



معايير المهارات المهنية الوطنية

أخصائي دعاية وإعلان

An Advertising Specialist

16220



طبعة ١٤٢٩ هـ



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



فهرس المحتويات

4	- - - - - مقدمة
5	- - - - - أعضاء اللجان العاملة على إعداد معايير المهارات المهنية الوطنية للمهنة
9	- - - - - جدول التحليل الوظيفي للمهنة
14	- - - - - تحليل المهام للمهنة
	التحليل الإحصائي للمهنة
45	- - - - - التحليل الأساسي للبيانات
51	- - - - - جدول ترتيب المهام
57	- - - - - جدول التحليل الوظيفي للمهنة (إنجليزي)



مُقَدِّمَةٌ

الحمد لله رب العالمين الذي علّم بالقلم علّم الإنسان ما لم يعلم، والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين ... وبعد

تعد المناهج التدريبية عنصراً هاماً من عناصر العملية التدريبية، إذ تحوي بين جنباتها الحد الأدنى من المعارف والمهارات المراد إكسابها للمتدربين.

وبما أن المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني الجهة المناطة بها تأهيل وتدريب أبناء وبنات الوطن للانخراط في الأعمال التقنية والمهنية وإكسابهم المهارات التي يتطلبها سوق العمل، أصبح لزاماً عليها أن تسير ركب التطور التقني المتسارع في هذا المجال.

ولعل أولى الخطوات التطويرية هي تبني المؤسسة حين إعداد المناهج والبرامج التدريبية بناء المعايير المهنية الوطنية، والتي تعد الركيزة الأساسية في تطوير مناهج كثير من الدول المتقدمة.

وينطلق بناء المعايير المهنية الوطنية في مفهومه إلى أن الخبراء والمتخصصين الممارسين للمهنة أقدر الناس على تعريف أي مهنة طبقاً للوصف الدقيق لمهامها وواجباتها وكذا المهارات والمعارف والسلوكيات التي تحتاجها.

وعلى هذا فقد قامت المؤسسة حين الإعداد لهذه اللجان بالاستفادة من خبرات المختصين في سوق العمل، ومشاركتهم جنباً إلى جنب مع المختصين في المؤسسة سعياً لإيجاد وصف دقيق لكل مهنة ومتطلباتها.

سائلين المولى عز وجل الإعانة والتوفيق والسداد لما فيه خير أبناء وبنات هذا الوطن إنه سميع مجيب الدعاء.

الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

أعضاء اللجان العاملة على إعداد معايير المهارات المهنية الوطنية للمهنة



أعضاء اللجنة العامة لتطوير البرامج والمناهج

د / صالح بن عبدالرحمن العمرو	نائب المحافظ للتطوير المكلف _ رئيساً
د / طارق بن محمد الثويني	نائب مدير عام تصميم وتطوير المناهج
د / علي بن سليمان الوطبان	عميد الكلية التقنية بالرياض
د / خالد بن محمد الغفيلي	مدير عام شؤون المتدربين في المؤسسة
د / بدر بن ناصر العليوي	أمين مجلس الكليات التقنية وأمين المجلس العلمي
د / محمد بن صالح العويد	عميد كلية الاتصالات والمعلومات بالرياض
م / صالح بن ناصر الضلعان	مدير المعهد الملكي الثانوي الصناعي بالرياض
أ / محمد بن علي الصيخان	مدير إدارة إعداد المناهج
أ / محمد بن علي الزهراني	مدير مركز اللغة الإنجليزية بكلية الرياض
م / إبراهيم بن عبدالله الفريجي	قسم التقنية الميكانيكية بكلية الرياض
أ / عبدالله بن محمد جوهري	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
أ / صالح بن عبدالله الرومي	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
أ / عبدالرحمن بن محمد العمرو	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
أ / حمد بن عبدالرحمن القضيب	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
م / عبدالعزيز بن أحمد الزويد	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
أ / تركي بن نهار الغبيني	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
أ / صالح بن محمد الجعيلان	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
أ / عبدالرحمن بن علي المهوس	باحث اقتصادي بالمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني



أعضاء اللجنة التخصصية للمهنة

أ. محمد بن علي الصيخان	مدير إدارة إعداد المناهج
أ. عبدالله بن محمد جوهرجي	أخصائي مناهج – الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
أ. أسامة بن عبدالله أبو نهية	معهد الدمام التجاري
أ. خالد بن محمد الزامل	الغرفة التجارية الصناعية بالدمام
أ. صالح بن محمد الدويش	الشركة العقارية للاستشارات
أ. صالح بن عبدالرحمن المبارك	مكتب الأسواق للاستشارات
أ. إبراهيم بن عبدالرحمن الشبل	الشركة العقارية السعودية
أ. وليد بن عبدالعزيز البواردي	معهد الإدارة العامة
أ. عبدالعزيز بن إبراهيم البدر	مجموعة العثيم



المشاركون في ورشة عمل التحليل الوظيفي للمهنة

أحمد بن عبدالعزيز الفيغاوي	مجموعة العثيم التجارية
سطوم بن محمد السردول	أريج للدعاية والإعلان
عبد المحسن بن محمد الزهراني	مجموعة لازوردي
عبدالمحسن عبدالله الماضي	مركز زد للإعلان والعلاقات العامة
عمار بن مصطفى الزعيتر	مجموعة لازوردي
فهد بن سليمان العيسى	الغرفة التجارية الصناعية بالرياض
محمد بن عبدالاله باجسير	شركة الرياض للتعمير

منسقو ورشة عمل التحليل الوظيفي للمهنة

أ. عبدالله بن محمد الجوهرجي	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
أ. تركي بن نهار الغبيني	أخصائي مناهج - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

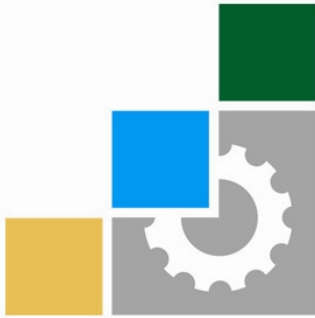


المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

جدول التحليل الوظيفي للمهنة



التحليل الوظيفي لمهنة أخصائي دعاية وإعلان



إعداد

الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج
بالمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
مستوى الدخول للتدريب على هذه المهنة " الثانوية العامة "



