الاتصال والتواصل
أساسيات اللغة الانجليزية
مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت
احترام وخصوصية مكان العمل
الالتزام بأخلاقيات العمل

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معييار الأداء على أساس العمليات	معييار الأداء على أساس المنتج
UC6	الوحدة السادسة: تجهيز الحسابات الإعلانية وأدوات القياس (الأكواد)	EC6.1	إنشاء حساب أعمال وحساب إعلاني .	طبقا للإجراءات	تم إنشاء حساب أعمال وحساب إعلاني طبقا للخطة.

الأكواد مستخرجة من منصات التسويق المقرر العمل بها.	طبقا للإجراءات	استخراج الأكواد من منصات التسويق المقرر العمل بها.	EC6.2
الكود مربوط مع الحساب الإعلاني.	طبقا للإجراءات	ربط الكود مع الحساب الإعلاني.	EC6.3
الأكواد تم إرسالها التي تم استخراجها للمبرمجين.	طبقا للإجراءات	إرسال الأكواد التي تم استخراجها للمبرمجين.	EC6.4
النظام يعمل	حسب الكاتلوج & المخطط	التأكد من عمل الأكواد	EC6.5
سجل تقييم النتائج مستوفي.	حسب الكاتلوج & المخطط	تقييم النتائج.	EC6.6

شروط ومتطلبات الأداء

نموذج حساب أعمال وحساب إعلاني طبقا للخطة.
قائمة الأكواد المستخرجة من منصات التسويق المقرر العمل بها.
نماذج الأكواد التي تم استخراجها للمبرمجين.
سجل تقييم النتائج مستوفي.
التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل
التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة بالسلامة (الشركة & موقع العمل)
توفر معدات السلامة والصحة المهنية

معزز المعرفة

إنشاء حساب أعمال وحساب إعلاني.
استخراج الأكواد من منصات التسويق المقرر العمل بها.
ربط الكود مع الحساب الإعلاني.
إرسال الأكواد التي تم استخراجها للمبرمجين.
التأكد من عمل الأكواد

تقييم النتائج.

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة
والمراقبة وفق لوائح الرصد

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط
الاتصال والتواصل
أساسيات اللغة الانجليزية
مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت
احترام وخصوصية مكان العمل
الالتزام بأخلاقيات العمل

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معيار الأداء على أساس العمليات	معيار الأداء على أساس المنتج
------------	------------------	------------	------------------	--------------------------------	------------------------------

الخطة التسويقية جاري تنفيذها.	طبعا للإجراءات	البدء في تنفيذ الخطة التسويقية	EC7.1
أولويات الحملات الإعلانية محددة بدقة.	طبعا للإجراءات	تحديد أولويات الحملات الإعلانية.	EC7.2
الأهداف الفرعية لكل حملة من خلال الخطة العامة محددة بدقة.	طبعا للإجراءات	تحديد الأهداف الفرعية لكل حملة من خلال الخطة العامة.	EC7.3
الميزانية المتفق عليها موزعة على الحملات الإعلانية من خلال الخطة الاستراتيجية.	طبعا للإجراءات	توزيع الميزانية المتفق عليها على الحملات الإعلانية من خلال الخطة الاستراتيجية.	EC7.4
جاري تنفيذ الحملة الإعلانية.	حسب الكاتلوج & المخطط	البدء في تنفيذ الحملة الإعلانية.	EC7.5
المحتوى التسويقي موائم الهدف من الحملة.	حسب الكاتلوج & المخطط	موائمة المحتوى التسويقي مع الهدف من الحملة.	EC7.6
الحملة الإعلانية موائمة مع المتغيرات اليومية.	طبعا للإجراءات	موائمة الحملة الإعلانية مع المتغيرات اليومية.	EC7.7
الإجراء المطلوب من العميل محدد بدقة.		تحديد الإجراء المطلوب من العميل.	EC7.8

الوحدة السابعة: تنفيذ الخطط
التسويقية الرقمية

UC7

زيارات المتابعة لأصحاب العمل منفذة وفق الخطة.		تنفيذ زيارات متابعة لأصحاب العمل	EC7.9
--	--	----------------------------------	-------

شروط ومتطلبات الأداء

نموذج توقيت تنفيذ الخطة التسويقية.

