



جامعة الجميع الذكية  
EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

## Everyone's Smart University

### Project (Spring 2021)

|              |                         |               |
|--------------|-------------------------|---------------|
| Student Name | 2021201599              | اسم الطالب    |
| Students I.D | ISMAIL IBRAHIM ALGHAMDI | الرقم الجامعي |

Section

Master

Date

Thursday

18 / 03 / 2021.

Course Code

(PMG506)

## Advanced project Management

### Instructions:

- آخر موعد للتسليم هو يوم الخميس 2021-05-20 في تمام الساعة ٩ مساءً.
- الإجابة متاحة باللغة الإنجليزية أو اللغة العربية مع مراعاة أن تكون المصطلحات العلمية باللغة الانجليزية.
- يتم تسليم المشروع في صيغة ملف pdf مع الالتزام نموذج الجامعة ولن تقبل أي مستندات أخرى.
- يجب مراعاة أقسام البحث الرئيسية (مقدمة Introduction، دراسات علمية سابقة Literature Review، طريقة البحث Methodology، النتائج والمناقشة Results and Discussion، وأخيراً المراجع References. وإن كان هناك ملحقات Appendices يتم إضافتها)
- يجب الالتزام بـ Theme موحد كما يلي:
- حجم الخط 12.
- نوع الخط Arial.
- لون الخط أسود.
- المسافة بين الأسطر 1.5 line spacing
- عدد صفحات البحث (لا يقل عن ثلاث صفحات ولا يزيد عن ست صفحات).

Instructor's Name: Eng. Amaal Aburumman

## Project:

You are required to document your role in administering a project. The project may be set in a business, social, sporting, or family environment but must be of a significant size and scale. If you do not have an actual project to write about you may complete the project hypothetically. **This report will be between three to six pages in length**. This is a significant research project.

Your report must address each of the following issues:

1. Identify and describe the purpose, scope, and objectives of the project. **Display this information using an appropriate tool.**
2. Describe how the team is given an outline of the project.
3. Describe the strategies that are going to be set up to maintain communication with the team members.
4. Describe the tools that are going to be used to monitor the goals, time frames or milestones.
5. Identify project milestones and activities. **Display this information using an appropriate tool.**
6. Create a budget and link the costs to the key milestones for a project.
7. Describe how you are going to divide tasks and resources amongst a project team. **Display this information using an appropriate tool.**
8. Briefly describe how the progress will be monitored.
9. How are current project records maintained? Who has responsibility for this? provide some recommendations on how this process could be improved.
10. Describe the current procedure for finalizing projects. Create your own procedure and identify how you will evaluate the success of the project.
11. Legislation that may affect the project including health and safety, and anti-discrimination legislation.

**Best of luck...**

## المشروع:

مطلوب منك توثيق دورك في إدارة مشروع. قد يتم تعيين المشروع في بيئة تجارية أو اجتماعية أو رياضية أو عائلية ولكن يجب أن يكون بحجم مناسب. إذا لم يكن لديك مشروع فعلي لتكتب عنه ، فيمكنك إكمال المشروع افتراضياً. سيتمكنون هذا التقرير من ثلاث إلى ست صفحات .

يجب أن يعالج تقريرك كل من القضايا التالية:

1. تحديد ووصف الغرض والنطاق والأهداف من المشروع. اعرض هذه المعلومات باستخدام أداة مناسبة.
2. صف كيف يتم إعطاء الفريق مخططاً تفصيلياً للمشروع.
3. وصف الاستراتيجيات التي سيتم وضعها للحفاظ على التواصل مع أعضاء الفريق.
4. صف الأدوات التي سيتم استخدامها لرصد الأهداف أو الأطر الزمنية أو المعالم.
5. تحديد معالم المشروع والأنشطة. اعرض هذه المعلومات باستخدام أداة مناسبة.
6. إنشاء ميزانية وربط التكاليف بالمعالم الرئيسية للمشروع.
7. صف كيف ستقوم بتقسيم المهام والموارد بين فريق المشروع. اعرض هذه المعلومات باستخدام أداة مناسبة.
8. صف بإيجاز كيف سيتم رصد التقدم.
9. كيف يتم الاحتفاظ بسجلات المشروع الحالية؟ من المسؤول عن هذا؟ تقديم بعض التوصيات حول كيفية تحسين هذه العملية.
10. وصف الإجراء الحالي لإنهاء المشاريع. قم بإنشاء الإجراء الخاص بك وحدد كيفية تقييم نجاح المشروع.
11. التشريعات التي قد تؤثر على المشروع بما في ذلك الصحة والسلامة ، وتشريعات مكافحة التمييز.

مع تمنياتي بالتوفيق.

## المشروع:

دوري في المشروع: مدير المشروع.