التاريخ

محرم 1423هـ

المشاركون في ورشة العمل

أحمد بن عبدالعزيز الفيغوي

مجموعة العثيم التجارية

سطوم بن محمد السردول

أريج للدعاية والإعلان

عبد المحسن بن محمد الزهراني

مجموعة لازوردي

عبد المحسن عبدالله الماضي

مركز زد للإعلان والعلاقات العامة

عمار بن مصطفى الزعتر

مجموعة لازوردي

فهد بن سليمان العيسى

الغرفة التجارية الصناعية بالرياض

محمد بن عبد الله باجسير

شركة الرياض للتعمير

منسقو ورشة العمل

أ. عبدالله بن محمد الجوهري

أ. تركي بن نهار الغبيني

المخطط التنظيمي للمهنة

المدير العام

مشرف مبيعات / مدير تسويق /
رئيس قسم الدعاية والإعلان

أخصائي دعاية وإعلان



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهام					الواجبات
A5)	A4)	A3)	A2)	A1)	A
يقترح ميزانية الترويج	يقترح الأهداف الترويجية	يتعرف على الأهداف التسويقية للمنشأة	يدرس الوضع الحالي للمنشأة	يجمع المعلومات	
B5)	B4)	B3)	B2)	B1)	B
يحدد كيفية تنفيذ الخطة والبرامج الترويجية	يحدد الوسائل والأنشطة الترويجية	يتعرف على ميزانية الترويج	يتعرف على الأهداف الترويجية	يحلل مكونات الخطة التسويقية	
C5)	C4)	C3)	C2)	C1)	C
يحدد الوسائل الإعلانية للحملة	يعد الجدول الزمني للحملة الإعلانية	يحدد الوسائل الإعلانية للحملة	يحدد ميزانية الحملة الإعلانية	يحدد الأهداف الإعلانية للحملة	
D5)	D4)	D3)	D2)	D1)	D
يلتقي بنظرائة في المهنة	يطلع على أحدث النشرات والكتب المتخصصة	يحضر الندوات والمؤتمرات والمعارض المتخصصة	يتابع أحدث المستجدات للمهنة	يبني العلاقات مع وكالات الدعاية ووسائل الإعلان المختلفة	



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

		B9)	B8)	B7)	B6)
		يقيم نتائج الخطة الترويجية	يقارن التكاليف	يشرف على تنفيذ الخطة الترويجية	يعد الجدول الزمني للخطة الترويجية
	C10)	C9)	C8)	C7)	C6)
	يقيم نتائج الحملة الإعلانية	يقارن التكاليف	يشرف على تنفيذ الحملة الإعلانية	يتابع تنفيذ الأفكار الإعلانية للحملة (التصميم - المطبوعات - مواعيد التسليم)	يقترح الأفكار الإعلانية للحملة



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

سلوكيات العمل	المعارف العامة والمهارات
1. الصبر 2. التنبؤ والتحليل 3. الأمانة 4. الصدق 5. حسن الخلق 6. المثابرة 7. التواضع 8. سرعة البديهة 9. حسن المظهر 10. اللياقة 11. الطموح 12. الالتزام بالمواعيد 13. تحمل ضغوط العمل 14. حسن الإصغاء 15. السرية 16. المبادرة 17. العمل بروح الفريق الواحد 18. دقة الملاحظة 19. تقبل النقد 20. الولاء للمنشأة	1. المعرفة الجيدة باللغة الإنجليزية 2. معرفة المصطلحات (الإنجليزية ، العربية) 3. المعرفة الجيدة بالحاسب الآلي (تطبيقات الأوفس) 4. الإلمام بالتسويق 5. أن تكون لديه مهارة التعامل مع العملاء 6. القدرة على قيادة السيارة 7. القدرة على التنظيم 8. أن تكون لديه مهارات الإقناع 9. القدرة على ترتيب الأولويات 10. القدرة على الابتكار
التجهيزات والأدوات والمواد	الاهتمامات والتوجهات المستقبلية
1. سيارة 2. هاتف 3. جوال 4. كروت تعريفية (كروت عمل) 5. ملفات 6. عطر 7. مكتب 8. آلة حاسبة 9. حاسب آلي 10. تجهيزات مكتبية 11. تعريفية عن الشركة (بروشورات) 12. حقيبة 13. دليل هاتف 14. أدلة تجارية 15. مفكرة بالمواعيد 16. آلة تصوير 17. قاموس خاص بالمصطلحات الإعلانية 18. وسائل الإعلام	1. توصيف مهني واضح 2. القبول من جهة العمل 3. إقامة دورات تدريبية متخصصة بالعربية 4. وجود جمعية خاصة بمهنة الإعلان 5. تفعيل التواصل بين أصحاب المهنة 6. الدعم المادي والمعنوي



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

تحليل المهام للمهنة



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يشترك في إعداد الخطط التسويقية	رقم الواجب	A
المهمة	يجمع المعلومات	رقم المهمة	A1
الهدف الإجرائي للمهمة	يجمع المعلومات من خلال السجلات الداخلية للمنشأة عن طريق مراكز المعلومات والاستبانات والمقابلات الشخصية للاستعانة بها في وضع الخطط التسويقية		

الخطوات	معياري الأداء
- يحدد نوعية المعلومات المطلوبة - يحدد كيفية الحصول على المعلومات المطلوبة - يجمع المعلومات المطلوبة	- أن تكون المعلومات مناسبة وملائمة للخطة - أن تكون المعلومات دقيقة وصحيحة

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
- القدرة على جمع المعلومات وتحليلها - القدرة على إعداد استمارات الاستقصاء لجمع المعلومات - القدرة على إجراء المقابلات الشخصية		- مكتب - أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني - ماكينة تصوير أوراق - أدلة هاتف تجارية



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يشارك في إعداد الخطط التسويقية	رقم الواجب	A
المهمة	يدرس الوضع الحالي للمنشأة	رقم المهمة	A2
الهدف الإجرائي للمهمة	يدرس الوضع الحالي للمنشأة بتحليل البيانات التي تم الحصول عليها لتحديد نقاط القوة والضعف بالمنشأة والمهددات والفرص بالسوق		

الخطوات	معييار الأداء
• يحلل جميع المعلومات المتوفرة عن المنشأة • يحدد نقاط القوة والضعف بالمنشأة • يحدد المهددات والفرص بالسوق • يعد التقرير اللازم لدراسة وضع المنشأة من جميع النواحي	• أن تكون المعلومات مناسبة للخطة • أن تكون المعلومات دقيقة وصحيحة

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
• القدرة على التحليل والاستنتاج • معرفة بالتخطيط التسويقي		• مكتب • أدوات مكتبية • كمبيوتر شخصي • هاتف • فاكس • بريد إلكتروني • ماكينة تصوير أوراق • أدلة هاتف تجارية



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يشارك في إعداد الخطط التسويقية	رقم الواجب	A
المهمة	يتعرف على الأهداف التسويقية للمنشأة	رقم المهمة	A3
الهدف الإجرائي للمهمة	يتعرف على أهداف المنشأة التسويقية بعد مقابلة المسؤول أو بالإطلاع عليها للإلمام بها ومساعدته على اقتراح أهداف ترويجية		

الخطوات	معياري الأداء
- يحدد موعد لمقابلة المسؤول - يقابل المسؤول للتعرف على الأهداف التسويقية للمنشأة - يتعرف على الأهداف التسويقية للمنشأة مرتبة حسب أهميتها	استخلاص أهداف المنشأة التسويقية بشكل جيد

