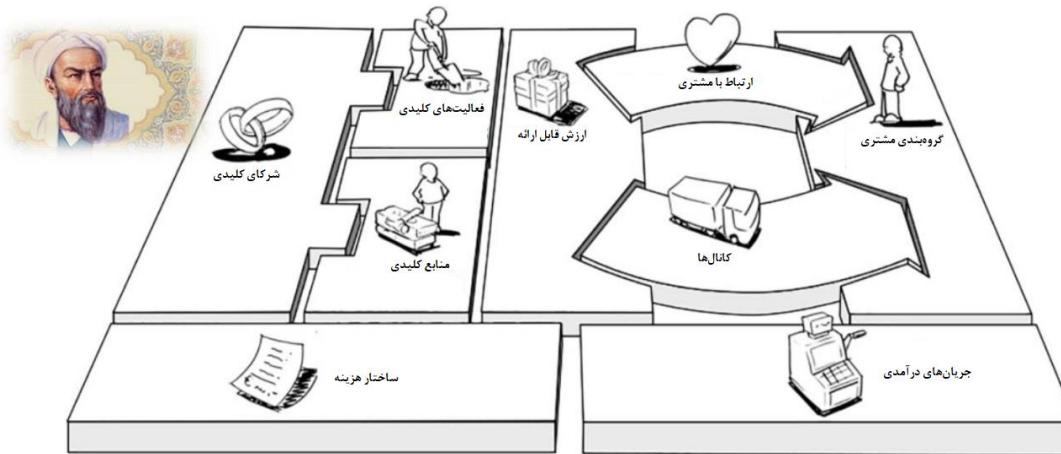


نمونه مدل کسبوکار طرح ناب یا Neo Academy Biruni Business Model - NAB Design



تهییه و تنظیم: پیمان مالکی



فهرست مطالب

7	مقدمه
7	مقدمه طرح و خلاصه اجرایی مدنظر
8	اهداف و چشم‌انداز طرح ناب
8	ارتباط شرکت ابویحان بیرونی با اهداف طرح ناب
10	اهداف و چشم‌انداز فراسازمانی طرح ناب
10	بررسی اکوسیستم و توصیف طرح ناب
12	کنگران
16	روش‌های تعاملی
17	محصولات
20	زیرساخت‌ها، سامانه‌ها و سیستم‌ها
25	کمیته‌ها
28	پرسنل
30	آنالیز بازار
35	خلاصه بررسی مالی طرح
38	ریسک‌ها و راه حل‌ها
41	بخش‌های مشتریان
45	ارزش‌های پیشنهادی
50	کانال‌های توزیع
52	ارتباط با مشتری
57	جریان‌های درآمدی
66	منابع کلیدی
70	فعالیت‌های کلیدی
78	مشارکت‌های کلیدی
79	ساختار و موارد هزینه‌ای
83	مدل کسب و کار
84	نتیجه گیری
85	پیوست‌ها

85	جدول بودجه.....
85	جدول هزینه اجاره آپارتمان
85	جدول هزینه خرید یک سامانه توسعه به عنوان زیرساخت توسعه.....
85	جدول هزینه پشتیبانی از سیستم مدیریت فرآیندها یا مدیریت قواعد.....
86	جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه مکتبدار
86	جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه کاردار
86	جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه ایده‌نگار
86	جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه کاسپکار
86	جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه کتابدار
86	جدول هزینه طراحی و توسعه زیرسیستم‌های درون سامانه مکتبدار
86	جدول هزینه طرح‌های ثانویه توسعه.....
87	جدول هزینه دستمزد پرسنل ستادی
87	جدول هزینه پاداش و سود حاصل از پیشنهادهای پرسنل به پرسنل
88	جدول هزینه دستمزد پرسنل عملیاتی
88	جدول هزینه بازپرداخت وام
89	جدول هزینه تدارکات و یا اجاره محل سمینارها.....
89	جدول هزینه تبلیغات
90	جدول هزینه پیش‌بینی نشده.....
90	جدول درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار
91	جدول درآمد حاصل از کمیسیون تحقیق پیمان‌نامه اجرای پروژه
91	جدول درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ آکادمی
92	جدول درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری
92	جدول درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه کار
93	جدول درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر
93	جدول درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن
94	جدول درآمد حاصل از جبران هزینه مشر مقاولات علمی
94	جدول درآمد حاصل از توسعه ثانویه کسب‌وکار
94	جدول درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان
94	جدول درآمد تخصیصی حاصل از بخشی از سود سال قبل (5 تا 100 درصد)
94	شناسنامه‌های شغلی پرسنل

94	کارشناس منابع انسانی
95	کارشناس روابط عمومی
96	کارشناس بازاریابی
96	کارشناس امور خلاقیت و نوآوری
97	کارشناس قراردادها
98	کارشناس مالی
98	کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی
99	مدیر آکادمی
99	کارشناس انفورماتیک
100	کارشناس تولید محتوى
100	فراداده محصولات
100	ارائه آموزش حضوری
101	نشر مقاله
102	پژوهه
102	ارائه مدرک
103	برگزاری مسابقه
103	برگزاری همایش
104	ارائه راه کار خلاقانه
104	معرفی فرصت‌شغلی
104	تولید و ارائه محتوا آموزشی
105	تامین نیروی کاری
106	شناسایی اسپانسر
106	تهیه رزومه
106	مرجع طراحی فرآیندهای سیستم
107	فرآیند تهیه فیلم آموزشی
108	فرآیند ورود و حضور متقاضی آموزش در کلاس آموزشی
109	فرآیند ورود و حضور مدرس در کلاس آموزشی
110	فرآیند دریافت عضویت سامانه مکتبداری
111	فرآیند ورود به سامانه مکتبداری
112	فرآیند تنظیم سرفصل‌های آموزشی دوره

113	فرآیند تنظیم آزمون
114	فرآیند دعوت به آزمون
115	فرآیند تصحیح آزمون.....
116	فرآیند ثبت‌نام انفرادی دوره.....
117	فرآیند معرفی شریک تجاری.....
118	فرآیند معرفی کاربر رابط شریک تجاری.....
119	فرآیند افزودن کاربر مرتبط با شریک تجاری
120	فرآیند ثبت‌نام گروهی در دوره
121	فرآیند ارزیابی مدرس
122	فرآیند تهیه گزارش برگزاری جلسات دوره.....
123	فرآیند ثبت حساب بانکی در پروفایل.....
124	فرآیند شناسایی و عقد قرارداد آموزش با مدرس
126	فرآیند شناسایی و عقد قرارداد مشارکت با شریک تجاری
128	فرآیند تعریف و ارائه نظرسنجی
129	فرآیند شرکت در نظرسنجی
130	فرآیند دریافت گزارش نظرسنجی
131	فرآیند دریافت عضویت سامانه ایده‌نگار
132	فرآیند پذیرش ایده.....
134	فرآیند بررسی ایده و جستجوی بین شرکای تجاری آکادمی
135	فرآیند معرفی ایده به شریک تجاری انتخاب شده
136	فرآیند برگزاری مناقصه محدود سرمایه‌گزاری برای ایده بین شرکای تجاری آکادمی
137	فرآیند تکمیل تفاهم‌نامه بین مالک ایده و برنده مناقصه محدود سرمایه‌گزاری
138	فرآیند دریافت موضوع مشکل یا مسئله از شریک تجاری آکادمی
139	فرآیند برگزاری مسابقه برای کشف راه حل رفع مشکل شریک تجاری آکادمی.....
140	فرآیند شرکت در مسابقه
141	فرآیند بررسی نتایج مسابقه در کمیته ارزیابی مسابقه
141	مرجع طراحی ساختارهای فرمال سیستم (داده‌های فرمال)
141	ساختار ایمیل‌ها یا پیام‌های فرآیند تهیه فیلم آموزشی
142	ساختار ایمیل‌ها یا پیام‌های فرآیند دریافت عضویت سامانه مکتب‌دار
142	ساختار ایمیل‌ها یا پیام‌های فرآیند ورود به سامانه مکتب‌دار

