

المحاضرة - ١ الريادة Entrepreneurship

- في العربية: تعهد الشيء أو إرادته وطلبه. وفي الإنجليزية: Takes Under
- تعني: الإبداع والابتكار، الاختراع، الاكتشاف، الجديد، الغير مألوف، الملئء بالقوة والنشاط، العمل الخلاق، تحمل المخاطرة الريادة كلمة متعددة الأبعاد، قد تتعلق بالفرد أو الشركة أو الإقليم أو الصناعة أو حتى شعب معين.
- الوسطى: مشاريع إنتاج كبيرة، ١٧ عقود مشروطة مع الحكومة، ١٨ المستثمر/الريادي، ١٩ ينظم ويدير مشروع، ٢٠ مبتكر مبدع الناطقون بالانجليزية، يعرفونها بالمشروع الصغير والجديد. الألمانية بالقوة والملكية (يملك ويدير المشروع)
- الإبداع أهم الخصائص المميزة للريادة
- الريادة التنظيمية: مجموعة الإجراءات التي يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص من أجل إيجاد مشروع ريادي جديد بهدف تقديم شيء متميز يحقق رغبات الزبائن، ويحقق قيمة مضافة، تضاف إلى المنتج أو الخدمة أو الطريقة أو الإجراءات
- يختلف دور الريادي عن دور المدير في: ملكية المنظمة، إيجاد منظمة جديدة، تقديم ابتكار إلى السوق (المهمة الأساسية)، تحديد الفرصة السوقية، القدرة على اكتساب التطبيقات والأساليب والخبرات الجديدة، القدرة على القيادة
- تحدد المشروعات الريادية الصغيرة أسواقها حسب نظامها (السوق أو الزبون)، بينما الكبيرة حسب متغير العرض
- للريادة آثار إيجابية في أحداث التغيير والتحول في اقتصاد الدولة وذلك: لأن الإبداع من أهم خصائص الريادة
- المشروعات الصغيرة تتجه نحو الابتكار والأعمال الريادية أكثر من الكبيرة بسبب: تدار من مدير المشروع (الريادي) - بسيطة في تنظيمها - صغر الحجم وقابلية التغيير والانتقال لجديدة بنسب خطورة أقل - اقرب إلى السوق - مستعد للمحاولة وجاهز لاغتنام الفرص
- متطلبات المشروعات الريادية: ١- سياسات وبرامج حكومية ٢- خلفية ثقافية واجتماعية ومهنية للشخص ٣- التسويق ٤- القدوة
- تصنيف الرياديين (لاندر) بناء على خصائصه والقدرة على الابتكار وتحمل المخاطرة إلى:

		القدرة على الابتكار	
		منخفض	عالي
تحمّل المخاطرة	عالي	المغامر Gambler	الريادي Entrepreneur
	منخفض	توافقي Consolidator	الحالم Dreamer

المحاضرة- ٢ مداخل دراسة الريادة

- المداخل: ١- الإجراءات أو العملية المتبعة للحصول على المنتج ٢- المخرجات ٣- السمات الشخصية ٤- القيم والقدرات دورها في الاقتصاد: ١- توحيد مجموعة العناصر الاقتصادية ٢- جعل الأسواق كفوة ٣- قبول المخاطرة ٤- تعظيم عوائد المستثمرين ٥- المعلومات عن السوق
- العوامل المؤثرة في تكوين الريادة:
 - ١- شخصية: الرجل العظيم - عدم التطابق بالانسجام الاجتماعي - نوع الشخصية - سمات الشخصية - التطور الاجتماعي - بيئة الطفولة والعائلة - التعليم - العمر - تاريخ العمل - الأصدقاء - المخاطرة وحب المغامرة
 - ٢- تتعلق بالمنظمة: الهيكل التنظيمي - التنظيم المرن - تقليل الأثر التنظيمية الهرمية إلى السبيلة التنظيمية
 - ٣- خارجية: السمات العامة - القاعدة المؤسسية للبحث والتطوير - توافر الحرية - السياسات والقوانين والأنظمة
- عناصر الريادة: ١- الريادي ٢- الفرصة ٣- المنظمة ٤- المواد
- أسباب النشاط الريادي: تحقيق الذات - الانتقال لمهنة جديدة - الفشل والإحباط من العمل السابق - تكوين الثروة - إيجاد وتطوير منتج جديد
- المهارات الريادية: ١- إدارة الأعمال (بدء العمل وتطويره) ٢- إدارية ٣- فنية (كتابة واتصال وسيطرة وتحكم بالبيئة المحيطة)
- التطور الاجتماعي للريادي يقع ضمن العوامل الشخصية التي تدفعه نحو العمل الريادي
- الشركات الريادية من العناصر الهامة في الاقتصاد المعاصر لذلك ينبغي توفير: بيئة الحرية في الاقتصاد

