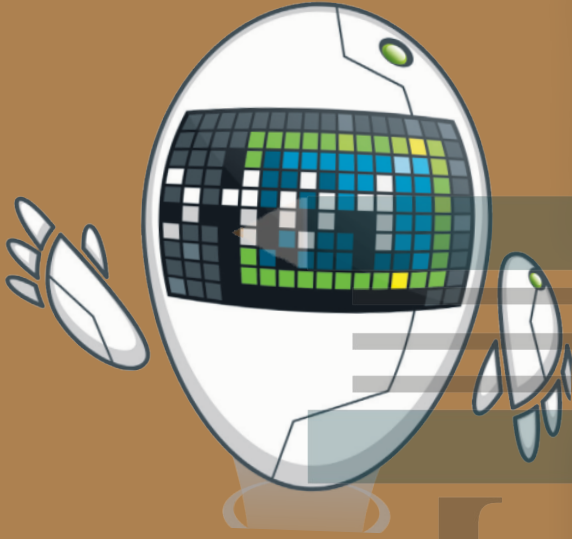


الوحدة الأولى: مستندات ونماذج وتقارير الأعمال

قد يكون من الصعب تصميم مستندات معينة لأغراض محددة، ولكن بعد هذه الوحدة، سيصبح الأمر أسهل كثيرًا. في هذه الوحدة ستفهم الاختلافات بين المستندات الرسمية وغير الرسمية من خلال التركيز على أن الشركات والمؤسسات تستخدم المستندات الرسمية مثل: نماذج الطلبات واستطلاعات رضا العملاء وتقارير الأعمال. ستحدد العناصر الرئيسية للمستندات المختلفة، وتتعرف على أفضل ممارسات التصميم الخاصة بها، وبعد ذلك ستتعلم كيفية تصميم مستندات الأعمال باستخدام برنامج سكريبوس (Scribus) كأداة للنشر المكتبي.



أهداف التعلم

ستتعلم في هذه الوحدة:

< مفهوم مستند الأعمال.

< مبادئ تصميم مستندات الأعمال.

< مفهوم نموذج الأعمال وخصائص تصميمه.

< استخدام برنامج سكريبوس لإنشاء نموذج فاتورة بيع.

< نماذج استطلاعات رضا العملاء وكيفية إنشائها.

< تقارير الأعمال (مفهومها، أنواعها، استخداماتها).

< أفضل ممارسات تصميم تقارير الأعمال.

الأدوات

< سكريبوس (Scribus)



الدرس الأول: الكتابة في مستندات الأعمال

تنفذ معظم الشركات والمؤسسات الحكومية والخاصة الكثير من الأنشطة المتعلقة بطبيعة عملها مثل: المبيعات وخدمة العملاء والإدارة والتسويق، والتي يحتاج معظمها إلى مستندات محددة. يشير مصطلح "مستندات الأعمال" عادةً إلى الأنواع المختلفة من المستندات والتقارير التي تستخدمها الشركات أو المؤسسات أثناء تنفيذ عملياتها. تستخدم الشركات تلك المستندات والتقارير في مشاركة المعلومات والبيانات لتحسين العمليات والإدارة والمبيعات.

ستتعرف في هذا الدرس على مستندات العمل الرقمية، وأنواع مستندات العمل، الصيغة الرسمية وغير الرسمية في كتابة مستندات الأعمال، أسلوب الكتابة في مستندات الأعمال الرسمية، وتنسيق مستند الأعمال، والبريد الإلكتروني الرسمي.

مستندات الأعمال الرقمية



في عصرنا الحالي الذي يتناقص فيه استخدام المستندات الورقية والمطبوعة، تعمل الشركات والمؤسسات على إنشاء بيئة عمل تعتمد بشكل أساسي على المستندات الرقمية. يتم إنشاء تلك المستندات وتعديلها أو معالجتها بواسطة برامج معينة، ثم يتم توقيعها وحفظها وإرسالها عبر الإنترنت، بحيث يسهل الوصول إليها.

اتجهت العديد من الشركات والمؤسسات إلى استخدام المستندات الرقمية والاعتماد عليها بشكل أساسي، وذلك بسبب الانتشار الكبير في استخدامات التخزين السحابي ومحركات الأقراص الثابتة الاحتياطية وتوفر خيارات التخزين الرقمي عالي السعة (على سبيل المثال، الأقراص الصلبة عالية الأداء التي تخزن بيانات الشركة الأكثر أهمية أو التي يتم الوصول إليها بشكل متكرر). رغم ذلك، ظلت هناك حاجة لطباعة بعض المستندات لأسباب معينة، فبعض المستندات التجارية كالعقود والتراخيص والتصاريح والسير الذاتية وملفات إدارة العمليات يتوجب فيها وجود النسخة المطبوعة من ذلك المستند. بغض النظر عن طبيعة المستند، سواء كان مطبوعاً أو رقمياً، فإنه يجب أن يُصمم بشكل احترافي وذلك ليعخدم الغرض منه بطريقة فعالة.

أنواع مستندات الأعمال

تتنوع مستندات الأعمال داخل الشركات والمؤسسات بشكل كبير، فبعضها يمكن إعداده من قِبل الموظفين وأصحاب الأعمال أنفسهم، بينما تتم صياغة البعض الآخر من قبل شركاء محترفين خارج الشركة، مثل المحاسبين والمحامين. تشكل هذه المستندات النواة لهوية الشركة أو المؤسسة، وقد يتم استخدامها لسنوات عديدة، ولذلك فمن المهم صياغتها وكتابتها بشكل احترافي.

فيما يلي بعض الأنواع الأكثر شيوعًا لمستندات الأعمال:

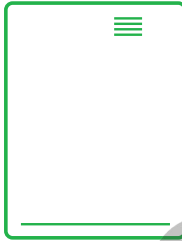
رسائل البريد الإلكتروني (Emails)



يُستخدم البريد العادي داخل الشركات للتواصل الداخلي بين موظفي الشركة وتبادل الرسائل والمعلومات والملفات قبل استخدام رسائل البريد الإلكتروني كأداة أساسية في تبادل المعلومات.

تُستخدم رسائل البريد الإلكتروني للتواصل مع موظفين في شركات أو مؤسسات أو جهات أخرى، لذلك يجب أن يكون المحتوى منظمًا بطريقة جيدة واحترافية. تحدد رسالة البريد الإلكتروني المرسل والمستقبل وتحتوي على سطر لكتابة عنوان موضوع الرسالة، كما يمكن تنسيق النص فيها في فقرة واحدة أو أكثر.

خطابات الأعمال (Business Letters)



تُستخدم خطابات الأعمال عادة في التواصل بين المؤسسة والأطراف الخارجية، مثل العملاء من الأفراد والمؤسسات الأخرى، وكذلك المقاولين ومقدمي الخدمات والمستشارين والمسؤولين الحكوميين. عادةً ما يتم تنسيق خطابات العمل بنمط قالب معين، ويكون لها ترويسة ذات تصميم خاص بالشركة، واختيار ثابت للخطوط والألوان المستخدمة في التصميم وكتابة النصوص. يمكن إرسال خطاب العمل بواسطة البريد الإلكتروني أو كملف مرفق للبريد الإلكتروني. إذا تم إرسال خطاب عمل في نص رسالة بريد إلكتروني، فعلى المرسل الإشارة لاسمه ولقبه الوظيفي ومعلومات الاتصال في الجزء السفلي من الرسالة.

تقارير الأعمال (Business Reports)



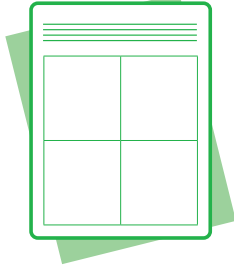
تعرض تقارير الأعمال المعلومات بتنسيق أكثر رسمية من الخطابات وعادةً ما تكون أطول منها. تغطي التقارير مجموعة متنوعة من الموضوعات مثل بيانات المبيعات والبيانات المالية ودراسات الجدوى وخطط التسويق، وقد تشمل الإحصائيات والمخططات والرسوم البيانية والصور ودراسات الحالة ونتائج المسح. يمكن أن تتضمن تقارير الأعمال بعض التقارير الدورية كتقرير المبيعات الشهري، وحينها يُستخدم قالب ليسهل تحديثه ومقارنته مع التقارير السابقة.

مستندات المعاملات (Transactional Documents)



تستخدم الشركة المستندات لإجراء المعاملات التجارية مع عملائها. وقد تكون هذه المستندات على صورة نموذج، كنموذج طلب أو فاتورة أو إيصال أو قائمة معينة. تختلف أنواع مستندات المعاملات عادةً بناءً على طبيعة العمل أو المؤسسة.

المستندات المالية (Financial Documents)



تستخدم الشركة أو المؤسسة المستندات المالية لإدارة الأعمال، وعلى وجه التحديد لإبقائها في إطار الميزانية المحددة، وتستخدم كذلك في إعداد مقترحات الميزانية وتقديم القرارات الضريبية. تتضمن هذه المستندات سجلات الإيصالات وتقارير الرواتب والفواتير المدفوعة والكشوف البنكية وبيانات الدخل والميزانية العمومية ونماذج التقارير الضريبية. عادة يقوم محاسبو الشركات بإعداد هذه التقارير، ويستخدمها أصحاب العمل أو المؤسسة لتقييم النجاح المالي للشركة ولتحديد مجالات العمل المربحة و المجدية، وقد يستخدم رؤساء الأقسام تلك المستندات المالية لإعداد الميزانيات المقترحة.

الصيغة الرسمية وغير الرسمية في كتابة مستندات الأعمال

تختلف الصيغة المستخدمة في صياغة المستندات والمخاطبات الخاصة بالأعمال، فقد تكتب بنمط رسمي أو غير رسمي، وذلك وفقًا للجمهور والهدف من تلك المستندات.

الصيغة غير الرسمية

تتضمن الصيغة غير الرسمية استخدام الكلمات والتعبيرات اليومية الشائعة، وينصبُّ التركيز في هذه الصيغة على التواصل أو التفاعل نفسه وليس على طبيعة الأشخاص الذين يتم التواصل معهم أو موقعهم المهني أو الاجتماعي. تشبه الصيغة غير الرسمية ذلك التواصل الكتابي الذي يتم بشكل يومي بين الأشخاص ذوي العلاقة الوثيقة ببعضهم البعض. رغم كَوْن هذه الصيغة غير رسمية، فهي لا تعني على الإطلاق خلوها من الاحترام أو عدم وجود ضوابط معينة.

الصيغة الرسمية

في بيئة الأعمال المحترفة، يتميز أسلوب الكتابة بالصيغة الرسمية. الصيغة الرسمية هي التواصل الذي يركز على التعبير المهني مع التركيز على الأدوار والبروتوكول والوضع المهني. يتميز أسلوب الكتابة في الصيغة الرسمية بمفرداته وبنائها الجملة نحويًا. ويتم استخدام المفردات فيه بدقّة وتركيز، مما يعزز الصيغة الرسمية للخطاب أو المستند.

هناك أنواع مختلفة من المحتوى الرسمي مثل الكتابة الأكاديمية والتقنية. كل نوع له قواعده الخاصة.

تعتمد الصيغة المناسبة لمستند العمل على طبيعة المستند والجهة الموجه لها. ويمكن أن تختلف من صيغة رسمية للغاية إلى غير رسمية بطريقة محترمة، فبعض المستندات الرسمية كالتقرير السنوي يتطلب قدرًا كبيرًا من التخطيط والإعداد واستخدام أسلوب صياغة سلس للتأكيد على هوية الشركة واحترافيتها، وفي مثال آخر عند طباعة رسالة تسويقية على أوراق تحمل ترويسة الشركة أو شعارها، ومن ثم إرسالها بالبريد إلى مئة عميل محتمل، يجب أن يتم تمثيل الشركة بشكل إيجابي، وذلك من خلال استخدام هذا النوع من الجمل مثل: "نقدم لكم هذا العرض المميز على الجهاز"، وذلك بدلًا من كتابتها بصيغة غير رسمية "عرض خاص على الجهاز".

أسلوب الكتابة في مستندات الأعمال الرسمية

الغرض من الأسلوب الجيد هو التأثير على القارئ حسبما يريد كاتب التقرير. إن الأسلوب الجيد يعني ببساطة اختيار طرق للتعبير عن الأفكار بوضوح دون أن يعاني القارئ لفهم المعاني المقصودة في محتوى التقرير.

أساسيات كتابة مستندات الأعمال:

سهولة القراءة	تتعلق سهولة القراءة بترتيب الكلمات بطريقة تسمح للقارئ بالوصول إلى المحتوى بسهولة وبطريقة منطقية. فالغرض من مستندات العمل هو الإعلام أو الإرشاد، وهذا يعتمد على إمكانية قراءتها. يؤدي اختيار تصميم المستند الفعال إلى تحسين قابلية قراءة المستند وسهولة استخدامه، بحيث يحقق ذلك المستند الغرض المرجو منه ويتم إيصال الرسالة للجمهور المستهدف منه.
التناسق	يُعدُّ اتساق هيكلية التقرير (التنسيق) ضروريًا لتأثير وفعالية كتابة الأعمال، ويشير إلى كون جميع عناصر التقرير موحدة في مظهرها والصيغة الذي تمت كتابتها وتنسيقها بها. يُعدُّ تطوير نمط دليل المؤسسة أمرًا بالغ الأهمية في تحقيق الاتساق، حيث يوفر بنية جيدة للمستند بأكمله. يتضمن هذا النوع من البنية الطريقة التي يتم بها تصميم المستند، بالإضافة إلى تعريف هيكلية المستند كالعناوين والقواعد وتراكيب الجمل. على سبيل المثال، عندما تقرر شركة ما تصميم مستندات العمل الخاصة بها عن طريق وضع الشعار في الزاوية العلوية جهة اليسار، وعنوان المستند في منتصف الصفحة واسم المستلم بخط عريض، يمكن أن تكون هذه الهيكلية المتناسقة عاملاً محددًا للشركة. حتى إذا لم يقرأ مستلم المستند اسم الشركة في المستند، أو من هيكلية التصميم الذي يراه، فإنه سيلاحظ على الفور أنه مستند لشركة معينة.
الطباعة	تمثل عملية الطباعة فن ترتيب الحروف والنصوص بطريقة تجعل النسخة مقروءة وواضحة وجاذبة بصريًا للقارئ. وتتضمن تلك العملية اختيار نمط الخط والمظهر والتركييب، والتي تنقل معًا رسائل معينة إلى مستلم التقرير. تنشئ الطباعة الجيدة تسلسلاً هرميًا مرئيًا قويًا وتضفي نوعًا من التوازن على المحتوى المصور في المستند.
مظهر الصفحة	يشير مظهر الصفحة إلى الترتيب المحدد للصور والنصوص والعناصر الأخرى في الصفحة، ويتضمن أيضًا الهوامش وعدد الأعمدة وكيفية ظهور الرؤوس والتذييلات وبعض الاعتبارات الأخرى. يعتبر مظهر الصفحة أمرًا مهمًا للغاية لأنه يضمن الاتساق ويجعل المستند أكثر قابلية للقراءة ويعزز من مصداقية كاتب التقرير وكذلك محتوى ذلك المستند.

يمكن تلخيص عناصر الأسلوب الجيد في كتابة مستندات الأعمال بكل بساطة في الأمور التالية:

كن موجزًا	يتمثل الاختصار في استخدام العدد (الكلم) المناسب من الكلمات للتعبير عن فكرة معينة، وتجنب استخدام الكثير من الكلمات للتعبير، حيث يعتبر الإيجاز في الكتابة أهم أساسيات الكتابة الفنية.
كن واضحًا	يمكنك أن تكون واضحًا باستخدام الكلمات ذات المعنى الدقيق الذي تنوي نقله، وتجنب الكلمات ذات المعاني الغامضة، ومن الأفضل عادةً استخدام الأسماء الملموسة بدلاً من الأسماء المجردة، أو الأفعال بدلاً من الأسماء. سيؤدي ذلك إلى جعل معانيك أكثر سهولة ووجهات نظرك أكثر وضوحًا. على سبيل المثال، يمكنك أن تكتب "أود أن أعلمك أن..." وهي عبارة بسيطة وواضحة بدلاً من "سيكون التزامي المطلق أن أقدم لك المعلومات الأساسية ل..." التي تؤدي إلى الارتباك والغموض.

أن تكون إنساناً يعني أن القراء يجدون ما تكتبه مكتوب بطريقة سهلة ومألوفة ووفق احتياجاتهم، مع تجنب الألفاظ الدالة على الشخص مثل "أنا" و "نحن" واستبدالها بصيغة الغائب.

استناداً إلى المثال "أود أن أعلمك أن ..." يمكنك ملاحظة أن هذه الجملة تبدو أكثر إنسانية لاحتوائها على كلمات سهلة ومألوفة يعرفها كل واحد منا، بدلاً من العبارة "سيكون التزامي المطلق أن أقدم لك المعلومات الأساسية ل ... "وهي جملة بها كلمات غير مألوفة تؤدي إلى الارتباك.

كن إنساناً

تنسيق مستند الأعمال

عند التعامل مع موضوعات العمل المهمة، يمكنك تحقيق نتيجة منظمة ومحترفة مع القليل من الاهتمام بالتفاصيل. فمفتاح التنسيق الفعال هو إبقاؤه سهلاً بسيطاً، حتى لو كان موضوع المستند معقداً. ينبغي عند تنسيق مستندات الأعمال بشكل عام الحفاظ على البساطة بحيث يبقى محتوى المستند هو محور تركيز القارئ ومصعب اهتمامه.

أساسيات التنسيق:

تعتمد كل شركة أو مؤسسة تنسيق خاص بها (ألوان - خط) ولون للخط ليستخدم في شعارها ومستنداتها، لأن هذه الميزات تشير إلى هويتها الخاصة. إنها ميزة مهمة يجب أخذها في الاعتبار عند تنسيق مستند الأعمال.

1 استخدم الخطوط الحديثة أو الاعتيادية (مثل Times New Roman أو Arial للغة الإنجليزية و Calibri أو Times New Roman للغة العربية).

2 محاذاة النص إلى اليمين.

3 استخدام فقرات متباعدة.

4 استخدام لون مختلف وحجم خط أكبر للعناوين.

قد تختلف معايير كتابة وتنسيق مستندات الأعمال من لغة إلى أخرى، أو من بيئة عمل إلى أخرى، لذلك يجب عليك اتباع المعايير التي يتطلبها مكان العمل الخاص بك. كما أن التنسيق قد يختلف بحسب نوع المستند، فمثلاً:

أنواع مختلفة من المستندات:

تتطلب وجود أرقام الصفحات وصفحة الغلاف.	تقارير الأعمال
يتم ضبط كامل النص إلى اليمين وبفراغ واحد فقط بين الفقرات.	خطابات الأعمال
تتكون عادة من صفحة واحدة فقط وبحجم خط يصل إلى 12 نقطة، مع هوامش لا تقل عن 0.5 بوصة من جميع الاتجاهات.	السيرة الذاتية الاحترافية
كن حذراً من الروابط المعطلة أو المرفقات المفقودة أو المعلومات غير الصحيحة في رسالتك.	رسالة بريد إلكتروني رسمية

لا يركز التصميم الجيد للمستند على التخطيط الجيد فحسب، بل أيضًا على كيفية مساعدة المستلم في فهم سياق وجوهر المحتوى. وهكذا يمكنك القول أنه لا يوجد تصميم صحيح أو خطأ، بل هناك تصميم فعال وغير فعال.

تقع مسؤولية إعداد مستندات سهلة القراءة وواضحة للمستلم على منشئ مستند العمل، حيث تتطلب مراعاة عناصر المستند المختلفة كالتخطيط والتصميم والعناصر التنظيمية المحيطة بالكلمات نفسها، فالبريد الإلكتروني أو التقرير الرسمي ليس مجرد نص يملأ عدة صفحات، بل هو بالتأكيد أكثر من ذلك بكثير.

عند الحديث عن تصميم مستندات الأعمال فإنه يُشار إلى النواحي المختلفة لمظهر ذلك المستند، فالمستند ليس مجرد كلمات تتم طباعتها على بعض الصفحات، بل هو عرض مرئي للمعلومات يدمج ما بين النص والصور، وينقل الفكرة الرئيسة بفعالية إلى المستلمين المحددين.

تستخدم العديد من الشركات قوالب معينة لمستندات الأعمال. تحتوي هذه القوالب على خيارات تصميم ثابتة، حيث يختار المستخدم أنماطًا ثابتة أو يملأ الفراغات في قالب المستند.

المبادئ الأربعة الأساسية في تصميم مستندات الأعمال:

1. التقارب (Proximity)	تجميع العناصر ذات العلاقة مع بعضها البعض.
2. المحاذاة (Alignment)	تشير كلمة المحاذاة إلى الموضع الصحيح للعناصر في المستند. وبشكل أكثر تحديدًا، إلى ترتيب العناصر في خط مستقيم.
3. التكرار (Repetition)	تكرار بعض العناصر المرئية المختارة للتصميم في جميع أنحاء المستند.
4. التباين (Contrast)	استخدام الألوان بجذر، والحرص على التوازن في تباين العناصر.

البريد الإلكتروني الرسمي

أصبح لرسائل البريد الإلكتروني الرسمية أسلوب وهيكل معين، نظرًا لأنها تُستخدم بشكل رئيس في الاتصالات التجارية. ويتضمن هيكل البريد الإلكتروني التحية والنص الأساسي والختام مع ضرورة إجراء التصحيحات الإملائية والنحوية قبل الإرسال.

يجب أن يكون لدى كل موظف في الشركة عنوان بريد إلكتروني رسمي خاص بالعمل والذي يستخدم اسم الشركة كمجال (Domain) بدلاً من حساب الجي ميل (Gmail). البريد الإلكتروني الخاص بالعمل هو وسيلة لا غنى عنها للتواصل مع العملاء ويمثل الانتماء إلى الشركة أو المؤسسة. ويكون عنوان البريد الإلكتروني على النحو التالي:

[الاسم واللقب] @ [اسم الشركة كمجال] . [namesurname]@[companydomain.net]

يتم إضافة التحية بحيث تكون مختصرة وودودة، ومخاطبة المستلمين بأسمائهم، مثلًا "السيد الفاضل أحمد". يمكن استخدام الاسم الأول فقط إذا كانت علاقتك وثيقة بالمستلم.

السيد الفاضل أحمد
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نهديكم أطيب التحيات، ونود إبلاغكم بأن القسم سيعقد اجتماعًا يوم الإثنين المقبل في تمام التاسعة صباحًا في قاعة الاجتماعات الكبرى، وذلك لمناقشة الأدوار والمسؤوليات المنوطة بالأعضاء، وعليه يرجى التكرم بحضور الاجتماع للأهمية.

في حال وجود ما يمنع حضوركم، يُرجى إبلاغنا رسميًا بذلك قبل ثلاثة أيام من موعد الاجتماع.

ولكم وافر الشكر والتقدير.

حمد سلمان
مدير الموارد البشرية

يبدأ النص الأساسي بالفكرة الرئيسية، بعبارات موجزة ومركزة على اهتمامات المستلمين. إذا كانت هناك حاجة إلى الرد من المستلم، فعليك إيضاح ذلك وتضمين طريقة الرد. كما يجب لفت نظر المستلم لوجود ملفات مرفقة، في حال إضافتها.

تختتم الرسالة بعبارة ودودة تعبر عن الشكر أو الاحترام حسب سياق الرسالة، مثل "شكرًا" أو "مع تحياتي"، متبوعة باسم ومعلومات المرسل.

بغض النظر عن الإجراءات الرسمية، فإن الفكرة الأساسية عند إرسال رسالة بريد إلكتروني هي أن تظل محترفًا لأنه يمكن نسخ رسائل البريد الإلكتروني وإعادة توجيهها إلى أشخاص آخرين، وبالتالي إذا كانت رسالة البريد غير مناسبة أو غير مهنية، فقد تُوجي لهم بعدم مهنية مرسل الرسالة.

لنطبق معًا

تدريب 1

❖ ما الفرق بين المستند الرسمي وغير الرسمي؟

يتمثل الفرق بين المستند الرسمي والمستند غير الرسمي في أن المستند غير الرسمي يشتمل على العديد من الكلمات والتعبيرات اليومية الشائعة، ويشبه التواصل اليومي المكتوب الذي يحدث بين الأشخاص الذين تربطهم علاقة وثيقة؛ بينما يتميز أسلوب كتابة المستند الرسمي بالعبارات الرسمية؛ ويستخدم في التواصل الذي يركز على التعبيرات المهنية مع التشديد على أهمية الأدوار والبروتوكول والوضع المهني

تدريب 2

❖ اشرح مصطلح مستند الأعمال الرقمية من خلال ذكر بعض الأمثلة.

مستندات الأعمال الرقمية هي مستندات أعمال يتم إنشاؤها أو تعديلها أو معالجتها بواسطة برنامج معين؛ ثم توقيعها وحفظها وإرسالها عبر الإنترنت، بحيث يسهل الوصول إليها من قبل الشركات والمؤسسات، ومن أمثلة مستندات الأعمال الرقمية فواتير المبيعات وتقارير الأعمال والاستبيانات

تدريب 3

❖ ما أنواع مستندات الأعمال؟ أعط أمثلة عليها.

