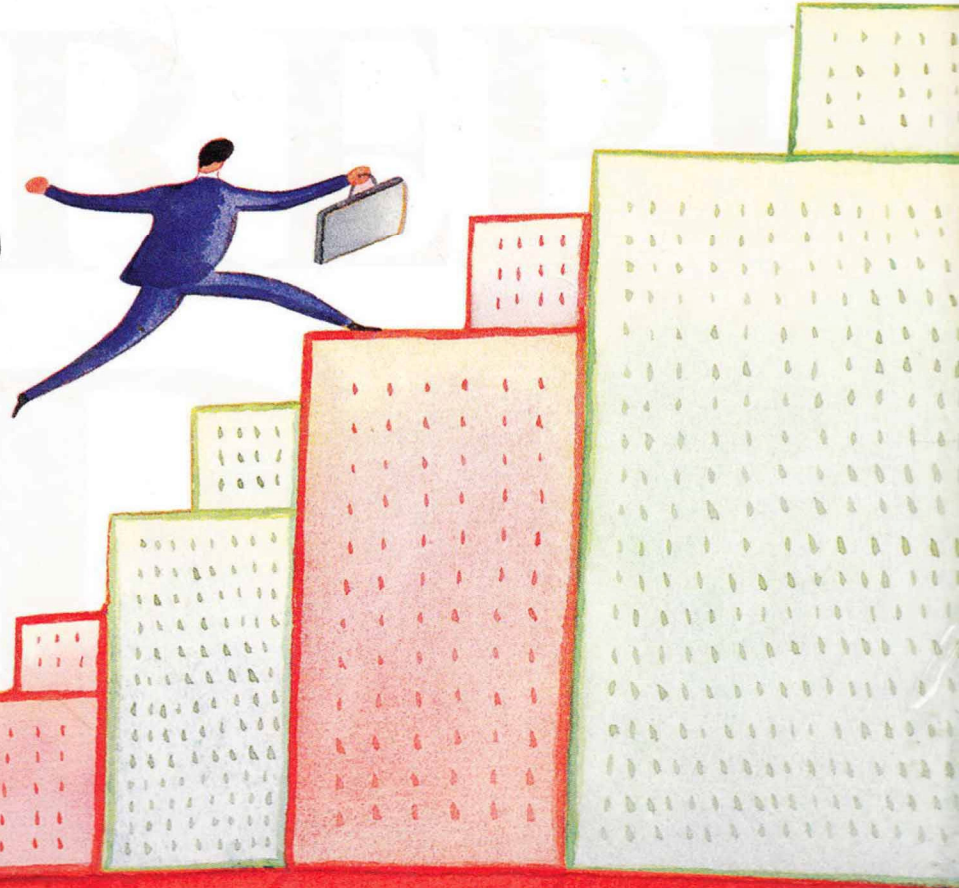


الريادة وإدارة منظمات الأعمال

ENTREPRENUERSHIP
AND BUISNESS
ORGANIZATIONS
MANAGEMENT

الدكتور بلال خلف السكارنة
كلية العلوم الإدارية والمالية / جامعة الإسراء



المحتويات

13	المقدمة
15	الفصل الأول (الريادة المفهوم والطبيعة)
17	1-1 الريادة (المفهوم والطبيعة)
18	2-1 الريادي
21	3-1 المنظمات الريادية
24	4-1 الريادة في ظل المنافسة الجديدة
26	5-1 المراحل والخصائص المتعلقة بالمنظمات الريادية
31	6-1 المهارات المطلوبة للريادة
33	7-1 العقلية الريادية
35	8-1 أسئلة للمناقشة
38	9-1 مراجع الفصل الأول
41	الفصل الثاني: (استراتيجيات الريادة)
43	1-2 استراتيجيات الريادة
47	2-2 الإبداع
48	1-2-2 خصائص الإبداع
50	2-2-2 الإبداع والريادة
52	3-2 الابتكار
56	1-3-2 نظام الابتكار والإبداع في المنظمات
61	4-2 التميز (التفرد)
65	5-2 أخذ المخاطر
68	6-2 المبادرة
74	7-2 أسئلة للمناقشة
77	8-2 مراجع الفصل الثاني