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
- قدرة على التحليل والاستنتاج - معرفة بالتخطيط التسويقي		- دفتر ملاحظات - أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يشارك في إعداد الخطط التسويقية	رقم الواجب	A
المهمة	يقترح الأهداف الترويجية	رقم المهمة	A4
الهدف الإجرائي للمهمة	يقترح الأهداف الترويجية للخطة بعد التعرف على الأهداف التسويقية للمنشأة للإسهام في إعداد الخطط التسويقية		

الخطوات	معياري الأداء
- يدرس الأهداف التسويقية للمنشأة بشكل دقيق - يترجم الأهداف التسويقية للمنشأة إلى مجموعة من الأهداف الترويجية - يرتب الأهداف الترويجية حسب أهميتها - يقدم الأهداف الترويجية المقترحة للمسؤول المباشر	إعداد أهداف ترويجية مناسبة للخطة على أن تتوافق مع امكانيات المنشأة

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
معرفة بالتخطيط التسويقي		- دفتر ملاحظات - أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يشترك في إعداد الخطط التسويقية	رقم الواجب	A
المهمة	يقترح ميزانية الترويج	رقم المهمة	A5
الهدف الإجرائي للمهمة	يقترح ميزانية الترويج (كمبلغ إجمالي ، نسبة من المبيعات) لتحقيق الأهداف الترويجية للخططة التسويقية بالمنشأة		

الخطوات	معياري الأداء
- يدرس الأهداف التسويقية والترويجية - يراجع الأهداف التسويقية والترويجية - يحدد حجم ميزانية الترويج - يعرض ميزانية الترويج المقترحة على مديره المباشر	تحديد حجم ميزانية الترويج وفق الأهداف التسويقية والترويجية التي تسعى المنشأة لتحقيقها

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
الإلمام بتكاليف الوسائل الترويجية والدعائية والإعلانية (التلفاز ، المذياع، المطبوعات، لوحات الطرق الإعلانية ، الهدايا الدعائية ، ... الخ)		- قوائم الأسعار لوسائل الإعلان المختلفة - أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف ، فاكس ، بريد إلكتروني - أدلة هاتف تجارية



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الخطط الترويجية	رقم الواجب	B
المهمة	يحلل مكونات الخطة التسويقية	رقم المهمة	B1
الهدف الإجرائي للمهمة	يحلل مكونات الخطة التسويقية بعد الحصول عليها معتمدة من أجل إعداد الخطة الترويجية		

الخطوات	معياري الأداء
- يحصل على الخطة التسويقية - يدرس الخطة التسويقية - يطلع على نقاط القوة والضعف بالمنشأة - يطلع على الفرص والمهددات (المنافسين) بالسوق - يحدد نوعية الجمهور المستهدف	- استيعاب جميع أجزاء الخطة التسويقية للمنشأة - الخروج بنتائج وبيانات تختص بالخطة التسويقية وتساعد في إعدادها

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
إلمام بالتخطيط التسويقي		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الخطط الترويجية	رقم الواجب	B
المهمة	يتعرف على الأهداف الترويجية	رقم المهمة	B3
الهدف الإجرائي للمهمة	يتعرف على الأهداف الترويجية للخططة التسويقية بالإطلاع عليها من أجل إعداد خطة الأنشطة الترويجية		

الخطوات	معياري الأداء
- يحصل على الأهداف الترويجية . - يطلع على الأهداف الترويجية - يدون الملاحظات الهامة	تحديد الأهداف الترويجية بشكل واضح وسليم

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
الإلمام بالتخطيط التسويقي		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الخطط الترويجية	رقم الواجب	B
المهمة	يتعرف على ميزانية الترويج	رقم المهمة	B4
الهدف الإجرائي للمهمة	يتعرف على ميزانية الترويج للخططة التسويقية بعد الإطلاع عليها من أجل توزيع الميزانية على بنود الأنشطة الترويجية		

الخطوات	معياري الأداء
- يحصل على الأهداف الترويجية . - يطلع على الأهداف الترويجية - يدون الملاحظات الهامة	تحديد بدقة المبلغ المرصود كميزانية للترويج

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
الإلمام بالتخطيط التسويقي		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

16220	رقم المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	المهنة
B	رقم الواجب	يعد الخطط الترويجية	الواجب
B5	رقم المهمة	يحدد الوسائل والأنشطة الترويجية	المهمة
يحدد الوسائل والأنشطة الترويجية المناسبة والملائمة لتحقيق الأهداف التسويقية والترويجية للخطة			الهدف الإجرائي للمهمة

معايير الأداء	الخطوات
عدم تجاوز الأنشطة المقترحة الميزانية المخصصة لها	- يدرس مختلف الوسائل و الأنشطة الترويجية التي من الممكن أن تسهم في نجاح الخطه التسويقية (الميزات ، العيوب ، التكلفة) - يحدد الوسائل والأنشطة الترويجية المناسبة والتي تساهم في تحقيق الأهداف الترويجية - يحدد تكلفة كل نشاط من الأنشطة الترويجية بالخطه - يرفع للإدارة الوسائل المقترحة للتوجيه

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
معرفة الأنشطة والوسائل الترويجية وتكلفتها		- قوائم أسعار الوسائل الإعلانية والترويجية - أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الخطط الترويجية	رقم الواجب	B
المهمة	يحدد كيفية تنفيذ الخطة والبرامج الترويجية	رقم المهمة	B6
الهدف الإجرائي للمهمة	يحدد الخطوات التنفيذية للخطة وبرامجها الترويجية لتحقيق أهدافها		

الخطوات	معايير الأداء
- يحدد نوعية الأنشطة الترويجية للخطة - يحدد أولويات تنفيذ الأنشطة الترويجية للخطة - يحدد مسؤولية تنفيذ كل نشاط ترويجي بالخطة	- المنطقية في تحديد الأولويات للأنشطة الترويجية المختلفة - إعداد خطة عمل تحتوى على بنود واضحة وسليمة ومرتبة تساعد في تنفيذ الخطة الترويجية

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
معرفة بالأنشطة والوسائل الترويجية		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

16220	رقم المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	المهنة
B	رقم الواجب	يعد الخطط الترويجية	الواجب
B7	رقم المهمة	يعد الجدول الزمني للخطة الترويجية	المهمة
يعد الجدول الزمني للأنشطة الترويجية للخطة التي تمت الموافقة عليها للتقيد والالتزام به			الهدف الإجرائي للمهمة

معايير الأداء	الخطوات
• أن يكون الجدول الزمني متسلسلاً ويحتوي على كافة الأنشطة الترويجية المعتمدة في الخطة بشكل سليم وواضح	• يحدد الزمن اللازم لتنفيذ كل نشاط من الأنشطة الترويجية للخطة • يأرخ بداية التنفيذ لجميع الأنشطة الترويجية للخطة • يضع الجدول الزمني لتنفيذ جميع الأنشطة الترويجية

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
• إلمام بالحاسب الآلي و برنامج الأكسل • إلمام بالتخطيط التسويقي		• أدوات مكتبية • كمبيوتر شخصي • هاتف • فاكس • بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