- أنواع مستندات الأعمال والأمثلة الخاصة بكل منها كالآتي :
1. رسائل البريد الإلكتروني: على سبيل المثال، رسالة بريد إلكتروني يرسلها الرئيس التنفيذي للشركة إلى الموظفين لدعوتهم إلى اجتماع الشركة
 2. خطابات الأعمال: على سبيل المثال خطاب ترسله الشركة إلى مزود خدمة لتعرض عليه التعاون
 3. تقارير الأعمال: على سبيل المثال، تقرير تحليلي يكتبه الموظف بخصوص البيانات المالية للشركة
 4. مستندات المعاملات: مثل فاتورة المبيعات
 5. المستندات المالية: مثل بيان الدخل

تدريب 4

❖ هل فكرت يوماً في الاختلافات بين الصيغة الرسمية وغير الرسمية في كتابة مستندات الأعمال؟ اذكر بعض الاختلافات من وجهة نظرك

يمكن للطلبة ذكر أن الاختلاف الأساسي بين المستند الرسمي والمستند غير الرسمي يتمثل في أن المستند غير الرسمي يحتوي على كلمات وتعبيرات يومية يستخدمها الطلبة بشكل يومي للتواصل مع زملائهم في الصف، على سبيل المثال: في المستند الرسمي نكتب "نقدم لكم أطيب تحياتنا"، بينما تستخدم الكلمات اليومية عند قول: "مرحباً! كيف حالكم؟" مثال آخر، أنه في المستند الرسمي نكتب "يرجى التفضل بحضور الاجتماع" بدلاً من "يرجى الحضور إلى الاجتماع" وأيضاً بدلاً من "شكراً جزيلاً" يمكننا فقط أن نقول: "شكراً"

❖ ما الاختلافات التي وجدتها مقارنة بمقالاتك أو مستنداتك الأخرى غير الرسمية؟

عند مقارنة مقالات الطلبة مع المستندات الأخرى غير الرسمية؛ يمكن للطلبة ذكر أن أسلوب كتابتهم للمقالات يتميز بكونه رسمياً ويستخدم للأغراض المدرسية، حيث يجب أن تتميز المستندات المدرسية بلغة رسمية مكتوبة

تدريب 5

❖ لتفترض أنك تعمل في شركة وعليك كتابة دعوة إلى جميع موظفي الشركة، تطلب منهم حضور حدث معين، ما الأجزاء المكونة للبريد الإلكتروني؟ وما جوانب اللغة المكتوبة التي يجب الانتباه إليها؟

مكونات البريد الإلكتروني الرسمي هي التحية والنص الأساسي وفي الختام "شكراً"

❖ افتح برنامج مايكروسوفت وورد واكتب رسالة بريد إلكتروني مراعيًا مذكرته بالأعلى.

اطلب من الطلبة فتح برنامج مايكروسوفت وورد وكتابة البريد الإلكتروني؛ ووجههم لكتابة دعوة لجميع موظفي الشركة لحضور حدث معين، يمكن أن يكون الحدث عبارة عن اجتماع للاحتفال بأحد الإنجازات العظيمة للشركة؛ لذا يجب أن تتعلق التحية والنص الرئيس وختام هذا البريد الإلكتروني بهذا الحدث ويجب أن تكون اللغة المكتوبة التي سيستخدمها الطالب لغة رسمية



مبادئ تصميم مستندات الأعمال

ستتعرف في هذا الدرس على عناصر تصميم المستند، وبرنامج لتصميم مستندات الأعمال سكريبوس (Scribus)، وبشكل أكثر تحديداً، كيفية إنشاء وإعداد مستند جديد وإعداد التفضيلات في سكريبوس.

عناصر تصميم المستند

إن المستند المصمم بدقة يوفر للقارئ الشعور بالثقة عند قراءته، ويُعد إنشاء مستند جيد التصميم أمراً سهلاً في برنامج معالجة النصوص، من خلال اتباع مبادئ معينة والاستفادة من بعض العناصر مثل: النصوص والخطوط، المساحات الفارغة، الألوان، العناصر المرئية، القوائم والجداول. يمكنك التعامل مع هذه العناصر باستخدام برامج التصميم مثل سكريبوس.

طباعة النص

طباعة النص هي فن ترتيب الحروف والنصوص بطريقة تجعل المستند مقروء وواضح وجذاب بصرياً للقارئ. بالنظر إلى النص، يجب أن يكون تصميمه دقيقاً مع التركيز على استخدام أنماط النص مثل الخط الغامق أو المائل أو المسطر لجذب انتباه القارئ دون الإفراط في استخدامها. ينصح بالخط المائل للعبارة القصيرة (مثل الاقتباسات المباشرة).

تصنف الخطوط إلى مجموعات متنوعة من الخطوط المترابطة معاً وفق تصنيفين رئيسيين:

< النوع Serif : (Times New Roman ، Garamond ، Cambria ، وغيرها).

< النوع Sans Serif : (Arial ، Calibri ، Helvetica ، وغيرها).

San Serif

Serif

Font

Font

يتناسب نَوْعَا الخطوط Serif و Sans Serif مع مستندات الأعمال، ولكن خطوط Sans Serif لا تعتبر خياراً جيداً في الصفحات التي تحتوي على الكثير من النصوص، حيث يوصى باستخدامها مع العناوين القصيرة والتعليقات المختصرة، أما خطوط Serif فتعتبر أكثر سهولة في القراءة. ضع في اعتبارك أنه لا ينبغي استخدام أكثر من خطين في المستند.

← Times New Roman النصوص والخطوط

← Calibri النصوص والخطوط

← Dubai النصوص والخطوط

بالنسبة للغة العربية، يمكنك استخدام خطوط مثل تايمز نيو رومان (Times New Roman) للمستندات الرسمية وخطوط بسيطة مثل كاليبيري (Calibri)، دبي (Dubai) للمستندات غير الرسمية.

هناك عدة اعتبارات يجب أخذها بالحسبان فيما يتعلق باستخدام النص والخطوط عند تصميمك للمستند:

هي بمثابة إرشادات للتصفح للقارئ. عند استخدامها بشكل فعال، يمكن استنباط الهدف من المستند بأكمله وتوجيه القارئ لأهم النقاط مباشرة، بينما تسهم العناوين الفرعية في تجزئة مقاطع النصوص الطويلة غير المريحة في القراءة. يجب تنسيق العناوين الرئيسية والعناوين الفرعية بخط عريض فقط، دون استخدام التسطير في نفس الوقت. واستخدام مسافة متساوية من الفقرة لجميع العناوين الرئيسية والعناوين الفرعية.

العناوين الرئيسية والعناوين الفرعية (Headlines and subheads)

عند استخدام برامج التخطيط والتصميم الأكثر تقدمًا، يمكن ضبط المسافة بين الأحرف والكلمات والأسطر للحصول على بعض التأثيرات التي تريح النظر وتسهل قراءة المستند. يوصى بتجنب التعديلات اليدوية على إعدادات تباعد النص.

تباعد النص (Text spacing)

يجب أن تكون الحروف كبيرة بما يكفي لقراءتها بسهولة.

حجم الأحرف (Letter size)

المساحات الفارغة

تشير المساحة الفارغة إلى أجزاء الصفحة التي لا يوجد بها نص أو صور، ويطلق عليها أيضًا اسم المساحة البيضاء أو المساحة السلبية، تفصل المساحات الفارغة بين الفقرات وتوفر هوامش لحواف الصفحات. تُستخدم هذه المساحة لإعطاء شعور بالراحة للقارئ حيث أن تراكم الكثير من العناصر في الصفحة يؤدي إلى الإرباك وتشتت الانتباه عن محتوى المستند ومظهره العام. تُستخدم المساحة الفارغة أيضًا لتوجيه القارئ إلى أجزاء مهمة من المحتوى. كما يمكن أن تتخلل الفقرات الطويلة بعض المساحات والأسطر الفارغة لتلافي مشكلة تراص الكلمات والأسطر وتسهيل القراءة.

الألوان

تستخدم الشركات أو المؤسسات مجموعات من الألوان في شعارها أو في تصميم مستنداتها للتعبير عن هويتها. وفي نقل رسائل محددة إلى عقل المشاهد. على سبيل المثال، إذا كانت مستندات شركة أو شعارها يتميز باللونين الأصفر والأزرق فعندما يرى العميل هذه الألوان سيتذكر في ذهنه الشركة المحددة. ولذلك تعتمد كل شركة على لوحة ألوان فريدة خاصة بها حيث تشكل الألوان هويتها.

العناصر المرئية

تشير العناصر المرئية إلى أي كائن رسومي أو صوري في المستند، مثل الصور الفوتوغرافية والرسومات والرسوم التوضيحية أو البيانية والمخططات، ويتم استخدام هذه العناصر في المستند لجذب انتباه القارئ ولدعم أو تلخيص أو تقديم شرح يتعلق بالموضوع العام للمستند.

يعتبر الفرق بين التصميم الجرافيكي والرسومات التوضيحية في استخداماتهما. عادةً ما يُنظر إلى التصميم الجرافيكي على أنه فن تجاري، بينما ترتبط الرسومات التوضيحية بالفنون الجميلة. أصبحت هذه الفروق أقل وضوحًا بمرور الوقت لأنها في بعض الأحيان تميل إلى التداخل.

	<p>هي صور حقيقية لأشياء أو مواقف محددة تمنح المستند ميزة الواقعية، ولكن العيب الوحيد بها هو التفاصيل الدخيلة التي قد تظهر في الصورة والتي قد تُبعد القارئ عن الرسالة الأساسية للمستند.</p>	<p>الصور الفوتوغرافية</p>
	<p>تستخدم الرسومات أو الرسوم التوضيحية لتمثيل أشياء غير واقعية أو أشياء حقيقية يصعب تصويرها. يمكن للرسومات أن تظهر الأجزاء التي يحتاج القارئ إلى رؤيتها فقط مما يتيح التخلص من التفاصيل الزائدة وإبراز ما يجب التأكيد عليه، ويجب أن تكون الرسوم التوضيحية أيضًا واضحة ومعبرة.</p>	<p>الرسوم التوضيحية</p>
	<p>تستخدم مثل هذه المخططات لإظهار معلومات إحصائية على شكل معلومات مرئية يسهل فهمها. يجب أن تكون الرسوم البيانية والمخططات واضحة وسهلة الفهم بالنسبة للقارئ.</p> <p>يجب أن تتميز هذه المخططات والرسوم أيضًا بعناوين مختصرة ومفهومة وبشرح مختصر للرموز المستخدمة. تأتي هذه المخططات بأشكال مختلفة بناءً على نوع المعلومات التي يتم إيصالها، ومن أكثرها المخططات العمودية والدائرية.</p>	<p>المخططات والرسوم البيانية</p>

القوائم والجداول

تعدّ القوائم وسيلة فعالة جدًا في جذب عين القارئ؛ ولكن الإفراط في استخدامها يُضعف من تأثيرها. فالمستندات المعبأة بالكثير من القوائم تعدّ غير مجدية وتضعّب على القارئ معابنتها. غالبًا ما تعدّ الجداول بديلاً مناسباً عن القوائم بالإضافة إلى أنها طريقة منظمة لتنسيق المعلومات. ويمكن إضافة فراغات إضافية حول المعلومات لجعلها أسهل للقراءة. كما يمكن تمييز الصفوف الرئيسة بتظليلها.

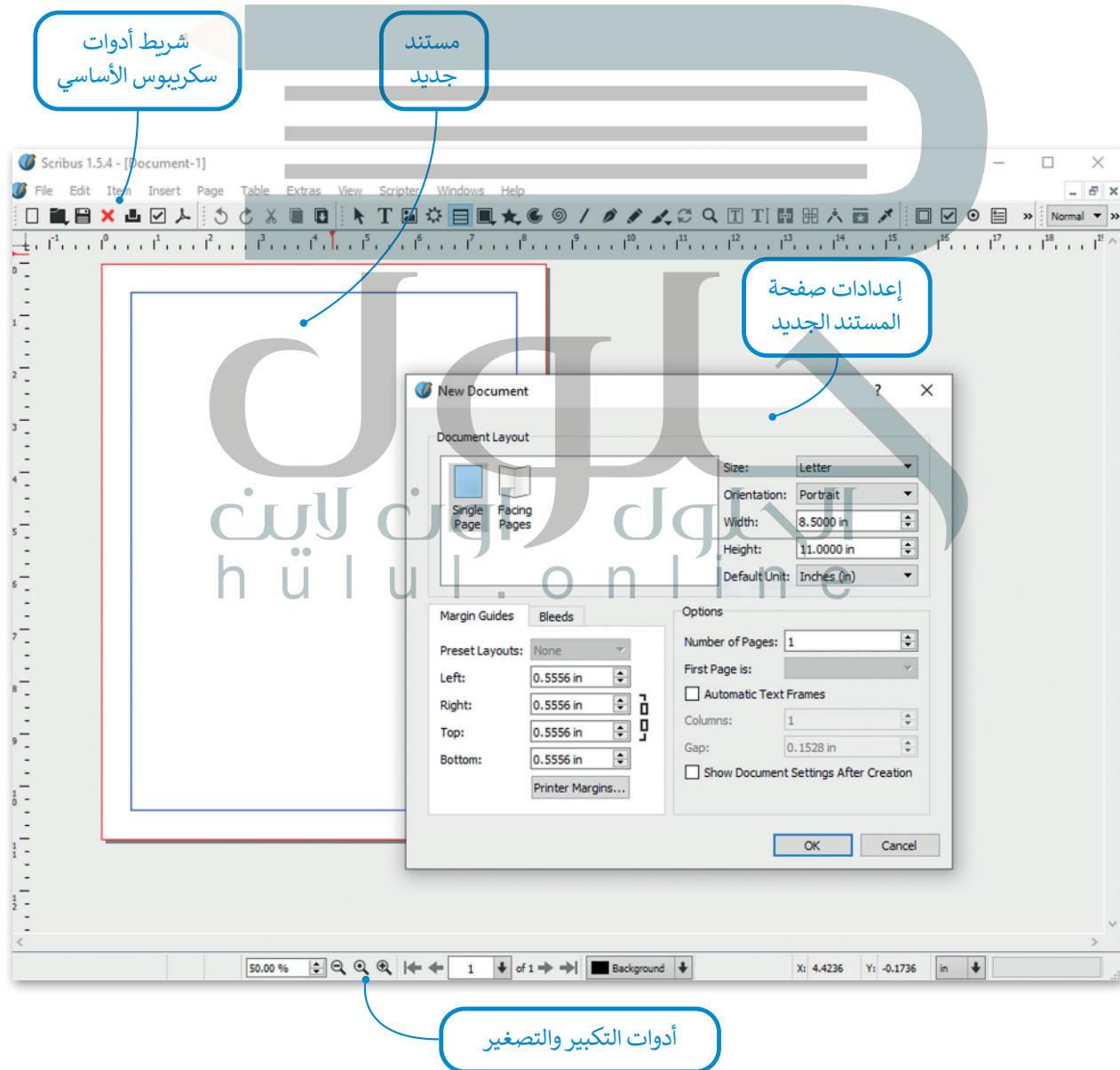
برنامج سكريبوس لتصميم مستندات الأعمال

هناك العديد من البرامج لتصميم مستندات الأعمال منها المجانية وغير المجانية ومفتوحة المصدر ومغلقة المصدر. مثل برنامج سكريبوس (Scribus) والذي ستستخدمه في هذا الدرس وهو برنامج مجاني، بينما يعد برنامج إن ديزاين (InDesign) غير مجاني.



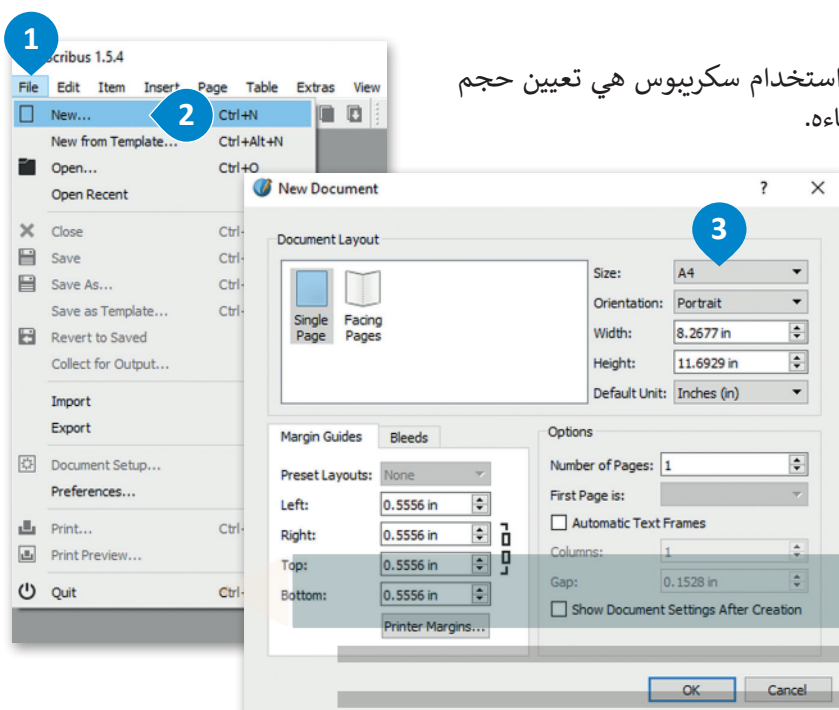
برنامج سكريبوس (Scribus) هو برنامج نشر مكتبي مجاني ومفتوح المصدر، مصمم للتخطيط والطباعة وإعداد الملفات للاستخدام الاحترافي. ستستخدمه لتصميم مستندات الأعمال، ويمكن تحميله من خلال: <https://www.scribus.net/downloads/>

واجهة البرنامج



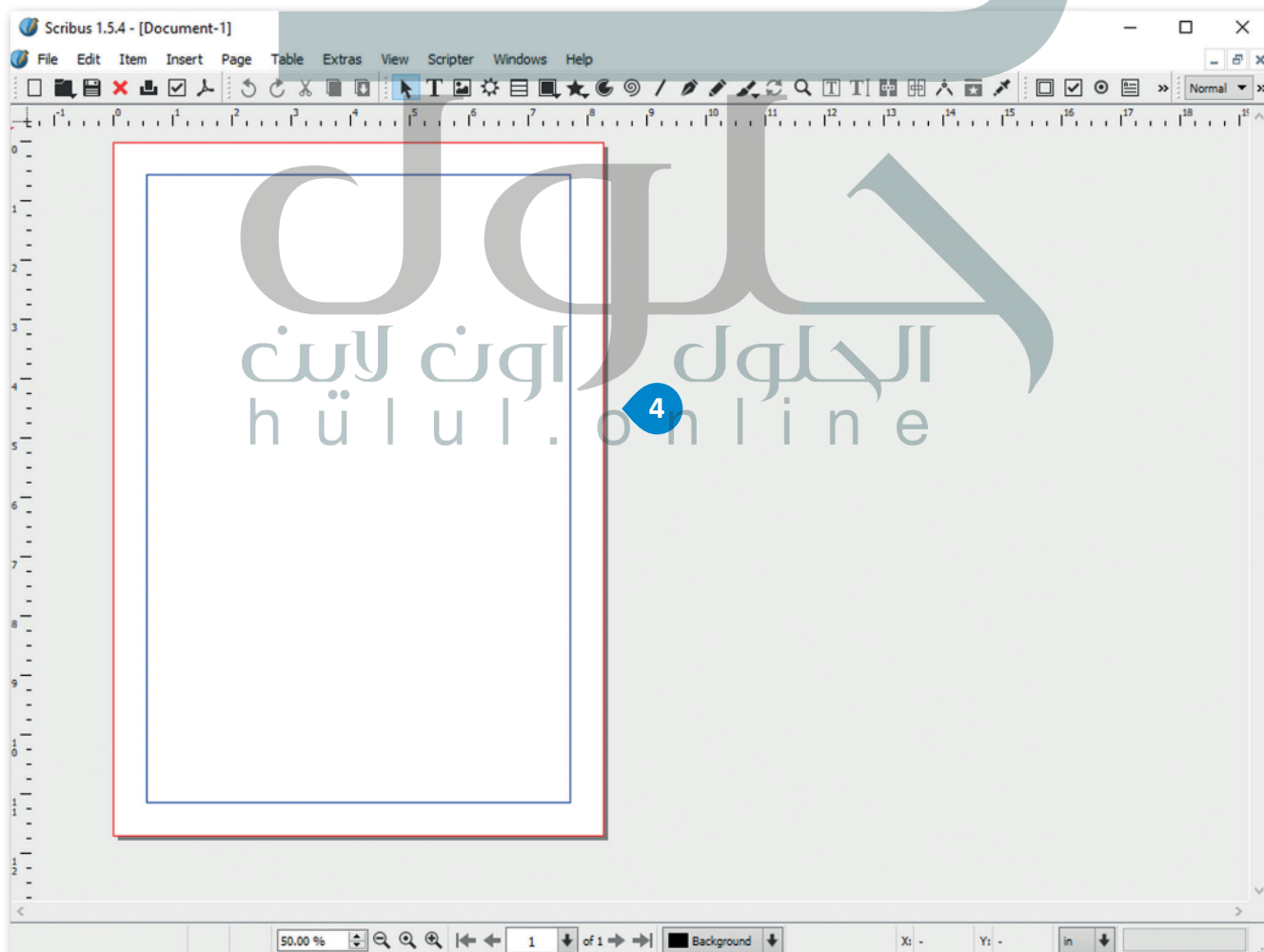
إنشاء مستند جديد

الخطوة الأولى التي يجب عليك القيام بها عند استخدام سكريبوس هي تعيين حجم المستند الجديد، بناءً على المشروع الذي تريد إنشاءه.



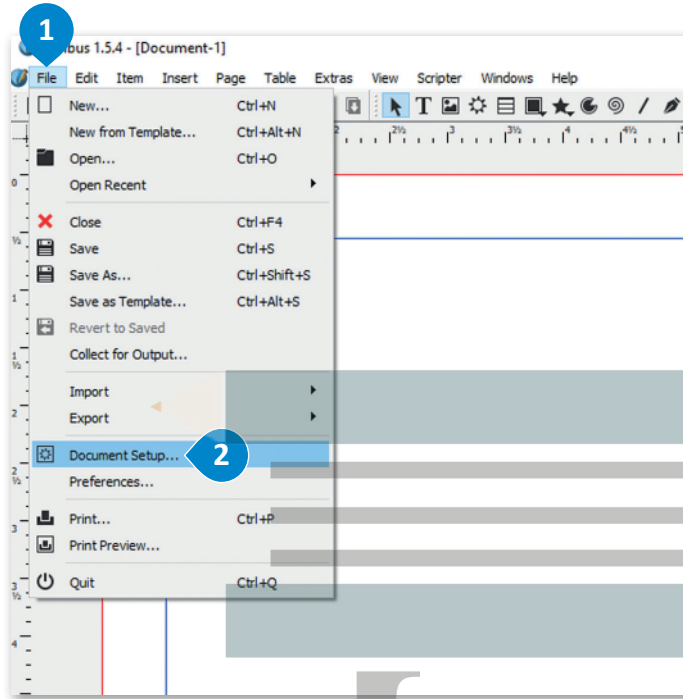
لإنشاء مستند جديد:

- < افتح برنامج سكريبوس.
- < من علامة تبويب **File** (ملف). 1
- اضغط على **New** (جديد). 2
- < من نافذة **New Document** (مستند جديد)، حدد **A4**. 3
- < سيظهر المستند الجديد. 4

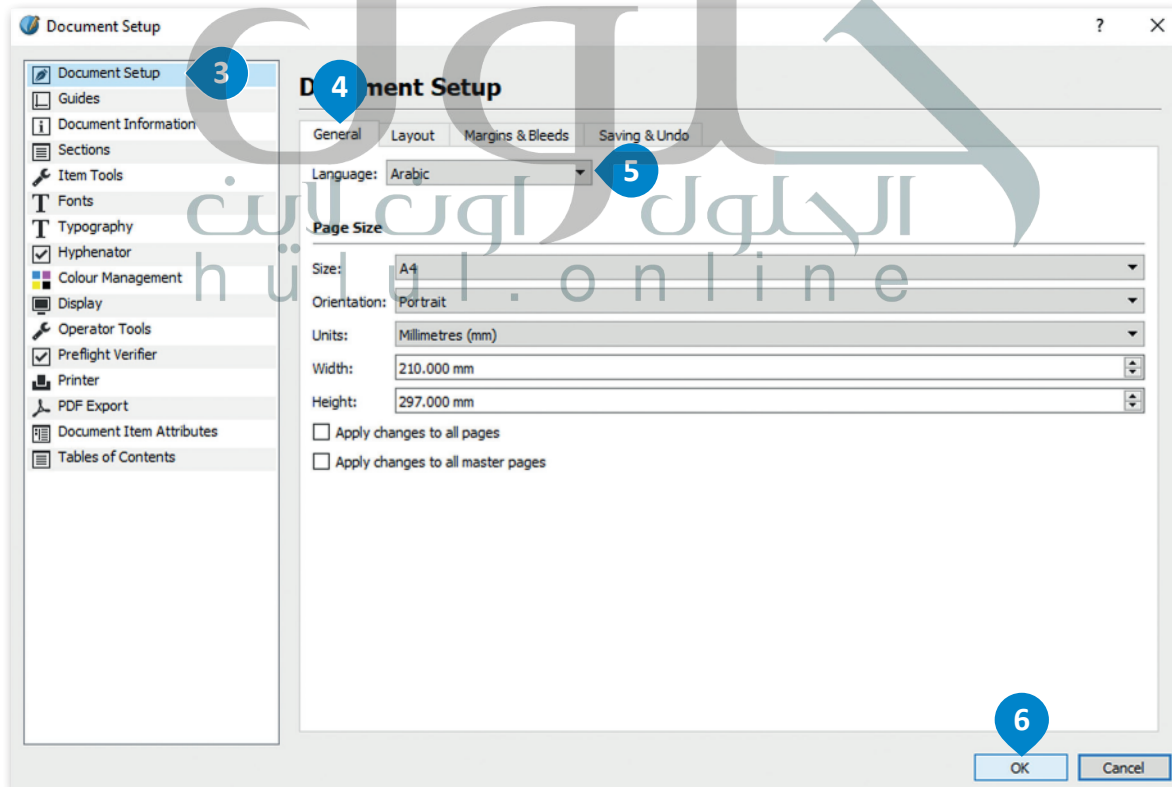


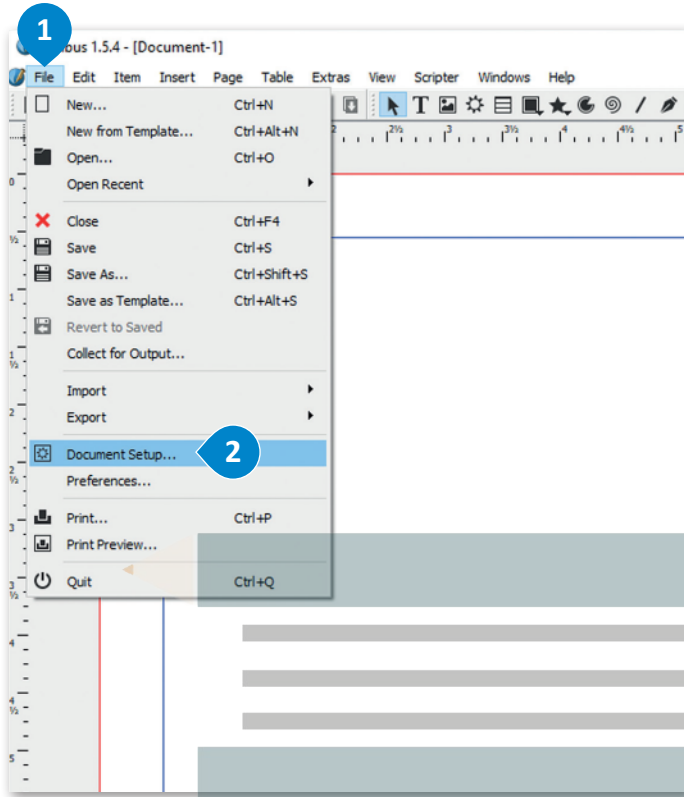
إعداد المستند والتفضيلات

بعد إنشاء المستند الجديد، فإن الخطوة التالية هي إعداد بعض عناصره، مثل الهوامش وخيارات الحفظ، حتى يتم تطبيقها تلقائيًا للمستند بأكمله. إضافة إلى ذلك، يمكنك تعيين بعض التفضيلات الأخرى، مثل اللغة التي ستستخدمها في مستندك.