قائمة أولويات الحملات الإعلانية .

قائمة الأهداف الفرعية لكل حملة من خلال الخطة العامة.

كشف الميزانية المتفق عليها موزعة على الحملات الإعلانية من خلال الخطة الاستراتيجية.

جدول تنفيذ الحملة الإعلانية.

نموذج مراجعة المحتوى التسويقي مع الهدف من الحملة.

نموذج مراجعة الحملة الإعلانية مع المتغيرات اليومية.

قائمة الإجراءات المطلوبة من العميل.

جدول زيارات المتابعة لأصحاب العمل.

التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة

بالسلامة (الشركة & موقع العمل)

توفر معدات السلامة والصحة المهنية

معزز المعرفة

البدء في تنفيذ الخطة التسويقية

تحديد أولويات الحملات الإعلانية.

تحديد الأهداف الفرعية لكل حملة من خلال الخطة العامة.

توزيع الميزانية المتفق عليها على الحملات الإعلانية من خلال الخطة الاستراتيجية.

البدء في تنفيذ الحملة الإعلانية.

موائمة المحتوى التسويقي مع الهدف من الحملة.

موائمة الحملة الإعلانية مع المتغيرات اليومية.

تحديد الإجراءات المطلوب من العميل.

تنفيذ زيارات متابعة لأصحاب العمل

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة
والمراقبة وفق لوائح الرصد

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط
الاتصال والتواصل
أساسيات اللغة الانجليزية
مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت
احترام وخصوصية مكان العمل
الالتزام بأخلاقيات العمل

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معييار الأداء على أساس العمليات	معييار الأداء على أساس المنتج
UC8	الوحدة الثامنة: متابعة ورصد التعديلات اليومية	EC8.1	رصد ردود فعل المنافسين.	طبقا للإجراءات	كشوف رصد ردود فعل المنافسين مستوفاة.
		EC8.2	رصد ردود فعل العملاء الحاليين.	طبقا للإجراءات	كشوف رصد ردود فعل العملاء الحاليين مستوفاة.
		EC8.3	رصد الحملات التسويقية الرقمية المشابهة.	طبقا للإجراءات	كشوف رصد الحملات التسويقية الرقمية المشابهة مستوفاة.
		EC8.4	رصد المتغيرات اليومية.	طبقا للإجراءات	كشف رصد المتغيرات اليومية مستوفي.
		EC8.5	رصد تقلبات الأسعار.	حسب الكاتلوج & المخطط	كشف رصد تقلبات الأسعار مستوفي.
		EC8.6	رصد ظهور المنافسين الجدد المحتملين	حسب الكاتلوج & المخطط	كشف رصد ظهور المنافسين الجدد المحتملين مستوفي.

شروط ومتطلبات الأداء

معزز المعرفة

كشف رصد ردود فعل المنافسين.
كشف رصد ردود فعل العملاء الحاليين.
كشف رصد الحملات التسويقية الرقمية
المشابهة.
كشف رصد المتغيرات اليومية.
كشف رصد تقلبات الأسعار.

كشف رصد ظهور المنافسين الجدد
المحتملين.
التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل
التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة
بالسلامة (الشركة & موقع العمل)
توفر معدات السلامة والصحة المهنية
إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة
والمراقبة وفق لوائح الرصد

رصد ردود فعل المنافسين.

رصد ردود فعل العملاء الحاليين.

رصد الحملات التسويقية الرقمية
المشابهة.

رصد المتغيرات اليومية.

رصد تقلبات الأسعار .