المحاضرة-٣ استراتيجيات الريادة

- ✚ مرتكزات العمل الريادي: يبدأ باكتشاف فرصة، عملية ادراكية تبدأ بالمشاهدة، بسيط، صغير، يحاول احتلال موقع
- ✚ ويضاف: الانتماء، الارتباط بالمنظمة، الحس الاقتصادي والاجتماعي، الأسلوب العلمي لحل المشكلات، وقت للأنشطة
- ✚ لا يعتبر الربح فقط السبب الوحيد الضامن لبقاء المنظمة وديمومتها، وإنما القيم والأهداف طويلة الأجل
- ✚ القوى الخمس لجاذبية الصناعة: ١- الموردين ٢- المشترين ٣- المنافسين الجدد ٤- المنافسين الحاليين ٥- البدائل المتاحة
- ✚ عناصر تحقيق الابداع الفعال: ١- الاستراتيجيات الريادية (استباقية) ٢- الهيكل التنظيمي ٣- البيئة التنظيمية ٤- استراتيجية المغامرة ٥- استراتيجية المفاجأة ٦- استراتيجية التمكن (احتكار) ٧- استراتيجية الخصائص الاقتصادية والاجتماعية للسلعة
- ✚ الأهداف الاستراتيجية للمشروع الريادي: النمو – تطوير السوق – الحصة السوقية – المكانة السوقية (لتحقيق حصة)
- ✚ مصادر الفرص الريادية: فجائية – تعارضية – الحاجة – تغير هيكل الصناعة – الديموغرافية – تبدل الادراك – المعرفة
- ✚ بدء المشروع الريادي: ١- الموقع ٢- عمليات التصنيع ٣- المواد الخام ٤- القوى البشرية ٥- المبنى والمعدات المساندة
- ✚ الفرق بين المشروع الريادي والصغير: ١- الابداع ٢- القدرة على النمو ٣- الأهداف الاستراتيجية (طويلة الأجل في الريادي)
- ✚ من استراتيجيات الريادة: ألا يكون الربح السبب الوحيد لبقاء المنظمة

المحاضرة-٤ الأشكال القانونية

- ✚ العوامل المؤثرة: حجم العمل وطبيعته – الهيكل التنظيمي – الضريبة – مستوى الرقابة – توزيع الوقت – مستوى الأرباح والخسائر المتوقعة – تلبية الاحتياجات النقدية لمالك المشروع خلال التأسيس – الموارد المالية اللازمة للتأسيس والإدامة
- ✚ الأشكال القانونية: ١- الفردي ٢- التضامن ٣- التوصية البسيطة (متضامنون/موصون) ٤- المحاصة ٥- ذات مسؤولية محدودة ٦- التوصية بالأسهم (متضامنون/مساهمون+٣) ٧- مساهمة خاصة+١، أخرى: مشتركة – غير ربحية – تعاونيات
- ✚ ميزات التضامن: سهولة التأسيس، تقسيم العمل والإدارة، أفكار وخطط ومهارات وموارد \$ أكثر من شخص، زيادة رأس المال
- ✚ مساوئ التضامن: حياتها محدودة، مسؤولية غير محدودة، شريك مسؤول عن التصرفات، احتمال خلاف، وفاة الشريك ينهيها
- ✚ إيجابيات المشروعات الصغيرة: سهولة التأسيس – وضوح الإجراءات الرسمية – المالك هو متخذ القرار
- ✚ السلبات: صعوبة الحصول على تمويل فيلجاً لثروته أو لقرض شخصي – مسؤولية كاملة غير محدودة لبعض أشكال الخسائر