- لتعيين اللغة:**
- < من علامة تبويب **File** (ملف)، 1
 - اضغط على **Document Setup** (إعداد المستند). 2
 - < اختر **Document Setup** (إعداد المستند). 3
 - < من علامة تبويب **General** (عام)، 4
 - حدد **Arabic** (العربية). 5
 - < اضغط على **OK** (موافق). 6





لتعيين هوامش الصفحة:

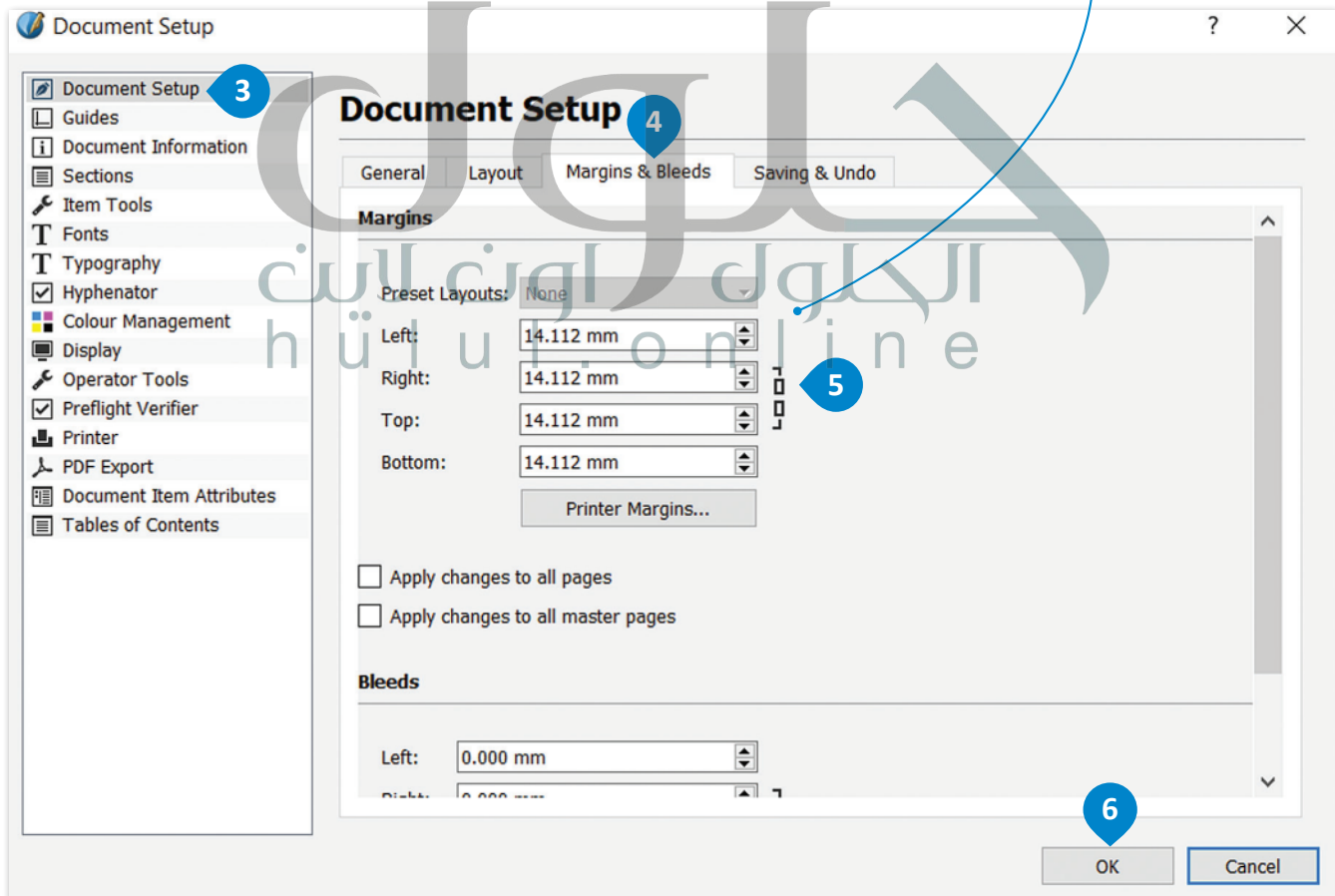
< من علامة تبويب **File** (ملف)، **1** اضغط على **Document Setup** (إعداد المستند). **2**

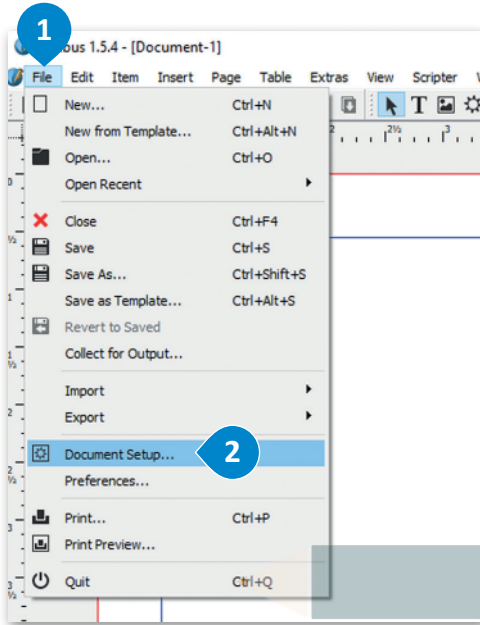
< اختر **Document Setup** (إعداد المستند). **3**

< من علامة تبويب **Margins & Bleeds** (الهوامش وتجاوز الهوامش) **4**، عين الهوامش التي تريدها. **5**

< اضغط على **OK** (موافق). **6**

هنا يمكنك ضبط هوامش الصفحة وإجراء تغييرات تلقائية على جميع الصفحات.





لتعيين خيارات الحفظ التلقائي والتراجع:

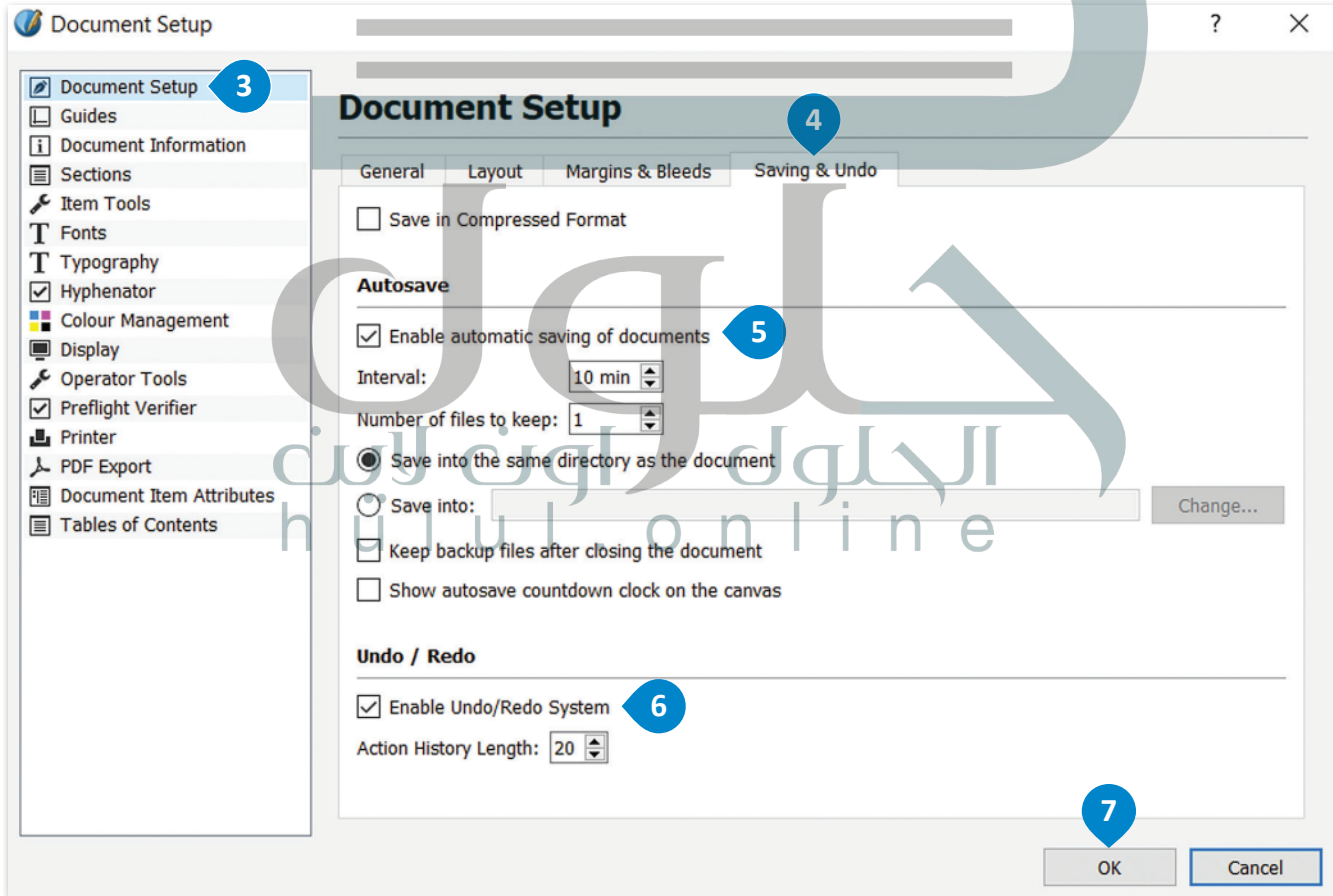
< من علامة تبويب **File** (ملف)، **1** اضغط على **Document Setup** (إعدادات المستند). **2**

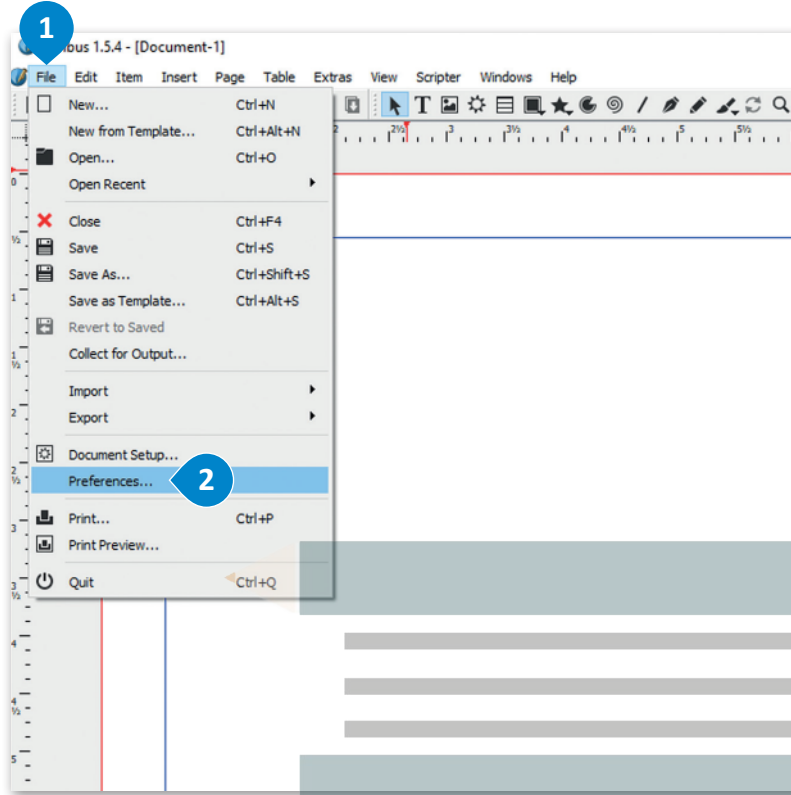
< اختر **Document Setup** (إعدادات المستند). **3**

< من علامة تبويب **Saving & Undo** (الحفظ والتراجع)، **4** حدد خيار **Enable automatic saving of documents** (تمكين الحفظ

التلقائي للمستندات)، **5** وخيار **Enable undo/redo system** (تمكين نظام التراجع / الإعادة). **6**

< اضغط على **OK** (موافق). **7**



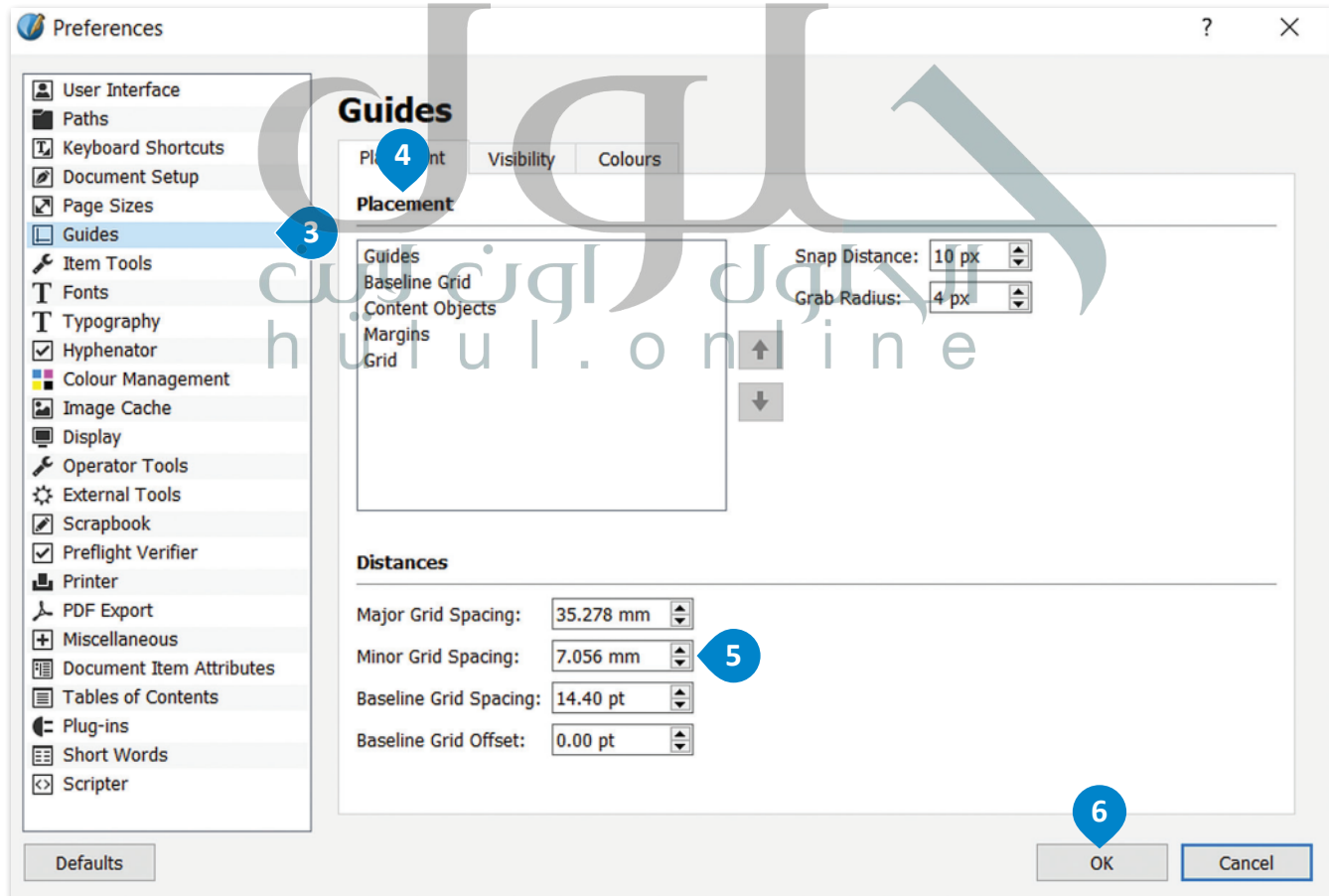


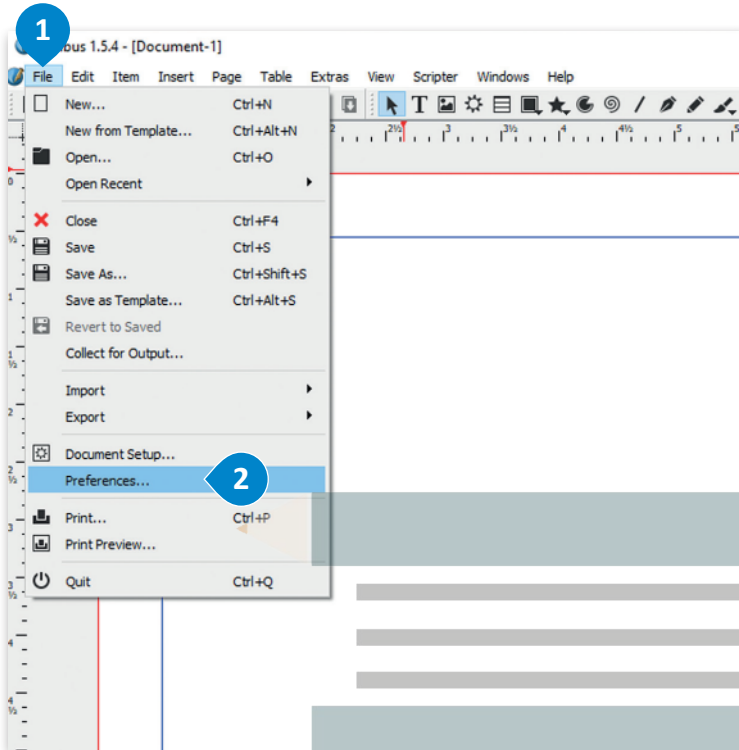
لتعيين الشبكة:

- < من علامة تبويب **File** (ملف)، 1
- اضغط **Preferences** (تفضيلات). 2
- < حدد **Guides** (الأدلة). 3
- < من علامة تبويب **Placement** (تعيين الموضع)، 4 حدد مسافات شبكتك. 5
- < اضغط على **OK** (موافق). 6

يمكن استخدام هذا البرنامج دون اتصال بالإنترنت عند تصميم النماذج.

ليس من الضروري عرض الشبكة. يمكنك العمل مع الأدلة أو الشبكة لإنشاء التخطيط حيث إنها مسألة تفضيل شخصي.

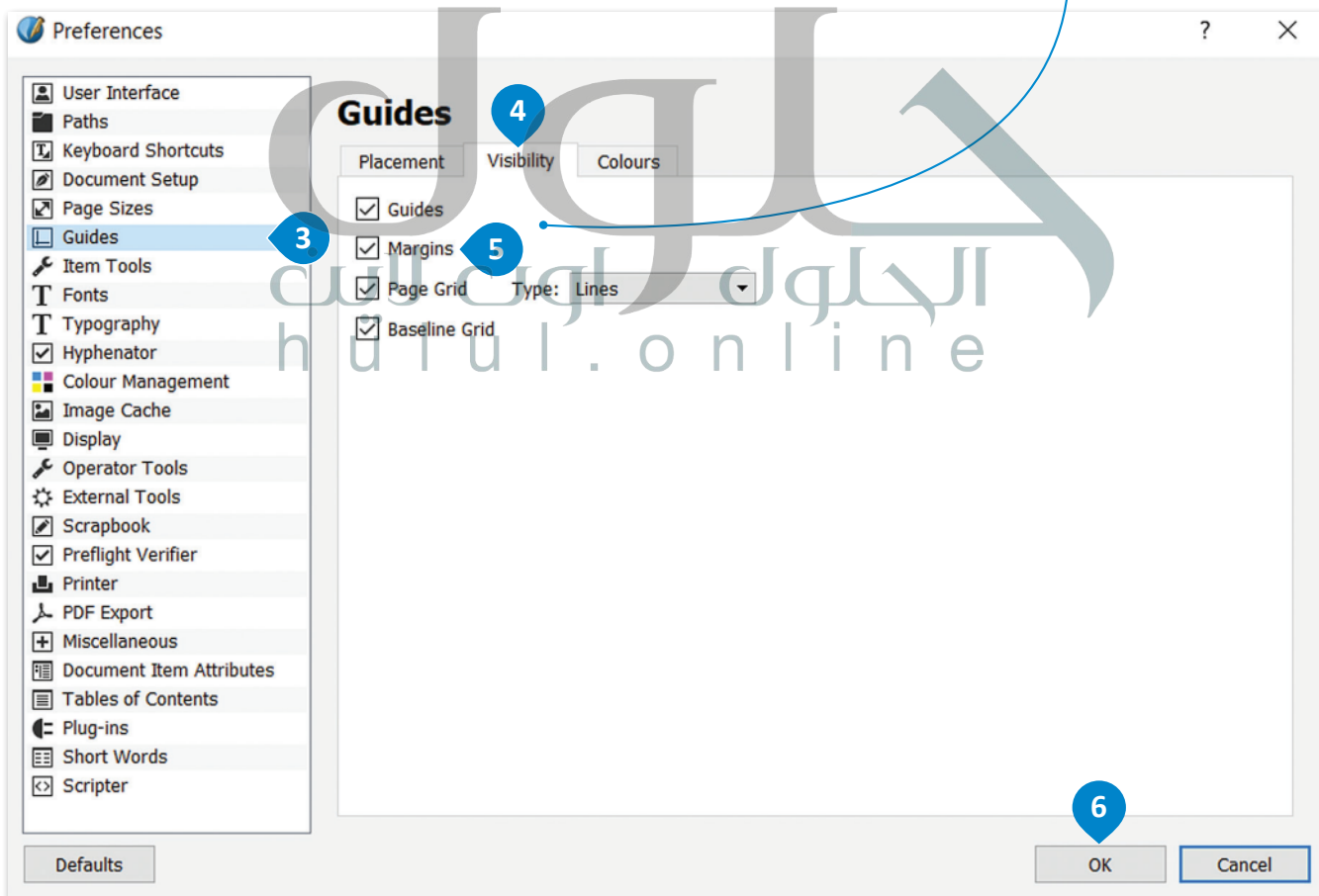




لتعيين أدلة الصفحات:

- < من علامة تبويب **File** (ملف)، **1** اضغط على **Preferences** (تفضيلات). **2**
- < حدد **Guides** (الأدلة). **3**
- < من علامة تبويب **Visibility** (الرؤية)، **4** حدد جميع الخيارات. **5**
- < اضغط على **OK** (موافق). **6**

عند اختيار جميع خيارات الرؤية، يتم عرض كل شيء في صفحاتك: أدلة، هوامش وشبكات. جميع هذه العناصر مفيدة للغاية في تنظيم وتخطيط النص.