رصد ظهور المنافسين الجدد المحتملين

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط

الاتصال والتواصل

أساسيات اللغة الانجليزية

مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت

احترام وخصوصية مكان العمل

الالتزام بأخلاقيات العمل

وظيفة

مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معييار الأداء على أساس العمليات	معييار الأداء على أساس المنتج
UC9	الوحدة التاسعة: تقييم الخطط التسويقية الرقمية	EC9.1	التحقق من جدوى الخطط التسويقية مقارنة مع المحتوى التسويقي.	طبقا للإجراءات	نموذج التحقق من جدوى الخطط التسويقية مقارنة مع المحتوى التسويقي مستوفي.
		EC9.2	تحليل نتائج الحملات من حيث تكلفة النتيجة	طبقا للإجراءات	بيان تحليل نتائج الحملات من حيث تكلفة النتيجة مستوفي.
		EC9.3	تحليل نتائج الحملات عن طريق سعر الشراء (المزاد).	طبقا للإجراءات	كشف تحليل نتائج الحملات عن طريق سعر الشراء (المزاد) مستوفي.
		EC9.4	تحليل نتائج هدف الحملة والوصول والظهور والتفاعل	طبقا للإجراءات	كشف تحليل نتائج هدف الحملة والوصول والظهور والتفاعل مستوفي.
		EC9.5	جمع المعلومات والتغذية الراجعة من الأقسام الأخرى للمؤسسة	حسب الكاتلوج & المخطط	نماذج جمع المعلومات والتغذية الراجعة من الأقسام الأخرى للمؤسسة مستوفاة.

التقرير النهائي معد طبقا للقواعد.	حسب الكاتلوج & المخطط	إعداد التقرير النهائي	EC9.6
التوصيات والإجراءات محددة بدقة.	طبقا للإجراءات	كتابة التوصيات والإجراءات المناسبة .	EC9.7
			EC9.8
مقارنة النتائج النهائية مع KPI		مقارنة النتائج النهائية مع KPI	
متابعة جودة التنفيذ.		متابعة جودة التنفيذ.	EC9.9

شروط ومتطلبات الأداء

نموذج التحقق من جدوى الخطط التسويقية مقارنة مع المحتوى التسويقي. بيان تحليل نتائج الحملات من حيث تكلفة النتيجة. كشف تحليل نتائج الحملات عن طريق سعر الشراء (المزاد). كشف تحليل نتائج هدف الحملة والوصول والظهور والتفاعل. نماذج جمع المعلومات والتغذية الراجعة من الأقسام الأخرى للمؤسسة. التقرير النهائي معد طبقا للقواعد.

معزز المعرفة

التحقق من جدوى الخطط التسويقية مقارنة مع المحتوى التسويقي. تحليل نتائج الحملات من حيث تكلفة النتيجة. تحليل نتائج الحملات عن طريق سعر الشراء (المزاد). تحليل نتائج هدف الحملة والوصول والظهور والتفاعل. جمع المعلومات والتغذية الراجعة من الأقسام الأخرى للمؤسسة إعداد التقرير النهائي

كتابة التوصيات والإجراءات المناسبة.
مقارنة النتائج النهائية مع KPI .
متابعة جودة التنفيذ.

التوصيات والإجراءات محددة بدقة.
التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل
التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة
بالسلامة (الشركة & موقع العمل)
توفر معدات السلامة والصحة المهنية

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة
والمراقبة وفق لوائح الرصد

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط
الاتصال والتواصل
أساسيات اللغة الانجليزية
مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت
احترام وخصوصية مكان العمل
الالتزام بأخلاقيات العمل

وظيفة

مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معيار الأداء على أساس العمليات	معيار الأداء على أساس المنتج
UC10	الوحدة العاشرة: إعداد التقرير النهائي	EC10.1	تحديد نتائج وصول الإعلان إلى المستهدفين.	طبقا للإجراءات	نتائج وصول الإعلان إلى المستهدفين محددة.
		EC10.2	تفصيل الميزانية حسب الإجراءات التفصيلية.	طبقا للإجراءات	الميزانية مفصلة حسب الإجراءات.
		EC10.3	تحديد عدد مرات الظهور الإعلان للشخص الواحد.	طبقا للإجراءات	عدد مرات الظهور الإعلان للشخص الواحد محدد.
		EC10.4	تحديد عدد الرسائل الواردة من الحملة التسويقية الرقمية.	طبقا للإجراءات	عدد الرسائل الواردة من الحملة التسويقية الرقمية محدد .
		EC10.5	تحديد عدد التفاعلات مع الحملة التسويقية الرقمية.	حسب الكاتلوج & المخطط	عدد التفاعلات مع الحملة التسويقية الرقمية محدد.