المحاضرة-٥ دراسة الجدوى

- ✚ الفكرة الرئيسية: وضع صاحب المشروع أمام حقائق توضح مدى إمكانية تنفيذ فكرته، وجعلها حقيقة واقعة من حيث:
 - التكلفة المحتملة – المردود المتوقع – إمكانية بناء مشروع يلقي الترحاب
 - مكونات دراسة الجدوى الاقتصادية: "الربح في المالية"
 - ١- المبدئية: أ) المطابقة المبدئية للوائح والقوانين ب) مطابقة العادات والتقاليد ج) مدى الارتياح
 - ٢- التسويقية: أ) توصيف السوق ب) دراسة الطلب ج) تسعير السلعة د) التنبؤ بالمبيعات
 - ٣- الفنية: حجم المشروع – طريقة الإنتاج والوسائل التكنولوجية – الآلات – التخطيط الداخلي – كميات عوامل الإنتاج – العمالة وافراد الإدارة – مسائل النقل – الفاقد في الإنتاج – موقع المشروع
 - ٤- المالية: تكاليف استثمارية (من التفكير للتشغيل ١) أو جارية (قصيرة الأجل لدورة ١).. مصادر التمويل: أ) رأس مال صاحب المشروع ب) القروض... مقاييس الجدوى المالية: أ) صافي القيمة الحالية ب) معدل العائد الداخلي
 - ٥- الاقتصادية: نفس المالي + العائد الاقتصادي للمجتمع (أسعار الظل)
 - ٦- الاجتماعية: أ) خلق فرص عمل ب) توزيع الدخل لمحدودي الدخل ج) منتج لخدمة منخفضي الدخل
 - ٧- البيئية: تقييمه على الصحة العامة والمحافظة على البيئة ورفاهية السكان في منطقة المشروع
 - ٨- تحليل الحساسية للمشروع
- ✚ النتيجة: ١- ذا جدوى اقتصادية والمضي قدماً ٢- غير مجدي وعدم التنفيذ ٣- عمل المشروع في ظل احتياطات وتعديلات

المحاضرة-٦ إدارة التمويل

- ✚ الميزانيات النقدية أحد الأدوات التي يستخدمها المديرين لتخطيط الاحتياجات المالية وتأمين رأس المال المطلوب، ومن خلالها:
 - ١- تقدير نفقات سنة قادمة ٢- متى استرداد كلفة الإنتاج والعوائد ٣- التنبؤ بالحاجة للتمويل في الفترات المختلفة
 - ✚ عند الاقتراض، مراعاة: ١- إمكانية وقدرة المشروع ٢- رأس المال المتاح ٣- ضمانات ٤- ظروف بيئية ٥- الحيلة والحذر
 - ✚ أسباب الاقتراض: ١- كلفة الفائدة المدفوعة على القرض تكون أقل (ويتم خصم دفعات الفائدة من الضريبة) ٢- القروض تمنح قدرات مالية كبيرة ٣- تعتبر دفعات تسديد الدين تكاليف ثابتة وبالتالي أي أرباح تعود على المالك فقط.
 - ✚ أشكال الديون: ١- سندات الدين (على شكل كمبيالات أو قروض) ٢- الديون التجارية ٣- التأجير التمويلي
 - ✚ الأدوات المالية: ١- الموازنة السنوية (موجودات = مطلوبات + رأس مال) ٢- الدخل (إيرادات ومصروفات) ٣- تدفق نقدي التحليل المالي:
 - ١- نسبة السيولة: القدرة على تسديد الالتزامات النقدية حال استحقاقها (الأصول سريعة التداول/الخصوم المتداولة)
 - ٢- نسبة النشاط: تقيس معدل دورات المخزون السلعي (صافي المبيعات/رصيد بضاعة آخر المدة)
 - ٣- نسبة المديونية: قدرة الموجودات ع الإيفاء بالديون (القروض والمديونية/ حق الملكية والاحتياطيات والأرباح المحتجزة)
 - ٤- نسبة الربحية: تقيس قدرة المشروع على تحقيق الربحية (صافي الربح/صافي المبيعات)
 - ٥- نسبة التداول: قدرة المشروع على تسديد التزاماته المالية الجارية (م. الأصول المتداولة/م. الخصوم المتداولة)
- ✚ الأصول المتداولة: الأصول التي يسهل تحويلها إلى نقدية ويمكن استخدامها للوفاء بالالتزامات المتداولة أي المستحقة على الفور أو خلال الدورة التشغيلية
- ✚ الخصوم المتداولة: التزامات قصيرة الأجل وواجب القيام بالوفاء بها خلال سنة مثل الأجور المستحقة، دائنو التوزيعات
- ✚ معدل دوران المخزون = تكلفة المبيعات /متوسط المخزون، عدد مرات تصريف المخزون لدى الشركة وكلما زادت أفضل