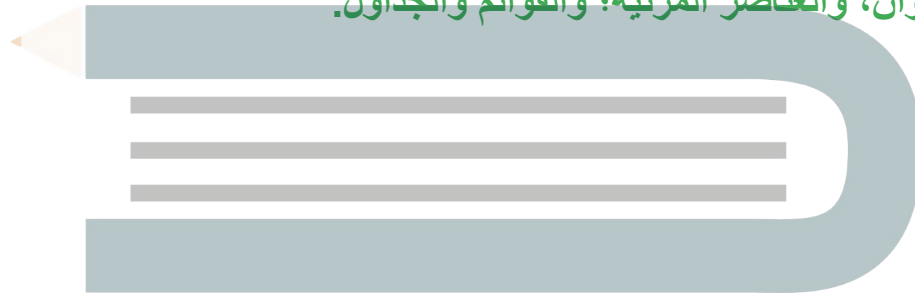


لنطبق معًا

تدريب 1

➤ ما المعلومات التي يجب أن تأخذها بعين الاعتبار قبل البدء في إعداد مستندك الجديد في سكريبوس؟

قبل البدء في إعداد مستند جديد في سكريبوس، يجب أن يأخذ الطلبة بعين الاعتبار أن المستند المصمم جيدًا يوفر للقارئ إحساسًا بالثقة عند قراءته، ومن أجل تحقيق ذلك يجب عليهم اتباع مبادئ محددة واستخدام عناصر معينة مثل النص والخطوط، والمساحات الفارغة؛ والألوان، والعناصر المرئية؛ والقوائم والجداول.



تدريب 2

➤ اشرح المبادئ الأساسية الأربعة لتصميم مستندات الأعمال.

المبادئ الأربعة الأساسية لتصميم مستندات الأعمال هي: التقارب؛ والمحاذاة، والتكرار والتباين، يستخدم التقارب عندما يتم تجميع العناصر المتعلقة ببعضها البعض؛ وتشير المحاذاة إلى الموضع الصحيح للعناصر داخل المستند وترتيبها على شكل خط مستقيم؛ ويكون التكرار عند تكرار العناصر المرئية المحددة للتصميم في جميع أنحاء المستند، بينما يكون التباين عند استخدام الألوان بحذر مع الحرص على التوازن بين تباين العناصر

تدريب 3

◀ ما الاعتبارات المهمة عند اختيار الألوان في المستند؟

تستخدم الشركات أو المؤسسات مجموعات من الألوان في شعارها أو في تصميم مستنداتها للتعبير عن هويتها وفي نقل رسائل محددة إلى عقل المشاهد، على سبيل المثال، إذا كانت مستندات شركة أو شعارها يتميز باللونين الأصفر والأزرق فعندما يرى العميل هذه الألوان سيتذكر في ذهنه الشركة المحددة، ولذلك تعتمد كل شركة على لوحة ألوان فريدة خاصة بها حيث تشكل الألوان هويتها



تدريب 4

◀ افتح سكريبوس وأنشئ مستندًا جديدًا، وخصص المستند الجديد بناءً على نوع مستند العمل الذي تريد إنشائه، وليكن مستند خاص بإنشاء سيرة ذاتية احترافية، لكن قبل إنشاء السيرة الذاتية ينبغي التفكير والتأمل في الأسئلة التالية:

< بأي لغة تريد كتابة سيرتك الذاتية؟

< ما نوع الهوامش التي يجب أن تحتويها السيرة الذاتية المهنية؟

< هل سيكون من الأنسب لك تمكين خيارات الحفظ والتراجع التلقائي؟

< وماذا عن الشبكة؟ هل تعتقد أنك ستكون قادرًا على إكمال تصميم المستند بشكل أسرع إذا وضعت شبكة في مساحة عملك؟

ستكتب السيرة الذاتية باللغة العربية

يجب أن تكون الهوامش 2 سم أعلى وأسفل صفحة A4 و3 سم يسار ويمين الصفحة .
يُفضل تمكين خيارات الحفظ والتراجع التلقائي لأنها تؤكد عدم فقدان ما تمت كتابته بالفعل.
يفضل استخدام الشبكة لأنها تساعد على إكمال التصميم بشكل أسهل وأسرع.

وجه الطلبة لفتح سكريبوس وإنشاء مستند جديد، اطلب منهم الإجابة عن أسئلة هذا التدريب ثم إنشاء سيرة ذاتية جيدة كالموجودة في الصورة، سيقومون بتخصيص مستند سكريبوس بناء على الإجابات التي قدموها

- العنوان
- الهاتف
- الجوال
- البريد الإلكتروني
- ملف تعريف LinkedIn
- Twitter/المدونة/قائمة المشروعات

الاسم الأول اسم العائلة

Date of Birth:
Place of Birth:
Name (in English):
.....

الهدف

اذكر بإيجاز هدفك الوظيفي، أو لخص العناصر التي تجعلك مميزًا. استخدم كلمات من الوصف الوظيفي ككلمات رئيسة.

التعليم

اسم الشهادة | المدرسة

التواريخ من - إلى
لا بأس بأن تضيف المعدل التراكمي والجوائز والشهادات التي حصلت عليها. لا تتردد في تلخيص المقررات العلمية أيضًا.

اسم الشهادة | المدرسة

التواريخ من - إلى
لا بأس بأن تضيف المعدل التراكمي والجوائز والشهادات التي حصلت عليها. لا تتردد في تلخيص المقررات العلمية أيضًا.

الخبرة

المسمى الوظيفي | الشركة

التواريخ من - إلى
صف مسؤولياتك وإنجازاتك من حيث التأثير والنتائج. استخدم الأمثلة، مع مراعاة الإيجاز.

المسمى الوظيفي | الشركة

التواريخ من - إلى
اذكر بإيجاز هدفك الوظيفي، أو لخص العناصر التي تجعلك مميزًا. استخدم كلمات من الوصف الوظيفي ككلمات رئيسة.

المهارات

اذكر نقاط القوة المتعلقة بالدور الذي تقوم به
.....
.....
.....

الأنشطة

استخدم هذا الجزء لتسليط الضوء على النشاطات والمهام المفضلة ذات الصلة وإظهار مدى الرغبة في العطاء. من الأفضل تضمين الأدوار القيادية والخبرات التطوعية التي قمت بها هنا. أو عرض إضافات مهمة مثل المنشورات والشهادات واللغات والدورات التدريبية وحضور المؤتمرات.

هذا النموذج مثال على مستند لسيرة ذاتية. يمكنك الإجابة عن الأسئلة بناءً على هذا المثال.



نماذج الأعمال 1

تعد نماذج الأعمال بمثابة العمود الفقري لأي عملية إدارية تتطلب جمع بيانات من العملاء أو الطلبة أو الموظفين أو المواطنين أو أي مجموعة مرتبطة بشركة أو بحكومة أو بمدرسة أو بمؤسسة، وذلك بصورة تتيح استرداد هذه البيانات مستقبلاً. ستتعرف في هذا الدرس على مفهوم نموذج الأعمال، والنماذج المطبوعة والنماذج عبر الإنترنت المستخدمة كأدوات لجمع البيانات والاختلافات بينهما. ستتعلم كيفية إنشاء نموذج جمع البيانات، ونموذج الطلب وكيف يمكنك إنشاؤه في برنامج سكريبوس.

مفهوم نموذج الأعمال

النموذج هو مستند منظم بترتيب محدد، يستخدم لجمع المعلومات بطريقة منطقية وذات مغزى. تأتي النماذج في نسخ رقمية أو مطبوعة ومع العديد من أنواع المستندات المختلفة. على سبيل المثال، طلب الشراء، أو طلب الخدمة، أو استبانة رضا العملاء أو الإقرار الضريبي. إضافة إلى ذلك، هناك أنواع أخرى من النماذج قد لا تبدو كنموذج تقليدي مثل الشيك البنكي، أو اتفاقية استخدام برنامج ما أو الموافقة على الشروط، أو قبول ملفات تعريف الارتباط على الويب هي بعض أنواع النماذج التي نملأها دون الإدراك أنها نماذج.

النماذج كأدوات لجمع البيانات

أداة جمع البيانات هي عبارة عن نموذج منظم أو أداة تسمح بإدخال البيانات المتغيرة في مساحات فارغة.

الهدف من النموذج هو جمع المعلومات التي تحتاجها الشركة أو المنظمة. يتم جمع المعلومات من خلال أدوات تحليل العمليات وجمع البيانات، لذلك في هذا السياق، يمكن اعتبار النماذج أداة لجمع البيانات.

قد تكون أدوات جمع البيانات عبر الويب أو مطبوعة، لذا يجب تعبئتها عبر الإنترنت أو طباعتها على الورق. وتحتوي على أسئلة يقدم المستجيبون أو المستخدمون النهائيون إجابات عليها. تم تصميم أدوات جمع البيانات لجمع البيانات، وعرضها، ونقلها وتخزينها، ولتجميع معلومات تجارية محددة وتوصيلها وتسجيلها. تضمن النماذج المصممة جيداً سلامة البيانات من أول مرحلة عند التقاط البيانات.

النماذج المطبوعة

تكون النماذج على شكل ملفات PDF أو Word (.docx) أو أي من التنسيقات الشائعة الأخرى بمثابة نسخة إلكترونية من النموذج المطبوع. ويتم توزيع هذا النوع من النماذج غالباً عبر البريد الإلكتروني أو التحميل من الويب، حيث يقوم المستلم بتعبئتها وإعادتها، أو قد يقوم بطباعتها وتعبئتها ثم مسحها ضوئياً وإعادتها. توجد مستندات منسقة تحتوي على حقول فارغة يمكن للمستخدمين تعبئتها بالبيانات. عند استخدام النماذج المطبوعة، من الضروري أن يقوم شخص ما بنقل البيانات من الورقة إلى قاعدة بيانات الحاسب، حيث يمكن بعد ذلك تحليل النتائج إحصائياً. يمكن لبعض البرامج القيام بذلك تلقائياً، لكنها تقتصر عموماً على النماذج التي تحتوي على مربعات اختيار فقط، لأنها لا تستطيع معالجة النص المكتوب بخط اليد.

النماذج عبر الإنترنت

تعد النماذج عبر الإنترنت شائعة الاستخدام بشكل خاص على شبكة الإنترنت العالمية وذلك لسهولة إنشائها باستخدام لغة HTML والتي تتيح إنشاء النماذج والحقول الخاصة بها كحقول النص وخانات الاختيار. غالبًا ما تتم معالجة البيانات المدخلة في النماذج عبر الإنترنت بواسطة برنامج على خادم معين. وتوفر بديلاً عن النماذج الورقية المطبوعة، حيث يتم إدخال البيانات ومعالجتها على الحاسب بشكل مباشر دون الحاجة لمعالجة المحتوى كما هو الحال عند استخدام النماذج المطبوعة. يتم عرض النموذج على شاشة المستخدم حيث يقوم ذلك المستخدم بتعبئته من خلال تحديد الخيارات بمؤشر أو بكتابة نص من لوحة مفاتيح الحاسب، ثم يتم إرسال البيانات مباشرة إلى تطبيق معالجة النماذج الذي يقوم بإدخال المعلومات في قاعدة البيانات.

يجب الإجابة عن الأسئلة التالية قبل البدء بتصميم النموذج:

قبل البدء بإنشاء النموذج، عليك أن تسأل نفسك بعض الأسئلة الضرورية لتحديد الغرض من النموذج. يعتبر تحليل العملية والتصميم التحدي الأكبر في عملية جمع المعلومات، ويتطلبان التخطيط السليم.

ما الغرض من النموذج؟

ما المشاكل التي يعالجها النموذج؟

مَنْ سيقوم بتعبئة النموذج بالبيانات؟ ومن سيقوم تلك البيانات؟

متى أحتاج إلى هذا النموذج؟

الفرق بين النماذج المطبوعة والنماذج عبر الإنترنت

على الرغم من أن نموذج المستند المطبوع التقليدي سيبقى جزءًا من حياتنا لبعض الوقت، إلا أن استخدام النماذج عبر الإنترنت والتنسيقات الأخرى المصممة للشاشات أصبح يزداد بشكل سريع. يرجع هذا إلى المزايا المتعددة للنماذج عبر الإنترنت مقارنة بالنماذج المطبوعة. وفيما يلي مقارنة بين النماذج المطبوعة والنماذج عبر الإنترنت:

الفرق بين النماذج المطبوعة والنماذج عبر الإنترنت

النماذج المطبوعة	النماذج عبر الإنترنت
لا تشترط بعض النماذج إكمالها بصورة فورية، ومن السهل أخذ المستند المطبوع وإكمالها في وقت لاحق دون الحاجة إلى التواجد في نفس الموقع أو البرنامج مرة أخرى.	يمكن تخزين النماذج عبر الإنترنت بصورة فورية في قاعدة بيانات.
على الرغم من أن التوقيعات الرقمية تحظى بقبول واسع إلا أن هناك عقود وإفادات خطية ومراسلات رسمية أخرى تتطلب التوقيع بخط اليد.	يمكن للنماذج عبر الإنترنت إرسال إشعارات الاستلام بالبريد الإلكتروني.
يمكن إكمال النماذج الورقية وقراءتها من أي مكان بدون اتصال بالإنترنت.	يمكن للنماذج عبر الإنترنت التحقق من تلقاء نفسها من عدم ترك الحقول فارغة، ومن إدخال النوع المناسب من المعلومات. وتتميز بسهولة معالجة البيانات وتحليلها.

كيفية إنشاء نموذج جمع البيانات

إن الخطوة الأولى لإنشاء نموذج جمع البيانات تتمثل في اتباع دليل تصميم النموذج التالي:

دليل تصميم النموذج:

أنماط الكتابة	تعتبر خطوط فئة Sans Serif مثل (Arial وCalibri) هي الأكثر ملاءمة للنماذج. تجنب استخدام الأحرف الكبيرة عند الكتابة بالإنجليزية لصعوبة قراءتها وإبطائها لعملية القراءة.
التنسيق	لا تستخدم التسطير (الخط تحت الكلمات) لأنه يجزئ النموذج ويجعل من الصعب قراءته. استخدم نمط التغميق للعناوين أو للتأكيد، ويوصى باستخدام اللون الأسود للنصوص.
الخطوط والمسافات	استخدم المساحة الفارغة للمساعدة في توجيه القارئ وفي فصل الأقسام وإضفاء مظهر مرتب على النموذج.
الشعار	اتبّع قواعد الشركة باستخدام التصميم والحجم والألوان المعتمدة الخاصة بالشعار وتجنب تغييره، مع مراعاة الحصول على التصريح باستخدام الشعار عند الحاجة.
عنوان النموذج	يفضل أن يقتصر عنوان النموذج على خمس كلمات فقط ليكون موجزًا ووصفيًا. لا تُضمن كلمة "نموذج" كجزء من العنوان.
اللغة البسيطة	من المهم تجنب الاختصارات والمرادفات ومن الأفضل استخدام كلمات سهلة بدلاً عن الكلمات الغريبة أو المعقدة.

أفضل ممارسات التصميم:

المشاركون	يمكنك الحد من كم البيانات التي يقوم بإدخالها المشاركون بتعبئة النموذج من خلال استخدام خانات الاختيار والقوائم وغيرها قدر الإمكان، حيث يجب أن يكون من السهل تعبئة النموذج ومعالجة بياناته.
المساحات المطلوبة	يجب أن تتطابق مساحة الكتابة مع المساحة المتوقعة للإجابة في الأسئلة المفتوحة. ينصح باستخدام خانات الاختيار والأسئلة متعددة الخيارات لتقليل فرص الارتباك أو عدم الإجابة.
البساطة والوضوح	اطلب الحد الأدنى من المعلومات من المستخدم واجعل الأمر واضحًا حتى يفهم المستخدم بأقل جهد ممكن.
الأسئلة الموجزة	حاول أن تطرح الأسئلة المباشرة، وتجنب طرح أسئلة متعددة في فقرة واحدة. تساعد الأسئلة المصممة لأغراض وظروف مختلفة على تحسين تجربة من يعبئ النموذج، مما يعني تحسين جودة البيانات المجمعة.
الدقة في السؤال	كلما زادت دقة السؤال كانت الإجابة أكثر تحديدًا. فمثلاً، لا تطلب إدخال "الاسم" أو "التاريخ"، بل كن أكثر وضوحًا واطلب "الاسم الأول" أو "تاريخ الطلب".
الترتيب	يقلل ترتيب المعلومات في النموذج من الأخطاء ومن تضيق الوقت أثناء تعبئة النموذج. فينبغي ترتيب عناصر النموذج بحيث يكون اتجاه البداية من اليمين إلى اليسار ومن أعلى إلى أسفل.
التجميع	يمكن تقسيم النموذج إلى أقسام تجمع العناصر ذات العلاقة المنطقية، مما يسهل عملية القراءة والإجابة أو إدخال البيانات.

أحيانًا يتوفر النموذج بأكثر من تنسيق واحد، فيمكن للمستخدمين حينها استخدام النسخة الإلكترونية من النموذج أو تحميل النسخة الورقية منه وطباعتها. وتحدد بيئة المستخدم الإصدار المناسب من النموذج. في كلتا الحالتين يجب أن تتطابق البيانات المطبوعة مع الإلكترونية وكذلك من الضروري أن يتطابق المحتوى مع التسلسل.

إنشاء نموذج فاتورة بيع باستخدام برنامج سكريبوس

يعد نموذج فاتورة البيع الأكثر استخدامًا من النماذج المطبوعة أو النماذج عبر الإنترنت الذي تستخدمه الشركات. نموذج فاتورة البيع: مستند يستخدمه العملاء لطلب البضائع من تاجر الجملة أو الشركة المصنعة أو بائع التجزئة، ويتم استخدامه في الغالب من قبل الشركات التي تشتري المنتجات بكميات كبيرة. وهو نموذج أيضًا لجمع البيانات؛ لأنه مستند ذو مظهر احترافي يوفر مساحات لإدخال معلومات عن المنتج ومرحلة العملية ورقم الدفعة أو الحصة. كما أن له عنوانًا وصفيًا ويوفر مساحة لتضمين اسم جامع البيانات أو الأحرف الأولى منه.

وفيما يتعلق بتصميم نموذج فاتورة البيع، فإن المعلومات التي يجب تضمينها هي: شعار الشركة ومعلومات الشحن ورقم المنتج (بالإضافة إلى معلومات حول الكمية وسعر الوحدة) ورقم الفاتورة وطرق الدفع والسعر الإجمالي.

ستبدأ في إنشاء فاتورة بيع في برنامج سكريوس. وبشكل أكثر تحديداً ستضيف عناصر مثل:

< شعار الشركة التجارية.

< عنوان النموذج (فاتورة بيع).

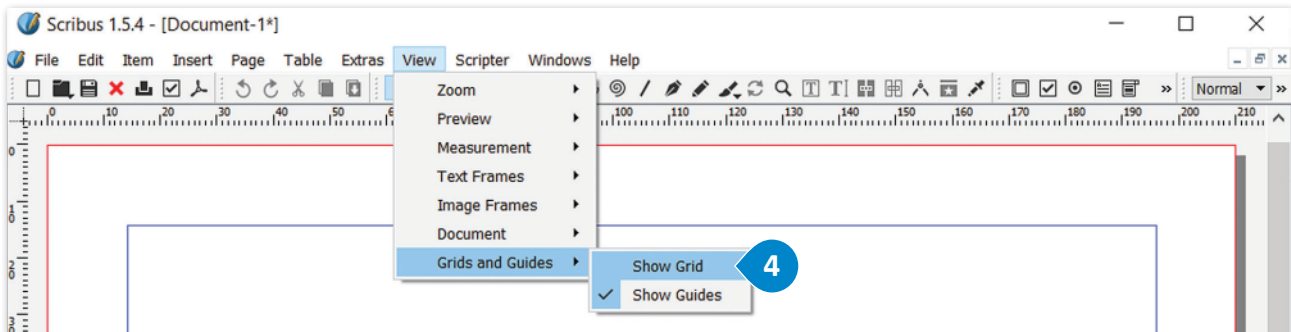
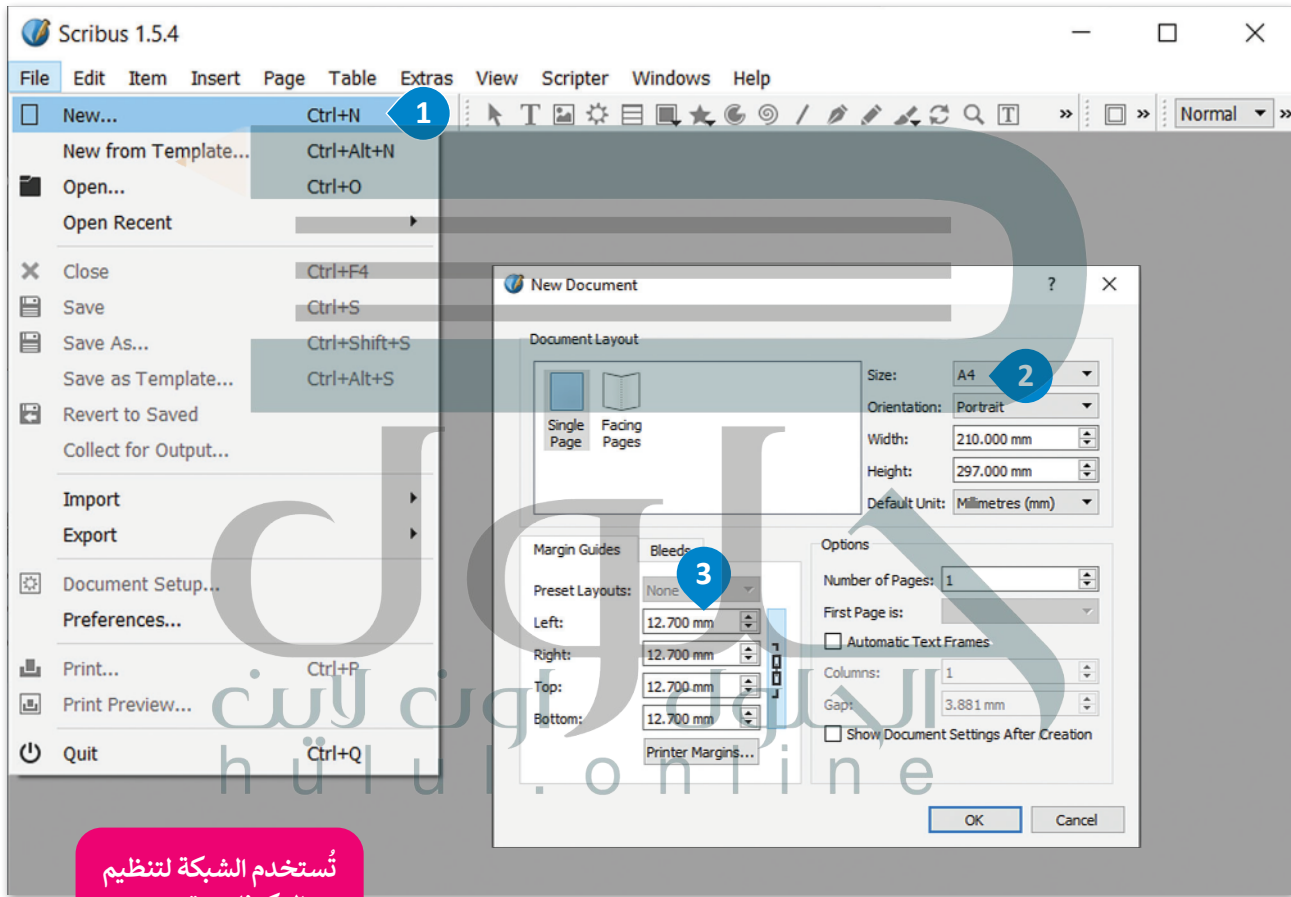
٤ الخطوط والقواعد.

[illegible]

ستستخدم فقط الخطوات الضرورية اللازمة لإكمال النموذج المحدد وليس كل إعدادات برنامج سكريوس.