الفرص والنطاق والأهداف ونقاط القوة والضعف في المشروع:

| مشروع تجاري شركة هدايا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| نقاط القوة                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | نقاط الضعف                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• الانتشار الواسع في مواقع التواصل الاجتماعي.</li> <li>• الاستفادة من المعارض والمتاحف التي تقيمها شركة سمايا وعمل متاجر ميدانية فيها.</li> <li>• السعر المنافس و المنتجات حصرية.</li> <li>• الموقع المميز للمتاجر الميدانية (بجانب الحرمين الشريفين والمواقع الاثرية).</li> <li>• مرونة الموظفين والقدرة على العمل عن بعد.</li> <li>• جودة المنتجات المعروضة مما يعزز ثقة العملاء بهم.</li> <li>• التجديد المستمر في المنتجات (المصليات المتنقلة كمثال).</li> <li>• شريحة العملاء المتنوعة وغير المحصورة.</li> <li>• السمعة الحسنة.</li> <li>• سرعة التجاوب مع العملاء.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• هوية المتجر والشعار (هوية دينية مما يقلل ويحصر المنتجات المعروضة) .</li> <li>• ضعف التنسيق في حل المشكلات.</li> <li>• تواجد الموظفين في مناطق مختلفة مما يصعب او يبطئ عملية التواصل.</li> <li>• اغلاق المعارض الميدانية بسبب جائحة كورونا.</li> <li>• منتجات المعرض غير استهلاكية.</li> <li>• الشحن والتوصيل والمشاكل المتعلقة في هذا الجانب.</li> <li>• نقص السيولة المالية مما يسبب مشاكل في التوريد.</li> <li>• عدم تنوع شبكة الموردين.</li> <li>• نقص عدد الحجاج والمعتمرين السنوي بسبب ظروف الجائحة.</li> </ul> |
| الفرص                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | التحديات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• إعادة فتح السياحة الدينية وزيادة عدد الحجاج والمعتمرين عن العدد الحالي.</li> <li>• فتح معرض جبل النور وجبل ثور.</li> <li>• استهداف الأسواق الخليجية (الكويت مثلا).</li> <li>• استهداف الشعوب الذين لديهم مشاعر كبيرة لمكة والمدينة (شعوب شرق اسيا كمثال).</li> <li>• الاستفادة من توجه المدير التنفيذي في عملية النمو والتوسع.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• استمرار اغلاق المتاجر الميدانية.</li> <li>• دخول منافسين جدد في السوق الذي تعمل فيه.</li> <li>• زوال جائحة كورونا مما قد يسبب هبوط في مبيعات السجاد.</li> <li>• سهولة تقليد المنتجات.</li> <li>• زيادة المنافسة من السوق الأجنبية (موقع علي بابا كمثال).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                  |

|  |                                                                                                                                                                     |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تطوير عملية تغليف المنتجات واستهداف شريحة جديدة من العملاء.</li> <li>• استهداف منصات جديدة (نون وامازون كمثال).</li> </ul> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### كيف يتم تقديم مخطط تفصيلي للمشروع:

على المؤسسة ان تقوم بجمع البيانات والمعلومات عن التغيرات التي تقع خارج حدود المؤسسة والتي لا تتحكم فيها، بتحديد ماهية الفرص التي تقدمها للمؤسسة والتهديدات التي تفرضها عليها.

أو إنها حاجة ورغبة المشتري التي تجد فيها المؤسسة احتمالاً كبيراً تستطيع بموجبه ان تحقق ربحاً عن طريق إشباعها لتلك ثلاثة مصادر رئيسة لفرص السوق وهيما. Kotler الحاجات، وقد ميز

أولاً: عرض سلعة ما بكمية دليلة لزيادة الطلب عليها وهنا يمكن للمنتجين ان ينتهزوا هذه الفرصة خاصة عندما يصطف المشترون لشرائها بالمطالبة بأسعار عالية.

ثانياً: عرض سلعة موجودة بطريقة جديدة وراقية، هنا تحاول المؤسسة التأثير على الزبائن بالاعتماد على نفس المنتج والتغيير في طريقة تقديمه.

ثالثاً: عرض سلعة جديدة: هو ان تقوم المؤسسة بتقديم منتج جديد او إدخال تحسينات على المنتج؛ اما التهديدات تعني مشاكل واضطرابات واضرار محتملة الحدوث ولها اثار سلبية على اهداف المؤسسة وموقفها التنافسي، أو هي تغير سلبي لا يتوافق مع اتجاهات المؤسسة ويؤثر تأثيراً ضاراً على تحقيق أهدافه.

### استراتيجيات الحفاظ على أعضاء الفريق:

يمكن تحقيق هذه الاستراتيجية من خلال:

- التواصل المستمر بين أعضاء الفريق.
- حسن التعاون بينهم ومشاركة الأفكار الفعالة.
- إبراز مقررات المشاركة الفعالة بين أعضاء الفريق.