المحاضرة-٧ التخطيط الاستراتيجي

- ✚ التخطيط الاستراتيجي هو عملية تتضمن الكيفية التي من خلالها تتمكن المشروعات من بلوغ غاياتها النهائية خلال مدة الخطة
- ✚ عناصر الإدارة الاستراتيجية بشكل عام: التحليل – الاختيار – التنفيذ – الرقابة
- ✚ خطوات بناء الخطة: ١- تحديد مستوى الأرباح المرغوبة، والاستثمار المطلوب، والوقت المسموح به ٢- مسح واختبار السوق المستهدف ٣- اعداد كشف بالموجودات التي يستعين بها المشروع ٤- إعداد ميزانية تقديرية أولية ٥- تحديد مصادر الموجودات المطلوبة ٦- إعداد الموقع والمكان المناسبين ٧- إجراء الترتيب الداخلي للموجودات وأسلوب استخدام المساحات المتاحة ٨- تحديد الشكل القانوني للمشروع ٩- مراجعة جميع جوانب خطة البضاعة ١٠- تحليل ودراسة المصاريف المتوقعة الثابتة والمتغيرة ١١- تحديد نقطة التعادل للمشروع ١٢- مراجعة إيجابيات وسلبيات البيع الأجل ١٣- مراجعة قائمة حدود المخاطرة المرغوب فيها وكيف تتعامل مع الحالات والظروف الناشئة ١٤- بناء سياسة التعامل مع الموارد البشرية ١٥- بناء نظام محاسبي ملائم لتوثيق الأعمال مالياً ١٦- توقع التغيرات والتطورات الأساسية
- ✚ أنواع التخطيط: ١- الاستراتيجي ٢- التكتيكي ٣- التشغيلي
- ✚ مزايا التخطيط: ١- الكشف عن الفرص المستقبلية ٢- اتخاذ الحيلة والحذر والابتعاد عن العقبات ٣- مواجهة متغيرات البيئة
- ✚ خصائص التخطيط الاستراتيجي **الفعال**: ١- الدفع نحو التفكير الريادي ٢- إدارة المخاطر وعدم التأكد ٣- تحديد الافتراضات
- ✚ المهام الجوهرية للتخطيط الاستراتيجي: ١- صياغة رؤية ورسالة ٢- تشخيص تهديدات وفرص ٣- تقييم قوة وضعف ٤- توليد استراتيجيات بديلة (تطوير سوق ومنتج) ٥- بناء خطة استراتيجية ٦- بناء خطط تكتيكية ٧- مراقبة وتقييم نتائج ٨- تكرار تخطيط

المحاضرة-٨ إدارة المخاطر والتأمين

- ✚ أولاً- مخاطر يمكن توقعها: ١- تكلفة المشروع وتكلفة الإشهار والتسجيل ٢- تكلفة الأجهزة والمعدات والأثاث ٣- أجور ورواتب موظفي المشروع ٤- الرسوم والضرائب المتوقعة ٥- تكاليف المواد الأولية ٦- أي تكاليف للترويج والإعلان