81	الفصل الثالث: (الريادة والمشاريع الصغيرة)
83	1-3 تمهيد
84	2-3 مفهوم المشاريع الصغيرة
88	3-3 دور القطاع العام والخاص في دعم المشروعات الصغيرة
91	4-3 تمويل المشاريع الصغيرة
92	5-3 أهمية المشروعات الصغيرة
94	6-3 خصائص المشاريع الصغيرة
94	7-3 تطوير المشاريع الصغيرة
95	8-3 الريادة والمشاريع الصغيرة
97	1-8-3 كيف تجعل مشروعك ناجحاً
98	2-8-3 عقلية الريادي
99	9-3 مراحل إنجاز المشاريع الصغيرة لتكون ريادية
101	1-9-3 مزايا الاستثمار في المشاريع الصغيرة
102	2-9-3 آلية الاستثمار في المشاريع الصغيرة
103	10-3 أسئلة للمناقشة
104	11-3 مراجع الفصل الثالث
109	الفصل الرابع: (خطة العمل)
111	1-4 مقدمة خطة العمل
112	2-4 تحضير خطة العمل
114	3-4 مكونات خطة العمل
119	4-4 تنفيذ خطة العمل
120	1-4-4 معايير مراجعة وتنفيذ الخطة
121	2-4-4 أسباب فشل خطة العمل
122	5-4 اختيار موقع المشروع

124	6-4 أهداف اختيار موقع المشروع
125	7-4 عوامل المفاضلة في اختيار موقع المشروع
130	8-4 الاتجاهات الحديثة في اختيار موقع المشروع
134	9-4 أسئلة للمناقشة
136	10-4 المراجع
137	الفصل الخامس: (الخططة التسويقية)
139	تمهيد
140	1-5 أهمية التسويق
141	2-5 المزايا التي يقدمها التسويق للمجتمع
141	3-5 المزيج التسويقي
142	4-5 السلعة
144	1-4-5 دورة حياة السلعة
145	2-4-5 الاستراتيجيات المتعلقة بالسلعة
146	5-5 السعر
147	1-5-5 أهمية وأهداف التسعير
149	2-5-5 العوامل المؤثرة على قرارات التسعير
150	3-5-5 استراتيجيات التسعير
151	6-5 الترويج
152	1-6-5 أهمية وأهداف الترويج
153	2-6-5 عناصر المزيج الترويجي
155	3-6-5 العوامل المؤثرة على اختيار المزيج الترويجي
156	4-6-5 العوامل المؤثرة على ترويج الخدمات
156	5-6-5 استراتيجيات الترويج
157	6-6-5 العوامل المؤثرة في تحديد استراتيجية المزيج الترويجي

157	7-5 التوزيع
158	1-7-5 أهمية التوزيع
159	2-7-5 مدى التوزيع ووظائفه
160	3-7-5 قنوات التوزيع
161	4-7-5 العوامل المؤثرة في اختيار القناة التوزيعية
161	5-7-5 طرق التوزيع
162	6-7-5 استراتيجيات قنوات التوزيع التنافسية
163	8-5 التسويق عن بعد
164	9-5 أثر اختيار الاستراتيجيات التسويقية على تطور منظمات الأعمال
167	10-5 أسئلة للمناقشة
170	11-5 مراجع الفصل الخامس
173	الفصل السادس (خطة العمليات)
176	1-6 مفهوم العمليات والإنتاج
178	2-6 العمليات
179	1-2-6 دورة حياة النشاط الإنتاجي
181	3-6 العملية الإدارية للعمليات والإنتاج
185	4-6 نظام العمليات والإنتاج
190	5-6 إدارة الإنتاج والعمليات في المنظمة
193	6-6 نشاطات إدارة الإنتاج والعمليات
197	7-6 التنظيم الرسمي لإدارة الإنتاج والعمليات
198	8-6 إدارة الإنتاج والعمليات في منظمات صناعة وتقديم الخدمة
201	9-6 الرقابة على الإنتاج
202	10-6 مراقبة الجودة
204	11-6 أسئلة للمراجعة