### أدوات رصد لأهداف المشروع:

تحليل الشريحة المستهدفة للمشروع

| القدرة الشرائية                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | السلوكيات                                                                                                     | الخصائص الديموغرافية                                                                                 | الموقع الجغرافي                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| تترواح القدرة الشرائية لدى المواطنين في المملكة من متوسطة الى كبيرة. الحال مختلف مع زوار الحرمين حيث تتراوح القدرة من ضعيفة الى متوسطة.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | البحث على المنتجات ذات الجودة العالية والقابلة للتحويل كهدايا. هدايا غير مكلفة وتكون تذكارات للأهل والأصدقاء. | الذكور والانات من عمر 25 الى 50 سنة من اصحاب الاهتمام بالسفر من سكان المملكة. زوار الحرمين الشريفين. | الموقع الجغرافي المستهدف هو جميع المناطق الادارية في المملكة العربية السعودية وبالتحديد منطقة مكة المكرمة والمدينة المنورة. |
| <b>منهجية الاستهداف</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                               |                                                                                                      |                                                                                                                             |
| <p>يمكن تحديد استراتيجيات الاستهداف بطريقتين رئيسيتين:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• استهداف سكان المملكة من مواطنين بمنتجات فاخرة وذات جودة عالية وتتم عملية استهدافهم عن طريق قنوات التواصل الاجتماعي.</li> <li>• استهداف زوار الحرمين الشريفين القادمين من الخارج بتقديم منتجات متوسطة التكلفة حيث يستطيع الزوار متوسطي ومنخفضي الدخل من شرائها ويتم استهدافهم عن طريق التواجد الميداني في الحرمين الشريفين والمشاريع الثقافية.</li> </ul> |                                                                                                               |                                                                                                      |                                                                                                                             |

#### معالم المشروع والأنشطة:

| معالم المشروع |                                                                                                                                                                        |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| المنتج        | أهم نقطة في تطوير المنتج تكمن في تتبع توقعات العملاء، وهذا سوف يسمح بإضفاء نوع من التميز على المنتجات الخاصة بالشركة مقارنة مع المنافسين عن طريق إضافة القيم والمزايا. |
| الترويج       | من خلال اجراء اتصالات داخل وخارج المتاجر لإنشاء وعي بالعلامات التجارية ونشر اعلانات المنتجات عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.                                          |
| المكان        | من خلال عرض المنتجات التابعة للشركة واستعراضها في المتاجر الميدانية.                                                                                                   |
| السعر         | الهدايا تعتبر سوقاً ناضجة تشهد فيها الأسعار منافسة حادة مقارنة بالشركات المنافسة.                                                                                      |

ومن الضروري الحصول على المعلومات وإجراء تحليل شامل للوضع لوضع استراتيجية بطريقة فعالة، وتكون المهام الرئيسية،

هي:

- تحليل عادات المستهلك والاتجاهات الجديدة.
- مراقبة تطور الطلب.
- كشف احتياجات العملاء الجديدة.

- دراسة الفرص والتهديدات.
- خلق ميزات مستدامة.
- دراسة القدرات على تكيف الشركة مع السوق.

### تقسيم المهام بين فريق المشروع:

أعضاء الفريق هم جميع الموظفين الذين يعملون في المشروع بصرف النظر عن مدير المشروع. يتم تعيين أعضاء الفريق في أماكن أو مهام محددة من المشروع. يمكن لبعض الأعضاء حتى التعامل مع مهام واسعة متعددة، وهذا يتوقف على طول المشروع على سبيل المثال، يمكن إشراك كاتب ومدير إعلانات ومحلل تسويق أبحاث ومدير لوجستي ومدير منتج في مشروع لتوسيع نطاق التوزيع للأسواق الجديدة. زعيم المنتج يمكن أن يأخذ دور مدير المشروع. قد يكون أحد أعضاء الفريق مثل الكاتب مسؤولاً عن إنشاء كتيبات وصور لتعزيز المبيعات. يمكن لقائد البحث إجراء استطلاعات السوق لتحديد قبول العملاء للمنتجات. يمكن لمدير اللوجستيات دراسة منافذ التوزيع والتوزيع التي تلي احتياجات الشركة بشكل أفضل، بينما يقوم مدير الإعلانات بإنشاء إعلانات اختبار للمشروع. يجب على أعضاء الفريق إكمال مهامهم في التواريخ التي حددها مدير المشروع.