16220	رقم المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	المهنة
B	رقم الواجب	يعد الخطط الترويجية	الواجب
B8	رقم المهمة	يشرف على تنفيذ الخطة الترويجية	المهمة
يشرف على تنفيذ أنشطة الخطة الترويجية بالتعاون مع الجهات المنفذة لتحقيق أهداف الخطة			الهدف الإجرائي للمهمة

معايير الأداء	الخطوات
القيام بالإشراف على تنفيذ الخطة الترويجية وفق الخطة والجدول الزمني المعد مسبقاً	- يحصل على الخطة والجدول الزمني لتنفيذ الأنشطة الترويجية - ينسق مع الجهات المنفذة للأنشطة الترويجية - يتابع الأنشطة خلال التنفيذ - يعد التقرير اللازم

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
الإلمام بمهارات الإشراف والمتابعة		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الخطط الترويجية	رقم الواجب	B
المهمة	يقارن التكاليف	رقم المهمة	B9
الهدف الإجرائي للمهمة	يقارن التكاليف الفعلية بعد التنفيذ بما هو مقدر في الخطة لتحديد الانحراف		

الخطوات	معياري الأداء
- يُحصل على كشف بمصاريف الترويج - يطلع على تكاليف تنفيذ كل نشاط ترويجي - يقارن التكاليف الفعلية لتنفيذ الأنشطة الترويجية بما هو مخطط - يحدد الانحرافات بالزيادة أو النقصان - يعد تقريراً بالأسباب التي أدت للانحراف	أعداد تقرير وإيف بالتكاليف متضمناً مقارنة التكاليف الفعلية بالتكاليف المخطط لها ومتضمناً تصحيح الانحرافات إن وجدت

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
القدرة على المقارنة وتحليل التكاليف		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



16220	رقم المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	المهنة
B	رقم الواجب	يعد الخطط الترويجية	الواجب
B10	رقم المهمة	يقيم نتائج الخطة الترويجية	المهمة
يقيم نتائج تنفيذ الخطة الترويجية من خلال التعرف على ردود الأفعال والنتائج المحققة للتأكد من فاعلية الخطة			الهدف الإجرائي للمهمة

معايير الأداء	الخطوات
إعداد تقيماً يشتمل على تفصيل نتائج الخطة الترويجية	- يحصل على معايير لتقييم نتائج أنشطة الخطة الترويجية كالاستقصاء أو استمارات قياس ردود الفعل أو تقارير المبيعات - يقارن الخطة بالمعايير لتقييم كل نشاط - يستفيد من نتائج التقييم كتغذية عكسية للاستفادة منها عند إعداد الخطة والأنشطة الترويجية مستقبلاً - يعد التقارير اللازمة ويرفعها للمسؤول المباشر

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
القدرة على التحليل والتقييم		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الحملات الإعلانية	رقم الواجب	C
المهمة	يحدد الأهداف الإعلانية للحملة	رقم المهمة	C1
الهدف الإجرائي للمهمة	يحدد الأهداف الإعلانية للحملات بناءً على الأهداف التسويقية والترويجية للخطة لتحقيقها		

الخطوات	معايير الأداء
- يحصل على الخطة التسويقية بعد اعتمادها - يدرس الأهداف التسويقية للمنشأة - يتعرف على الأهداف الترويجية في الخطة - يستنبط الأهداف الإعلانية للحملة	تحديد الأهداف الإعلانية بدقة بحيث تتناسب مع إمكانيات المنشأة وميزانياتها المحددة للحملة

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
معرفة بالترويج والحملات الإعلانية		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



16220	رقم المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	المهنة
C	رقم الواجب	يعد الحملات الإعلانية	الواجب
C2	رقم المهمة	يحدد ميزانية الحملة الإعلانية	المهمة
يحدد ميزانية الحملات الإعلانية وفقاً للميزانية المتاحة لتحقيق الأهداف الترويجية للخطوة			الهدف الإجرائي للمهمة

معايير الأداء	الخطوات
• تحديد ميزانية للحملة الإعلانية في ظل حدود ميزانية الترويج المتاحة بالخطوة وإمكانيات المنشأة	• يتعرف على حجم ميزانية الترويج المتاحة • يرتب الأهداف الإعلانية للحملات حسب أولويتها • يقدر تكلفة الوسائل الإعلانية المتاحة للاستخدام • يحدد تكاليف الحملة الإعلانية • يرفع تقريراً بتقدير تكاليف الحملات الإعلانية

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
• معرفة بالترويج والحملات الإعلانية وتكاليف تنفيذها		• قوائم أسعار استخدام الوسائل الإعلانية • أدوات مكتبية • كمبيوتر شخصي • هاتف • فاكس • بريد إلكتروني



16220	رقم المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	المهنة
C	رقم الواجب	يعد الحملات الإعلانية	الواجب
C3	رقم المهمة	يحدد الوسائل الإعلانية للحملة	المهمة
يحدد الوسائل الإعلانية المناسبة والملائمة للحملة لتحقيق الأهداف المحددة للخطة			الهدف الإجرائي للمهمة

معايير الأداء	الخطوات
استخدام وسائل إعلانية تحقق الأهداف الإعلانية الموضوعة ضمن الميزانية المحددة وتحقق أهداف الخطة التسويقية	- يدرس مختلف الوسائل الإعلانية التي من الممكن استخدامها (الميزات ، العيوب ، التكلفة) - يحدد الوسائل الإعلانية الأنسب لتحقيق الأهداف الإعلانية الموضوعة للحملة - يحدد تكلفة كل وسيلة إعلانية مراد استخدامها بالحملة

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
معرفة بالأنشطة والوسائل الإعلانية وتكلفتها		- قوائم أسعار الوسائل الإعلانية - أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



16220	رقم المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	المهنة
C	رقم الواجب	يعد الحملات الإعلانية	الواجب
C4	رقم المهمة	يعد الجدول الزمني للحملة الإعلانية	المهمة
يعد الجدول الزمني للحملات الإعلانية للتقيد والالتزام به			الهدف الإجرائي للمهمة

معايير الأداء	الخطوات
إعداد جدول زمني متضمناً كافة المعلومات الضرورية والهامة لتنفيذ الحملة الإعلانية ومحددات فيه أولويات التنفيذ	- يحدد الزمن اللازم لتنفيذ كل وسيلة من الوسائل الإعلانية - يحدد بداية ونهاية الحملة - يضع الجدول الزمني لتنفيذ جميع الوسائل الإعلانية - يحدد مسؤولية تنفيذ كل وسيلة إعلانية

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
معرفة بالأنشطة والوسائل الإعلانية		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الحملات الإعلانية	رقم الواجب	C
المهمة	يحجز الوسائل الإعلانية للحملة	رقم المهمة	C5
الهدف الإجرائي للمهمة	يحجز الوسائل الإعلانية للحملة بإعداد التعميدات اللازمة المحدد في الخطة حسب الجدول المعتمد للحملة تمهيداً لتنفيذ الحملة		