.....	ساختار فرمها یا موجودیت‌های کسبوکاری فرآیند تهیه فیلم آموزشی	142
.....	ساختار فرمها یا موجودیت‌های کسبوکاری فرآیند ورود و حضور متقاضی در کلاس	143
.....	ساختار فرمها یا موجودیت‌های کسبوکاری فرآیند ورود و حضور مدرس در کلاس	143
.....	ساختار فرمها یا موجودیت‌های کسبوکاری فرآیند دریافت عضویت سامانه مکتبدار	144
.....	ساختار فرمها یا موجودیت‌های کسبوکاری فرآیند ورود به سامانه مکتبدار	144
.....	مرجع طراحی موجودیت‌های داده‌ای فرآیند (داده‌های فرآیندی و سراسری)	145
.....	ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند تهیه فیلم آموزشی	145
.....	ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند ورود و حضور متقاضی در کلاس	145
.....	ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند ورود و حضور مدرس در کلاس	145
.....	ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند دریافت عضویت سامانه مکتبدار	145
.....	ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند ورود به سامانه مکتبدار	145
.....	مرجع طراحی سرویس‌های داده محور سیستم	146
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES1	146
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES2	146
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES3	146
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES4	146
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES5	147
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES6	147
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES7	147
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES8	148
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES9	148
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES10	148
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES11	149
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES12	149
.....	ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES13	149
.....	مرجع طراحی موجودیت‌های داده‌ای سیستم	149
.....	ساختار موجودیت داده BE1	149
.....	ساختار موجودیت داده BE2	149
.....	ساختار موجودیت داده BE3	149
.....	ساختار موجودیت داده BE4	149

149	ساختار موجودیت داده BE5
150	مرجع طراحی قواعد کسبوکاری و دستورات اجرایی
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT1
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT2
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT3
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT4
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT5
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT6
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT7
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT8
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT9
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT10
150	ساختار قاعده کسبوکاری DT11
151	مرجع طراحی سرویس‌های وبی سیستم
151	موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه مکتب‌دار
151	موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه ایده‌نگار
151	موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه کاسپیکار
151	موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه کاردار
152	موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه کتابدار

مقدمه طرح و خلاصه اجرایی مدنظر

روزی یکی از دوستانم روایت یک گردهمایی کوچک دوستانه بین همکاران خود را برای من تعریف می‌کرد. او می‌گفت که یکی از کسانی که در جلسه بود گفت: "در سال‌های اخیر، دنیای سایبر را تجربه می‌کنیم. پیش از حضور در هر بخش از این دنیای پر هیاهو و پر سرعت، وسایل و ابزارهای مورد نیاز در اختیار قرار خواهد گرفت. ابزارهایی که گاه بنا به نیاز ایجاد شده و سر انجام خود باعث تغییر و جهش فرهنگی و اجتماعی می‌شوند. کار با برخی از این ابزارها باعث شده که محققین و صاحبان صنایع و شرکت‌های مولد، در فکر ساده و قابل اعتماد کردن استفاده از این ابزارها باشند. با این نگرش بود که مفهومی به نام زیرساخت‌های توسعه، خلق شد. امروزه این روند تا جایی ادامه یافته که حتی توسعه این زیرساخت‌ها هم به روش ساده و در خود زیرساخت، امکان‌پذیر است."

در ادامه صحبت این شخص، شخص دیگری ادامه داد: "رقابت در بازارهای مختلف به قدری زیاد شده است که امروزه کسب‌وکارهایی موفق می‌شوند که بتوانند چندین بازار مختلف را به عنوان بازار هدف خود، مورد خطاب قرار دهند. همانطور که بازارهای کاری، پیچیده‌تر شده‌اند؛ رقابت در آنها از مرزهای مورد انتظار صاحبین صنایع هم، فراتر رفته است. امروزه، سرعت، مهارت و تعهد در اجرای پروژه‌ها از اولویت‌های صاحبان صنایع محسوب می‌شود. انتظارات کارفرمایان به شدت افزایش یافته است و در چنین بازار سنگینی، کنشگران باید قوی‌تر، داناتر و خلاق‌تر باشند."

پس از خاتمه صحبت این دوست عزیز، شخص دیگری با کمی مکس گفت: "ولی صداقت عنصر کمیابی شده است و در اکثر مواقع، اعتماد به ادعای هر شخص، تقریباً غیر ممکن است. تاریخ نشان داده است که ایده‌های خلاقانه، سنگ بنای اکثر کسب‌وکارهای موفق را تشکیل داده‌اند. از طرف دیگر سرقت‌های صنعتی نیز بازار گرمی دارند. در این بازار چند وجهی پرهیاهو، نیاز به یک مرجع قابل اعتماد و امن، بسیار احساس می‌شود."

در همین زمان بود که یکی از حضار گفت: "به نظر من چیزهایی که گفتید چالش اصلی نیست. ایجاد و ظهور علوم مختلف و افزایش سطح تبلور آنها چالش اصلی است و یادگیری به نیازی در سطح پدیده‌هایی مثل نفس کشیدن و یا رفع گشتنگی برای جوامع، تبدیل شده است."

همینجا بود که دوست من از نقل قول کردن دست برداشت و گفت: "ولی به نظر من درست است که یادگیری و آموزش، تضمین توسعه پایدار و همگون است ولی من اعتقاد دارم که هر توسعه‌ای نیز به ابزارهای مناسب خود احتیاج دارد. چیزی که این دوستان به آن توجه نکرده بودند این بود که حتی برای ارائه یک آموزش مناسب، باید ابزارهای مناسب هم داشته باشی. شما نمی‌توانی برای رفتن به اقیانوس از یک قایق کوچک پارویی استفاده کنی. اگر فرض کنیم که تجارت در دنیای امروز مثل رفتن به اقیانوس است برای رفتن به این اقیانوس باید یک کشتی مناسب داشته باشی. مثلاً اگر تا 20 سال پیش یک اتاق داشتی و با کمک یک تخته سیاه و کمی کچ تحریر، شروع به آموزش آدمها می‌کردی و آنها نیز چیزی یاد می‌گرفتند؛ به این دلیل بود که سطح دانش مورد آموزش، همین الزامات آموزشی را نیاز داشت؛ ولیکن امروزه با پیچیده‌تر شدن زندگی‌ها و سخت شدن کسب‌وکارها، نمی‌توان با این الگو اقدام به آموزش کرد. به اعتقاد من ابزارهای آموزشی و محیط‌های این کسب‌وکار خیلی تغییر کرده و فکر کنم امروزه هر کسب‌وکاری دیگه‌ای هم مثل سال‌های قبل، اداره نمی‌شه. به نظرم استفاده از یک زیرساخت توسعه برای هر کسب‌وکار موقفي، لازم است."

بحث من و دوستم مدتها داشت و بعد از هم جدا شدیم. من که مدتی بود پروژه‌ای برای طراحی مدل کسب‌وکاری یک آکادمی را در برنامه کاری خودم داشتم، از این گفته‌ها استفاده بهتری کردم و اکوسیستم کسب‌وکاری جدیدی را طراحی کردم که بتواند بخش زیادی از این مشکلات و چالش‌ها را پوشش دهد. به همین منظور، طرح پیشرو که "ناب" نام دارد بر اساس اصول طراحی یک کسب‌وکار، طراحی و ارائه شده است. در این طرح، ابتدا یک نمای کلی از اکوسیستم این کسب‌وکار شده است تا خوانندگان، قبل از درگیر شدن با جزئیات این طرح، یک نگرش کلی از طرح بدست آورند. در ادامه این سند، جزئیات طرح مورد نظر از منظر کسب‌وکاری در قالب الگوی بوم کسب‌وکار¹، ارائه شده است و در نهایت در بخش پیوست‌ها، جزئیات طراحی لایه‌های مختلف هر یک از سیستم‌های موجود در این کسب‌وکار شرح داده است. این طرح به گونه‌ای طراحی شده است که حذف هر بخش

از آن، ممکن است ریسک‌های جدیدی به آن اضافه نماید و امکان تحقق اهداف آن را کاهش دهد. به عبارت دیگر یکی از دققه‌های مولف این طرح این است که صاحبان آن به جزئیات مالی و اجرایی آن توجه کافی را ننمایند و به صورت انتخابی و یا تغییر یافته این طرح را اجرا نمایند. همچنین پیشنهاد می‌کنم که خوانندگان به این نکته توجه داشته باشند که این طرح با نگرش‌های معماری کسبوکار^۲، معماری سیستم^۳، معماری سازمان^۴ و معماری فرآیند^۵، طراحی و تهیه شده است.