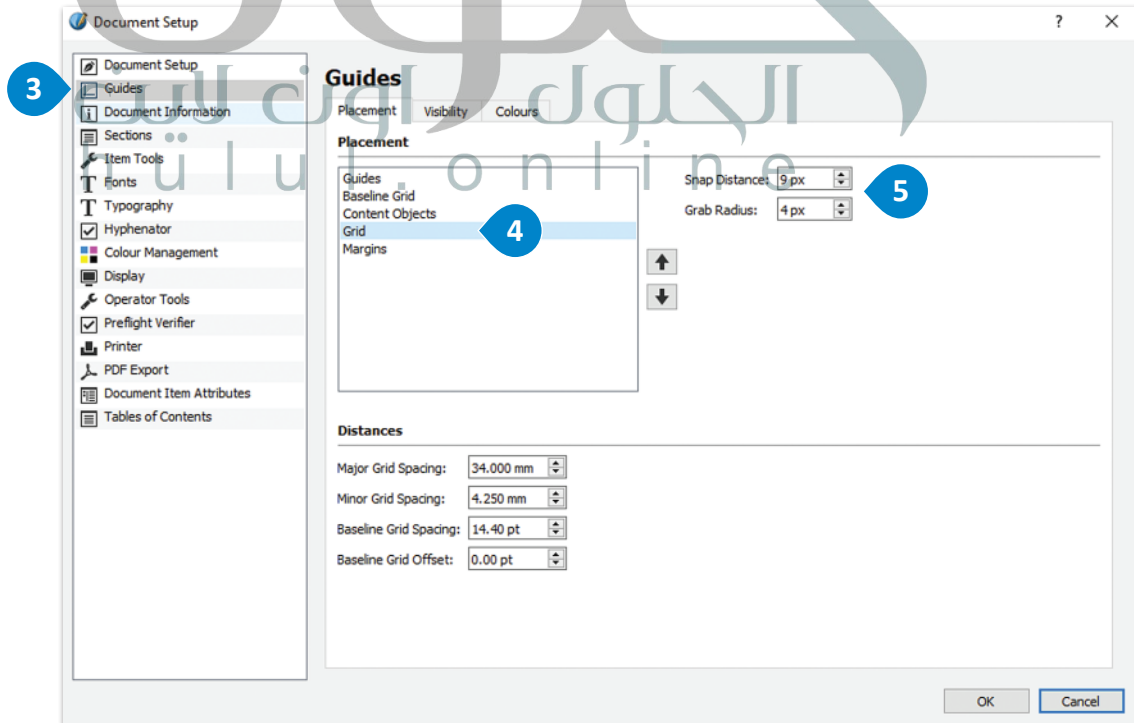
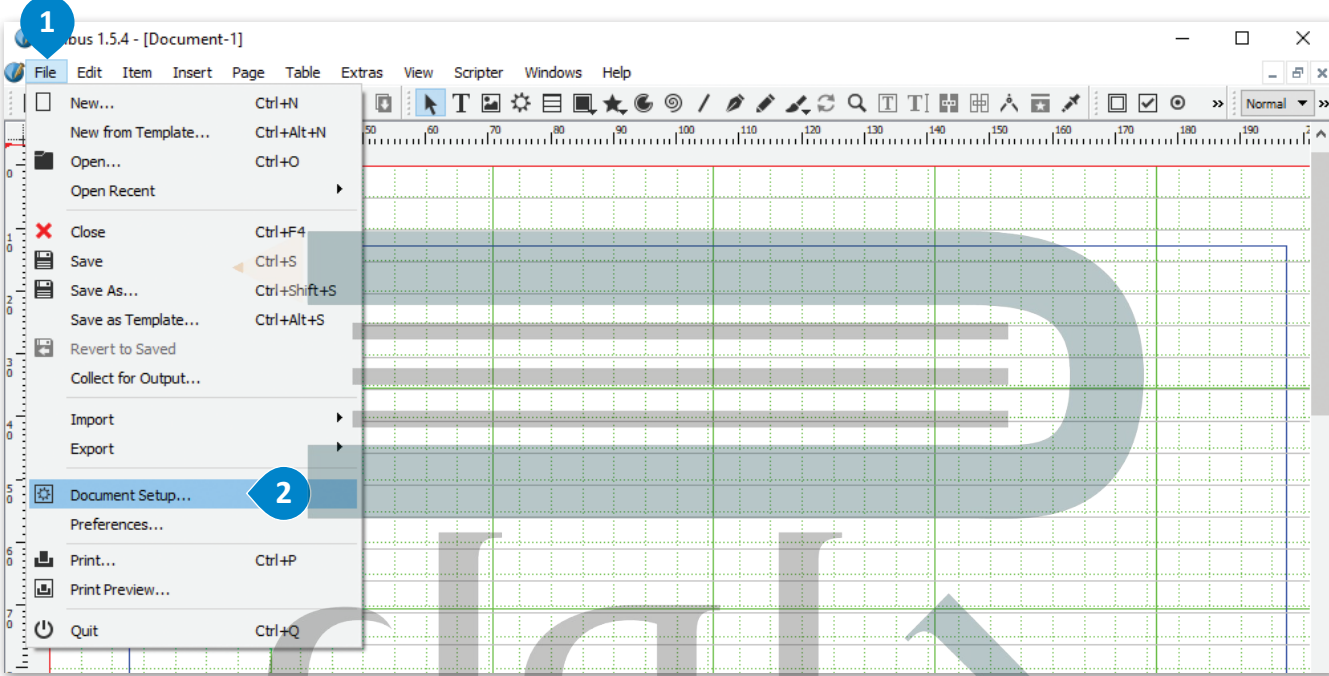
لتعيين حجم النموذج:

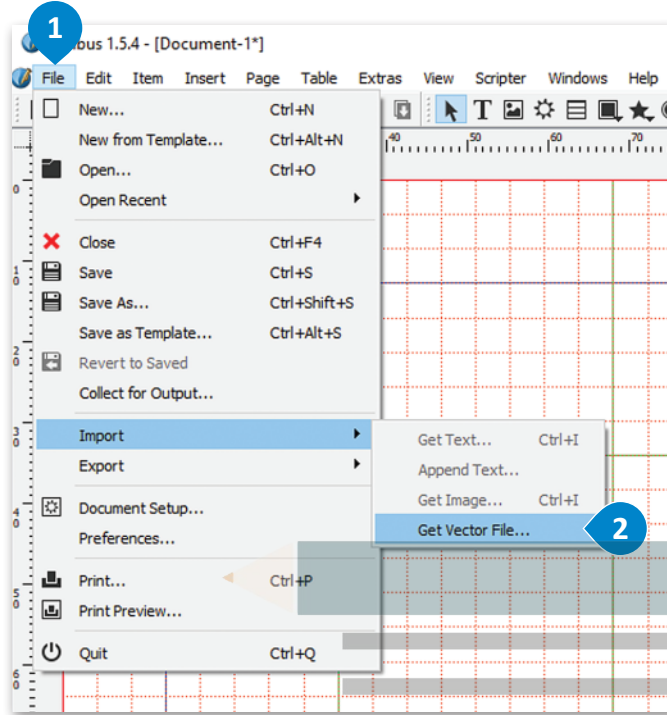
- 1 < من علامة تبويب **File** (ملف)، اضغط على **New** (جديد).
- 2 < من نافذة **New Document** (مستند جديد)، حدد **A4**، ثم غير أدلة الهامش إلى **12.700mm**.
- 3 < من علامة تبويب **View** (عرض)، حدد **Grids and Guides** (شبكات وأدلة) ثم حدد **Show Grid** (إظهار الشبكة).
- 4



لتغيير الشبكة:

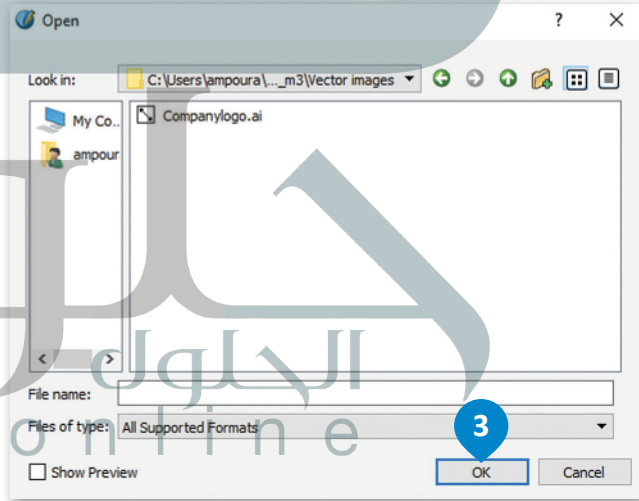
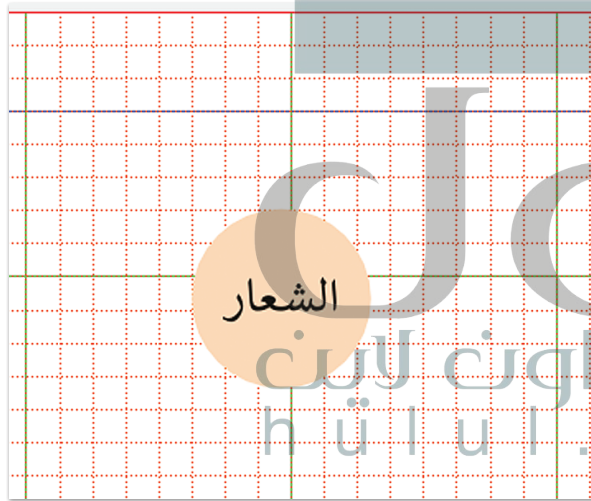
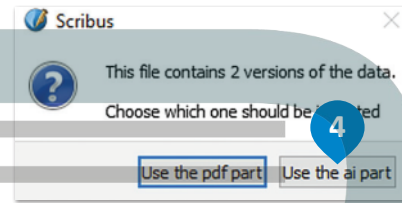
1. اضغط على **Document Setup** (إعدادات المستند).
2. من نافذة **Document Setup** (إعدادات المستند)، حدد **Guides** (الأدلة).
3. من علامة تبويب **Placement** (تعيين الموضع)، حدد **Grid** (شبكة).
4. غير قيم **Snap Distance** (مسافة الالتقاط) إلى **9px** و **Grab Radius** (تحويل نصف القطر) إلى **4px**.





لاستيراد صورة متجه:

- < من علامة تبويب **File** (ملف)، حدد **Import** (استيراد) واضغط على **Get Vector File** (احصل على ملف متجهي). (2)
- < حدد صورة الشعار، ثم اضغط على **OK** (موافق) (3)
- واختر تنسيق **.ai part** (4).
- < احفظ الملف.



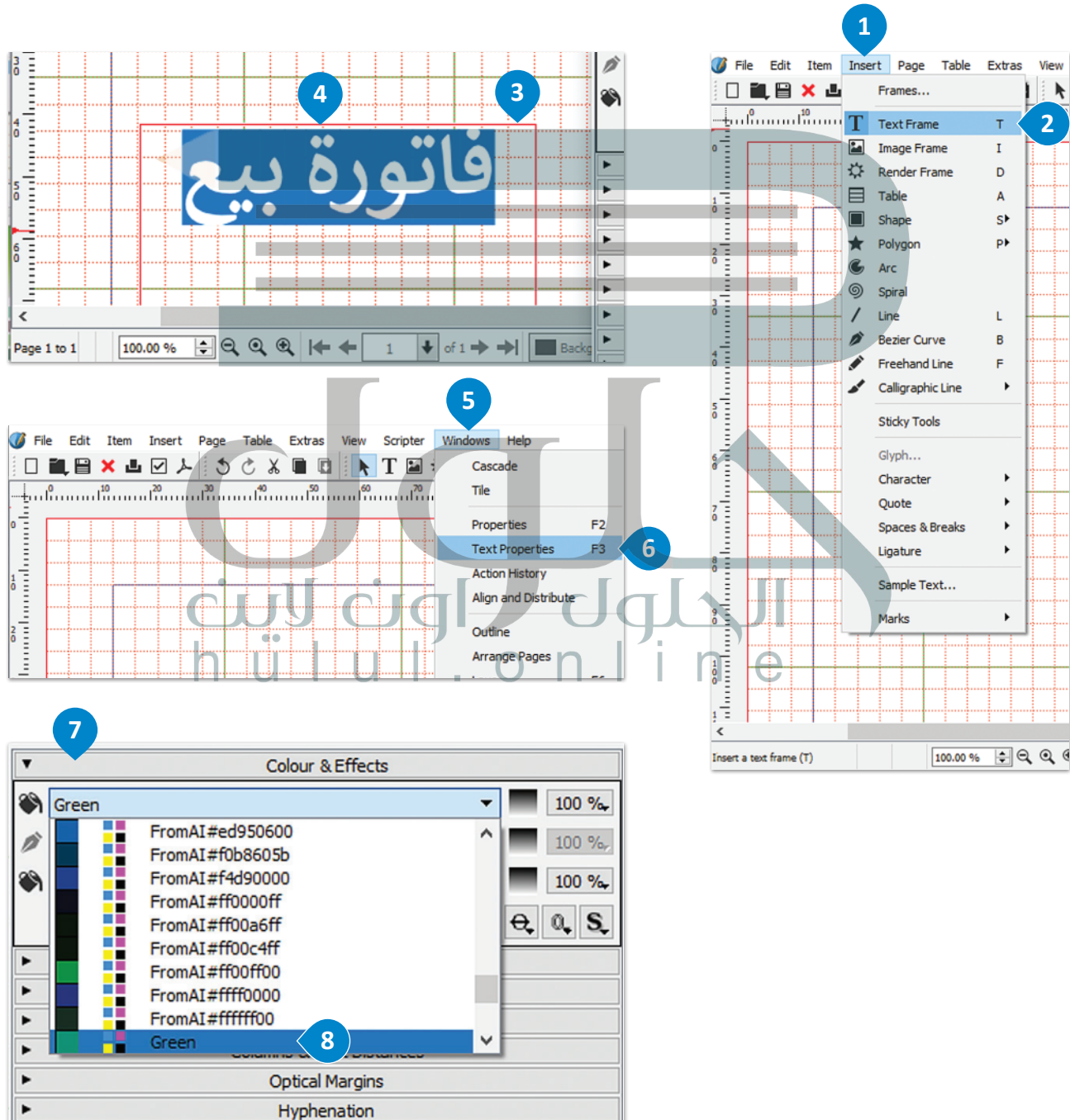
يشير تنسيق (AI) إلى كلمة (Adobe Illustrator) وهو عبارة عن ملف متجهي، وهذا يعني أن هذا التنسيق قابل للتكبير والتصغير والتحرير فيمكنك وضعه في النموذج بالحجم الذي تفضله دون فقدان جودة الألوان أو المخططات التفصيلية. وتعدّ ملفات أدوبي إليستريتور ملفات أعمال فنية تُستخدم لإنشاء ملفات (EPS) و (PDF).

من ناحية أخرى يعدّ (JPG) من أكثر تنسيقات الملفات شيوعاً لضغط الصور مع العلم أنه عند ضغط البيانات وفقاً لهذا التنسيق يتم حذف المعلومات غير الضرورية من الملف. ومع ذلك فهو خيار جيد للويب لأنه مثالي لتحسين عملية التحميل على موقع ويب، كما يعدّ تنسيقاً جيداً للمشاركة والتخزين.

ومن الجدير بالذكر أن كلا الامتدادين (JPG) و (JPEG) لهما نفس المعنى ولكن يرجع اختلاف المسميات إلى الإصدارات السابقة من ويندوز.

إدراج إطار نص:

- < من علامة تبويب **Insert** (إدراج)، 1 اضغط على **Text Frame** (إطار النص). 2
- < أدرج إطار النص واكتب النص. 3
- < حدد النص الذي تريد تلوينه. 4
- < من علامة تبويب **Windows** (نوافذ)، 5 اضغط على **Text Properties** (خصائص النص). 6
- < من خيار **Colour and Effects** (ألوان وتأثيرات)، 7 حدد اللون الذي تريده. 8



إضافة لون جديد:

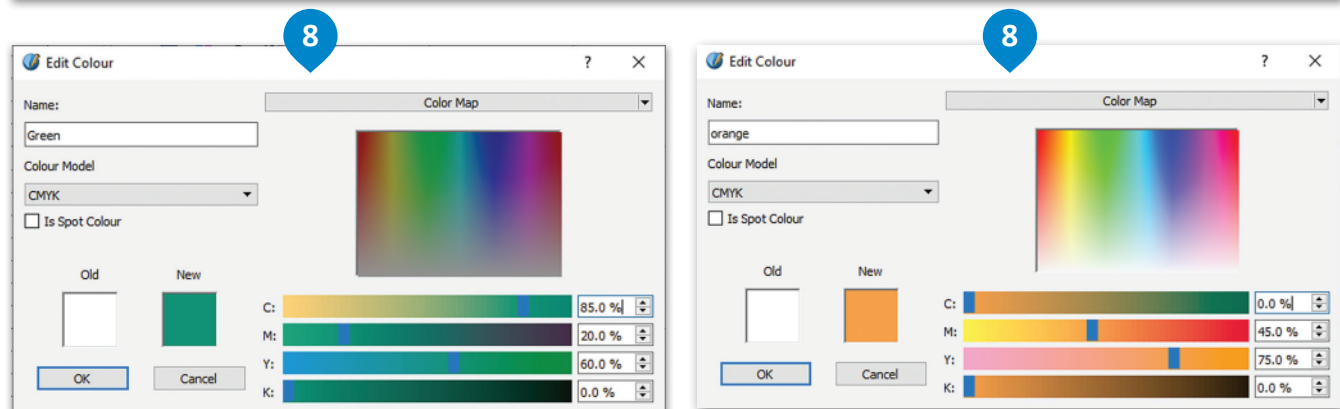
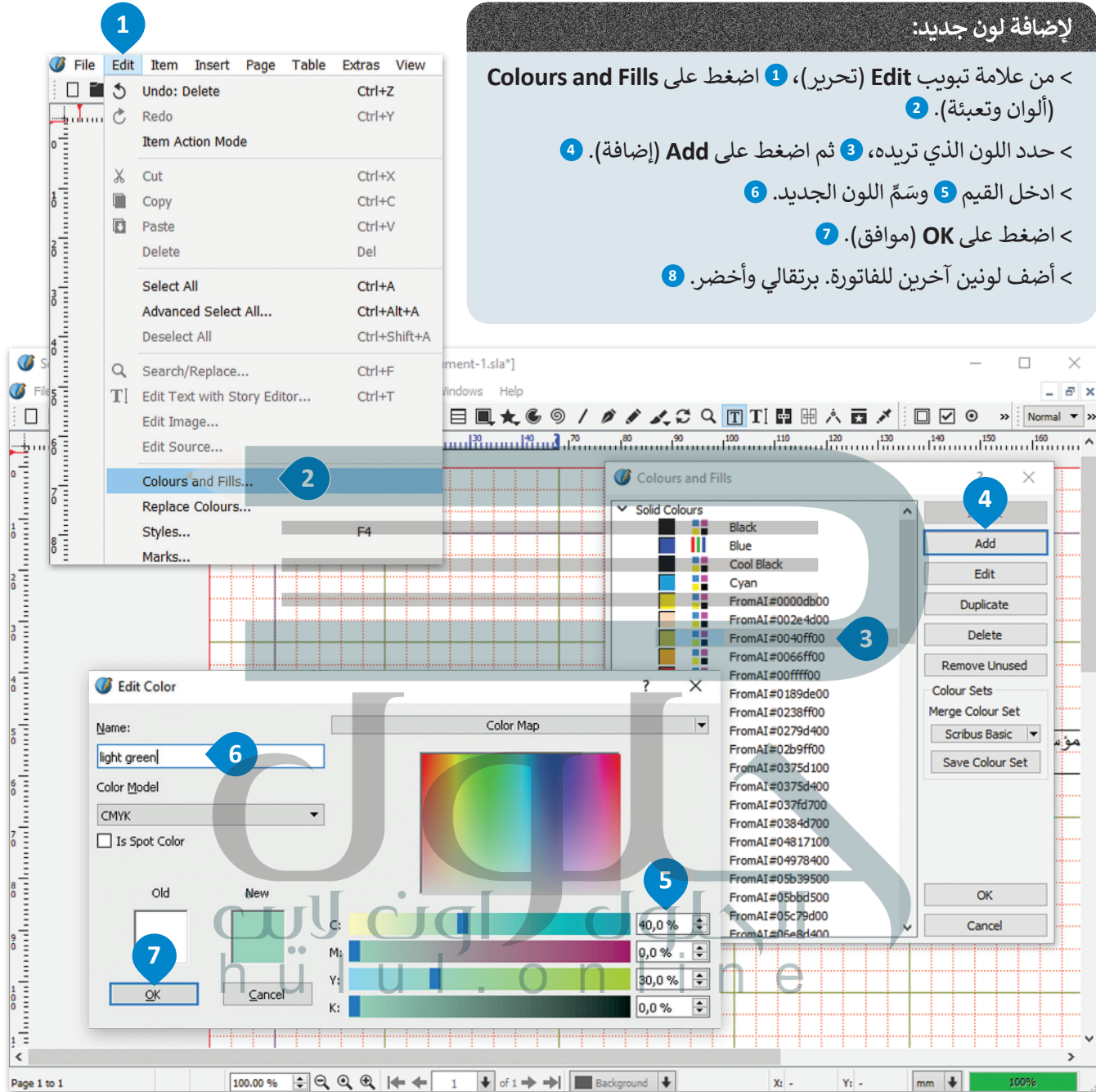
< من علامة تبويب **Edit** (تحرير)، اضغط على **Colours and Fills** (ألوان وتعبئة). 1

< حدد اللون الذي تريده، ثم اضغط على **Add** (إضافة). 2

< ادخل القيم وسمِّ اللون الجديد. 3

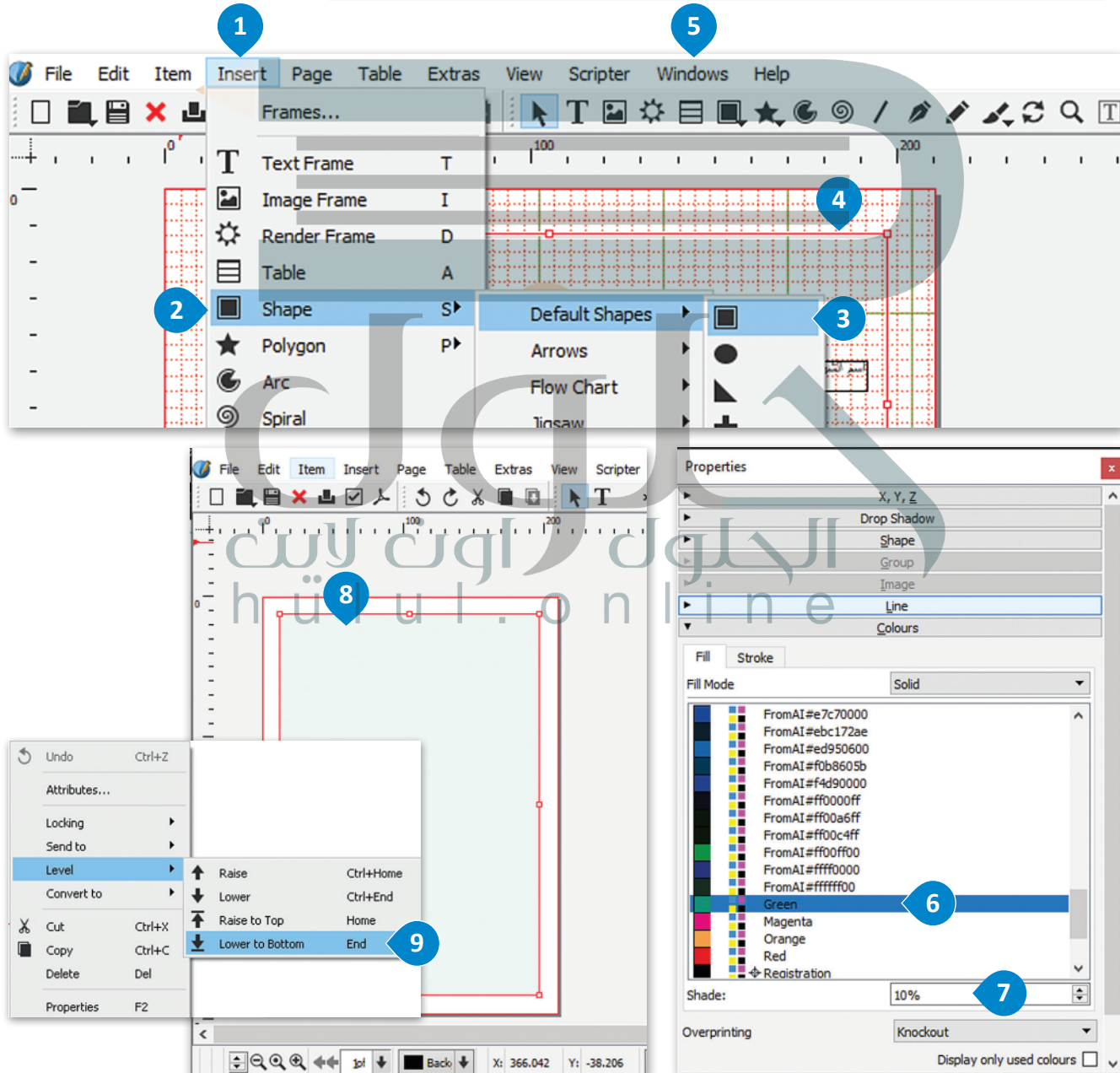
< اضغط على **OK** (موافق). 4

< أضف لونين آخرين للفتورة. برتقالي وأخضر. 5



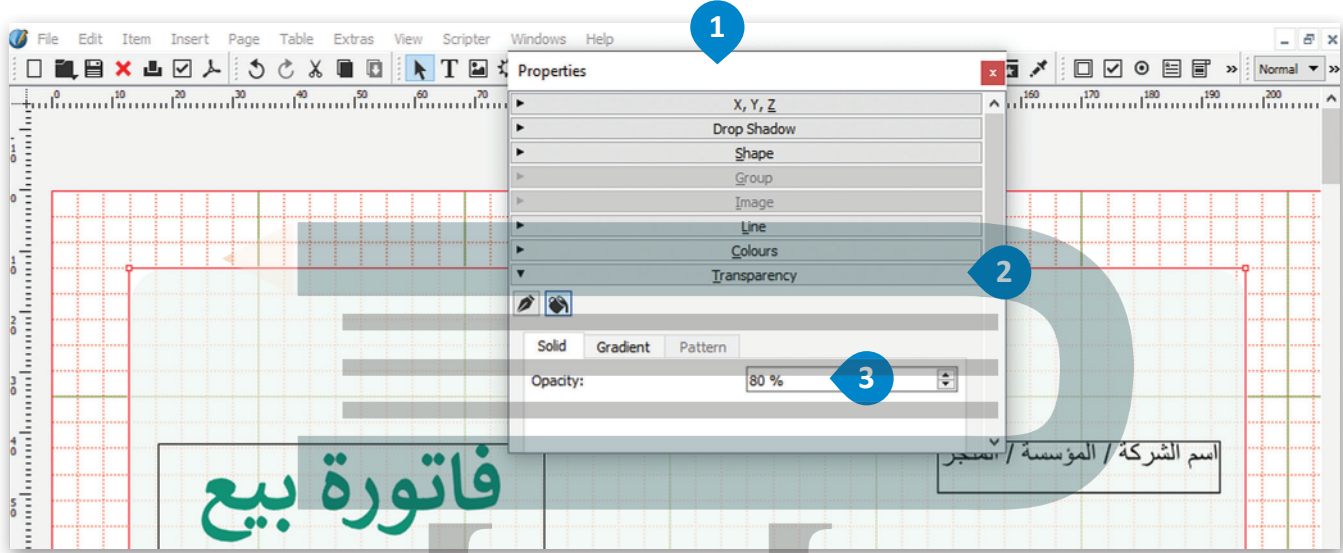
إدراج شكل وإعطاء لون:

- < من علامة تبويب **Insert** (إدراج)، اضغط على **Shape** (أشكال). ①
- < من خيار **Default Shapes** (الأشكال الافتراضية)، حدد **Rectangular** (مستطيلي). ③
- < ضع المستطيل في المستند. ④
- < من علامة تبويب **Windows** (نوافذ)، اضغط على **Properties** (الخصائص). ⑤
- < املأ المستطيل باللون من نافذة **Properties** (الخصائص). ⑥
- < حدد **Shade** (التظليل) 10%. ⑦
- < اضغط بزر الفأرة الأيمن على المستطيل المحدد ⑧ ومن النافذة التي تظهر اضغط على **Level** (مستوى) ثم اختر **Lower to Bottom** (من الأسفل إلى الأدنى). ⑨



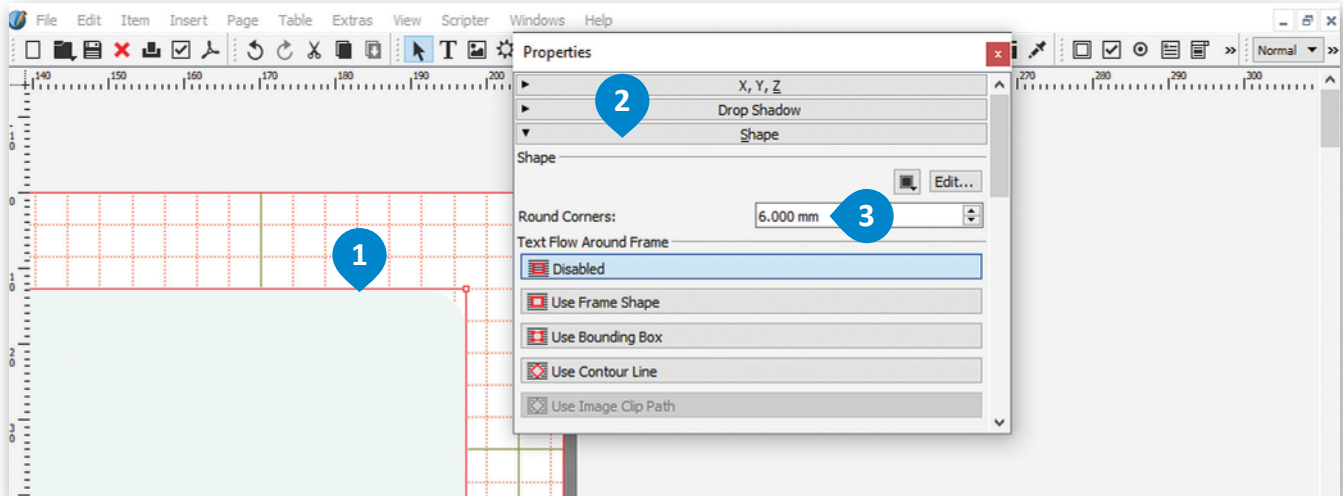
إعطاء الشفافية:

- 1 < من علامة تبويب Windows (نوافذ)، اضغط على Properties (الخصائص).
- 2 < حدد Transparency (شفافية) غير القيمة لتصبح 80%.
- 3 < الآن لا يزال بإمكانك رؤية الشبكة خلف المربع.
- < استمر حتى يتم ملء النموذج بالكامل بالمربعات المناسبة.



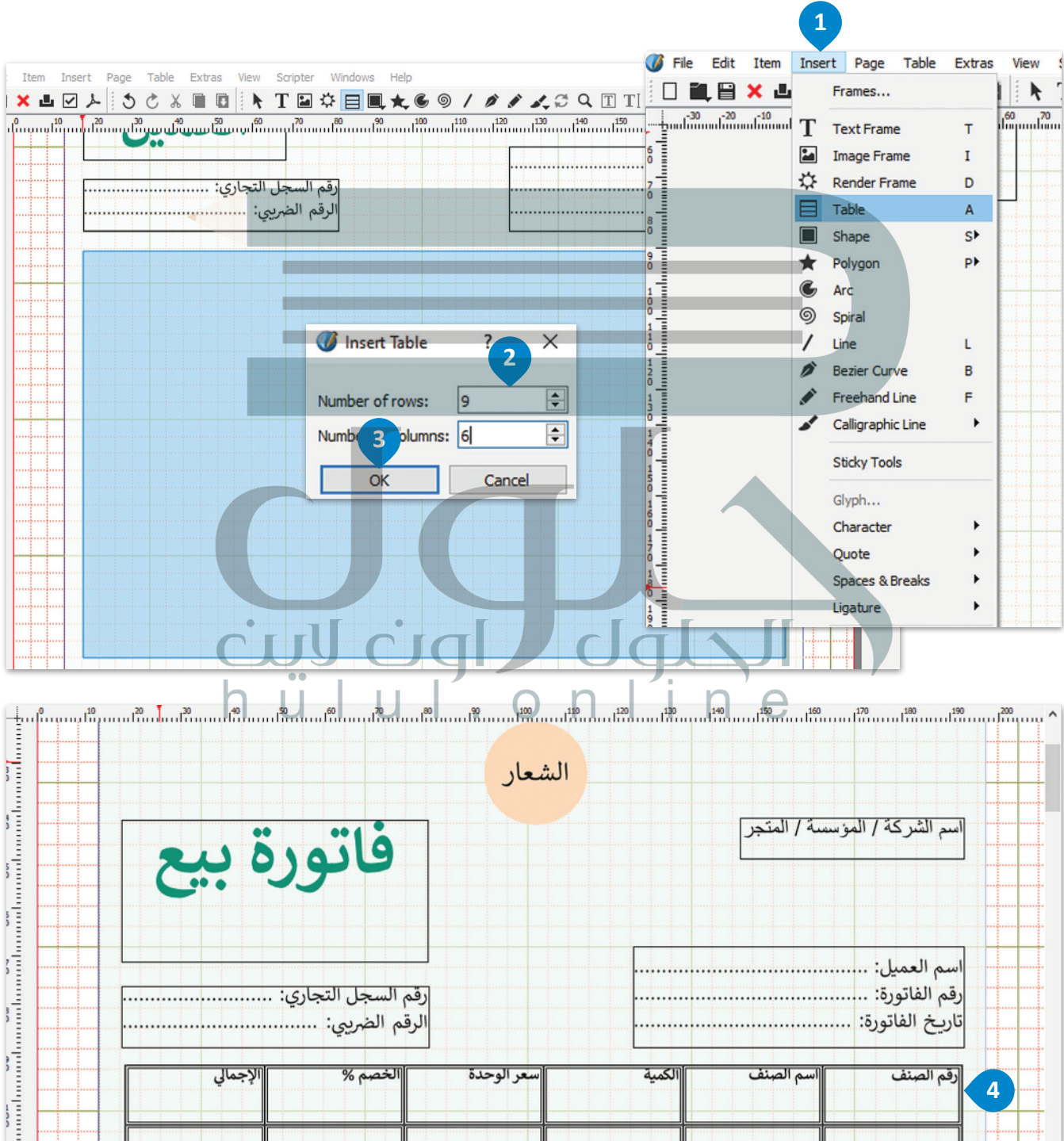
لإنشاء زوايا دائرية:

- 1 < حدد الشكل.
- 2 < اضغط على Shape (الشكل) من نافذة Properties (الخصائص).
- 3 < غير Round Corners (الزوايا الدائرية) إلى 6.000mm.



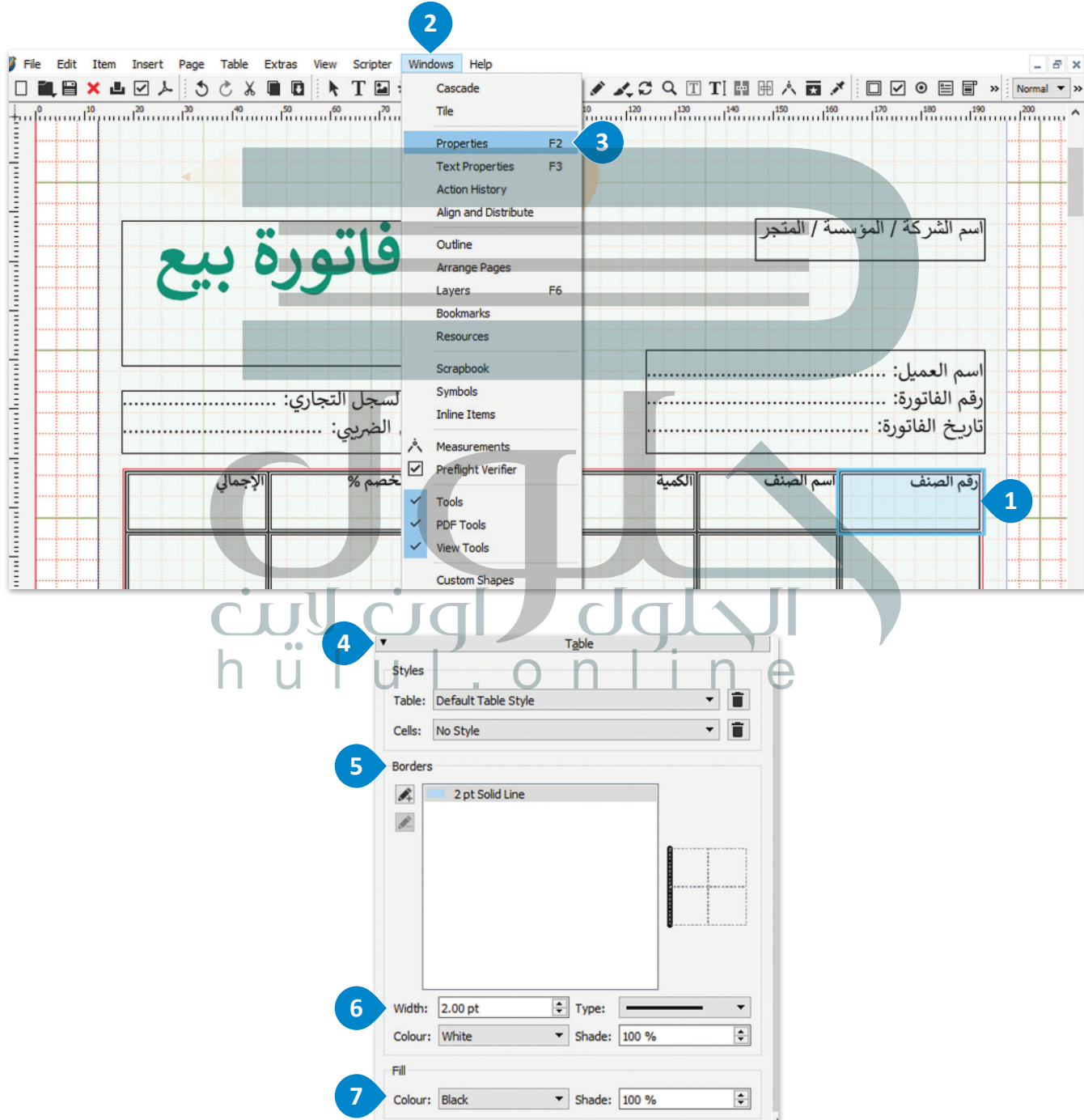
إدراج جدول:

- < من علامة تبويب **Insert** (إدراج)، 1 اضغط على **Table** (جدول).
- < من نافذة **Insert Table** (إدراج جدول)، اكتب عدد الصفوف والأعمدة 2
- ثم اضغط على **OK** (موافق). 3
- < اضغط بداخل الخلايا واكتب عناوين الأعمدة. 4



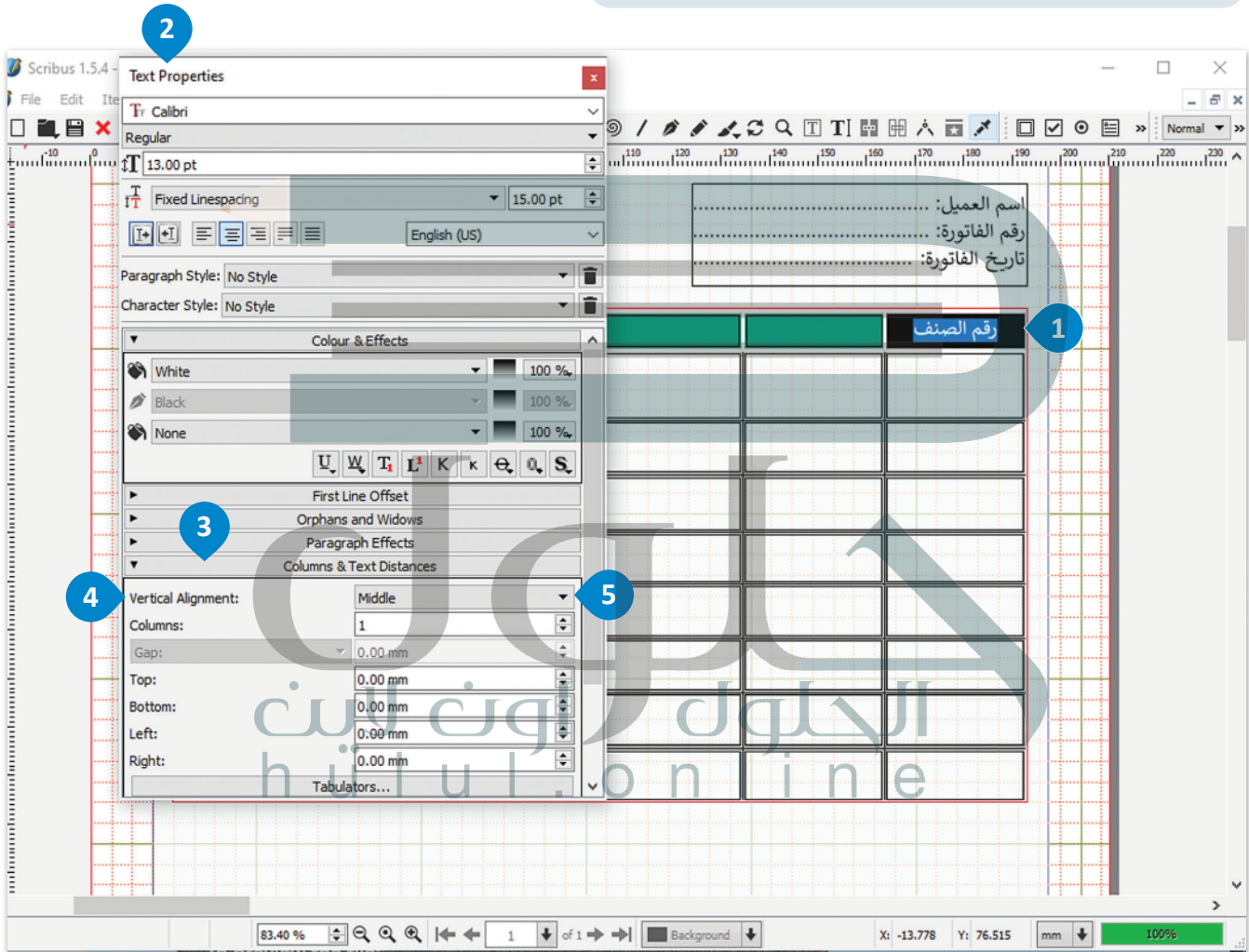
لتعديل خلايا الجدول:

- 1 < حدد الخلية.
- 2 < من علامة تبويب Windows (نوافذ) حدد Properties (الخصائص).
- 3 < من خيار Table (جدول)، اضغط على border (الحدود) وحدد Width (العرض)، Type (النوع) و Shade (التظليل) لتصميم الخلية.
- 4 < حدد خيارات Fill (تعبئة) لتلوين الخلايا وتظليلها.

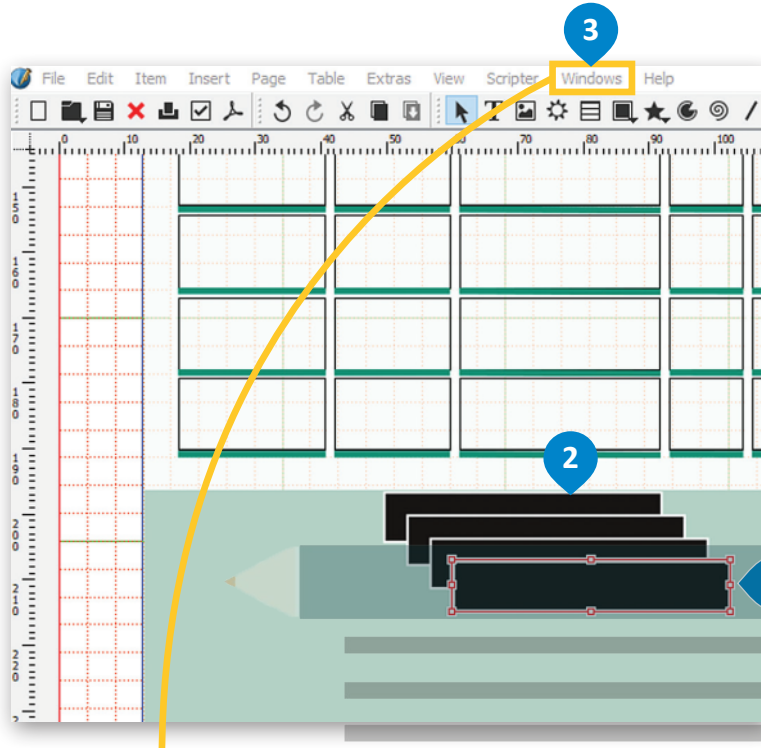


لتعديل نص الجدول:

- 1 < حدد نص الجدول.
- 2 < من علامة تبويب **Windows** (نوافذ)، حدد **Text properties** (خصائص النص).
- 3 < من علامة تبويب **Columns & Text Distances** (الأعمدة ومسافات النص)، اضغط على **Vertical Alignment**
- 4 وحدد **Middle** (الوسط).
- 5



لمحاذاة العناصر وتوزيعها:



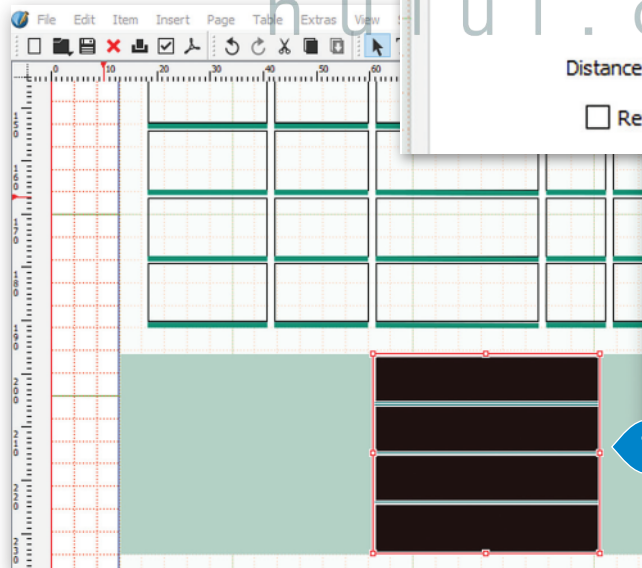
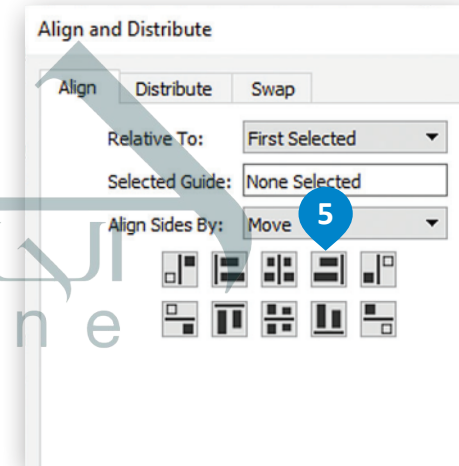
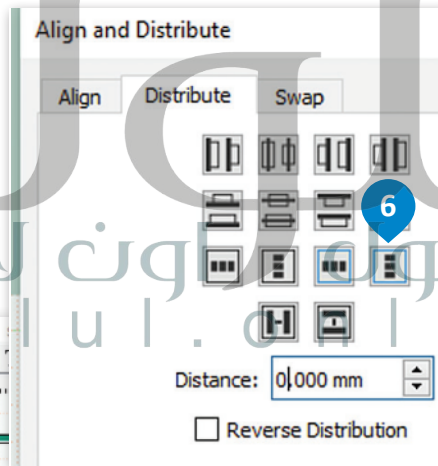
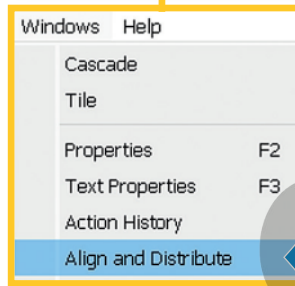
1 < أضف مستطيلاً إلى النموذج.
 < اضغط على **Ctrl + d** لتكرار الشكل وأنشئ أربعة أشكال. 2

3 < من علامة تبويب **Windows** (نوافذ) اضغط على **Align and Distribute** (محاذاة وتوزيع). 4

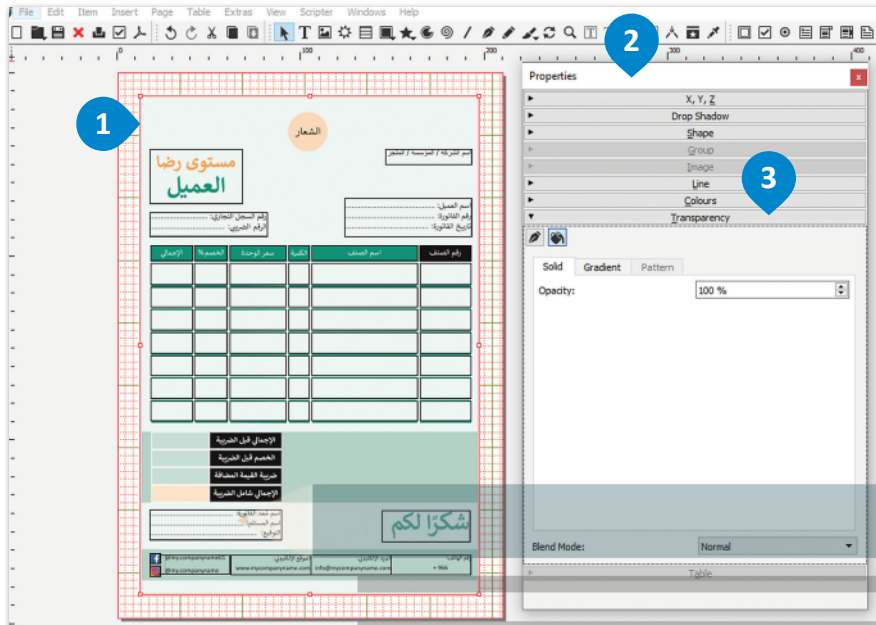
< اضغط على **Align** (محاذاة) وحدد المحاذاة إلى اليمين. 5

< اضغط على **Distribute** (توزيع) 6 لتعيين المسافات.