عدد النقرات المرتبطة بالحملة التسويقية الرقمية محدد.	حسب الكاتلوج & المخطط	تحديد عدد النقرات المرتبطة بالحملة التسويقية الرقمية.	EC10.6
عدد مرات الشراء محددة طبقا للخطة.	طبقا للإجراءات	تحديد عدد مرات الشراء - إن وجدت -	EC10.7
عدد اتصالات العملاء أثناء الحملة التسويقية الرقمية محدد.		تحديد عدد اتصالات العملاء أثناء الحملة التسويقية الرقمية.	EC1.8
عدد المتابعين للحملة التسويقية الرقمية محدد.		تحديد عدد المتابعين للحملة التسويقية الرقمية.	EC10.9
عدد العملاء المحتملين للحملة التسويقية الرقمية محدد.		تحديد عدد العملاء المحتملين للحملة التسويقية الرقمية.	EC10.10

شروط ومتطلبات الأداء

نموذج تحديد نتائج وصول الإعلان إلى المستهدفين.

نموذج الميزانية مفصلة حسب الإجراءات.

نموذج تحديد عدد مرات الظهور الإعلان للشخص الواحد.

نموذج تحديد عدد الرسائل الواردة من الحملة التسويقية الرقمية.

معزز المعرفة

تحديد نتائج وصول الإعلان إلى المستهدفين.

تفصيل الميزانية حسب الإجراءات التفصيلية.

تحديد عدد مرات الظهور الإعلان للشخص الواحد.

تحديد عدد الرسائل الواردة من الحملة
التسويقية الرقمية.

تحديد عدد التفاعلات مع الحملة
التسويقية الرقمية.

تحديد عدد النقرات المرتبطة بالحملة
التسويقية الرقمية.

تحديد عدد مرات الشراء - إن وجدت -

تحديد عدد اتصالات العملاء أثناء
الحملة التسويقية الرقمية.

تحديد عدد المتابعين للحملة التسويقية
الرقمية.

تحديد عدد العملاء المحتملين للحملة
التسويقية الرقمية.

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط

الاتصال والتواصل

أساسيات اللغة الانجليزية

مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت

احترام وخصوصية مكان العمل

نموذج عدد التفاعلات مع الحملة التسويقية
الرقمية.

نموذج عدد النقرات المرتبطة بالحملة
التسويقية الرقمية.

نموذج حصر اتصالات العملاء أثناء الحملة
التسويقية الرقمية.

نموذج حصر عدد المتابعين للحملة
التسويقية الرقمية.

نموذج حصر عدد العملاء المحتملين للحملة
التسويقية الرقمية.

التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل

التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة

بالسلامة (الشركة & موقع العمل)

توفر معدات السلامة والصحة المهنية

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي - تحريري) الملاحظة

والمراقبة وفق لوائح الرصد

وظيفة مسوق رقمي - المستوى المهني

قائمة الوحدات وعناصر الكفايات

رقم الوحدة	اسم وحدة الكفاية	رقم العنصر	اسم عنصر الكفاية	معيار الأداء على أساس العمليات	معيار الأداء على أساس المنتج
UC11	الوحدة الحادية عشرة: أرشفة البيانات والمعلومات التسويقية الرقمية	EC11.1	وضع خطة الأرشفة (توقيتات...الخ).	طبقا للإجراءات	خطة الأرشفة (توقيتات...الخ) محددة بدقة.
		EC11.2	اختيار مكان الأرشفة (اون لاين ، جهاز الحاسوب ، السيرفر ، السحابة).	طبقا للإجراءات	مكان الأرشفة (اون لاين ، جهاز الحاسوب ، السيرفر ، السحابة) محدد في ضوء معايير محددة .
		EC11.3	تنظيم الملفات (ورقية ورقمية).	طبقا للإجراءات	الملفات (ورقية ورقمية منظمة تبعا للإجراءات..
		EC11.4	تنفيذ عملية الأرشفة.	طبقا للإجراءات	عملية الأرشفة منفذة طبقا للإجراءات.