- ✚ ثانياً- مخاطر يصعب توقعها: ١- المنافسة وما ينجم عنها ٢- التطورات التكنولوجية ٣- التطور في احتياجات الأفراد ٤- السياسية والقانونية المفاجئة ٥- المالية والنقدية عموماً
- ✚ مراعاة: كتابة خطة المشروع، دراسة كل ما يشكل مخاطر، أخذ الوقت الكافي للنقاش مع الخبرة، تحديد المخاطر التي يمكن التأمين عليها، والتي لا يمكن، الاتصال بشركات التأمين للفهم والقيام بالترتيبات اللازمة للتأمين قبل بدء المشروع، وضع خطة للطوارئ للمخاطر غير المغطاة بالتأمين وتدريب العاملين عليها، مراجعة الخطة سنوياً مع التغذية الراجعة من العاملين
- ✚ الكشف عن الخسائر: ١- ملكية (سرقة تخريب الخ) ٢- توقف العمل ٣- المسؤولية (مستخدمين/عامة) ٤- شخص مهم وأساسي
- ✚ إدارة المخاطر: ١- تجنب الخطر ٢- احتواء الخطر ٣- تحويل الخطر ٤- استراتيجيات الخطر الإبداعية
- ✚ محترف التأمين: شخص محترف مدرب على تحليل المخاطر، وخبرة واسعة في تغطية التأمين، والاستراتيجيات المالية
- ✚ وكيل التأمين: مالك لمشروع صغير ويتقاضى نسبة على بيع خدمة التأمين ومن المحتمل أن يكون وكيل لأكثر من شركة
- ✚ المعلومات المطلوبة لوكيل التأمين لبدء عمله: ١- ما المخاطر؟ ٢- ما القيمة المالية للمخاطر؟ ٣- كم قيمة الحماية المطلوبة؟
- ✚ خطوات برنامج التأمين: ١- حدد المخاطر وتحدياتها ٢- أدرس تكاليف التأمين ٣- وضع خطة ٤- نصيحة وكيل تأمين محترف
- ✚ تغطية التأمين: ١- أساسية (حريق ومسؤولية ومركبات وعمال) ٢- مرغوبة (توقف العمل وجريمة وزجاج) ٣- منافع مستخدم

المحاضرة-٩ إدارة الشراء

- ✚ يهدف المشروع إلى: ١- شراء أفضل المواد ٢- بأقل التكاليف ٣- من خلال إتمام عملية الشراء بطريقة علمية
- ✚ أهميتها: ١- ضمان استمرار العمل ٢- ضمان جودة المواد وبالتالي جودة المنتج ٣- الكفاءة الاقتصادية في الشراء
- ✚ عملية الشراء ترتبط بالتخزين: محال التجارة = المطلوب - المتوفر، التصنيع = تقدير لكل مادة من المواد
- ✚ إجراءات الشراء:
- ١- تحديد الحاجة من المخزون: التاجر - حدس وتقديرات خاصة بشكل متقطع، المصنع الصغير ومدير شركة الخدمات - يعملان على اغتنام الفرص المناسبة لنشاطهم كي يحققوا أعلى عائد على استثمارهم
- ٢- اختيار الموردين ومواقعهم:
 - أ) المنتجون: المصنعين وأصحاب المناجم والمزارعين والمنتجات الطبيعية
 - ب) الوسطاء التجاريون: أهم مصدر لمعظم المشروعات الصغيرة وخاصة البيع بالتجزئة
 - ج) الوسطاء أو الوكلاء الوظيفيون: كمثلي الصناعات ومكاتب المشتريات
- ١- سماسرة: اتصالات بين البائع والمشتري، بدون أجر، لكن عمولة من البائع
- ٢- مكاتب المشتريات الدائمة: تجار التجزئة والبيع بالجملة
- ✚ يقوم تحديد المخزون على: ١- ادراك الحاجة وتوصيفها ٢- تحديد الكمية من صاحب الحاجة
- ✚ في التفاوض، التمييز بين المشتريين: ١- صاحب الخبرة ٢- المشتري العادي ... يتم التفاوض حول الحسم النقدي
- ✚ عوامل نجاح الشراء: ١- المحافظة على علاقات طيبة مع الموردين ٢- استلام البضائع وفحصها ٣- المتابعة بعد الشراء
- ✚ (كيفية بيع المواد، دورانها، الحسم، شكاوي الزبائن، المرتجعات) ٤- الرقابة على أعمال الشراء
- ✚ فتح سجل الشراء: ١- سجل الشراء ويرصد حركة شراء مختلف المواد ٢- سجل الموردين ٣- سجل الرسومات
- ✚ سياسات الشراء: ١- الشراء أو التصنيع؟ ٢- الشراء حسب الحاجة ٣- الشراء والتخزين (ندرة الموارد، تأخير التوريد)
- ✚ لتحقيق النجاح في الشراء: تحديد الحاجة من المخزون - إدراك الحاجة وتوصيفها - اختيار الموردين ومواقعهم - تحقيق أفضل شروط للتفاوض وخاصة شرط الحسم النقدي - الحفاظ على علاقات طيبة مع الموردين - استلام البضائع وفحصها - المتابعة بعد الشراء - الرقابة على أعمال الشراء - سياسات الشراء