ناب، جاده ناهموار توسعه صنعتی را به بزرگراهی از مبداء دانش به مقصد صنعت تبدیل می‌کند

اهداف و چشم‌انداز طرح ناب

به دلیل اینکه این طرح به درخواست شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی تهیه شده است؛ انتظار می‌رود که حداقل بتواند در راستای اهداف استراتژیک آن، فعالیت نموده و یا بتواند بخشی از نیازمندی‌های آن را مرتفع نماید. از طرف دیگر این طرح فارق از این حداقل توانایی‌های قابل تصور، انتظار دارد که به یک چشم‌انداز فراسازمانی نیز دسترسی پیدا نماید. در این بخش ابتدا به پشتیبانی اهداف این طرح از نیازهای سازمانی شرکت ابوریحان بیرونی می‌پردازیم و در ادامه سعی خواهیم کرد که اهداف و چشم‌انداز فراسازمانی این طرح را توصیف کنیم.

ارتباط شرکت ابوریحان بیرونی با اهداف طرح ناب

مطلوبی که در زیر مطالعه می‌فرمایید تلاش کوچکی است برای اینکه بتوان بخشی از نیازهای موجود در شرکت ابوریحان بیرونی را بیان کرده و ارتباط آنها را با اهداف و چشم‌انداز این طرح، معرفی نمود.

لیست زیر گوشاهی از نیازهای شناسایی شده شرکت ابوریحان بیرونی می‌باشد:

❖ آمده‌سازی سازمان برای پذیرش تغییرات ساختاری: همانطور که به نظر می‌رسد، منظور از تغییرات ساختاری، تغییراتی است که دانش و رفتار سازمان را تحت تاثیر قرار خواهد داد. سازمان‌هایی که بدنه اصلی مولد آنها با رفتارهای مشخصی تربیت شده‌اند و دانش آنها به مفاهیم سابق متکی است در مقابل این تغییرات به صورت خواسته یا ناخواسته و شاید ذاتی، مقاومت خواهند نمود. وجود یک سازمان آموزشی تخصصی و منسجم می‌تواند باعث تسهیل در خلق دانش سازمانی جدید و هدایت رفتارها به جهت ایجاد تغییرات رفتاری اساسی در رفتار سازمانی پرستی سازمان شود. به همین جهت است که مولف طرح ناب ادعا می‌کند که این آکادمی می‌تواند به عنوان یکی از احتمال‌ها و ابزارهای مناسب در راه ایجاد این تغییرات باشد.

² معماري کسبوکار، رشتاهی است که نماینده دیدگاه‌های کسبوکار کل‌نگر و چند بعدی از: قابلیت‌ها، ارائه کلیه ارزش‌های مورد نظر، اطلاعات و ساختار سازمانی؛ و روابط بین این دیدگاه‌ها و استراتژی‌های تجاری، محصولات، خط‌مشی‌ها، ابتكارات و ذینفعان می‌باشد. از منظر کاربرد، معماري کسبوکار پایی بین مدل کسبوکار سازمانی و استراتژی سازمانی از یک طرف و عملکرد تجاری شرکت از طرف دیگر ایجاد می‌کند.

³ معماري سیستم، مدل مفهومی است که ساختار، رفتار و سایر دیدگاه‌های یک سیستم را تعریف می‌کند. توصیف این نوع از معماري یک توصیف رسمی و نمایش یک سیستم است که به گونه‌ای سازماندهی شده است که استدلال در مورد ساختارها و رفتارهای سیستم را پشتیبانی می‌کند. یک معماري سیستم می‌تواند شامل اجزای سیستم و زیرسیستم‌های توسعه‌یافته باشد که برای پیاده‌سازی سیستم کلی با هم کار می‌کنند.

⁴ معماري سازمانی، یک رشتہ تحلیلی است که روش‌هایی را برای تعریف جامع، سازماندهی، استانداردسازی و مستندسازی ساختار و روابط متقابل یک سازمان از نظر برخی حوزه‌های کسبوکاری حیاتی (فیزیکی، سازمانی، فنی و غیره) که واحد مورد تجزیه و تحلیل را مشخص می‌کند، ارائه می‌دهد. هدف این نوع از معماري، ایجاد یک نماینده‌گی موثر از شرکت تجاری است که می‌تواند در تمام سطوح سرپرستی برای هدایت، بهینه‌سازی و تغییر کسبوکار در پاسخ به شرایط دنیای واقعی استفاده شود. این نوع از معماري برای ثبت روابط و تعاملات بین عناصر دامنه که توسط فرآیندها، توابع، برنامه‌ها، رویدادها، داده‌ها و فناوری‌های به کار رفته توضیح داده شده‌اند، استفاده می‌شود.

⁵ معماري فرآیند، طراحی ساختاری سیستم‌های فرآیندی است. در زمینه‌هایی مانند ریانه (نرم‌افزار، سخت‌افزار، شبکه‌ها و غیره)، فرآیندهای کسبوکاری (معماري سازمانی، خط‌مشی‌ها و رویه‌ها، تدارکات، مدیریت پروژه و غیره) و هر سیستم فرآیندی دیگری با درجات مختلف پیچیدگی کاربرد دارد. فرآیندها شامل ورودی‌ها، خروجی‌ها و انرژی مورد نیاز برای تبدیل ورودی‌ها به خروجی‌ها، هستند. استفاده از انرژی در طول تبدیل نیز مستلزم گذر زمان است.

❖ جلوگیری از هدر رفت سرمایه‌های مالی سازمان در جریان جذب نیروی انسانی: در اکثر مواقع، سازمان‌ها برای جذب نیروی انسانی متخصص با چالش‌های فراوانی روبرو هستند. شناسایی و استخدام افرادی که شرایط علمی یا تخصصی مناسب آن عنوان شغلی را داشته باشند؛ مشکل بزرگی است. این مشکل باعث شده است که اکثر سازمان‌ها برای گزینش افراد، فرآیندهای زمانگیر و پر هزینه‌ای را تهیه کنند. با این وجود؛ بازهم قسمتی از این تلاش‌ها با شکست مواجه می‌شود و بخشی از منابع سازمانی را به هدر می‌دهد. از آنجایی که شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی یک شرکت دانش بنیان است و شالوده این دسته از شرکت‌ها بر دانش و فناوری، بنا شده است؛ چنین متصور خواهیم بود که موضوع اصلی گزینش نیروهای سازمانی سطح دانش آنها است. تشخیص این سطح از دانش و ایجاد سازمانی برای ارتقاء این سطح دانش، یکی از ماموریت‌های شرکت ابوریحان بیرونی است.

وجود یک سازمان آموزشی تخصصی و منسجم که بتواند آزمون‌های مختلف موردنی برگزار نماید تا سطح دانش متقاضی کار را با سطح انتظار سازمان مطابقت دهد به همراه فرآیندهای دیگری که بتوانند سطوح مورد ادعای هر فرد مدعی را شناسایی و راستی انگاری نمایند، می‌تواند باعث کاهش هزینه‌ها و یا ریسک استخدام نیروی انسانی در سازمان شود.