عملية الأرشفة متابعة طبقا للخطة.	حسب الكاتلوج & المخطط	متابعة عملية الأرشفة.	EC11.5
عملية الأرشفة تم تقييمها وفق النماذج المعتمدة.	حسب الكاتلوج & المخطط	تقييم عملية الأرشفة.	EC11.6
البيانات المؤرشفة تم التأكد من سلامتها وفقا للنماذج المعتمدة.	طبقا للإجراءات	التأكد من سلامة البيانات المؤرشفة.	EC11.7

شروط ومتطلبات الأداء

خطة الأرشفة (توقيتات ...الخ).
معايير مكان الأرشفة (اون لاين، جهاز الحاسوب ، السيرفر ، السحابة).
إجراءات تنظيم الملفات (ورقية و رقمية).
إجراءات تنفيذ عملية الأرشفة.
إجراءات متابعة عملية الأرشفة.
إجراءات تقييم عملية الأرشفة.
إجراءات التأكد من البيانات المؤرشفة.
التهوية والاضاءة الجيدة في بيئة العمل
التقيد باللوائح والتعليمات المتعلقة بالسلامة (الشركة & موقع العمل)
توفر معدات السلامة والصحة المهنية

إرشادات للتقييم

الاختبار (شفهي – تحريري) الملاحظة
والمرقبة وفق لوائح الرصد

معزز المعرفة

وضع خطة الأرشفة (توقيتات ...الخ) .
اختيار مكان الأرشفة (اون لاين ، جهاز الحاسوب ، السيرفر ، السحابة) .
تنظيم الملفات (ورقية و رقمية) .
تنفيذ عملية الأرشفة .
متابعة عملية الأرشفة .
تقييم عملية الأرشفة .
التأكد من سلامة البيانات المؤرشفة .

معزز المهارات الأساسية الحياتية والعمل

الالتزام والانضباط
الاتصال والتواصل
أساسيات اللغة الانجليزية
مهارات الحاسوب واستخدام الانترنت

احترام وخصوصية مكان العمل
الالتزام بأخلاقيات العمل

9 - سلوكيات وأخلاقيات العامل (القيم الأخلاقية)

- تحمل المسؤولية.
- التركيز على أدق التفاصيل التي تخص العمل بمجال التسويق الرقمي.
- الحرص على تقديم أفضل جودة ممكنة بمجال العمل.
- التحلي بالأخلاق الحسنة مثل: الصدق، الأمانة، اللطف، الوفاء بالوعد، الإيجابية، والتسامح.
- كسب ثقة صاحب العمل والعملاء.
- الالتزام بالمواعيد وحضور الاجتماعات.
- مساعدة الآخرين ضمن حدود القدرة واحترامهم.
- احترام سياسة وقواعد مؤسسة العمل.
- الاحتفاظ بأسرار العمل وعدم إفشاءها لأي شخص أو أية جهة.
- الالتزام بساعات العمل حسب المتفق عليها في عقد العمل.
- الاهتمام بالنظافة الشخصية والمظهر الخارجي.
- العمل بروح الفريق.
- عدم الخوض في المواضيع الحساسة مثل: الدين والسياسة والألعاب / الفرق الرياضية، النوع الاجتماعي (الجندر) ... الخ.
- تبادل المعلومات ومشاركتها مع الآخرين حسب نظام العمل.
- التحلي بالصبر وضبط الأعصاب والكياسة في التعاملات مع العملاء والزملاء.
- حسن الاستماع للمسؤول المباشر والعاملين والعملاء.
- الالتزام بعدم نشر أو إعادة نشر ما يعد خطاب للكراهية عبر الشبكة المعلوماتية أو الموقع الإلكتروني أو أنظمة المعلومات.

10- قواعد السلامة والصحة المهنية

1-10 بروتوكول موقع العمل والإجراءات الوقائية

- وجود تعليمات وإرشادات سلامة وصحة مهنية تحتوي على مجموعة من الإرشادات تضمن تطبيق ممارسات آمنة في العمل والحد من المخاطر المحتمل حدوثها في مواقع العمل الخاصة بالتسويق الرقمي.