المحاضرة-١٠ إدارة المخزون

- ✚ الكمية الاقتصادية لطلبات الشراء: الكمية التي تصل فيها التكلفة الإجمالية للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها الدنيا، يتم الوصول لهذا النقطة عندما تتساوى تكاليف إعداد وحدة طلب الشراء مع تكاليف وحدة حفظ المواد في المستودعات، أي تتساوى تكاليف حيازة المخزون مع تكاليف الحصول عليه. علماً أن التكاليف الإجمالية تتكون من نوعين: ١- حصول ٢- حيازة

- ✚ تكاليف الحصول: التكلفة القياسية لكتابة طلب شراء واحد X عدد طلبات الشراء المطلوبة سنوياً
- ✚ التكلفة القياسية لإعداد طلب الشراء = المصروفات التشغيلية لقسم المشتريات خلال فترة/عدد طلبات الشراء خلال الفترة
- ✚ تكاليف الحيازة: المخزون والضرائب والاستهلاك وبطلان الاستعمال والانكماش والتأمين والفوائد على الاستثمار في المخزون
- ✚ تحديد الكمية الاقتصادية: بالإضافة لعامل التكلفة هناك عوامل أخرى مثل (الحسم على الكمية، الأحجام المتنوعة في الإنتاج)
- ✚ العوامل المحددة لنقاط البدء بإعادة طلبات الشراء: ١- نسبة الاستهلاك (نسبة الطلب) ٢- الوقت الضروري للتوريد
- ✚ حد الطلب: نقطة طلب كميات جديدة من المخزون، وتكون عندها تكلفة وحدة التوريد وصيانة المخزون في حدودها الدنيا
- ✚ طرق تقدير الكمية الاقتصادية للطلب: ١- الجدولية (اختيار أحجام، حساب التكاليف، اختيار حجم التكلفة الأقل) ٢- البيانية
- ✚ متطلبات تخطيط الاحتياجات من المواد في المشروعات الصناعية: ١- تحديد الهيكل الفني للمنتج ٢- حساب المهل الزمنية (فترة التوريد) ٣- تخطيط الاحتياج المالي (الاحتياج* التكرار) ٤- تخطيط الاحتياج الصافي من المواد = (إجمالي الاحتياجات + المخصصات المحددة لإنتاج أوامر محددة في المستقبل) - (المخزون الفعلي + الكميات المخطط استلامها)

المحاضرة-١١ المشروعات الصغيرة الالكترونية

- ✚ رفع الكفاءة من خلال: ١- الوقت ٢- المحتوى ٣- الشكل
- ✚ المكونات الأساسية للاقتصاد الالكتروني:
 - ١- البنية التحتية: المعدات والأجهزة المادية والبرمجية، وشبكات الاتصال، وخدمات الاسناد , ورأس المال البشري
 - ٢- العمل الإلكتروني: (أ) عمليات تولد إنتاج (ب) توجه للزبون (ج) تتم داخل المنظمة
 - ٣- التجارة الالكترونية: أي عملية تستكمل على شبكة الحواسيب وتتضمن نقل ملكية وحقوق خاصة بالأموال
- ✚ اشكال التجارة الالكترونية: B2C, B2B, G2C, G2B
- ✚ مصطلح الأعمال الإلكترونية الأوسع والأعم وهو يضم بين طياته نشاط التجارة الالكترونية الى جانب أنشطة أخرى
- ✚ تساهم الأعمال الإلكترونية في تسويق الخدمات والمنتجات وتطويرها بدءاً من حياة المشروع وحتى اخر لحظة منها
- ✚ بناء موقع الكتروني (نماذج العائد): ١- كاتالوج الويب ٢- المحتوى الرقمي ٣- المدعم بالإعلان ٤- خليط مدعم لاشتراك الإعلان (مجلات وصحف) ٥- رسم على عملية جارية (سمسة) ٦- رسم على الخدمة (مباريات، نصيحة مالية هندسة طبية)
- ✚ تشغيل الموقع:
 - ١- تحديد مكان الاستضافة
 - ٢- اعتبارات بعد الانشاء: تحديث وتجديد الموقع ومحتوياته حتى يكون مثيراً وجذاباً - إضافة قيمة جديدة للموقع من خلال تقديم خدمات أو معلومات جديدة - توفير تطبيقات ووصلات توافق اهتمام العملاء مثل البورصة والأخبار المالية - سهولة حصول العملاء على الخدمة بسرعة وسهولة وإضفاء المتعة والإثارة بالصور والرسوم المتحركة - أن تمثل الوصلات المرجعية قيمة للعملاء - التأكد الدوري على الوصلات المرجعية وفاعليتها - الرد على تساؤلات العملاء - ضمان سرية معلومات العملاء
 - ٣- إدارة الموقع وتطويره. ومدير الموقع ينبغي أن ينسق جميع أعمال وأنشطة الموقع - التأكد من أن المعلومات تستهدف السوق - يهتم بالتفاصيل ولديه قدرة على متابعة العملية الإدارية والتعاون مع فريق العمل - متابعة زوار الموقع ومراقبة الوصلات المرجعية - عقد اجتماعات دورية مع الإدارات المختلفة لتطوير وتحديث الموقع
 - ٤- الإعلانات ... ٥- الموظف الافتراضي.