الخطوات	معيار الأداء
- يحصل على الجدول الزمني للحملة الإعلانية - يتأكد من أسعار الوسائل الإعلانية وأنها نهائية والخصومات المقدمة مناسبة - يعد خطاب التعميد لحجز كل وسيلة إعلانية بالحملة - يتأكد من الحجز الفعلي بخطاب يؤكد ذلك من قبل الجهة صاحبة الوسيلة الإعلانية	القيام بإعداد المكاتبات اللازمة لحجز الوسائل الإعلانية للحملة والحصول على تأكيدات الحجز

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
- معرفة بالأنشطة والوسائل الإعلانية - مهارات الاتصال		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الحملات الإعلانية	رقم الواجب	C
المهمة	يقترح الأفكار الإعلانية للحملة	رقم المهمة	C6
الهدف الإجرائي للمهمة	يقترح الأفكار الإعلانية للحملة من خلال تقديم ملخص للأفكار لتنفيذ الحملة		

الخطوات	معيار الأداء
- يدرس الأهداف الإعلانية للحملة - يقترح الأفكار الإعلانية للحملة - يرفع ملخص بالأفكار الإعلانية لمدير التسويق بالمنشأة للمناقشة والاعتماد	القيام بإعداد أفكار إعلانية جديدة تساهم في تحقيق أهداف الحملة الإعلانية

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
معرفة بالأنشطة والوسائل الإعلانية		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الحملات الإعلانية	رقم الواجب	C
المهمة	يتابع تنفيذ الأفكار الإعلانية للحملة (التصميم - المطبوعات - مواعيد التسليم)	رقم المهمة	C7
الهدف الإجرائي للمهمة	يتابع تنفيذ الأفكار الإعلانية من خلال الوسائل الإعلانية المتبعة من أجل تحقيق الأهداف الإعلانية للحملة		

الخطوات	معياري الأداء
- يحصل على الفكرة الإعلانية للحملة بعد اعتمادها من قبل مدير التسويق أو صاحب الصلاحية - يتابع تنفيذ الفكرة مع قسم التصميم - ينسق مع الجهات المختصة للبدء في تنفيذ الأفكار	توفر سجل متابعة تنفيذ الأفكار الإعلانية للحملة متضمناً كافة تطورات الوضع المتعلقة بتلك الأفكار

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
- معرفة بالأنشطة والوسائل الإعلانية - المعرفة بوسائل المتابعة والتنسيق وأنواعها		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الحملات الإعلانية	رقم الواجب	C
المهمة	يشرف على تنفيذ الحملة الإعلانية	رقم المهمة	C8
الهدف الإجرائي للمهمة	يشرف على تنفيذ الحملة الإعلانية وفق الخطة المعدة بالتعاون مع الإدارات والجهات المختلفة لتحقيق مختلف الأهداف الإعلانية للحملة		

الخطوات	معيار الأداء
- يحصل على الجدول الزمني لتنفيذ الحملة الإعلانية - ينسق مع الإدارات والجهات ذات العلاقة لتنفيذ الحملة الإعلانية - يتابع تنفيذ وإنجاز كل نشاط إعلاني بالحملة - يتقيد بالجدول الزمني للحركة	تنفيذ الحملة الإعلانية وفق الخطة المعدة لذلك

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
- معرفة بالأنشطة والوسائل الإعلانية - المعرفة بوسائل المتابعة والتنسيق وأنواعها		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يعد الحملات الإعلانية	رقم الواجب	C
المهمة	يقارن التكاليف	رقم المهمة	C9
الهدف الإجرائي للمهمة	يقارن التكاليف الفعلية بعد التنفيذ بما هو مقدر في الخطة للحملة الإعلانية		

الخطوات	معيار الأداء
- الحصول على كشف بمصاريف الحملة الاعلانية - يطلع على تكاليف تنفيذ كل نشاط إعلاني - يقارن التكاليف الفعلية لتنفيذ الأنشطة الإعلانية للحملة بما هو مخطط - يحدد الانحرافات بالزيادة أو النقصان - يعد تقريراً بالأسباب التي أدت للانحرافات	إعداد تقرير وافٍ بالتكاليف متضمناً مقارنة التكاليف الفعلية بالتكاليف المخطط لها ومتضمناً تصحيح الانحرافات إن وجدت

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
القدرة على المقارنة وتحليل التكاليف		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



16220	رقم المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	المهنة
C	رقم الواجب	يعد الحملات الإعلانية	الواجب
C10	رقم المهمة	يقيم نتائج الحملة الإعلانية	المهمة
يقيم نتائج تنفيذ الحملة الإعلانية من خلال التعرف على ردود الأفعال والنتائج المحققة للتأكد من فاعلية الحملة			الهدف الإجرائي للمهمة

معايير الأداء	الخطوات
إعداد تقيماً يشتمل على تفصيل نتائج الحملة الإعلانية	- يضع معاييراً لتقييم نتائج أنشطة الحملة الإعلانية كالاستقصاء أو استمارات قياس ردود الفعل أو تقارير المبيعات - يقارن الخطة بالمعايير لتقييم كل نشاط - يستفيد من نتائج التقييم كتغذية عكسية يستفيد منها عند إعداد الحملات والأنشطة الإعلانية مستقبلاً - يعد التقارير اللازمة ويرفعها للمسؤول المباشر

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
القدرة على التحليل والتقييم		- أدوات مكتبية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	رقم الواجب	D
المهمة	يبني العلاقات مع وكالات الدعاية ووسائل الإعلان المختلفة	رقم المهمة	D1
الهدف الإجرائي للمهمة	يبني علاقات متينة مع وكالات الدعاية ووسائل الإعلان المختلفة من خلال التواصل والزيارات... الخ لتوثيق علاقته المهنية		

الخطوات	معايير الأداء
• يبني قاعدة معلومات أو بيانات شاملة عن وكالات الدعاية والإعلان ووسائل الإعلان المختلفة • يحدد مواعيد الزيارات والاتصالات الدورية للوكالات ووسائل الإعلان المختلفة ذات العلاقة مع المنشأة • يحدد مواعيد الزيارات والاتصالات الدورية للوكالات ووسائل الإعلان المختلفة ذات العلاقة مع المنشأة • يزور وكالات الدعاية والإعلان • يحدد قاعدة البيانات والمعلومات بصفة دورية	• تحديث قاعدة المعلومات والبيانات دورياً • الاستمرار في الزيارات وفق الجدولة المعدة مسبقاً • أن تكون لديه علاقات قوية ومتينة ومتواصلة وتصب في مصلحة المنشأة

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
• مهارات الاتصال والعلاقات العامة		• بطاقات تعريف شخصية • كمبيوتر شخصي • هاتف ، فاكس ، بريد إلكتروني • أدلة هاتف تجارية