2-10 آليات تقليل حدوث المخاطر

- تزويد العاملين بالتعليمات اللازمة لتنفيذ العمل بطرق صحيحة وآمنة.
- فرض تدابير رقابية شديدة على العاملين أثناء تنفيذ العمل.
- توفير جميع المعدات اللازمة ووسائل السلامة والحماية لكافة العاملين.
- التأكد من إصلاح أي خلل أو عطل فور حصوله في مواقع العمل الخاصة بالتسويق الرقمي.

3-10 تنظيم مواقع العمل

- مساحات جيدة بين الموظفين
- ان تكون مؤمنة بوجود أفراد أمن المبنى.
- مقاعد عمل مريحة.
- شاشات عمل معيارية مريحة للعين.
- ميكروفونات وسماعات أذن معيارية.
- الحرص على وجود خطط منظمة لإخلاء الموقع في حالات الطوارئ.
- التأكد من وجود إنارة جيدة ومناسبة في مواقع العمل الخاصة بالتسويق الرقمي.
- التأكد من أن كافة المعدات في موقع العمل محفوظة بعناية والعمل على تفقدها بشكل منتظم.
- تزويد العاملين الجدد بإرشادات السلامة العامة ومعدات الوقاية الشخصية منذ يومهم الأول.

4-10 معدات الوقاية الشخصية

- مواد اسعافات أولية
- نظام إطفاء الحريق.
- معقمات أيدي.
- استخدام كافة الأفراد المعدات الواقية في جميع الأوقات في مواقع العمل الخاصة بالتسويق الرقمي.
- تدريب العاملين على استخدام معدات الوقاية الشخصية بشكل صحيح وفعال والتأكد من استخدامهم لها طيلة الوقت.

5-10 الأجهزة والآلات والأدوات والمعدات والمواد

المواد	الأدوات والمعدات	الأجهزة والآلات
	Google ad word	جهاز حاسوب
	حساب فيس بوك أعمال	شبكة إنترنت
	حساب فيس بوك إعلاني	
	حساب تيك توك إعلاني	
	Ad library	
	Design (Canva)	

11-شروط الالتحاق بالبرنامج

- المؤهل العلمي الأدنى: الثانوية العامة، توجيهي (ناجح - راسب).
- العمر لا يقل عن 18 سنة.
- التمكن من المهارات الحاسوبية الأساسية.
- طبيعة مهام البرنامج تقبل ذوي الاحتياجات الخاصة على ألا تتعارض الإعاقة مع متطلبات المهنة.
- طبيعة مهام البرنامج لا تقبل الأشخاص الأصحاء الذين يعانون من:
 - التلعثم.
 - الثأأة
 - اضطرابات الصوت، مثل: مشكلات نغمة الصوت، نوعية الصوت وحجمه (ارتفاع الصوت).

12- وصف بيئة العمل في ظل قانون العمل الأردني

1-12 ساعات العمل

- 24 ساعة / 7 أيام
- 8 ساعات يومياً (بدون حساب فترات الراحة والطعام).
- يمكن إعادة توزيع ساعات العمل بحد أقصى 11 ساعة يومياً (بما في ذلك فترات الراحة).
- بكل الأحوال حد أقصى 48 ساعة في الأسبوع (بدون احتساب الوقت المخصص للطعام والراحة).

• العمل الإضافي في الظروف الطارئة:

- ✓ يجوز تشغيل العامل أكثر من ساعات العمل اليومية أو الاسبوعية في حالات الطوارئ ولا يشترط موافقة العامل على العمل الإضافي في أية حالات طوارئ تحدد بمعرفة جهة الاختصاص.
- ✓ ساعات العمل بحد أقصى 11 ساعة يومياً (بما في ذلك فترات الراحة).
- ✓ يستحق أجر عمل إضافي.

2-12 الظروف البيئية

- ساعات عمل مرنة.
- أماكن العمل جيدة الإنارة والتهوية.
- الخصوصية في اللقاءات مع العملاء.
- اتصال سريع بالإنترنت.
- الاستقلالية في العمل.