المحاضرة-١٢ التسعير

- ✚ تتأثر عملية التسعير بـ: ١- الأهداف العامة للمشروع ٢- الغاية من المنتج ٣- مرونة الأسعار ٤- وفرة الموارد وتنوع مصادرها
- ✚ المزيج التسويقي 4Ps: ١- السلعة ٢- السعر ٣- المكان ٤- الترويج
- ✚ استراتيجيات التسعير: ١- التحليل النفسي (الوضع بصورة عامة) ٢- الحد الأعلى ٣- مرونة السعر (+/-)
- ✚ متغيرات التسعير: ١- استراتيجيات السوق ٢- المزيج التسويقي ٣- تخمين الطلب ٤- كلفة السلعة ٥- عوامل بيئية ٦- أهداف فلسفة التسعير:

- ١- المستند إلى التكلفة: (أ) نسبة من الربح (ب) نسبة غير محددة (ج) الربح المخطط: ربح كلي وكلفة منتج
 - ٢- المستند إلى السعر التنافسي: (أ) كما يسعها المنافس (ب) تحديد السعر لتوسيع الزبائن (اختراق) (ج) حصة أوسع
 - ٣- المستند إلى الزبائن: (أ) استخدام السعر لدعم صورة المنتج (ب) تحديد السعر بهدف زيادة المبيعات
 - أخرى: *تحديد مدى سعري لجذب شريحة زبائن *تحديد سعر لزيادة المبيعات (خصم الكمية) *تسعير لحفظ مخزون
- ✚ نصائح لتسعيرة ناجحة: ١- كن مبدع ٢- استمع لزبائنك ٣- قم بواجبك ٤- اعتن بسجلتك ٥- اهتم بالاساسيات ٦- كن مرناً
- ✚ أن فهم الإطار الجغرافي والديمغرافي للسوق يندرج تحت إطار... تقسيم السوق