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	رقم الواجب	D
المهمة	يتابع أحدث المستجدات للمهنة	رقم المهمة	D2
الهدف الإجرائي للمهمة	يتابع أحدث المستجدات والدراسات والأفكار الجديدة في مجال الدعاية والإعلان عبر الوسائل المختلفة (جمعيات متخصصة ، مجلات ، دوريات ، تلفاز ... الخ لاكتساب خبرات جديدة تقيده في مجال عمله		

الخطوات	معايير الأداء
• يطلع على المجلات والإصدارات المتخصصة • يعمل على تطبيق ما يمكن تطبيقه من معلومات حديثة في مجال عمله بما يتماشى مع سياسة المنشأة	• عضوية الجمعيات المتخصصة في مجال الإعلان • أن يسجل ويدون بعض الملاحظات والانطباعات عن تجارب الشركات الأخرى في مجال الدعاية والإعلان

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
• مهارات التحليل والاستنتاج		• مجلات وصحف محلية • مجلات وصحف متخصصة • كمبيوتر شخصي • هاتف • فاكس • بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	رقم الواجب	D
المهمة	يحضر الندوات والمؤتمرات والمعارض المتخصصة	رقم المهمة	D3
الهدف الإجرائي للمهمة	يحضر الندوات والمؤتمرات المتخصصة في مجال الإعلان محلياً وعربياً وعالمياً لتطوير خبراته المهنية		

الخطوات	معياري الأداء
- يتابع كل ما يستجد من الدورات والمؤتمرات المتعلقة بتخصصه - يطلب من رئيسه المباشر ترشيحه لتلك الدورات - يشارك بفاعلية في النقاش - يسجل المعلومات المرتبطة بمجال عمله - يحصل على الكتيبات والمطويات والتوصيات للاستفادة منها - يطبق ما يراه مناسباً في مجال عمله بعد رجوعه لمديره المباشر	- حضور الندوات والمؤتمرات في مواعيدها - التأثير الإيجابي في أدائه لعمله بعد حضور تلك الدورات والمؤتمرات

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
مهارات الاتصال والعلاقات عامة		- جداول الندوات والمؤتمرات المتخصصة - كروت تعريف شخصية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

المهنة	أخصائي دعاية وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	رقم الواجب	D
المهمة	يطلع على أحدث النشرات والكتب المتخصصة	رقم المهمة	D4
الهدف الإجرائي للمهمة	يطلع على أحدث النشرات والكتب المتخصصة في مجال الدعاية والإعلان لقراءة أفضلها		

الخطوات	معياري الأداء
• يشترك في الدورات والمجلات المتخصصة • يزور المكتبات العامة والتجارية • يزور مواقع متخصصة في الإنترنت • يبحث عن الكتب والنشرات في مجال التخصص • يشارك زملاءه في قراءة ملخصات الكتب والنشرات • يطبق ما يمكن تطبيقه من معلومات حديثة في مجال عمله	• توفر النشرات والكتب المتخصصة لديه والحرص على الاطلاع عليها

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
• القدرة على التعامل مع صفحات الويب		• أدوات مكتبية • حاسب آلي • اشتراك إنترنت • هاتف • فاكس • بريد إلكتروني



المهنة	أخصائي دعابة وإعلان	رقم المهنة	16220
الواجب	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	رقم الواجب	D
المهمة	يلتقي بنظرائه في المهنة	رقم المهمة	D5
الهدف الإجرائي للمهمة	يلتقي بنظرائه في المهنة من خلال تنظيم اجتماعات ولقاءات دورية مع مجموعة مميزة في مجال تخصصه لتدعيم علاقته		

الخطوات	معياري الأداء
- يضع قاعدة بيانات للزملاء المختصين - يتصل بنظرائه في المهنة وينسق لجدولة لقاءات دورية معهم - يعد جدول اللقاءات بالزملاء - يلتقي بالزملاء	- الاحتفاظ بسجل أرقام وعناوين زملاء المهنة وحرصه على الاتصال بهم بشكل دوري - ملاحظة تطور أسلوب أداء العمل بشكل أفضل من السابق بعد مشاركته في عضوية الاجتماعات

المعارف والعلوم المطلوبة	السلامة	المواد والتجهيزات والأدوات
مهارات الاتصال والعلاقات العامة		- جدول لقاءات - كروت تعريف شخصية - كمبيوتر شخصي - هاتف - فاكس - بريد إلكتروني



التحليل الإحصائي للمهنة

(عدد الاستبانات : 69 استبانة)



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

التحليل الأساسي للبيانات



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

				الواجب A	يسشارك في إعداد الخطط التسويقية
معامل الترتيب (100)	درجة صعوبة التعلم (0 - 5)	درجة أهمية المهمة (0 - 5)	نسبة القيام بالمهمة	المهمة	تسلسل
85	2.2	3.9	96	يجمع المعلومات	1
83	2.6	3.8	83	يدرس الوضع الحالي للمنشأة	2
98	2.3	4.2	99	يتعرف على الأهداف التسويقية للمنشأة	3
90	2.6	3.8	89	يقترح الأهداف الترويجية	4
79	2.5	3.9	80	يقترح ميزانية الترويج	5
87	2.4	3.9	89	المتوسط العام للواجب	

				الواجب B	يعد الخطط الترويجية
معامل الترتيب (100)	درجة صعوبة التعلم (0 - 5)	درجة أهمية المهمة (0 - 5)	نسبة القيام بالمهمة	المهمة	تسلسل
59	2.5	3.3	69	يحلل مكونات الخطة التسويقية	1
87	2.3	3.8	96	يتعرف على الأهداف الترويجية	2
72	2.3	3.8	80	يتعرف على ميزانية الترويج	3
72	2.3	3.8	79	يحدد الوسائل والأنشطة الترويجية	4
84	2.5	3.8	85	يحدد كيفية تنفيذ الخطة والبرامج الترويجية	5
83	2.5	3.8	85	يعد الجدول الزمني للخطة الترويجية	6
82	2.7	3.7	80	يشرف على تنفيذ الخطة الترويجية	7
67	2.5	3.4	76	يقارن التكاليف	8
78	2.6	3.7	82	يقيم نتائج الخطة الترويجية	9
76	2.5	3.7	81	المتوسط العام للواجب	



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

				الواجب C	يعد الحملات الإعلانية
معامل الترتيب (100)	درجة صعوبة التعلم (0 - 5)	درجة أهمية المهمة (0 - 5)	نسبة القيام بالمهمة	تسلسل	المهمة
90	2.4	3.9	94	1	يحدد الأهداف الإعلانية للحملة
91	2.5	3.9	92	2	يحدد ميزانية الحملة الإعلانية
93	2.4	4	96	3	يحدد الوسائل الإعلانية للحملة
100	2.5	4	99	4	يعد الجدول الزمني للحملة الإعلانية
95	2.4	4	96	5	يحجز الوسائل الإعلانية للحملة
98	2.5	4	94	6	يقترح الأفكار الإعلانية للحملة
98	2.4	4.1	96	7	يتابع تنفيذ الأفكار الإعلانية للحملة (التصميم - المطبوعات - مواعيد التسليم)
98	2.5	3.9	97	8	يشرف على تنفيذ الحملة الإعلانية
82	2.5	3.8	83	9	يقارن التكاليف
95	2.7	3.9	89	10	يقيم نتائج الحملة الإعلانية
94	2.5	3.9	94		المتوسط العام للواجب