< سيتم محاذاة العناصر بشكل صحيح. 7



لمعاينة الملف:



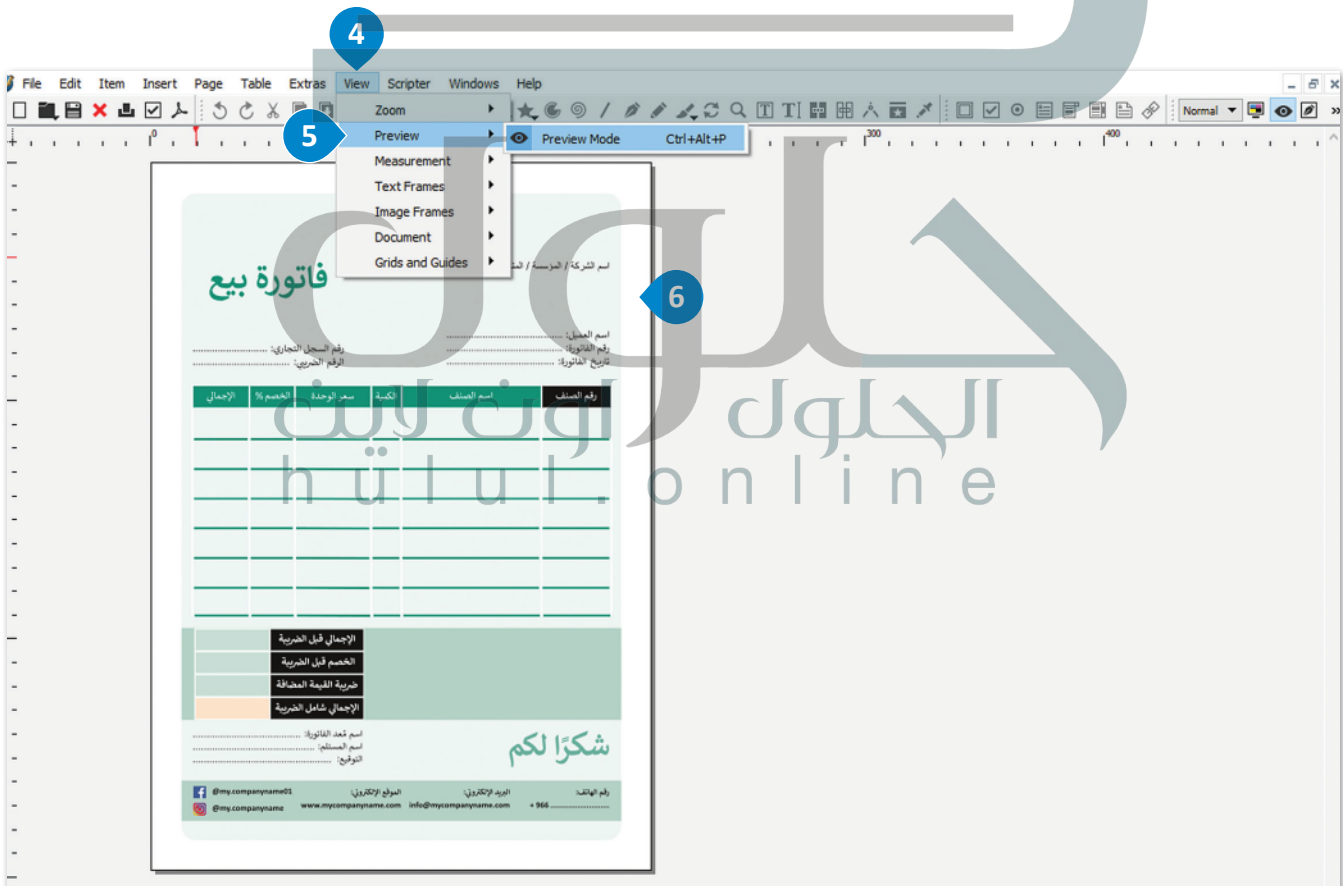
1 < حدد شكل الخلفية.

< من علامة تبويب Windows
(نوافذ)، حدد Properties
(الخصائص).

2 < اضغط على Transparency
(الشفافية)، عدّلها إلى
100%.

< من علامة تبويب View
(عرض)، حدد Preview
(معاينة) ثم Preview Mode
(وضع المعاينة).

< يمكنك الآن رؤية الملف جاهزاً
بدون شبكات وأدلة.



4

5

6

تدريب 1

❖ ما الفرق بين النموذج المطبوع ونموذج الإنترنت؟ أعط مثالًا حول حالة تستخدم فيها نموذج مطبوع وحالة تستخدم فيها نموذج الإنترنت. برراختياراتك.

النماذج المطبوعة: لا تشترط بعض النماذج إكمالها بصورة فورية، ومن السهل أخذ المستند المطبوع وإكمالها في وقت لاحق دون الحاجة إلى التواجد في نفس الموقع أو البرنامج مرة أخرى. على الرغم من أن التوقيعات الرقمية تحظى بقبول واسع إلا أن هناك عقود وافادات خطية ومراسلات رسمية أخرى تتطلب التوقيع بخط اليد، يمكن إكمال النماذج الورقية وقراءتها من أي مكان بدون اتصال بالإنترنت. النماذج عبر الإنترنت: يمكن تخزين النماذج عبر الإنترنت بصورة فورية في قاعدة بيانات. ويمكن للنماذج عبر الإنترنت إرسال إشعارات الاستلام بالبريد الإلكتروني. والتحقق من تلقاء نفسها من عدم ترك الحقول فارغة، ومن إدخال النوع المناسب من المعلومات وتتميز بسهولة معالجة البيانات وتحليلها مثال على النماذج المطبوعة: فاتورة المبيعات ويتم تقديمها للعميل من قبل مالك الشركة من أجل أداء المبيعات.

مثال على النماذج عبر الإنترنت: عندما تريد المشاركة في حدث ويقوم منظم الحدث بإرسال نموذج مشاركة عبر الإنترنت إلى بريدك الإلكتروني لتعبئته وتأكيده مشاركتك بهذه الطريقة.

تدريب 2

❖ ما العناصر الأكثر أهمية عند تطوير نموذج الطلب؟

1. الخطوة الأولى لإنشاء نموذج جمع البيانات تتمثل في اتباع دليل تصميم النموذج هذا:
1. أنماط الكتابة: تعتبر خطوط فئة Sans Serif مثل (Calibri, Arial) هي الأكثر ملاءمة للنماذج. تجنب استخدام الأحرف الكبيرة عند الكتابة بالإنجليزية؛ لصعوبة قراءتها ولإبطائها لعملية القراءة
2. التنسيق: لا تستخدم التسطير (الخط تحت الكلمات) لأنه يجزئ النموذج ويجعل من الصعب قراءته، استخدم نمط التغميق للعناوين أو للتأكيد ويوصى باستخدام اللون الأسود للنصوص
3. الخطوط والمسافات: استخدم المساحة الفارغة للمساعدة في توجيه القارئ وفي فصل الأقسام وإضفاء مظهر مرتب على النموذج
4. الشعار: اتبع قواعد الشركة باستخدام التصميم والحجم والألوان المعتمدة الخاصة بالشعار وتجنب تغييره، مع مراعاة الحصول على التصريح باستخدام الشعار عند الحاجة
5. عنوان النموذج: يفضل أن يقتصر عنوان النموذج على خمس كلمات فقط ليكون موجزًا ووصفيًا، لا تقم بتضمين كلمة "نموذج" كجزء من العنوان
6. اللغة البسيطة: من المهم تجنب الاختصارات والمرادفات ومن الأفضل استخدام كلمات سهلة بدلا عن الكلمات الغريبة أو المعقدة

تدريب 3

استخدمت سابقًا برنامج سكريوس لتخصيص مستند جديد. ستعدّ الآن مستندًا لسجل حضور الموظف، وسجل حضور الموظف هو مستند يسجل الحضور والغياب والإجازة المرضية وبيانات أخرى لموظفي شركة أو مؤسسة:

< افتح برنامج سكريوس وأنشئ مستندًا جديدًا.

< خصّص مستندك الجديد بالطريقة التي يجب أن يبدو عليها سجل حضور الموظف.

< أنشئ سجل حضور الموظف باستخدام المهارات التي تعلمتها في هذا الدرس. نقدّ الآتي:

- إضافة جداول.
 - إضافة حدود للنص.
 - إدراج الأشكال والألوان إذا لزم الأمر.
 - معاينة المستند النهائي.
- وجه الطلبة لفتح برنامج سكريوس وإنشاء مستند جديد، اطلب منهم البدء في إنشاء سجل حضور الموظف سيقومون بتخصيص مستند سكريوس، يمكنهم أيضاً استخدام قالب مايكروسوفت إكسل للحصول على بعض الأفكار الخاصة بالتصميم



يقدم برنامج مايكروسوفت إكسل قوالب لسجلات حضور الموظفين. بالضغط على مستند جديد، يمكنك أيضًا البحث عن قوالب عبر الإنترنت واستخدامها كمثال لما ستنشئه في سكريوس.



الدرس الرابع: نماذج الأعمال 2

ستتعرف في هذا الدرس على استطلاع رضا العملاء وكيف يمكنك إنشاؤه باستخدام برنامج سكريبوس.

استطلاع رضا العملاء

يصمم استطلاع رضا العملاء كنموذج لجمع البيانات لمساعدة الشركات على استطلاع آراء عملائهم بخصوص المنتجات أو الخدمات التي تقدمها تلك الشركات. تسمح استطلاعات رضا العملاء للشركات و المؤسسات بتحسين المنتجات والخدمات بشكل استراتيجي وذلك بناءً على متطلبات السوق.

هناك العديد من الطرق لاستخلاص آراء العملاء حول تجربتهم مع الشركة، ويمكن لكل منها تزويدك بمعرفة حول تجربة العملاء. هناك أربعة أنواع من الأسئلة:

أنواع الأسئلة	
أسئلة الاختيار من متعدد	في هذا النوع توجد إجابات محددة يتم تقديمها ويجب على المستخدم أن يختار إحداها بناءً على رأيه.
أسئلة المقياس الثنائي	تقتصر الإجابة في هذا المقياس على الاختيار بين إجابتين محتملتين، مثل "نعم / لا"، أو "موافق/غير موافق".
مقياس ليكرت (Likert scale)	في هذا النوع يوجد سؤال مثل "ما مدى رضاك؟" ويختار المستخدم رقمًا من 1 إلى 5 يمثل مدى رضاه (الرقم 1 يعني عدم الرضا والرقم 5 يعني الرضى تمامًا)
أسئلة مفتوحة النهاية	يمنح هذا النوع من الأسئلة المستجيبين الحرية الكاملة في كتابة ما يحلو لهم.

إنشاء استطلاع رضا العملاء باستخدام برنامج سكريبوس

عند إنشاء استطلاع رضا العملاء، يجب عليك اختيار أسئلة الاستطلاع الصحيحة. على سبيل المثال، عليك التركيز على أسئلة محددة تطلب من عملائك تزويدك بمعلومات حول كيفية تحسين خدماتك.

يمكن أن يحتوي الاستبيان على نوع واحد أو أكثر من الإجابات. سترى هنا كيفية عمل الإجابات التي وضعتها في الاستبيان المحدد. ستفتح الآن برنامج سكريبوس للبدء في إنشاء استطلاع رضا العملاء.

الشعار

اسم الشركة / المؤسسة / المتجر

مستوى رضا العميل

عزيزي العميل: المحترم
 سعياً لتجويد خدماتنا وتقديمها بالشكل الأمثل لمتطلباتكم نأمل منكم
 منحنا بعضاً من الوقت للإجابة على الاستبانة التالية:

1. أنا....
 A. عميل جديد.
 B. عميل سابق.
 C. لست عميلاً، لكني أفكر أن أصبح أحد عملائكم.
 D. لست عميلاً ولا أفكر في أن أصبح كذلك.
2. هل تفي منتجاتنا بالغرض الذي من أجله تم شراؤها؟
 نعم ☐ لا ☐
3. هل تنصح بمنتجاتنا لأصدقائك ومعارفك؟
 نعم ☐ لا ☐
4. بشكل عام، ما مدى رضاك عن الخدمة المقدمة من موظف خدمة العملاء؟
 1. غير راضي أبداً 2. غير راضي 3. محايد 4. راضي 5. راضي جداً
5. برأيك، ما مزايا منتجاتنا؟
6. برأيك، ما سلبيات منتجاتنا؟
7. هل تجد شيء من منتجاتنا يضر بالصحة الجسدية؟ إذا كانت الإجابة ب(نعم) اذكرها
8. هل تجد شيء من منتجاتنا يضر بالصحة العقلية؟ إذا كانت الإجابة ب(نعم) اذكرها.
9. ما مقترحاتك لتحسين جودة المنتجات؟

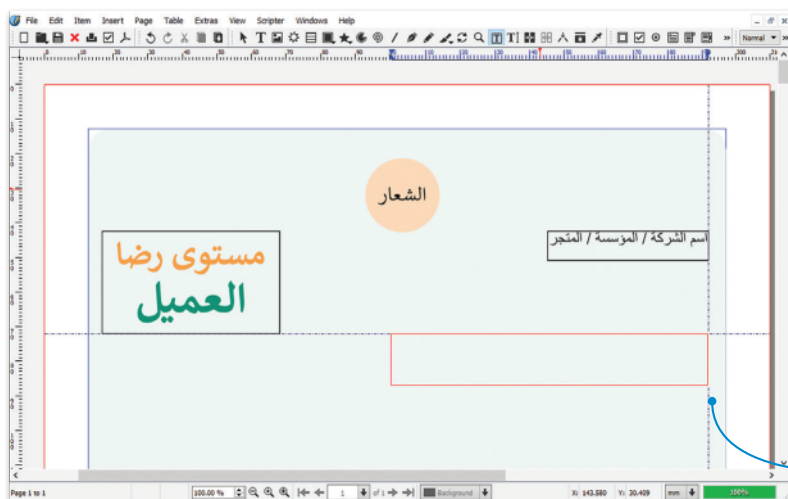
شكراً لمشاركتكم في تحسين خدماتنا، ونسعى للتطوير بما يحقق رضاكم.

أسئلة الاختيار من متعدد

أسئلة المقياس الثنائي

أسئلة مقياس ليكرت

أسئلة مفتوحة النهاية



الخطوة الأولى هي فتح برنامج سكريوس
والبدء بإدخال المحتوى في نموذج
استطلاع رضا العملاء. ستدخل الشعار
والنص بالطريقة التي تعلمتها.

هناك طريقة أخرى لتنظيم العناصر في
الصفحة وهي استخدام الأدلة. يمكن أن
تساعد الأدلة بوضع العناصر في المواضع
المفضلة.

ضع الأدلة يدويًا بالضغط بزر
الفأرة على المسطرة وسحبها في
المكان المحدد في التخطيط.

لتعديل الخط وإضافة اللون:

- 1 من علامة تبويب **Insert** (إدراج)، اضغط على **Line** (الخط).
- 2 اضغط على الموضع الذي تريده واسحب رمز التقاطع لرسم الخط.
- 3 من نافذة **Properties** (الخصائص)، حدد **Line** (الخط) ولتعديل **Type of Line** (نوع الخط) حدد الخط المنقط، 5 وادخل قيمة **Line width** (عرض الخط) **0.300** بوصة.
- 4 من النافذة نفسها، حدد **Colours** (الألوان) 7 واختار اللون الأخضر.
- 5
- 6
- 7
- 8

من نافذة الخصائص، يمكنك تغيير خط الحواف والنهايات وكذلك تطبيق التظليل على عرض الخط.

إدراج أعمدة الجدول:

< من علامة التبويب **Insert** (إدراج)، اضغط على **Table** (جدول). ①

< اضغط واسحب بداخل المستطيل المحدد، ثم ستظهر نافذة **Insert Table** (إدراج أعمدة). ②

< اكتب قيم الصفوف والأعمدة، ③ ثم اضغط على **OK**. ④

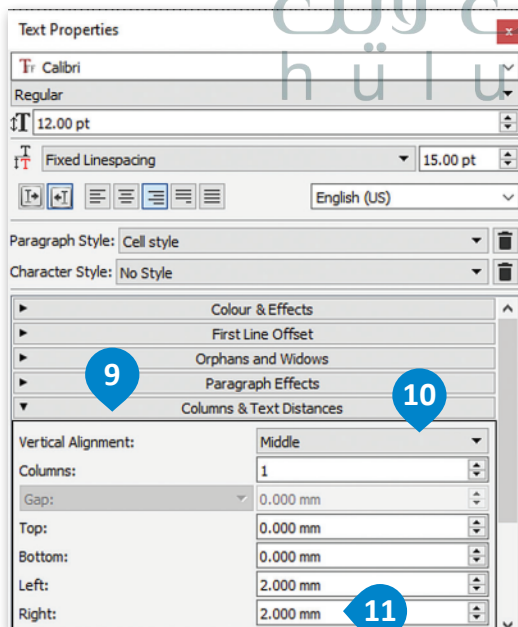
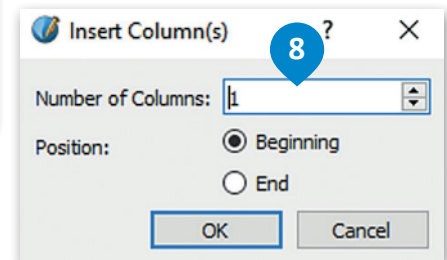
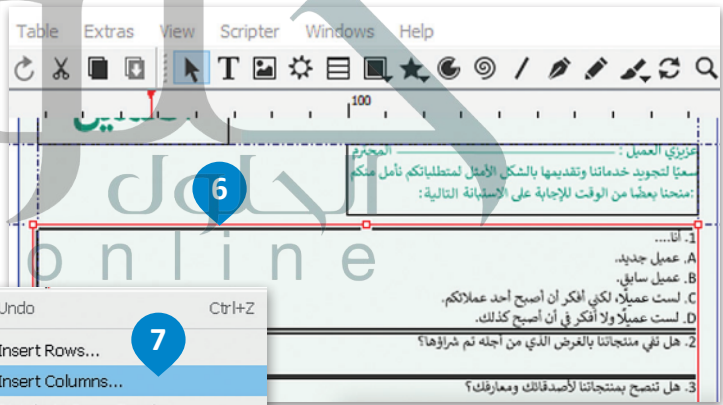
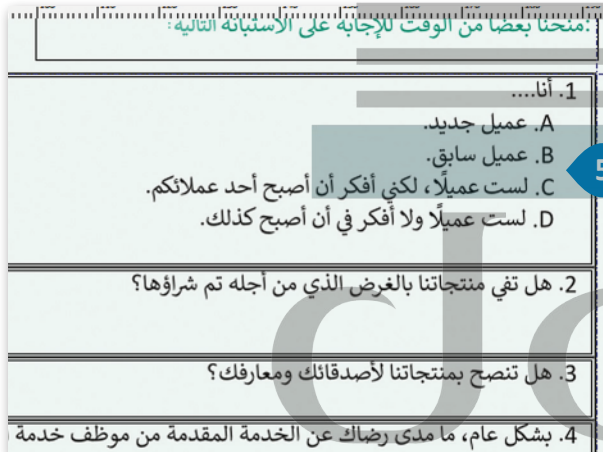
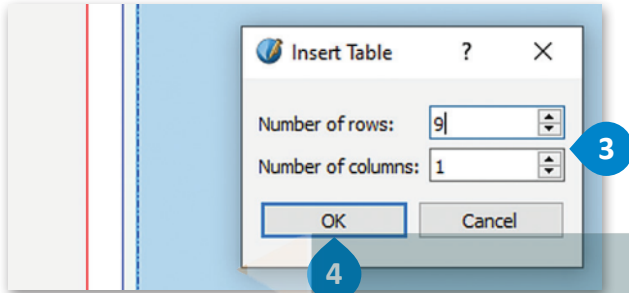
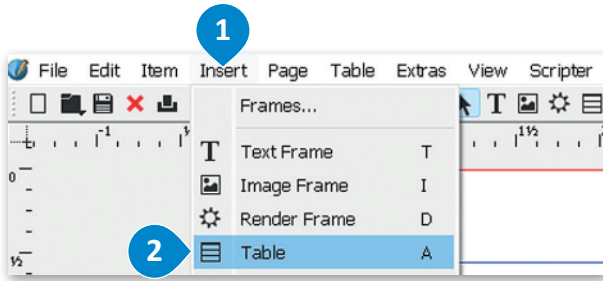
< اضغط بداخل الخلايا واكتب الأسئلة. ⑤

< اضغط بزر الفأرة الأيمن على الخلية لإدراج عمود آخر للإجابات. ستظهر نافذة منبثقة. ⑥

< اضغط على **Insert Columns** (إدراج أعمدة). ⑦

< اضغط على **Number of Columns** (عدد الأعمدة) 1، ثم حدد **Position Beginning** (بداية الوضعية) ثم اضغط على **OK** (موافق). ⑧

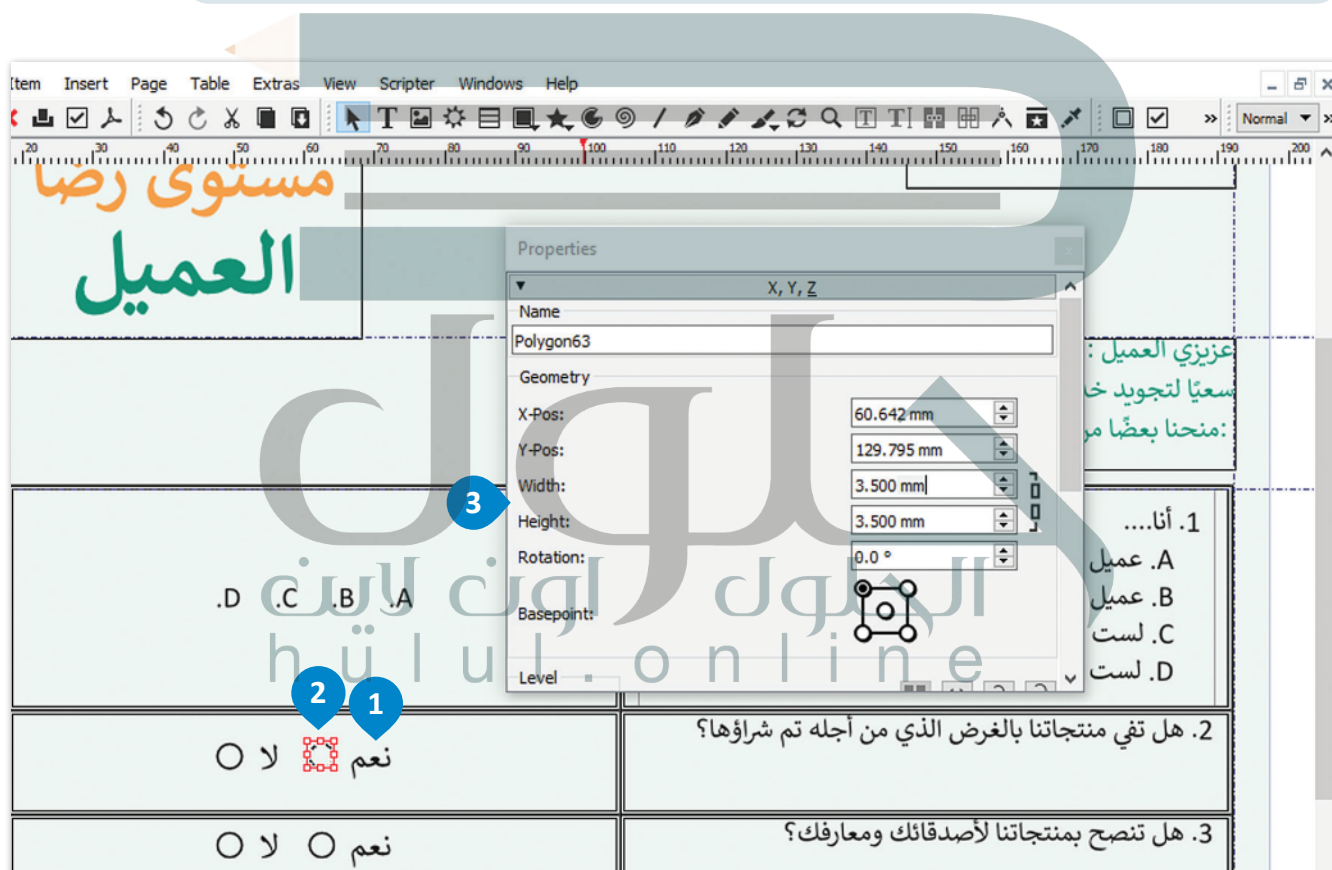
< من نافذة **Text Properties** (خصائص النص)، اضغط **Columns & Text Distances** (مسافات الأعمدة والنصوص) ⑥ وحدد **Middle** (الوسط) من خيار **Vertical Alignment** (المحاذاة العمودية) ⑦ و **Right** (اليمين) ⑧ لجعله مقروءًا. ⑧

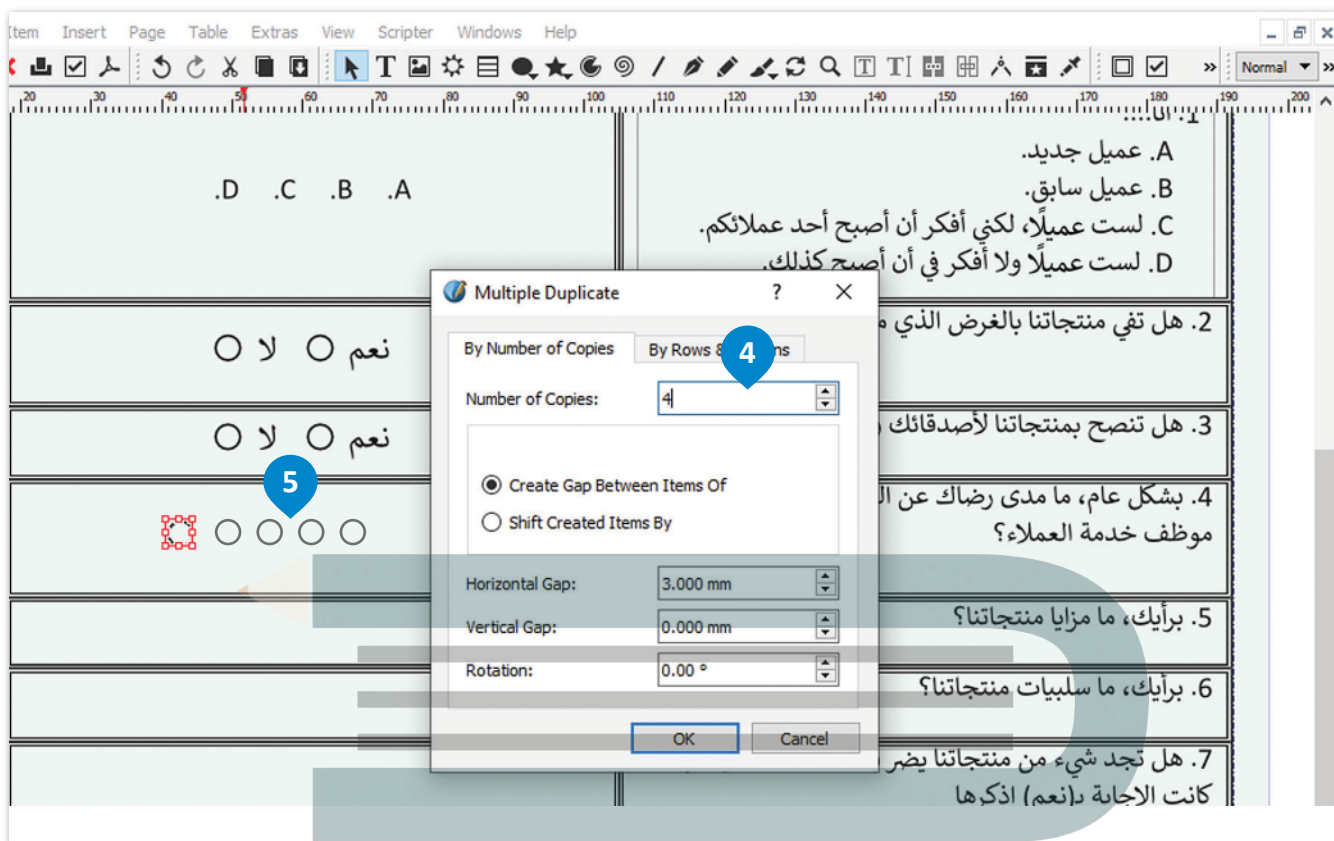


الآن أدرج النصوص والأشكال في العمود الثاني وحول الأشكال إلى إطارات نصية حتى يتمكن العملاء من الإجابة عن الأسئلة.