❖ جلوگیری از خروج نیروی با ارزش سازمان: همانطور که از نامگذاری جدید واحد یا گروه منابع انسانی مشخص است؛ دیدگاه سازمان به این گروه تغییر کرده است. نامگذاری این گروه به واحد سرمایه انسانی، نشان می‌دهد که سازمان به پرسنل خود به دید سرمایه‌ای، نگاه می‌کند. همانطور که هر عقل سالمی چنین تصور می‌کند؛ هر شخصیتی تلاش خواهد نمود که سرمایه‌های خود را ابتدا حفظ نموده و در صورت توان، آنها را افزایش دهد. با توجه به اینکه منظور از سرمایه انسانی، فقط یک اسم و یا شخص و یا تفکر اجتماعی و یا اخلاقی خاصی نیست بلکه توانایی‌های این سرمایه در تحقق اهداف و یا حفظ جایگاه و یا وضعیت مورد نظر است؛ چنین به نظر می‌رسد که هر چه نیروهای متخصص از سازمان خارج شوند و همکاری خود را با شرکت ابوریحان بیرونی خاتمه دهنند در واقع سرمایه شرکت ابوریحان بیرونی را کاهش داده‌اند؛ باید تلاش شود که این سرمایه، همواره حفظ همکاری خود با شرکت را برای خود مزیت بداند.

در همین راستا است که وجود یک سازمان آموزشی تخصصی و منسجم که بتواند هم به سیستم ارزش‌یابی سازمان کمک کند، هم بتواند سطح دانش بدنی سازمان را افزایش دهد و هم بتواند یک راهکار برای ایجاد یک نظام پیشنهادات داشته باشد، می‌تواند باعث حفظ و استمرار همکاری سرمایه انسانی با سازمان شود.

❖ ایجاد تفکر نیاز به دانش سازمانی و خلق دانش در سازمان: زمانیکه از دانش سازمانی حرف به میان می‌آید؛ منظور آن بخش از اطلاعات در جریان کسب‌وکار یک سازمان است که برای بقای سازمان لازم است. برخلاف تصور عده کثیری از مردم، منظور از این دانش، فقط مفاهیم آکادمیکی مثل دانش متالوژی، دانش ریاضیات، کامپیوتر یا هر موضوع آکادمیکی که در دانشگاه تدریس می‌شود نیست بلکه روال‌ها، فرآیندها، استراتژی‌ها، ابزارها، تاریخچه‌ها، آینینامه‌ها، تکنینک‌ها و کلیه مواردی که ممکن است یک فرد از پرسنل یک کسب‌وکار برای انجام وظایف خود به آنها مراجعه کند نیز می‌باشد. از طرفی بخش اعظم این دانش در کسب‌وکار شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی، درون مغز پرسنل و یا فایل‌های روی کامپیوترهای شخصی آنها، پنهان شده است.

از آنجایی که انتقال این دانش از مغز پرسنل یا فایل‌های آنها به یک سیستم مدیریت دانش در یک سازمان می‌تواند با چالش‌ها و مقاومت‌های مختلف فردی و گروهی مواجه شود؛ استفاده از پتانسیل‌هایی که بتوانند تفکر دانش محور را در یک سازمان تقویت کنند، یک مزیت محسوب خواهد شد. به همین جهت به نظر می‌رسد که تحقق طرح ناب بتواند این پتانسیل را در اختیار شرکت ابوریحان بیرونی قراردهد.

❖ ایجاد محیط‌ها یا رفتارهای انگیزشی برای نیروی انسانی: یکی از کارهایی که می‌تواند در جلب رضایت سرمایه انسانی شرکت سهیم باشد، ایجاد یک محیط ارائه آموزش و یا تدریس برای پرسنل مستعد در شرکت می‌باشد. ایجاد چنین محیطی باعث می‌شود که فرد، هم از نظر مالی و هم از نظر معنوی به سطحی از رضایت دست یابد.

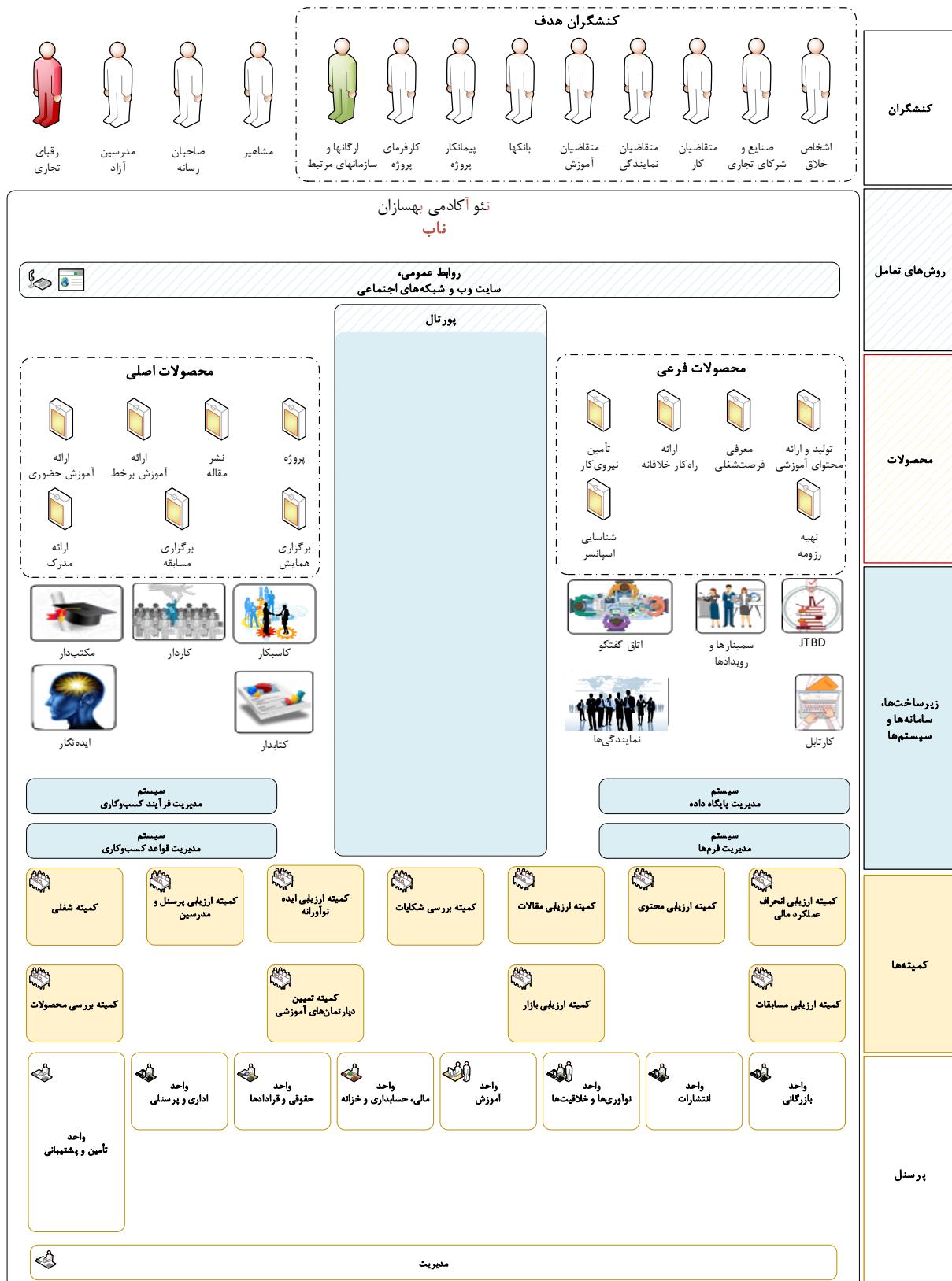
این طرح می‌تواند با ایجاد یک چنین محیطی به این موضوع بپردازد و آن را محقق نماید مضاف به اینکه این مدرسین هم سطح توقع مالی کمتری دارند و هم برای شرکت ابوریحان بیرونی و هم برای خود این طرح، مقررین به صرفه خواهد بود.