المحاضرة-١٣ الترويج والإعلان

- ✚ عناصر المزيج الترويجي: ١- الإعلان ٢- البيع الشخصي ٣- تنشيط المبيعات ٤- العلاقات العامة
- ✚ يؤثر الشراء على الترويج: ١- طبيعة المنتج (يروج نفسه نفسه) ٢- خبرة المشتري ٣- تعداد البدائل والمنافسة
- ✚ يؤثر الترويج على الشراء: ١- الوصول للمقررين ٢- لفت الانتباه ٣- الاهتمام بالمنتج ٤- الاقتناع وتقليل مخاطر قبل الشراء
- ✚ دفع المشتري للشراء ٦- تشجيع عملية تكرار الشراء
- ✚ الإعلان: عملية اتصال غير شخصي بين المعلن وجمهوره المستهدف عن طريق وسائل الاتصال العامة لتوصيل رسالة معينة بغرض التأثير فيهم نظير دفع أجر معين مع الإفصاح عن شخصية المعلن
- ✚ مراحل الإعلان: ١- الأهداف ٢- الاستراتيجية ٣- الرسالة ٤- الخطة ٥- الوسيلة ٦- تنفيذ الخطة ٧- تقييم الإعلان
- ✚ أهداف الإعلان: ١- تقدير النفقات اللازمة للإعلان ٢- توجه الإدارة نحو الاستراتيجيات والوسائل المناسبة لتحقيق الأهداف
- ✚ ٣- توجيه جهود وإمكانات المنشأة نحو تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية ٤- تستخدم الأهداف كأساس لقياس وتقييم الحملة
- ✚ صفات الأهداف: ١- محددة كمي ٢- تحديد الجماهير المستهدفة ٣- تحديد المستوى الذي عليه العوامل المطلوب تطويرها
- ✚ استراتيجيات الإعلان: ١- المحافظة ع السوق (حقائق) ٢- المحافظة (رمز) ٣- تغيير السوق (حقائق) ٤- تغييره (رمز)
- ✚ أهداف الرسالة: ١- تعريفية ٢- تعليمية ٣- تذكيرية
- ✚ مراحل الرسالة: ١- جذب انتباه ٢- إثارة اهتمام ٣- خلق الرغبة ٤- الاقتناع ٥- تغيير سلوك
- ✚ عناصر الرسالة: ١- تصميم الهيكل ٢- تحرير الرسالة ٣- الإخراج
- ✚ اختيار وسائل النشر: ١- تحديد الفئة (التلفزيون؟) ٢- تحديد النوع (أي قناة؟) ٣- موقع الرسالة في الوسيلة (متى ووين؟)
- ✚ وسائل تؤثر في اختيار وسائل النشر: ١- التوزيع ٢- الجمهور ٣- التكلفة ٤- تأثير الوسيلة
- ✚ أساليب تحديد موازنة الإعلان: ١- نسبة من المبيعات ٢- وفقاً للمنافسين ٣- تقدير شخصي ٤- طرق كمية ٥- تكلفة تحقيق الأهداف
- ✚ تقييم جودة الإعلان بتحقيق: (١- الانتباه ٢- الاهتمام ٣- الرغبة ٤- السلوك) للجمهور المستهدف من الإعلان

المحاضرة-١٤ المسؤولية الاجتماعية

- ✚ الأخلاق: مجموعة المبادئ والقيم التي تحكم سلوك الفرد فيما يتعلق بما هو صواب أو خطأ.
- ✚ السلوك الأخلاقي: السلوك الصائب والخيار السليم الملزم بالمبادئ الأخلاقية.
- ✚ المشكلة الأخلاقية: الموقف الذي يرتبط بخيارات سلوكية ينجم عنها عواقب سلبية يصعب معها التمييز بما هو صحيح وخطأ
- ✚ الأخلاقيات الإدارية: معايير أخلاقية توجه سلوك المدراء في العمل (المنظمة-العاملين، العاملون-المنظمة، المنظمة-أخرى)
- ✚ مداخل تفسير الأخلاق: ١- المنفعي ٢- الفردية ٣- الحقوق ٤- العدالة
- ✚ إشكاليات أخلاقية في العمل: ١- تضارب مصالح ٢- ثقة زبون ٣- تمييز ٤- تجاوز أو تحرش ٥- موارد المنظمة ٦- اتصالات
- ✚ العوامل المؤثرة في السلوك الأخلاقي: ١- الفرد (وتأثره العائلي وقيمه الدينية) ٢- المنظمة (الثقافة التنظيمية) ٣- البيئة

التدريب من أجل مشروع صغير أخلاقي:

التدريب الأخلاقي هو برامج تدريبية تهدف إلى مساعدة الأفراد على معرفة مختلف الجوانب الأخلاقية في قراراتهم.



- ✚ المسؤولية الاجتماعية للمنظمات، يعارضها ملتون فريدمان، ويؤيدها بأول ساملسون
- ✚ مجالات المسؤولية الاجتماعية: ١- أصحاب المصالح ٢- البيئة الطبيعية ٣- رفاة المجتمع بشكل عام
- ✚ استراتيجيات التعامل معها: ١- الممانعة أو عدم التبني ٢- الدفاعية ٣- التكيف (قبول) ٤- المبادرة الطوعية (تبني)
- ✚ الحاكمية المؤسسية: نظام للرقابة والفحص يحكم عمل منظمات الأعمال على أعلى المستويات. وفيه تحاول المنظمات إيجاد علاقات متوازنة لمصالح كافة الأطراف وخاصة المستثمرين والإدارة والعاملين
- ✚ المواطنة الصالحة: تصرفات مسؤولة من قبل منظمات الأعمال تجاه مختلف الأطراف وبما يراعي الواجبات بصورة شمولية وكأنها مواطن اعتيادي صالح