لتحويل الأشكال إلى إطارات نصية:

- 1 < اضغط ضغطًا مزدوجًا في الخلية واكتب النص.
- 2 < من علامة التبويب **Insert** (إدراج)، حدد دائرة ثم أدرجها بجانب النص.
- 3 < من نافذة **Properties** (الخصائص)، غيّر **Width** (العرض) و **Height** (الارتفاع).
- 4 < كرر الدائرة (**Ctrl + D**) واستمر بإضافة الدوائر لبقية الإجابات.
- 5 < نسّق المحاذاة ووزّع الدوائر لتحديد موقعها بشكل صحيح في الخلايا.
- 6 < اضغط بزر الفأرة الأيمن على الدوائر التي تريد كتابة الأرقام فيها وحولها إلى **Text Frame** (إطار نص).
- 7 < اكتب الأرقام داخل الدائرة.





إدراج أعمدة في إطار النص:

- < أدرج أعمدة وضع إطار نص أسفل السؤال الرابع. 1
- < من نافذة **Text Properties** (خصائص النص)، افتح **Columns & Text Distances** (الأعمدة ومسافات النص). 2
- < غيّر قيمة الأعمدة إلى 5 و **Top** (الأعلى) إلى 2.00. 3
- < اكتب النص في كل عمود. 4
- < أضف مربع نص آخر في نهاية النموذج لشكر العملاء. 5
- < من قائمة **View** (عرض)، اضغط على **Preview Mode** (وضع المعاينة) لمشاهدة النموذج بالكامل بدون أدلة. 6

عند تغيير قيم للأعلى، للأسفل، وللليسار ولليمين، يمكنك تغيير موضع النص في الأعمدة.

4. بشكل عام، ما مدى رضاك عن الخدمة المقدمة من موظف خدمة العملاء؟

1. غير راضٍ أبدًا 2. غير راضٍ 3. محايد 4. راضٍ 5. راضٍ جدًا

و. ما مقترحاتك لتحسين جودة المنتجات؟
شكرًا لمشاركتكم في تحسين خدماتنا، ونسعى للتطوير بما يحقق رضاكم.

Enable preview mode (Ctrl+Alt+P) 50.00 % 1 of 1

File Edit Item Insert Page Table Extras View Scripter Windows Help

View

- Zoom
- Preview
- Measurement
- Text Frames
- Image Frames
- Document
- Grids and Guides

Preview Mode Ctrl+Alt+P

لنطبق معًا

تدريب 1

◀ على الرغم من انتشار نماذج الويب واستخدامها على نطاق واسع، لا تزال بعض المؤسسات تفضل النماذج المطبوعة. اشرح سبب ذلك وبرر إجابتك.

تفضل بعض الشركات والمؤسسات النماذج المطبوعة لأنها لا تشترط إكمالها بصورة فورية، ومن السهل أخذ المستند المطبوع وإكمالها في وقت لاحق دون الحاجة إلى التواجد في نفس الموقع أو البرنامج مرة أخرى، على الرغم من أن التوقيعات الرقمية تحظى بقبول واسع إلا أن هناك عقود وإفادات خطية ومراسلات رسمية أخرى تتطلب التوقيع بخط اليد، يمكن إكمال النماذج الورقية وقراءتها من أي مكان بدون اتصال بالإنترنت

تدريب 2

◀ ما أنواع الأسئلة التي ستختارها إذا طلب منك إنشاء استطلاع لرضا العملاء؟ برر إجابتك.

1. أسئلة الاختيار من متعدد: في هذا النوع توجد إجابات محددة يتم تقديمها ويجب على المستخدم أن يختار إحداها بناءً على رأيه
2. أسئلة المقياس الثنائي: تقتصر الإجابة في هذا المقياس على الاختيار بين إجابتين محتملتين، مثل "نعم / لا" أو "موافق/غير موافق"
3. مقياس ليكرت: في هذا النوع يوجد سؤال مثل "ما مدى رضاك؟" ويختار المستخدم رقمًا من 1 إلى 5 يمثل مدى رضاه (الرقم 1 يعني عدم الرضا والرقم 5 يعني تمام الرضا)
4. أسئلة مفتوحة النهاية: يمنح هذا النوع من الأسئلة المستجيبين الحرية الكاملة في كتابة ما يريدون.

تدريب 3

❖ في هذا الدرس، تعلمت كيفية إنشاء استطلاع رضا العملاء باستخدام سكريبوس، أنشئ استطلاعاً يمكن أن يكون لبداية أو منتصف أو نهاية العام الدراسي. يمكن أن تركز أسئلة الاستطلاع على الحياة المدرسية أو المجتمع المحلي. حاول إنشاء أسئلة تساعد على جمع معلومات مفيدة.

< في البداية أنشئ مسودة تصميم لاستطلاعك الجديد في المربع أدناه، ثم افتح البرنامج على جهاز الحاسب الخاص بك وأنشئ نموذج الاستطلاع. وعن طريق استخدام مستند استطلاع رضا العملاء بواسطة سكريبوس كمثال، أجرِ التغييرات المناسبة من أجل إنشاء الاستطلاع المطلوب.

وجه الطلبة لفتح برنامج سكريبوس وإنشاء نموذج استبيان للطالب، أثناء تصميم الاستبيان في المساحة أدناه، اذكر لهم أنه يتعين عليهم تضمين أسئلة مثل: الاختيار من متعدد، والمقياس الثنائي، ومقياس ليكرت، والأسئلة مفتوحة النهاية، هذه الأسئلة يجب أن تركز على الحياة المدرسية أو المجتمع المحلي، اطلب من الطلبة تقديم معلومات حول بداية أو منتصف أو نهاية العام الدراسي

الجلول اون لاين
h u l u l . o n l i n e

ضع في اعتبارك أنه قبل البدء في إنشاء الاستطلاع، يجب أن تقرر نوع الأسئلة التي ستدرجها فيه. عليك أن تقرر ما إذا كنت ستستخدم أسئلة الاختيار من متعدد، أو أسئلة المقياس الثنائي، أو أسئلة مقياس ليكرت، أو الأسئلة مفتوحة النهاية.



الدرس الخامس: تقارير الأعمال

ستتعرف في هذا الدرس على مفهوم تقرير الأعمال وكيفية كتابته.

مفهوم تقرير الأعمال

تقارير الأعمال هي مستندات تُنشأ بغرض إيصال المعلومات بإيجاز وكفاءة حول أعمال أو مهام محددة أو لتقييم العمليات المالية المتعلقة بأداء العمل. وقد يُتخذ بناءً على هذه التقارير قرارات تحسينية أو تطويرية للمنشأة.

تُعدُّ تقارير الأعمال أداة اتصال رئيسة في الأعمال نظرًا لأهميتها في تسجيل ومشاركة المعلومات والقرارات بصورة فعالة. تكتب هذه التقارير بأسلوب موجز يسمح للقارئ بالتنقل خلالها بسرعة وتحديد العناصر الأساسية، ولهذا الغرض تُستخدم العناوين الرئيسية والفرعية ونقاط التعداد والمخططات والجدول لإيصال المعلومات ذات الصلة. يمكن أن تتراوح تقارير الأعمال من تقرير موجز مكون من صفحة واحدة إلى تقارير معقدة تتكون من مئات الصفحات.



أهداف تقارير الأعمال:

فحص المشكلات والمسائل المختلفة في محاولة لإيجاد الحلول المحتملة.

تقديم اقتراحات للتحسين من خلال تطبيق نظريات الأعمال والإدارة.

تقديم التقييمات والاستدلالات عند النظر في الحلول والنتائج الممكنة.

تقديم استنتاجات حول بعض المسائل أو المشكلات.

تقديم اقتراحات للإجراءات المستقبلية.

هناك أنواع مختلفة من تقارير الأعمال التي يتم إنشاؤها وفقًا لاحتياجات الأعمال والمواقف المختلفة:

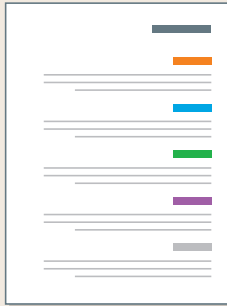
التقارير الإعلامية	توفر التقارير الإعلامية معلومات موضوعية حول مسألة معينة، كما تقدم حقائق غير متحيزة دون شرح الأسباب والنتائج المحتملة للموقف المحدد. على سبيل المثال، من الممكن أن يتضمن أحد التقارير الإعلامية للشركة معلومات عن عدد الموظفين وأدوارهم في الشركة.
التقارير التحليلية	عادةً يكون هذا النوع من التقارير مطلوبًا عندما تهدف الشركة إلى اتخاذ قرار مهم حيث يحلل التقرير وضع الشركة ويقدم المعلومات والتفسيرات والاستنتاجات ذات العلاقة، والتي تساعد المديرين في اتخاذ أفضل القرارات.
التقارير البحثية	تعتبر التقارير البحثية النوع الأكثر شمولًا لتقارير الأعمال، ويتم إعدادها عندما تفكر الشركة بتحقيق هدف جديد. يحلل فريق من الخبراء أو الباحثين هذا الهدف ودراسة جميع البيانات والحقائق ذات العلاقة وعرضها بصورة نهائية في تقرير بحثي، كما تقدم خاتمة التقرير البحثي بعض الاقتراحات التنفيذية.
تقارير التقدم	يتم استخدام هذا النوع لتوضيح الوضع الحالي لمهمة أو لقسم معين. يتم استخدام تقرير التقدم كتحديث يقدم للشخص الذي يطلب هذا التقرير، وعادةً ما يكون هذا الشخص المدير أو المشرف على فريق أو قسم. على سبيل المثال، يوضح التقرير الأسبوعي التقدم الذي تم إنجازه على مدار الأسبوع، وتفاصيل المشكلات التي ظهرت، والمهام التي يجب القيام بها في الأسابيع القادمة.

كيفية كتابة تقرير الأعمال

إن الغرض من التقرير هو إعلام القارئ بحالة أو بمشكلة معينة. ولهذا يجب تنظيم التقرير وتنسيقه بشكل يضمن عرض جميع المعلومات الأساسية ومعالجتها بطريقة منطقية، حتى وإن تطلب الأمر إحداث بعض التغييرات على تنسيق التقرير. يتكون تقرير الأعمال من مكونات رئيسة وهي كما يلي:

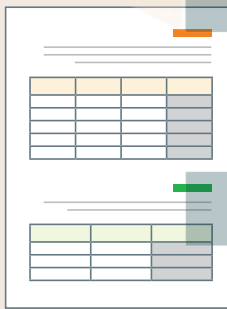
قائمة المصطلحات

عند تقديم تقرير تقني لجمهور مكون من أشخاص لا يملكون الخبرة الكافية في الموضوع، فمن المفيد تقديم تفسيرات حول المصطلحات الفنية أو الاختصارات المستخدمة في التقرير. تُجمع هذه التفسيرات في ملحق منظم يسمى بقائمة المصطلحات، والتي تعرف بأنها قائمة مرتبة أبجديًا بالمفردات المستخدمة في التقرير مع تعريف موجز لمعاني تلك المصطلحات.



الجدول

عند تقديم كمية كبيرة من البيانات الإحصائية، من المهم جمعها وتقديمها في الملحق. من المهم أيضًا إعطاء عناوين تعريفية لهذه الجداول، والتأكد من تقديمها بالترتيب الذي تمت الإشارة إليها في النص.



المخططات والرسوم التوضيحية

من الطبيعي والشائع أن تُقدم المخططات والرسوم التوضيحية في الجزء الرئيس من التقرير. تتسبب كثرة تلك المخططات والرسوم في تقسيم النص أو في التداخل مع الموضوع الرئيس، ولذلك يُلجأ أحيانًا لتقديمها في الملحق.



لنطبق معًا

تدريب 1

خطأ	صحيحة	حدد الجملة الصحيحة والجملة الخطأ فيما يلي:
✓	●	1. تقارير الأعمال هي نماذج لجمع البيانات، مصممة لمساعدة الشركات على استطلاع آراء عملائها حول المنتجات أو الخدمات التي تقدمها.
●	✓	2. من الطبيعي والشائع أن تُقدّم المخططات والرسوم التوضيحية في الجزء الرئيس من التقرير.
●	✓	3. عند تقديم كمية كبيرة من البيانات الإحصائية، من المهم جمعها وتقديمها في الملحق.
✓	●	4. عند تقديم تقرير فني لجمهور مكون من أشخاص لديهم خبرة بالموضوع، ليس من الضروري تقديم تفسيرات حول المصطلحات الفنية أو الاختصارات المستخدمة في التقرير.
●	✓	5. توفر التقارير الإعلامية معلومات موضوعية حول مسألة معينة، كما تقدم حقائق غير متحيزة دون شرح الأسباب والنتائج المحتملة للموقف المحدد.
●	✓	6. توفر المراجع قائمة بالكتب أو مصادر المعلومات الأخرى.
●	✓	7. يُنشأ جدول المحتويات حسب الترتيب الأبجدي.
●	✓	8. أحد أهداف تقرير الأعمال هو فحص المشكلات والقضايا المختلفة في محاولة لإيجاد حلول ممكنة.
✓	●	9. أحد أهداف تقرير الأعمال هو تحديد البيانات المهمة وعوامل الحالة أو المشكلة التي يجب تضمينها فيه.
✓	●	10. قبل إتاحة تقرير الأعمال للاستخدام، يجب التأكد من أن مظهره احترافي.

تدريب 2

❖ استنادًا إلى ما تعلمته في هذا الدرس حول تقارير الأعمال، افتح برنامج سكريبوس وأنشئ تقريرًا حول الأضرار المترتبة على تعاطي المؤثرات العقلية والسموم صحياً واجتماعياً وجهود المملكة العربية السعودية في مكافحتها. وعند الحاجة ابحث في الإنترنت للعثور عن المصادر اللازمة لهذا الموضوع واقترح في النهاية حلولاً حول كيفية التخلص من المؤثرات العقلية والسموم الضارة بالصحة.



ضع في اعتبارك أن المكونات الأساسية لتقرير الأعمال يجب أن تكون دائماً مُضمنة في تقريرك. يجب أن يحتوي تقريرك السنوي على:

- < العنوان.
- < الملخص التنفيذي.
- < قائمة المحتويات.
- < النص الأساسي.
- < التوصيات.
- < الملحقات.
- < المراجع.

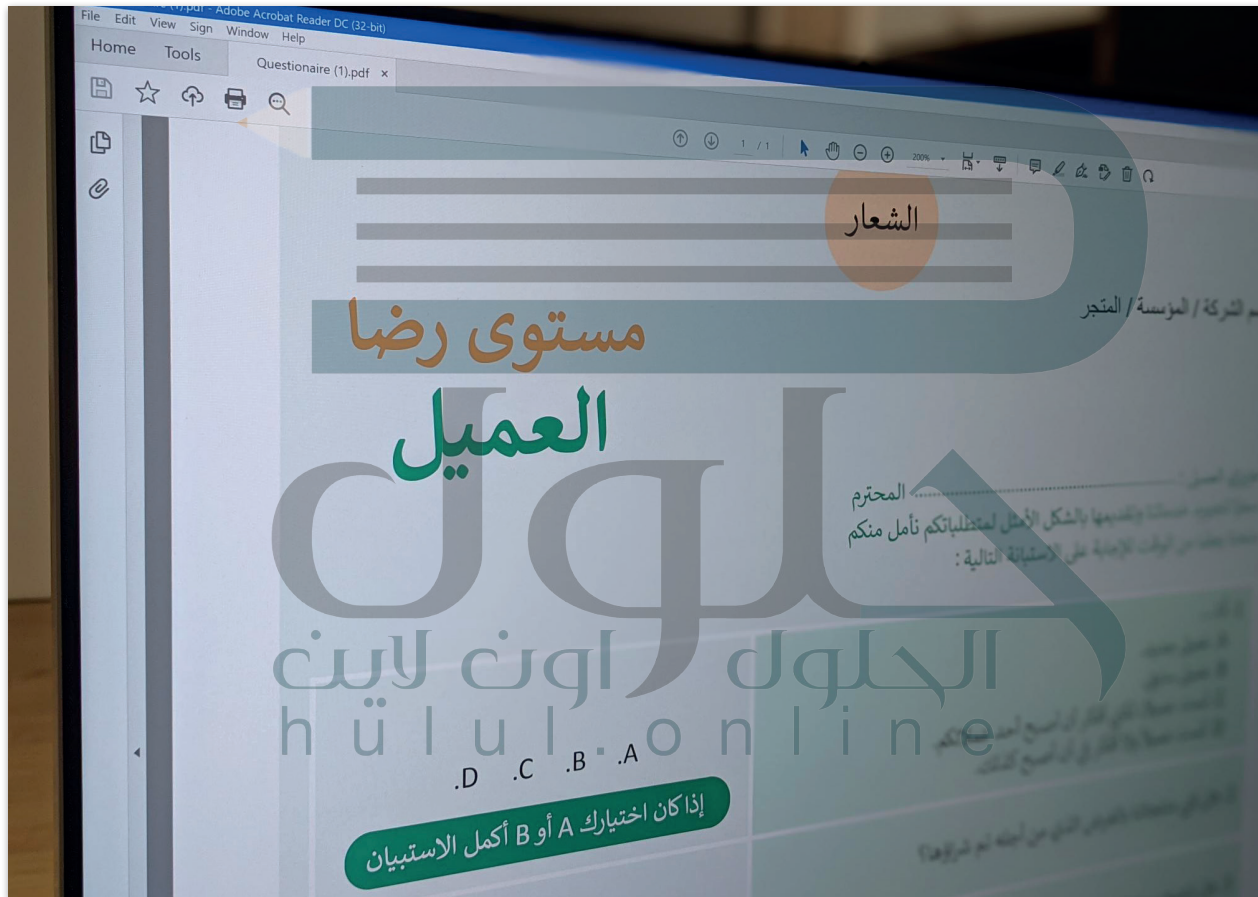
يقدم برنامج مايكروسوفت وورد قائمة جيدة من القوالب للأعمال وأنواع أخرى من التقارير. بالضغط على مستند جديد، يمكنك البحث عن قوالب عبر الإنترنت واستخدامها كمثال لما ستنشئه في سكريبوس.

وجه الطلبة لفتح برنامج سكريبوس وإعداد تقرير عن الأضرار الصحية والاجتماعية للمؤثرات العقلية وجهود المملكة العربية السعودية لمكافحتها، اطلب منهم البحث عن معلومات عبر الإنترنت حول هذا الموضوع وأخيراً تقديم اقتراحات حول كيفية التخلص من المؤثرات العقلية والسموم الصحية، سيقومون بتخصيص مستند سكريبوس بناء على معلومات تقرير الأعمال الموضحة في الدرس



مشروع الوحدة

افتراض أنك تدير شركة تنشر الكتب وتبيعها. ستحتاج إلى نماذج أعمال لتحسين عملياتك التجارية مثل: نموذج طلب ونموذج استطلاع رأي العملاء. استخدم برنامج سكريبوس للقيام بالتالي:



1

تريد من متجر كتب كبير أن يطلب لك كمية كبيرة من الكتب، لذلك يتعين عليك إنشاء نموذج طلب للعميل حتى يتمكن من إكمال هذا الطلب. صمم النموذج بناءً على مبادئ التصميم الأساسية لنماذج الطلب.

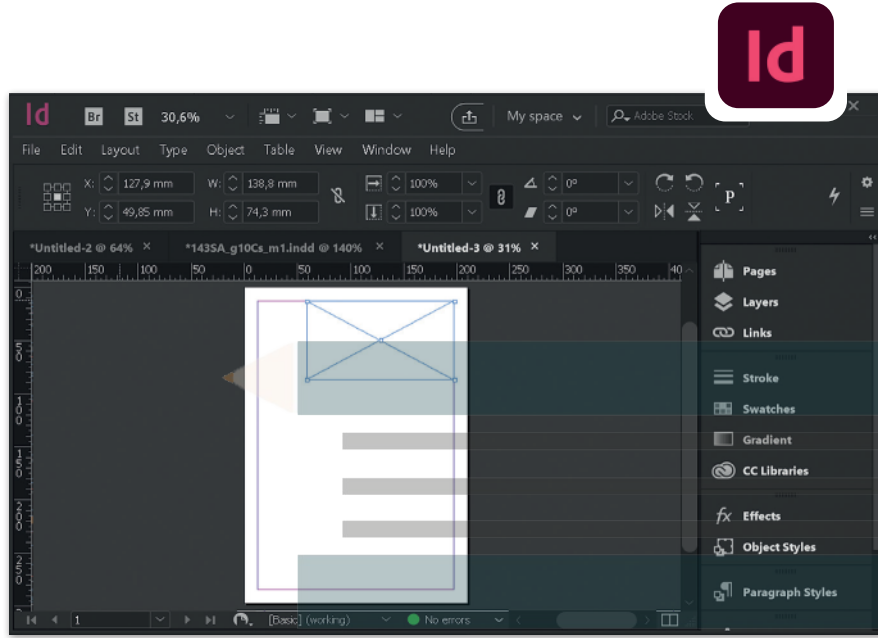
2

كما يتعين عليك إنشاء نموذج استطلاع رضا العملاء. صمم الاستطلاع بناءً على مبادئ التصميم الأساسية لاستطلاعات رضا العملاء.

برامج أخرى

إن ديزاين (InDesign)

تم إصدار برنامج إن ديزاين (InDesign) في عام 1999 عبر شركة أنظمة أدوبي (Adobe Systems) لتحل محل بيچ ميكر (PageMaker) الذي لم يحظى بشعبية كبيرة. يتميز البرنامج بدعم أدوبي للعمل عبر الأنظمة الأساسية (تنسيق المستندات المحمولة - تصدير PDF ويونيكود (Unicode) وخطوط OpenType وما إلى ذلك)، إضافة إلى ميزة إن ديزاين الفريدة في ذلك الوقت (الورق الشفاف والطبقات والأنماط وما إلى ذلك) والتوافق النهائي بين إن ديزاين وغيرها من التطبيقات الشائعة لبرنامج أدوبي (مثل المصور (Illustrator) وفوتوشوب (Photoshop)).



ناشر التقارب

(Affinity Publisher)

يعد ناشر التقارب تطبيقًا رائعًا للنشر المكتبي وبأسعار معقولة يمكن أن يحل محل برنامج إن ديزاين في إنشاء منشورات عالية الجودة. تكمن نقطته المميزة استخدامه المتكامل مع تطبيق مصمم التقارب لتصميم الرسوم، وتطبيق صورة التقارب لتحرير الصور. من خلال أزرار "الأشخاص" في الجزء العلوي الأيسر من شريط أدوات الناشر، يمكنك الوصول إلى أي أداة من جميع التطبيقات الثلاثة دون مغادرة البيئة الموحدة.



في الختام

جدول المهارات

درجة الإتقان		المهارة
لم يتقن	أتقن	
		1. التمييز بين أنواع مستندات الأعمال.
		2. التمييز بين عناصر تصميم المستند.
		3. إنشاء مستند باستخدام برنامج سكريبوس.
		4. التمييز بين نماذج الأعمال المطبوعة ونماذج الأعمال عبر الإنترنت.
		5. إنشاء نموذج فاتورة بيع باستخدام برنامج سكريبوس.
		6. إنشاء نموذج استطلاع رضا العملاء باستخدام برنامج سكريبوس.
		7. تصميم تقرير أعمال.

المصطلحات

Likert scale questions	أسئلة مقياس ليكرت	Alignment	محاذاة
Multiple choice questions	أسئلة الاختيار من متعدد	Analytical report	تقرير تحليلي
Open-ended questions	أسئلة مفتوحة النهاية	Binary scale questions	أسئلة المقياس الثنائي
Order form	نموذج طلب	Body text	محتوى رئيس
Printed forms	النماذج المطبوعة	Business document	مستند أعمال
Progress report	تقرير التطور	Business form	نموذج أعمال
Proximity	التقارب	Business report	تقرير أعمال
Questionnaire	استبيان	Constrast	التباين
Research report	تقرير بحثي	Customer satisfaction survey	استطلاع رضا العملاء
Text and typefaces	الحروف والنصوص	Explanatory report	تقرير توضيحي
White space	مساحة فارغة	Formal email	رسالة بريد إلكتروني رسمي
Web forms	نماذج الويب	Informational reports	تقارير إعلامية