همانطور که در ادامه این طرح مطالعه خواهید نمود، متولیان این طرح اهداف اصلی خود را در شعار خود بیان کرده‌اند. به عبارت دیگر انتظار می‌رود که تحقق این طرح در آینده‌ای نه چندان دور باعث شود که کنشگرانی مثل مالکین ایده خلاقانه، صاحبین کسبوکارهای مختلف، کارفرمایان پروژه‌های کوچک و متوسط، متقدیان شغل، متقدیان آموزش، پیمانکاران پروژه‌های کوچک و متوسط، ارگان‌ها و سازمان‌های حاکمیتی و مدرسین آزاد بتوانند به ماهیت کسبوکاری این طرح، اعتماد کرده و بخش اعظمی از نیازهای ارزشی خود را در آن جستجو کنند.

بررسی اکوسیستم و توصیف طرح ناب

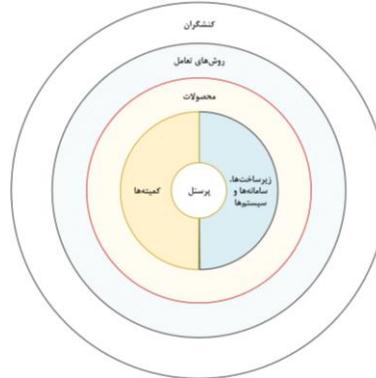
همانطور که جیمز مور⁶ مطرح کرد در دنیای اقتصاد امروز، هر کسبوکاری با مجموعه کثیری از کسبوکارهای دیگر در ارتباط خواهد بود که به این مجموعه به هم پیوسته و پیچیده یک اکوسیستم یا زیست‌بوم گفته می‌شود. در این بخش، اکوسیستم طرح کسبوکاری این آکادمی را بیشتر شرح خواهیم داد ولیکن ابتدا در تصویر زیر نمای کلی این اکوسیستم را مشاهده نمایید.

⁶ James F. Moore در مورد همکاری در سیستم‌های اجتماعی و اقتصادی مطالعه می‌کند. وی بیشتر به خاطر پیشگامی رویکرد اکوسیستم کسبوکار در مطالعه شبکه‌های سازمانی شناخته می‌شود که در مجموع یک سیستم پشتیبانی متقابل را تشکیل می‌دهند و مشارکت‌های مشترکی دارند. اکوسیستم کسبوکاری، نوعی سازمان متمایز از بازارها و شرکت‌ها است. ایشان استدلال می‌کنند که اکوسیستم کسبوکار یک واحد پایه‌ای برای تجزیه و تحلیل قانون رقابت، اقتصاد، جامعه شناسی و مدیریت است. از طرفی این استدلال یک مفهوم و واحد تجزیه و تحلیلی است که در استراتژی کسبوکاری و تجارت، لازم و مفید شناخته شده است.



شکل ۱ نمای کامل از اکوسیستم نشو آکادمی بیرونی

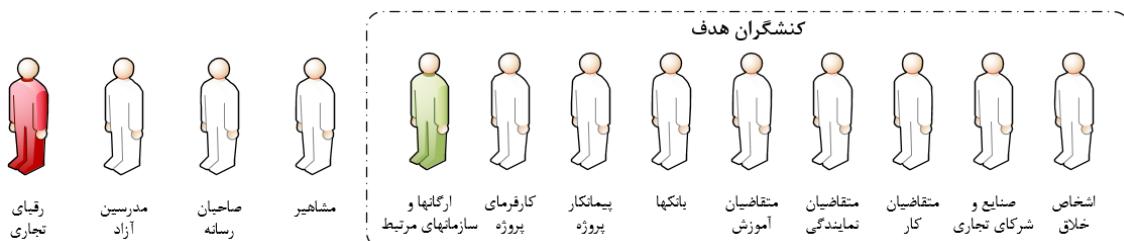
در ادامه برای آشنایی بیشتر با این اکوسیستم، موجودیت‌های تشکیل دهنده این اکوسیستم را معرفی می‌کنیم و سعی خواهیم کرد ارتباط هر یک از آنها را با سایر موجودیت‌های موجود در این اکوسیستم شرح دهیم. به همین منظور با توجه به نمای موضوعی این اکوسیستم که در زیر مشاهده می‌شود، ابتدا کنشگران را که خارجی‌ترین لایه هستند معرفی کرده و به تدریج لایه‌های داخلی‌تر را معرفی می‌نماییم.



شکل 2 نمای موضوعی اکوسیستم نئو‌آکادمی بیرونی

کنشگران

همانطور که در شکل 1 و شکل 2 مشاهده می‌شود، کنشگران دسته‌ای از موجودیت‌های این اکوسیستم هستند که در خارج از سازمان آن قرار دارند. این موجودیت‌ها همانطور که در شکل 3 مشاهده می‌شود از نظر مفهومی به سه دسته اصلی (موجودیت‌هایی با رنگ سفید، قرمز و سبز) تقسیم می‌شوند.



شکل 3 نمای دقیق‌تر از کنشگران

یکی از این کنشگران ، رقبای تجاری هستند که بیشتر در سطوح استراتژیک این کسب‌وکار با آنها سروکار داشته و آنها را مورد بررسی قرار خواهیم داد. برخلاف انتظار، این دسته از کنشگران فقط به آموزشگاه‌ها، دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها یا موسسات آموزشی محدود نمی‌شوند؛ بلکه مجموعه‌هایی مثل بنگاه‌های کاریابی، مراکز استعدادیابی و برخی موسساتی که در زمینه بازار کار و یا بازارهای بازرگانی یا صنعتی فعالیت دارند نیز مرتبط خواهند بود.

کسب‌وکار این آکادمی، همواره در حال مراقبت و بررسی وضعیت، رویدادها و فناوری‌های مختلف این دسته از کنشگران این اکوسیستم خواهد بود. به همین منظور بخش‌های سازمانی مختلفی از این کسب‌وکار باید در این وظیفه، نقش داشته باشند. از جمله این بخش‌ها می‌توان به واحد مدیریت و واحد ، اشاره کرد.

دسته دیگری از این کنشگران ، ارگانها و سازمانهای مرتبط هستند که نقش حاکمیتی خواهند داشت. از جمله این موارد می‌توان به قوه قضائیه، وزارت علوم تحقیقات و فناوری، وزارت کار و رفاه اجتماعی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت صنعت معدن و تجارت، سازمان استعدادهای درخشان، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، سازمان امور مالیاتی، سازمان تامین اجتماعی، سازمان فنی و حرفه‌ای ایران، سازمان نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، اتحادیه صنف فناوران رایانه و سایر اتحادیه‌های مرتبط با صنایع مختلف و برخی سازمان‌ها و ارگان‌های دیگر، اشاره نمود.

این دسته از کنشگران، یا متولی قواعد و قوانینی هستند که بازدارنده یا حمایت کننده این اکوسیستم خواهند بود یا در زمینه‌های مختلف، مسئول پاسخ‌گویی به تقاضاهای این کسبوکار هستند و یا می‌توانند به عنوان نقطه اتصال در بخش‌های مختلف این اکوسیستم عمل کنند.

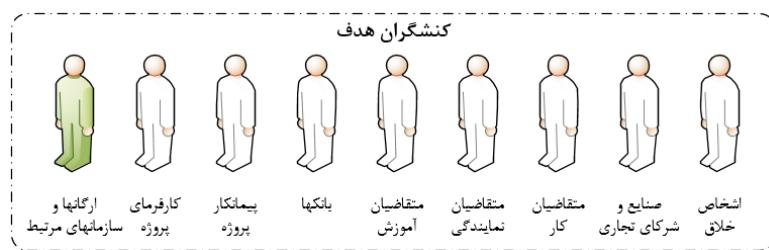
گروه اول این دسته از کنشگران، متولی قوانینی هستند که برخی از آنها بیشتر برای ما آشنا است مثل قانون حمایت از مالکیت معنوی، قوانین استخدامی کشوری، قوانین و مقررات آموزشی، قوانین و مقررات حاکم بر قراردادهای پیمانکاری، قوانین حاکم بر فعالیت‌های اقتصادی مثل قوانین کار و یا امور مالیاتی و دهه‌ها قانون دیگر. به طور مستقیم و یا غیر مستقیم این کنشگران با واحد حقوقی و قراردادها و واحد مالی در سازمان این آکادمی ارتباط خواهند داشت. به عبارت دیگر این واحدها در این آکادمی باید بتوانند ارتباط موثر و مداومی با این کنشگران داشته باشند.