206	12-6 مراجع الفصل السادس
207	الفصل السابع (خطة التمويل)
209	1-7 مفهوم خطة التمويل
212	2-7 مصادر التمويل
214	3-7 أنواع القروض المصرفية
216	4-7 قرارات مصارف الإقراض
218	5-7 قروض إدارة الأعمال
220	6-7 قرارات التمويل
221	1-6-7 القرارات الاستثمارية
222	2-6-7 قرارات التمويل
225	3-6-7 قرارات إدارة رأس المال العامل
229	7-7 التخطيط المالي
230	1-7-7 التخطيط لعمليات التشغيل الجارية
233	2-7-7 التخطيط المالي طويل الأجل
238	8-8 أسئلة للمناقشة
240	9-7 مراجع الفصل السابع
241	الفصل الثامن (الريادة والأعمال الإلكترونية)
243	تمهيد
244	1-8 مفهوم الريادة والأعمال الإلكترونية
245	2-8 مفهوم الأعمال الإلكترونية
248	1-2-8 خصائص الأعمال الإلكترونية ومزاياها
250	2-2-8 مزايا الأعمال الإلكترونية
251	3-8 الانترنت والأعمال الإلكترونية
251	1-3-8 خدمات شبكة الأنترنت

255	4-8 الموقع الإلكتروني
255	1-4-8 تفرعات الشبكة المحلية
256	2-4-8 مميزات وعيوب الموقع الإلكتروني
257	1-2-4-8 مميزات الموقع الإلكتروني
257	2-2-4-8 عيوب الموقع الإلكتروني
258	3-4-8 البريد الإلكتروني والأعمال الإلكترونية
259	1-3-4-8 العوامل التي تحدد استخدام البريد الإلكتروني
260	5-8 معوقات تطبيق الأعمال الإلكترونية
267	6-8 أساليب تأهيل وتنمية الموارد البشرية لتطبيق الأعمال الإلكترونية
	1-6-8 الأساليب التقليدية في تأهيل وتنمية الموارد البشرية العربية في
268	المنظمات العربية
	2-6-8 الأساليب الحديثة في تنمية الموارد البشرية لتطبيق
269	الأعمال الإلكترونية
274	3-6-8 صعوبات تحول وظائف التدريب عبر الشبكات
275	7-8 مقترحات لتنمية الموارد البشرية لتطبيق الأعمال الإلكترونية
276	8-8 حالة دراسية (العمليات المالية والمصرفية عبر الانترنت)
277	1-8-8 نظام الصراف الآلي
277	2-8-8 بطاقة فيزا الإلكترونية
278	3-8-8 البنك الصوتي
278	4-8-8 خدمات البنك عبر الانترنت
	5-8-8 استثمارات وطلبات للتعليمات والخدمات المصرفية التي يمكن الحصول
279	عليها من خلال الموقع
280	9-8 أسئلة للمناقشة
283	10-8 مراجع الفصل الثامن

285	الفصل التاسع (الريادة والعملة)
287	1-9 مفهوم العملة
291	2-9 المنظمات الريادية والعملة
293	3-9 الريادة والعملة
293	1-3-9 المنظمات الريادية العالمية والمحلية
295	4-9 البعد الاستراتيجي للمنظمات الريادية العالمية
299	5-9 الأنماط المختلفة للمنظمات الريادية في الأعمال العالمية
302	6-9 الريادة العالمية والميزة التنافسية
307	7-9 المنظمات الريادية العالمية وتحقيق الميزة التنافسية
310	8-9 المنظمات الريادية والمدير العالمي
312	1-8-9 الإجراءات التي تقوم بها المنظمات العالمية لمساعدة مدراءها نحو العالمية
314	9-9 أسئلة للمناقشة
316	10-9 مراجع الفصل التاسع
319	الفصل العاشر (الريادة في الأردن)
321	تمهيد
322	1-10 أسباب ريادة الأعمال في الأردن
324	2-10 آلية تشجيع الاستثمار في الأردن
324	1-2-10 الحوافز المقدمة من خلال قانون تشجيع الاستثمار
329	3-10 القطاعات الإقتصادية الريادية في الأردن
330	1-3-10 أنواع القطاعات الاقتصادية والريادية
336	4-10 الريادة والاستثمار الأجنبي
336	1-4-10 العوامل التي تؤخذ في الاعتبار عند اتخاذ قرار الاستثمار
338	2-4-10 المشاكل والصعوبات التي تحد من جذب الاستثمار الأجنبي
338	5-10 الريادة والسياسات الحكومية

339	10-5-1 تحسين أداء القطاع العام
340	10-5-2 اتفاقيات التجارة الدولية
343	10-6 حالة دراسية (قطاع الاتصالات)
349	10-7 أسئلة للمناقشة
352	10-8 مراجع الفصل العاشر