

الوحدة الثانية

التسويق : هو عبارة عن مجموعة من العمليات والأنشطة التي تعمل على اكتشاف حاجات ورغبات العملاء لتطوير مجموعة من المنتجات لتلبية تلك الحاجات والرغبات.

البيع : هو عبارة عن مجموعة من العمليات أو الأنشطة التي تهدف إلى وضع الخطط والأساليب التي تساعد على تصريف المنتجات أو بيعها للعملاء.

البحوث التسويقية: هو نشاط يبدأ بتلمس احتياجات ورغبات العملاء بالإضافة إلى وصف الطريقة المناسبة لتلبية هذه الاحتياجات والرغبات.

السوق المستهدف: هو عبارة عن شريحة أو جزء من السوق الذي ينبغي أن تستهدفه جميع الجهود التسويقية للشركة حيث انه الشريحة المستهدفه لهم خصائص مشتركة أو صفات تميزهم عن غيرهم من بقية السكان او السوق.

المزيج التسويقي : هو خارطة الطريق للمشروع او خطوة من الخطوات للعمل على جلب الزبائن لشراء منتجاتنا سواء كانت خدمة أو سلعة
او : مجموعة من الوسائل التسويقية تستخدمها الشركة للوصول إلى الفئة المستهدفه وتقديم الأفضل لهم وكذلك تحقيق أهداف الشركة

الخطة التشغيلية : هي عبارة عن الأنشطة التي يتم من خلالها تحويل المدخلات الى مخرجات.

تكاليف التأسيس : هي التكاليف التي تدفع قبل بداية المشروع

التكاليف الثابتة: هي التكاليف التي لا تتأثر بعمليات الإنتاج أو التشغيل سوى انتجنا ام لم ننتج بغض النظر عن الزيادة او الانخفاض في حجم الإنتاج او التشغيل و عادة ما تكون ثابتة خلال السنة.

التكاليف متغيرة : هي التكاليف التي تتأثر بشكل مباشر بعمليات الإنتاج او التشغيل فتزداد في حالة زيادة الإنتاج والتشغيل و تنخفض في حالة انخفاض الإنتاج والتشغيل

الخطة المالية : هي عملية تقدير راس المال المطلوب للمشروع من خلال وضع السياسات المالية التي تتعلق بالاستثمار والأصول وإدارة النقد داخل المنظمة

الميزانية : هي قائمة مالية توضح كافة الأصول التي تمتلكها الشركة والتي تعتبر موارد تستخدمها الشركة في تقديم المنتج أو الخدمة

قائمة الدخل : هي عبارة عن كشف أو بيان يهدف إلى التعرف على إيرادات ومصروفات المنشأة خلال فترة زمنية معينة وذلك بهدف التوصل إلى نتيجة أعمال المنشأ من ربح أو خسارة.

قائمة التدفقات النقدية : هي قائمة مالية توضح الموقف النقدي للشركة ومصادر التدفقات النقدية في فترة زمنية معينة.

التمويل المطلوب للمشروع: هو الفرق بين رأس المال اللازم للبدء بالمشروع ورأس المال المتوفر مع صاحب المشروع فيحتاج إلى وسيلة تسمى التمويل

الوحدة الثالثة

خطة العمل : هي عبارة عن دراسة علمية منظمة توضع قبل التنفيذ الفعلي للمشروع بهدف تقدير احتمالات نجاح المشروع ويتم ذلك من خلال دراسة تسويقيه وتشغيلية ومالية وصولاً في النهاية إلى مساعدة الإدارة العليا في عملية دعم اتخاذ القرار السليم تجاه المشروع.

نموذج العمل التجاري: هو مجموعة من الخطوات التي تهدف الى بيان كيفية تحقيق قيمة مضافة للعملاء والاستفادة من ذلك في تحقيق أرباح المنشأة.

شرائح العملاء: المجموعات المختلفة من الناس أو المنشآت التي تستهدفها منشأة ما لتصل إليها وتقديم خدمة لها.

القيم المقترحة: حزمة المنتجات والخدمات التي تمثل قيمة لشريحة محددة من العملاء

القنوات : كيفية تواصل منشأة من المنشآت مع شرائح عملائها وتصل اليهم لتحقيق القيمة المقترحة.

العلاقات مع العملاء : أنواع العلاقات التي تؤسسها المنشأة مع شرائح محددة من العملاء

مصادر الإيرادات : هي المبالغ المالية النقدية التي تولدها المنشأة من أية شريحة من شرائح العملاء.

الموارد الرئيسية : اهم الأصول اللازمة لنجاح نموذج العمل التجاري.

الأنشطة الرئيسية : اهم الأشياء التي ينبغي للمنشأة القيام بها لانجاح نموذج العمل التجاري الخاص بها.

الشراكات الرئيسية : شبكة الموردين والشركة التي تساعد على نجاح نموذج العمل التجاري.

هيكل التكاليف : يبين جميع التكاليف الناجمة عن تشغيل نموذج معين للعمل التجاري.

البيئة الخارجية: هي العناصر والمتغيرات البيئية خارج المنظمة ذات العلاقة أو التأثير على المنظمة التي تشترك فيها المنظمة مع المنظمات الأخرى بالمجتمع عامة وفي مجالات العمل خاصة.

البيئة الخارجية العامة : هي العناصر و المتغيرات البيئية خارج المنظمة ذات العلاقة أو التأثير على المنظمة التي تشترك فيها المنظمة مع المنظمات الأخرى بالمجتمع

البيئة الخارجية الخاصة: هي العناصر والمتغيرات البيئية خارج المنظمة ذات العلاقة أو التأثير على المنظمة التي تشترك فيها مع المنظمات الأخرى في مجال العمل نفسه

المشروعون: هم وحدات تنظيمية لها قوة إصدار التشريعات والقوانين التي تحكم أداء المنظمات في بيئة الاعمال وكذلك الرقابة على أعمال المنظمات.

التكنولوجيا: الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية و تطبيقاتها وتطويرها في خدمة الإنسان ورفاهيته.

المكونات المادية : هي عبارة عن حواسيب واجهزة ملحقة ووسائل الاتصال لربط الحواسيب ببعضها و الهواتف والأجهزة الذكية

البرمجيات: تتألف برمجيات الحاسوب مجموعة من التعليمات و الأوامر بهدف السيطرة والتنسيق بين مكونات الأجهزة المادية في نظام المعلومات

شبكات الاتصال: هي الوسيلة المستخدمة لإرسال البيانات و المعلومات واستقبالها.

الموارد البشرية: تتمثل الموارد البشرية هي مجموعة من الأفراد والعاملين يمتلكون المهارات والخبرات إنجاز مهام المنظمة.

التجارة الإلكترونية: مجموعة عمليات والتوزيع والبيع والشراء وتسويق السلع والخدمات من خلال الوسائط الإلكترونية المتعددة

التسويق الإلكتروني: هو مجموعة العمليات والأنشطة التي يمارسها التسويق التقليدي لاكتشاف وإشباع حاجات ورغبات المستهلك من خلال طرق ووسائل إلكترونية حديثة مع استخدام آليات تقنية عصريه لتدعيم عناصر المزيج التسويقي

مهارة العرض: هي نشاط لنقل المعلومات أو الآراء أو الأفكار أو المقترحات من المرسل الى المستقبل