گروه دیگری از این دسته از کنشگران، مسئول پاسخ‌گویی به برخی از درخواست‌های این کسبوکار خواهند بود. برای مثال می‌توان به قوه قضائیه، وزارت علوم تحقیقات و فناوری، وزارت آموزش و پرورش، سازمان امور مالیاتی، سازمان فنی و حرفه‌ای ایران، سازمان نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران و پلیس اماکن، اشاره کرد. برخی از این درخواست‌ها شامل، درخواست دریافت مجوز فعالیت آموزشی، درخواست دریافت مجوز برگزاری سمینار، درخواست ثبت مالکیت معنوی ایده یا برنز تجاری، درخواست حضور در نمایشگاه‌های مختلف، درخواست انجام حسابرسی و ممیزی مالیاتی، درخواست دادرسی، درخواست دریافت وام و دهه‌ها درخواست دیگر خواهند بود. به طور مستقیم و یا غیر مستقیم این کنشگران با واحد حقوقی و قراردادها، واحد مالی، حسابداری و خزانه و واحد بازرگانی در سازمان این آکادمی ارتباط خواهند داشت. به عبارت دیگر این واحدها در این آکادمی باید بتوانند ارتباط موثر و مداومی با این کنشگران داشته باشد.

آخرین گروه از این دسته از کنشگران، نقطه اتصال بین بخش‌های مختلف این اکوسیستم خواهند بود. برای مثال می‌توان به وزارت کار و رفاه اجتماعی، وزارت صنعت معدن و تجارت، سازمان استعدادهای درخشان، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، اتحادیه صنف فناوران رایانه و سایر اتحادیه‌های مرتبط با صنایع مختلف، اشاره کرد.

فارغ از کلیه توضیحات بالا این کنشگران می‌توانند از منظر بازارهای بالقوه این آکادمی نیز ارزشمند باشند. البته وظیفه شناسایی، تعامل و ترغیب این کنشگران به استفاده از محصولات این کسبوکار به عهده واحد بازرگانی و واحد مدیریت، می‌باشد.

دسته آخر این کنشگران ، مجموعه‌ای از کنشگران مختلف هستند که باید به صورت مجزا هر یک معرفی شوند. از طرف دیگر عده‌ای از این کنشگران در گروه کنشگران هدف، قرار می‌گیرند به همین دلیل این کنشگران به شکل لیست زیر نیز معرفی می‌شوند:



شکل ۴ نمای از کنشگران کنشگران هدف

- بانکها: کنشگرانی هستند که نقش بسیار موثری در تامین نیازهای اولیه مالی این کسبوکار به عهده دارند. از طرف دیگر این کنشگران به عنوان سرمدaran یک صنعت (صنعت بانکداری) می‌توانند یکی از بازارهای بالقوه این آکادمی نیز باشند. با توجه به اینکه این طرح در خصوص یکی از زیر مجموعه‌های شرکت ابوریحان بیرونی می‌باشد؛ به نظر می‌رسد این کنشگران، بازار اصلی این کسبوکار در اکوسیستم مورد نظر باشند. جلب تفاهم و یا ترغیب این کنشگران برای استفاده از محصولات این کسبوکار به عهده واحد بازرگانی و واحد مدیریت، می‌باشد و برای

تامین مالی توسط این کنشگران، واحد مالی حسابداری و خزانه، واحد اداری و پرسنلی، واحد حقوقی و قراردادها و واحد مدیریت درگیر خواهد بود.

متقاضیان نمایندگی: کنشگرانی هستند که می‌توانند ارائه برخی از محصولات این کسبوکار را نمایندگی کنند و به عبارت دیگر در گروه کنشگران هدف این کسبوکار محسوب می‌شوند. البته قابل ذکر است که این محصولات در گروه محصولات اصلی و کلیدی این کسبوکار خواهند بود. قاعده‌تا این کنشگران برای نمایندگی، باید با این کسبوکار قرارداد نمایندگی منعقد نمایند و از طرف دیگر باید بتوانند ارزشمند بودن خود را نیز برای این کسبوکار ثابت کنند. یکی دیگر از شاخص‌هایی که این کنشگران باید داشته باشند، سطح پوشش فعالیت آنها است. ارتباط و تعامل با این کنشگران یا به واسطه درخواست دریافت شده توسط واحد بازرگانی، فعال می‌شود و یا بنا به شناسایی، ارزشیابی و نیازسنجی همین واحد، آغاز می‌گردد. در این مقطع این کنشگران در وضعیت متقاضیان کاندید نمایندگی قرار خواهند داشت. در نهایت پس از توافق اولیه برای اعطای نمایندگی به متقاضی نمایندگی، این واحد حقوقی و قراردادها است که سایر موارد قانونی و حقوقی آن را نهایی می‌کند و به امضاء واحد مدیریت می‌رساند. در این مقطع نیز این کنشگران در وضعیت نماینده فعال قرار خواهند گرفت. قابل ذکر است، برخلاف اینکه تصور می‌شود واحد آموزش نیز باید برای کسب اطمینان از کیفیت آموزشی قابل ارائه در این فرآیند، نقشی داشته باشد؛ ولیکن با توجه به اینکه محصولات اصلی این کسبوکار در گروه محصولات قابل نمایندگی نیستند، این واحد نقشی در این فرآیند خواهد داشت.

متقاضیان آموزش: این متقاضیان، اصلی‌ترین کنشگر این کسبوکار هستند و انتظار می‌رود که بخش اعظم ارزش کسب شده از این کسبوکار، توسط این کنشگران حاصل شود. این کنشگران دارای وضعیت‌های مختلفی خواهند بود. وضعیت ابتدایی این کنشگر، وضعیت متقاضی بالقوه، است. وظیفه کشف این کنشگران که منجر می‌شود آنها به وضعیت متقاضی بالقوه بروند به عهده واحد بازرگانی است. پس از اینکه این کنشگران شناسایی شدند، این واحد بازرگانی و واحد آموزش است که با تغییر و تعامل با این کنشگران، آنها را به وضعیت متقاضی کاندید برساند. در ادامه، این کنشگر به وضعیت متقاضی ثبت‌نام‌شده خواهد رفت. این وضعیت، وضعیتی است که واحد آموزش و واحد مالی حسابداری و خزانه به اتفاق هم، عمل ثبت‌نام متقاضی را مدیریت می‌کنند. پس از خاتمه عملیات ثبت‌نام، این کنشگر به وضعیت دانش‌پذیر می‌رود. در این مرحله متقاضی آموزش فقط با واحد آموزش در حال تعامل خواهد بود. در نهایت این کنشگر به وضعیت پذیرفته‌شده یا مردودشده خواهد رفت. این کنشگران چنانچه در این وضعیت قرار گیرند، با واحد آموزش و یا واحد مدیریت این کسبوکار در تعامل خواهند بود. این کنشگران می‌توانند به صورت گروهی و یا منفرد، به وضعیت متقاضی کاندید، متقاضی ثبت‌نام‌شده و دانش‌پذیر بروند ولیکن قطعاً به صورت منفرد به وضعیت پذیرفته‌شده یا مردودشده خواهند رفت. این کنشگران (متقاضیان آموزش) می‌توانند به انواع دیگر کنشگران این کسبوکار تبدیل شوند. فرض بر این است که این کنشگران بتوانند به متقاضیان کار، اشخاص خلاق یا پیمانکاران پژوه تبدیل شوند تا همچنان در این اکوسیستم باقی بمانند. در ادامه این سه کنشگر اخیر را شرح خواهیم داد.