				الواجب D	يطور خبراته وعلاقاته المهنية
معامل الترتيب (100)	درجة صعوبة التعلم (0 - 5)	درجة أهمية المهمة (0 - 5)	نسبة القيام بالمهمة	تسلسل	المهمة
88	2.1	4.1	99	1	يبني العلاقات مع وكالات الدعاية ووسائل الإعلان المختلفة
91	2.2	4.1	97	2	يتابع أحدث المستجدات للمهنة
81	2.2	3.8	93	3	يحضر الندوات والمؤتمرات املتخصصة
87	2.2	4	97	4	يطلع على أحدث النشرات والكتب المتخصصة
84	2.1	4	96	5	يلتقي بنظرائة في المهنة
86	2.2	4	96		المتوسط العام للواجب



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

نسبة الحاجة إلى المعرفة أو المهارة	هل هذه المعارف العامة والمهارات مطلوبة لأخصائي دعاية وإعلان؟	تسلسل
96	المعرفة الجيدة باللغة الإنجليزية	1
99	معرفة المصطلحات (الإنجليزية ، العربية)	2
99	المعرفة الجيدة بالحاسب الآلي (تطبيقات الأوفس)	3
100	الإلمام بالتسويق	4
99	أن تكون لديه مهارة التعامل مع العملاء	5
96	القدرة على قيادة السيارة	6
100	القدرة على التنظيم	7
100	أن تكون لديه مهارات الإقناع	8
100	القدرة على ترتيب الأولويات	9
100	القدرة على الابتكار	10



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

نسبة الحاجة إلى السلوكيات	هل هذه السلوكيات مطلوبة لأخصائي دعاية وإعلان؟	تسلسل
94	الصبر	1
99	التنبؤ والتحليل	2
100	الأمانة	3
100	الصدق	4
100	حسن الخلق	5
100	المثابرة	6
100	التواضع	7
100	سرعة البديهة	8
100	حسن المظهر	9
99	اللياقة	10
100	الطموح	11
100	الالتزام بالمواعيد	12
100	تحمل ضغوط العمل	13
100	حسن الإصغاء	14
99	السرية	15
100	المبادرة	16
100	العمل بروح الفريق الواحد	17
100	دقة الملاحظة	18
99	تقبل النقد	19
100	الولاء للمنشأة	20



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

تسلسل	من الاهتمامات والتوجهات المستقبلية	صحة التوجه المستقبلي / الاهتمام
1	توصيف مهني واضح	100
2	القبول من جهة العمل	100
3	إقامة دورات تدريبية متخصصة بالعربية	97
4	وجود جمعية خاصة بمهنة الإعلان	96
5	تفعيل التواصل بين أصحاب المهنة	100
6	الدعم المادي والمعنوي	99

تسلسل	المواد والتجهيزات والأدوات المطلوبة لمهنتك	نسبة الحاجة إلى المواد والتجهيزات والأدوات
1	سيارة	99
2	هاتف	100
3	جوال	100
4	كروت تعريفية (كروت عمل)	100
5	ملفات	99
6	عطر	97
7	مكتب	97
8	آلة حاسبة	99
9	حاسب آلي	97
10	تجهيزات مكتبية	100
11	تعريفية عن الشركة (بروشورات)	96
12	حقيبة	97
13	دليل هاتف	96
14	أدلة تجارية	96
15	مفكرة بالمواعيد	100
16	آلة تصوير	94
17	قاموس خاص بالمصطلحات الإعلانية	93
18	وسائل الإعلام	99



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

جدول ترتيب المهام حسب معامل الترتيب



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

مسلسل	رقم الواجب	اسم الواجب	رقم المهمة	اسم المهمة	معامل الترتيب
1	C	يعد الحملات الإعلانية	4	يعد الجدول الزمني للحملة الإعلانية	100
2	A	يشارك في إعداد الخطط التسويقية	3	يتعرف على الأهداف التسويقية للمنشأة	98
3	C	يعد الحملات الإعلانية	6	يقترح الأفكار الإعلانية للحملة	98
4	C	يعد الحملات الإعلانية	7	يتابع تنفيذ الأفكار الإعلانية للحملة (التصميم - المطبوعات - مواعيد التسليم)	98
5	C	يعد الحملات الإعلانية	8	يشرف على تنفيذ الحملة الإعلانية	98
6	C	يعد الحملات الإعلانية	5	يحجز الوسائل الإعلانية للحملة	95
7	C	يعد الحملات الإعلانية	10	يقيم نتائج الحملة الإعلانية	95
8	C	يعد الحملات الإعلانية	3	يحدد الوسائل الإعلانية للحملة	93
9	C	يعد الحملات الإعلانية	2	يحدد ميزانية الحملة الإعلانية	91
10	D	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	2	يتابع أحدث المستجدات للمهنة	91
11	A	يشارك في إعداد الخطط التسويقية	4	يقترح الأهداف الترويجية	90
12	C	يعد الحملات الإعلانية	1	يحدد الأهداف الإعلانية للحملة	90
13	D	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	1	يبني العلاقات مع وكالات الدعاية ووسائل الإعلان المختلفة	88
14	B	يعد الخطط الترويجية	2	يتعرف على الأهداف الترويجية	87
15	D	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	4	يطلع على أحدث النشرات والكتب المتخصصة	87
16	A	يشارك في إعداد الخطط التسويقية	1	يجمع المعلومات	85
17	B	يعد الخطط الترويجية	5	يحدد كيفية تنفيذ الخطة والبرامج الترويجية	84
18	D	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	5	يلتقي بنظرائه في المهنة	84
19	A	يشارك في إعداد الخطط التسويقية	2	يدرس الوضع الحالي للمنشأة	83
20	B	يعد الخطط الترويجية	6	يعد الجدول الزمني للخطة الترويجية	83



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

82	يشرف على تنفيذ الخطة الترويجية	7	يعد الخطط الترويجية	B	21
82	يقارن التكاليف	9	يعد الحملات الإعلانية	C	22
81	يحضر الندوات والمؤتمرات املتخصصة	3	يطور خبراته وعلاقاته المهنية	D	23
79	يقترح ميزانية الترويج	5	يشارك في إعداد الخطط التسويقية	A	24
78	يقيم نتائج الخطة الترويجية	9	يعد الخطط الترويجية	B	25
72	يتعرف على ميزانية الترويج	3	يعد الخطط الترويجية	B	26
72	يحدد الوسائل والأنشطة الترويجية	4	يعد الخطط الترويجية	B	27
67	يقارن التكاليف	8	يعد الخطط الترويجية	B	28
59	يحلل مكونات الخطة التسويقية	1	يعد الخطط الترويجية	B	29