3-12 متطلبات بيئة العمل

هذه المهنة تتطلب ما يلي:

- توفر الأدوات والمعدات اللازمة لممارسة التسويق الرقمي.
- توفر الظروف البيئية المناسبة.
- توفير البرمجيات والأنظمة اللازمة لإتمام التسويق الرقمي.
- الاستجابة السريعة للمهام المطلوبة المحددة من قبل الرئيس المباشر.
- التواصل والتنسيق مع المسؤولين أو أشخاص لهم صلة بالعمل أو من الأقسام الأخرى.
- القيام بعمليات متكررة وإعادة الأنشطة العقلية ذاتها مراراً وتكراراً.
- الالتزام بجميع إجراءات وتعليمات ومعايير الصحة والسلامة المهنية.
- الالتزام بارتداء معدات الحماية والسلامة الشخصية مثل: الميكروفونات والنظارات ومعدات حماية السمع.....إلخ.
- استخدام الهاتف الخاص أثناء العمل في حالات محددة حسب النظم المتبعة داخل المؤسسة.
- اتخاذ القرارات اللازمة المتعلقة بالآخرين في ضوء النظم المعمول بها داخل المؤسسة.
- الحرص على السمعة الشخصية وسمعة المؤسسة التي يعمل بها قبل وأثناء وبعد الأعمال المكلف بها.
- الدقة في تنفيذ هذا العمل متطلباً مهماً بدرجة عالية.
- استخدام البريد الإلكتروني ووسائل التواصل المعتمدة داخل المؤسسة حسب طبيعة العمل.
- كتابة التقارير والملاحظات الإلكترونية والورقية.

13- معيار مدة التنفيذ ونقل المهارة

المدة التقديرية للتدريب بالساعة (المستوى المهني)	الكفايات
520 ساعة تدريبية	المعارف ومهارات الاستخدام والمهارات الفنية المهنية
280 ساعة تدريبية (أو حسب ما تحدده هيئة تنمية وتطوير المهارات المهنية والتقنية)	التدريب في مواقع العمل ojt
800 ساعة تدريبية	إجمالي الساعات التدريبية

14- قائمة المراجع

1-14 المراجع العربية

- التصنيف الأردني المعياري للمهن (2021)، الأردن.
- الإطار العام للمناهج الأردنية (2022)، المركز الوطني لتطوير المناهج، الأردن.
- الإطار الوطني للمؤهلات في المملكة الأردنية الهاشمية (2020).
- تقرير حالة البلاد (2021) - مجال الموارد البشرية، سوق العمل والتشغيل وقطاع التعليم والتدريب المهني والتقني، المجلس الاقتصادي والاجتماعي الأردني، الأردن.
- الأردن 2025 – رؤية واستراتيجية وطنية، الأردن.

2-14 المراجع الأجنبية

Almaz, F. (2022). A new way of doing business during the COVID-19 pandemic: An example of the DACUM analysis. Management: Journal of Contemporary Management Issues, 27(1), 337-359.

Borden, T., & Cox, R. A. (2022). *Technician's guide to programmable controllers*. Cengage Learning.

DACUM International Training Center, Ohio University, USA

<https://cete.osu.edu/programs/dacum-international-training-center/>

International Organization for Scientific Research (IOSR).

<https://www.iosrjournals.org/>

Kingsnorth, S. (2022). Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page Publishers.

Kurdi, B., Alshurideh, M., Akour, I., Alzoubi, H., Obeidat, B., & Alhamad, A. (2022). The role of digital marketing channels on consumer buying decisions through eWOM in the Jordanian markets. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1175-1186.

Wind, J., & Mahajan, V. (2002). Digital marketing. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), 43-54.

15- قائمة الملاحق

1-15 قائمة الواجبات والمهام طبقا لمخطط DACUM

2-15 خطة التدريب

3-15 الوصف التدريبي

4-15 ملاحظات إرشادية للمدرسين

5-15 مواد تدريب المعلم / المدرب

6-15 مواد تدريب المتعلم / المتدرب

7-15 أنشطة البرنامج التدريبي

8-15 نموذج الامتحان النهائي (نظري)

9-15 نموذج الامتحان النهائي (عملي)

10-15 نموذج بطاقة التمرين

11-15 نموذج امتحان نهائي (اختيار من متعدد)

12-15 موجّهات كتابة محتوى الكتاب

13-15 دليل العروض التقديمية

14-15 مواصفات وشروط المدرسين (معايير اختيار المدرسين)