متقاضیان کار: این دسته از کنشگران، اشخاصی هستند که پس از ارائه درخواست تشکیل رزومه حرفه‌ای، مدارک و مستندات خود را به این کسبوکار ارائه می‌نمایند و مانند متقاضیان آموزش می‌توانند وضعیت‌های مختلفی داشته باشند. اولین وضعیت، وضعیت متقاضی بالقوه می‌باشد. فرض بر این است که کلیه متقاضیان آموزشی که در وضعیت پذیرفته‌شده قرار دارند، در وضعیت متقاضی بالقوه برای این کنشگر خواهند بود. چنانچه این کنشگران (متقاضیان کار)، درخواست تهیه رزومه حرفی را به واحد بازرگانی و یا هر یک از نمایندگی‌های این کسبوکار داده باشند، در وضعیت متقاضی کاندید قرار خواهند گرفت. در این مرحله است که واحد بازرگانی این متقاضیان را پس از ارزیابی رزومه به صنایع و شرکای تجاری این کسبوکار معرفی می‌نماید و این متقاضیان به وضعیت معرفی‌شده خواهند رفت. چنانچه این متقاضیان موفق به توافق با نماینده صنعت و یا شریک تجاری این کسبوکار شوند به وضعیت استخدام‌شده خواهند رفت.

اشخاص خلاق: این کنشگران از حساس‌ترین کنشگران این اکوسیستم هستند. این کسبوکار در ارتباط با این کنشگران از تمرکز، دقت و صبر و حوصله فراوانی استفاده خواهد نمود. مانند متقاضیان کار، در خصوص این کنشگران نیز فرض بر این است که کلیه متقاضیان آموزشی که در وضعیت پذیرفته‌شده قرار دارند، می‌توانند در وضعیت ارائه‌کننده بالقوه ایده باشند. چنانچه این کنشگران، ایده خاصی را به واحد نوآوری و خلاقیت‌های این کسبوکار معرفی نمایند در وضعیت ارائه‌کننده ایده قرار خواهند گرفت. کمیته ارزیابی / ایده نوآوران، ایده‌های رسیده را بررسی

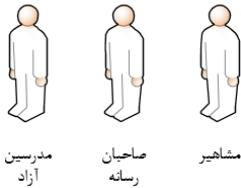
می‌کند و در صورتیکه ایده مورد نظر قابل ارائه باشد، این کنشگر در وضعیت ایده کاندید قرار می‌گیرد. این ایده در مسیر خود به مسابقه یا مناقصه خواهد رسید که در صورت موفقیت در هر یک از آنها، واحد حقوقی و قراردادها و واحد مالی حسابداری و خزانه و مدیریت کلیه امور مربوط به ادامه فرآیند کار را دنبال می‌کنند و کنشگر صاحب آن ایده در وضعیت ایده موفق قرار خواهد گرفت و در صورت عدم موفقیت، فرآیندی ادامه نخواهد یافت و کنشگر صاحب آن ایده در وضعیت ایده مردود قرار می‌گیرد.

• **پیمانکار پروژه:** این دسته از کنشگران، اشخاصی هستند که پس از ارائه درخواست تشکیل رزومه حرفای، مدارک و مستندات خود را به این کسبوکار ارائه می‌نمایند و مانند متقاضیان آموزش می‌توانند وضعیت‌های مختلفی داشته باشند. اولین وضعیت، وضعیت پیمانکار بالقوه می‌باشد. فرض بر این است که کلیه متقاضیان آموزشی که در وضعیت پذیرفته شده قرار دارند، در وضعیت پیمانکار بالقوه برای این کنشگر خواهند بود. چنانچه این کنشگران (پیمانکاران پروژه)، درخواست تهیه رزومه حرفی را به واحد بازرگانی و یا هر یک از نمایندگی‌های این کسبوکار داده باشند، در وضعیت پیمانکار کاندید قرار خواهند گرفت. در این مرحله است که مشاهده پروژه‌های برونو سپاری شده برای این کنشگران امکان پذیر می‌شود. چنانچه این پیمانکاران با کارفرمایی در مورد پروژه برونو سپاری شده‌ای به نتیجه برسند و تفاهم‌نامه‌ای بین آنها منعقد شود این کنشگران به وضعیت پیمانکار مجری خواهند رفت. چنانچه این پیمانکاران موفق به خاتمه پروژه مورد نظر شوند و یا به هر دلیلی تفاهم‌نامه مورد نظر مختصه اعلام شود این کنشگر به وضعیت پیماکار کاندید بازخواهد گشت.

• **صنایع و شرکای تجاری:** این کنشگران، قسمتی از این اکوسیستم هستند که باید با دید B2B به آنها نگاه شود. همانطور که در بخش ریسک‌ها و راه‌حل‌ها بیان شده است؛ شناسایی و ترغیب این کنشگران برای همکاری با این کسبوکار یکی از چالش‌های بزرگ این کسبوکار خواهد بود. همانطور که به نظر می‌رسد، این کنشگران به طور کلی می‌توانند شرکت تجاری یا صنعتی، ارگان یا سازمان و یا حتی برخی از موسسات آموزشی باشند. این کنشگران نیز مانند سایر کنشگرانی که در گروه کنشگران هدف قرار می‌گیرند، دارای وضعیت‌های مختلفی خواهند بود. وضعیت ابتدایی این کنشگر، وضعیت شریک بالقوه، است. وظیفه کشف این کنشگران که منجر می‌شود آنها به وضعیت شریک بالقوه بروند به عهده واحد بازرگانی است. پس از اینکه این کنشگران شناسایی شدند، این واحد بازرگانی و مدیریت است که با ترغیب و تعامل با این کنشگران، آنها را به وضعیت شریک کاندید برساند. در ادامه، این کنشگر پس از توافق به وضعیت شریک تجاری خواهد رفت و در صورتیکه توافقی بین اوی و این کسبوکار، حاصل نشود؛ چنانچه تمایل داشته باشند که کار خود با این اکوسیستم را به صورت محدود ادامه دهند، به وضعیت کارفرمای بالقوه خواهد رفت و چنانچه این وضعیت را نپذیرد به وضعیت شریک سوخته می‌رود. قابل ذکر است که این توافق حتماً به واسطه واحد حقوقی و قراردادها محقق می‌شود. چنانچه این کنشگر در وضعیت شریک تجاری قرار گیرد؛ می‌تواند وضعیت‌های مختلف دیگری را نیز بدستاورد. به طور مثال در خصوص محصول تامین نیروی کار می‌تواند در وضعیت متقاضی بالقوه نیروی کار قرار بگیرد. و یا در خصوص محصول ارائه راه‌کار خلاقانه می‌تواند در وضعیت مناقصه‌گر بالقوه یا اسپانسر منتخب باشد. و شاید در خصوص محصول شناسایی اسپانسر می‌تواند در وضعیت اسپانسر بالقوه باشد.

• **کارفرمای پروژه:** این دسته از کنشگران، بخشی از کنشگران هستند که این اکوسیستم یا آنها را به عنوان یک شریک بالقوه شناسایی کرده ولی ایشان علاقه‌ای به شرارت با این اکوسیستم ندارند یا به صورت مستقیم یا به نیاز خود در این اکوسیستم عضو شده تا بتوانند پروژه‌های برونو سپاری خود را در سامانه کاسپیکار ارائه نمایند. این اشخاص چنانچه تمایل داشته باشند که کار خود با این اکوسیستم را به صورت ارائه پروژه ادامه دهند، به وضعیت کارفرمای بالقوه خواهد رفت این اشخاص پس از ارائه پروژه برونو سپاری خود در سامانه کاسپیکار به وضعیت کارفرمای کاندید می‌رسند. چنانچه پروژه مورد نظر ایشان توسط یک کنشگر از کنشگران پیمانکار پروژه در حال اجرا باشد؛ ایشان به وضعیت کارفرمای پیمان خواهد رفت. زمانیکه محصول پروژه مورد نظر به ایشان تحویل شد و پیمان مورد نظر خاتمه یافت، ایشان مجدد به وضعیت کارفرمای بالقوه خواهد رفت.