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

نسبة الحاجة إلى المعرفة أو المهارة	هل هذه المعارف العامة والمهارات مطلوبة لأخصائي دعاية وإعلان؟	تسلسل
100	الإلمام بالتسويق	1
100	القدرة على التنظيم	2
100	أن تكون لديه مهارات الإقناع	3
100	القدرة على ترتيب الأولويات	4
100	القدرة على الابتكار	5
99	معرفة المصطلحات (الإنجليزية ، العربية)	6
99	المعرفة الجيدة بالحاسب الآلي (تطبيقات الأوفس)	7
99	أن تكون لديه مهارة التعامل مع العملاء	8
96	المعرفة الجيدة باللغة الإنجليزية	9
96	القدرة على قيادة السيارة	10



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

نسبة الحاجة إلى السلوكيات	هل هذه السلوكيات مطلوبة لأخصائي دعاية وإعلان؟	تسلسل
100	الأمانة	1
100	الصدق	2
100	حسن الخلق	3
100	المثابرة	4
100	التواضع	5
100	سرعة البديهة	6
100	حسن المظهر	7
100	الطموح	8
100	الالتزام بالمواعيد	9
100	تحمل ضغوط العمل	10
100	حسن الإصغاء	11
100	المبادرة	12
100	العمل بروح الفريق الواحد	13
100	دقة الملاحظة	14
100	الولاء للمنشأة	15
99	التنبؤ والتحليل	16
99	اللياقة	17
99	السرية	18
99	تقبل النقد	19
94	الصبر	20



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

تسلسل	من الاهتمامات والتوجهات المستقبلية	صحة التوجه المستقبلي / الاهتمام
1	توصيف مهني واضح	100
2	القبول من جهة العمل	100
3	تفعيل التواصل بين أصحاب المهنة	100
4	الدعم المادي والمعنوي	99
5	إقامة دورات تدريبية متخصصة بالعربية	97
6	وجود جمعية خاصة بمهنة الإعلان	96

تسلسل	المواد والتجهيزات والأدوات المطلوبة لمهنتك	نسبة الحاجة إلى المواد والتجهيزات والأدوات
1	هاتف	100
2	جوال	100
3	كروت تعريفية (كروت عمل)	100
4	تجهيزات مكتبية	100
5	مفكرة بالمواعيد	100
6	سيارة	99
7	ملفات	99
8	آلة حاسبة	99
9	وسائل الإعلام	99
10	عطر	97
11	مكتب	97
12	حاسب آلي	97
13	حقيبة	97
14	تعريفية عن الشركة (بروشورات)	96
15	دليل هاتف	96
16	أدلة تجارية	96
17	آلة تصوير	94
18	قاموس خاص بالمصطلحات الإعلانية	93



المملكة العربية السعودية
المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

جدول التحليل الوظيفي للمهنة (إنجليزي)



DACUM Chart For An Advertising Specialist

DACUM Panel

Ahmed Abdulaziz Al-Fayghawi
Al-Othaim Group

Sattam Mohamed Al-Sardool
Irbah Advertising

Abdulmuhsin Mohamed Al-Zahrani
Lazourdi Group

Abdulmuhsin Abdullah Al-Madhi
Zed Advertising

Ammar Mustafa Al-Zaytar
Lazourdi Group

Fahad Sulaiman Al-Issa
Riyadh Chamber of Commerce

Mohamed Adul-Ilah Bajasir
Riyadh Development Company

DACUM Facilitators

Mr. Abdullah Jawharji

Mr. Turki Al-Ghubaini

Organizational Structure

General Manager



Sales Supervisor/Marketing
Director/Head of Advertising



Advertising Specialist



Developed by:

Technical and Vocational Training Corporation

(TVTC)

Curriculum Department

Produced for:

An Advertising Specialist



Date

1 - 1423



Duties

Tasks

A	Participate in the Preparation of Marketing Strategies	A1)	A2)	A3)	A4)	A5)
		Collect information	Study the job analysis of the establishment	Learn about the marketing objectives of the establishment	Propose the aims of the promotion	Propose the budget of the promotion
B	Prepare Promotion Strategies	B1)	B2)	B3)	B4)	B5)
		Obtain the marketing strategy	Analyze the components of the marketing strategy	Learn about the aims of the promotion	Learn about the budget of the promotion	Determine how to execute the plans and the programs of the promotion
C	Prepare Advertising Campaigns	C1)	C2)	C3)	C4)	C5)
		Determine the objectives of the advertising campaign	Determine the budget of the advertising campaign	Determine the media for the advertising campaign	Determine the timetable for the advertising campaign	Book the media for the advertising campaign
D	Develop Experience and Professional Relationships	D1)	D2)	D3)	D4)	D5)
		Establish relationships with advertising agencies and different kinds of mass media	Follow up new developments in the profession	Attend professional seminars and conferences	Read new publications and books about the profession	Look deeply into the profession



B6)	B7)	B8)	B9)			
Prepare a timetable for the promotion plan	Supervise the execution of the promotion plan	Compare the costs	Evaluate the results of the promotion plan			
C6)	C7)	C8)	C9)	C10)		
Propose ideas for the advertising campaign	Follow up the execution of the ideas (e.g. design, publications, delivery) of the advertising campaign	Supervise the execution of the advertising campaign	Compare the costs	Evaluate the results of the advertising campaign		



General Knowledge and Skills	Worker Behavior
1. Proficiency in English 2. Knowledge of terminology (English/Arabic) 3. Computer skills (able to use MS Office) 4. Knowledge of marketing 5. Skills to deal with customers 6. Ability to drive a car 7. Ability to organize 8. Skills to persuade 9. Ability to make priorities 10. Ability to make inventions	1. Patient 2. Insightful and analytical 3. Trustworthy 4. Truthful 5. Polite 6. Endurance 7. Modesty 8. Quick-witted 9. Well-dressed 10. Versatile 11. Ambitious 12. Punctual 13. Tolerant 14. Listen well 15. Keep secrets 16. Proactive 17. Team player 18. Observant 19. Accept criticism 20. Loyal
Trends and Future Concerns	Tool, Equipment and Material
1. Clear job description 2. Acceptance from place of work 3. Conducting professional training courses in Arabic 4. Having an association for the advertising profession 5. Active contact between members of the profession 6. Moral and material support	1. Car 2. Telephone 3. Mobile phone 4. Personal cards 5. Files 6. Perfume 7. Desk 8. Calculator 9. Computer 10. Office equipment 11. Company brochures 12. Briefcase 13. Telephone directory 14. Trade directories 15. Diary 16. Photocopy 17. Advertising dictionary 18. Mass media

تقدر المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني

الدعم المالي المقدم من شركة بي آيه إي سيستمز (العمليات) المحدودة

TVTC appreciates the financial support provided by BAE SYSTEMS

BAE SYSTEMS