وعادة لا يؤدي الراعي التنفيذي أي مهمة أو وظيفة قد يكون هذا متاحاً لتقديم اقتراحات، بما في ذلك الموارد أو المعلومات التي يمكن استخدامها للمشروع. ومع ذلك، فإن الدور الرئيسي للراعي التنفيذي هو الإشراف على المشروع، ثم أخذ المعلومات الكاملة ووضع الاستراتيجيات اللازمة لذلك. يتخذ القرارات الرئيسية لفريق المشروع عندما يحتاجون إلى المشورة. على سبيل المثال، يمكن للرعاة التنفيذيين استخدام استطلاع رضا المنتج بين العملاء لتطوير استراتيجيات تسعير جديدة أو التوصية بميزات جديدة للمنتجات لهذا الخط.

### الاحتفاظ بسجلات المشروع والمسؤول عن هذا:

يعتمد مدى حفظ السجلات المطلوبة على نوع المشروع فيجب الحفاظ على التوازن بين الاحتفاظ بسجلات كافية وذلك استعداداً لنشوء نزاع، ومن أجل محاولة تسجيل كل شيء، وهو أمر صعب ويستغرق وقتاً طويلاً ومكلفاً.

كما قد يتم تنفيذ بعض متطلبات حفظ السجلات، مثل تسجيل الاجتماعات على سبيل المثال، وفقاً لتقدير المنظمة الفردية، بمعدلات تردد مختلفة ومستويات تفصيل ووقت يجب حفظ السجلات فيه ومناسب للحالات المختلفة قد تكون السجلات الأخرى مطلوبة قانونياً أو تعاقدياً، وفقاً للقواعد المحددة.

وفي خصوص المشروع الذي بين أيدينا فتتم إدارة المعلومات والاحتفاظ بسجل المشروع باستخدام برامج متخصصة، كما تتوفر أيضاً تطبيقات تجعل إعداد السجلات أسهل وأكثر موثوقية، على سبيل المثال، إنشاء السجلات في الموقع باستخدام الهاتف المحمول، والتي يتم تحميلها تلقائياً لنظام إدارة مستندات المشروع.

### توصيات بشأن تحسين الاحتفاظ بسجلات المشروع:

يمكن تقديم توصيات للسجلات، حيث فيما يلي مجموعة من السجلات التي يمكن حفظها في مشاريع البناء. يرجى الإضافة إلى هذه القائمة:

مناقصات المقاول الفرعي - مناقصة المفاوضات و المراجعات - المناقصات والعقود: (وثائق المناقصة العقد الأصلي والعقود وأوامر الشراء والمراسلات).

(إشعارات العقد - الشهادات التعاقدية - الاختلافات والتقديرات - إدارة العقود: (التعليمات استخدام - استخدام و تسليم المواد - سجلات الانتاج اليومية - استخدام المعدات اليومية - الموارد: (سجلات الوقت اليومية جرد الآلات و المواد و المعدات) - العمالة

(تقارير الإنتاجية - توقعات لاستكمال تقدير التحديثات - إدارة المشاريع: (تقارير التكلفة تقارير مرحلية - دقائق الاجتماع - المراسلات. السجلات الحاسبية (على سبيل المثال ، الدفع ، الحسابات الدائنة والمدينة) إدارة الموقع: (يوميّات الموقع، تقارير مرحلية، وصور مرحلية، واحوال الطقس، وزوار الموقع، والحوادث والإصابات والصحة).

التقييم: (الدراسات الاستقصائية، والتكليف، واختبارات، وتفتيش).

#### وصف إجرائي لإنهاء المشروع:

العديد من الطرق لإدارة المشروع من خلال انشاء منصات تسويقية في مجال التواصل الاجتماعي وعمل حملات مموله على مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من المعارض الثقافية والاسلامية التابعة لهم وعن طريق اللعب على وتر العاطفة لدى الحجاج والمعتمرين والاستفادة من مواسم الحج والعمرة بحيث يتم جذب الزوار في عمليات التعريف عن المنتجات وشراءهم لها من خلال اظهار جودة المنتجات وسعرها المقبول في العروض الموسمية.

#### تقييم نجاح المشروع:

نظريًا وبناء على الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف يعتبر المشروع من المشروعات التي يبشر لها بالخير وأنها ستكون ناجحة بشكل كبير بناء على مخططات المشروع وبناء على الأهداف الموضوعية والاستراتيجيات وغير ذلك من الأدوات الموضوعية.

#### التشريعات التي من الممكن أن تؤثر على المشروع:

لا يوجد تشريعات يمكن لها أن تؤثر على المشروع حيث أن النظام قد بين ضوابط عمل هذا المشروع وبالتالي فلا توجد معوقات تشريعية في هذا الصدد.

#### المراجع:

- هيثم علي حجازي، مبادئ إدارة المشروعات، دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان، 2015م.

- إحسان دهش جلاب، كمال كاظم طاهر الحسيني، محمود داخل عبد الكريم، فرق العمل مدخل مفاهيمي متكامل، عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع، 2016م.
- مدحت محمد أبو النصر، فرق العمل الناجحة، القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008م.