فارغ از کنشگرانی که در گروه کنشگران هدف قرار می‌گیرند کنشگران دیگری نیز از همین نوع وجود دارند که به آنها کنشگران آزاد گفته می‌شود. این کنشگران به شکل لیست زیر نیز معرفی می‌شوند:



شکل ۵ نمایی از کنشگران آزاد

- **صاحبان رسانه:** کنشگرانی هستند که در سطوح مختلف اجتماعی و جغرافیایی میزان تاثیرگذاری مختلفی بر روی سایر کنشگران این اکوسیستم خواهند داشت. برخی از این رسانه‌ها برای ما آشناترند و برخی دیگر یا جدیدترند و یا در نظر ما با مقبولیت کمتری مواجه هستند. از طرف دیگر این رسانه‌ها از نظر بستر محتوایی می‌توانند به تقسیماتی مانند رسانه‌های کاغذی، شنیداری، دیداری و دیداری-شنیداری طبقه‌بندی شوند و یا با توجه به شاخصه تعامل پذیری به دو دسته رسانه‌های تعاملی و غیرتعاملی تقسیم شوند. فارغ از همه این تقسیم‌بندی‌ها از مهمترین رسانه‌ها، می‌توان به شبکه‌های تصویری تلویزیونی عمومی و یا اختصاصی اشاره داشت که می‌توانند در زمینه‌های مختلفی به بازار این کسب‌وکار کمک کنند. برای نمونه می‌توان به شبکه‌های صوتی و تصویری رسانه ملی و یا از برخی از امکانات عمومی مشابه، مثل راهنمایی برخی شبکه‌های تصویری در برخی سایتها مانند آپارات یا YouTube اشاره نمود و یا در خصوص رسانه‌های کاغذی می‌توان به برخی مجلات تخصصی در زمینه مدیریت و یا فناوری اشاره کرد. همچنین می‌توان در زمینه رسانه‌های دیداری به تابلوهای تبلیغاتی سطح شهر نیز اشاره کرد و یا از منظر رسانه‌های تعاملی می‌توان به Instagram، WhatsApp، Twitter، LinkedIn و Telegram اشاره نمود. خوراک این رسانه‌ها در اغلب مواقع، آگهی‌های تبلیغاتی، مستندات تجاری معرفی محصولات و یا گزارش خبری خواهد بود که وظیفه تهیه آنها به عهده کمیته ارزیابی محتوی و واحد بازرگانی خواهد بود. به طور مستقیم و یا غیر مستقیم این کنشگران با واحدهای ذکر شده در سازمان این آکادمی ارتباط خواهند داشت. به عبارت دیگر این واحدها در این آکادمی باید بتوانند ارتباط موثر و مداومی با رسانه‌ها داشته باشد.
- **مشاهیر:** کنشگرانی هستند که به نوبه خود در یکی از موجودیت‌هایی که درون این اکوسیستم قرار می‌گیرند، فعالیت داشته‌اند و یا فعالیت دارند و توسط بخش اعظمی از جمیعت فعال در آن موجودیت، شناخته شده هستند. این کنشگران در تولید امواج فکری و اجتماعی تاثیر بسیار زیادی دارند. این امواج هم می‌توانند بازارهای رقایی این کسب‌وکار را در اکوسیستم خود بهبود دهند و هم می‌توانند مانند یک سپر در زمان وجود بحرازن به کمک آن بستابند. جلب تفاهم و یا ترغیب این کنشگران برای همکاری با این کسب‌وکار به عهده واحد بازرگانی و مدیریت، می‌باشد.
- **مدرسین آزاد:** کنشگرانی هستند که در یک شاخه مفهومی، تکنیکی و یا مدیریتی و شاید بتوان در یک کلام گفت: در یک شاخه علمی، متخصص محسوب شده و از روش‌های تدریس نیز آگاهی دارند. این کنشگران باید توسط واحد بازرگانی و واحد آموزش مورد شناسایی قرار گیرند. این کنشگران ممکن است به صورت موردنی، بازه زمانی و یا دائمی با این آکادمی همکاری داشته باشند به همین دلیل فرض بر این است که تنها کاربر این کسب‌وکار هستند که هم از منظر درون سازمانی و هم از منظر یک کنشگر بیرونی باید مورد ارزیابی قرار گیرند. این ارزیابی‌ها (ارزیابی سازمانی، ارزیابی خارجی) در بخش کمیته ارزیابی پرسنل و مدرسین و بخش کمیته ارزیابی بازار صورت می‌پذیرد. شاید به نظر برسد که این کنشگران، باید در گروه کنشگران هدف قرار بگیرند ولیکن با توجه به اینکه بازار هدف محلی برای ارائه محصول به مقاضی محصول است؛ این کنشگران در گروه کنشگران هدف قرار نخواهند گرفت.

روش‌های تعاملی

همانطور که در شکل 1 و شکل 2 مشاهده می‌شود، روش‌های تعاملی دسته‌ای از موجودیت‌های این اکوسیستم هستند که در درون سازمان آن قرار دارند و لیکن می‌توان به آنها درگاه و یا رابط بین موجودیت‌های درونی و بیرونی سازمان نیز گفت شود. این موجودیت‌ها به سه دسته اصلی (روابط عمومی، سایت وب و شبکه‌های اجتماعی) و یک دسته فرعی (پورتال) تقسیم می‌شوند.

هر کسبوکاری نیاز به روش و یا ابزار تعامل با کشگران و موجودیت‌های درون اکوسیستم خود دارد. در دنیای امروز استفاده از ابزارها و روش‌های مختلف و در برخی مواقع استفاده از روش‌های ترکیبی و یا سازگار و همگون، می‌تواند یک مزیت رقابتی محسوب شود. هر روش و یا ابزار تعاملی، کاربران، مخاطبین و علاقهمندان خود را دارد. در این طرح نیز معنی شده است از روش‌ها و ابزارهای مختلفی برای ایجاد یک تور وسیع پوششی، استفاده شود.

استفاده از یک سایت وب با دسترسی آزاد (بدون شناسایی هویت) که در کلیه دستگاه‌های شبکه‌ای معروف مثل، مرورگرهای مستقر در کامپیوترهای شخصی، گوشی‌های هوشمند، رایانه‌های دستی، مانیتورهای تبلیغاتی و کیوسک‌های اطلاع‌رسانی، قابل ارائه باشد و یا استفاده از یک مرکز تماس تلفنی که به صورت موثر بتواند پاسخگوی پرسش‌های مختلفی باشد؛ نمونه‌هایی از این روش‌ها و یا ابزارها هستند.

از طرف دیگر برخی از شبکه‌های اجتماعی، امروزه بخشی از وظایف رابطه‌ای ارتباطی کسبوکارها را پوشش داده‌اند. این ابزارها، اگر به روش مناسبی مورد استفاده قرار گیرند، بخشی از تعاملات هر کسبوکاری را با کنشگران خود به خوبی و با کمترین هزینه پوشش می‌دهند. به عبارت دیگر استفاده موثر از این شبکه‌ها یک راه کار تمام فایده خواهد بود. ولیکن با توجه به اینکه استفاده از این شبکه‌ها، یک چالش حاکمیتی در پیش دارد؛ تصمیم‌گیری در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی موجود (داخلی یا خارجی) و یا ایجاد شبکه‌های اجتماعی اختصاصی برای خود کسبوکار؛ در طول زمان حیات آن، باید یک موضوع قابل بررسی باشد. به عبارت دیگر تصمیم‌گیری در این خصوص نباید قطعی باشد.

مواردی که تا به اینجا در خصوص روش‌های تعاملی بیان شد تماماً از منظر کنشگران خارج از این کسبوکار اهمیت داشت ولیکن در ادامه، یک روش تعاملی تکمیلی نیز معرفی می‌شود که بیشتر از منظر کاربران این کسبوکار دارای اهمیت خواهد بود.

بورتال آن بخش از درگاه‌های این کسبوکار محسوب می‌شود که برای کنشگران عضو این آکادمی در نظر گرفته شده است. شاید بتوان تفاوت و ارتباط بین رابطه‌های آزاد و پورتال این کسبوکار را به تفاوت و ارتباط بین درب حیات و درب ورودی آپارتمان تشبيه کرد. هر دوی این درب‌ها در ذیل یک پلاک پستی قرار خواهند گرفت ولیکن درب حیات از نظر سطح دسترسی و سطوح امنیتی، تفاوت بسیار زیادی با درب آپارتمان دارد.

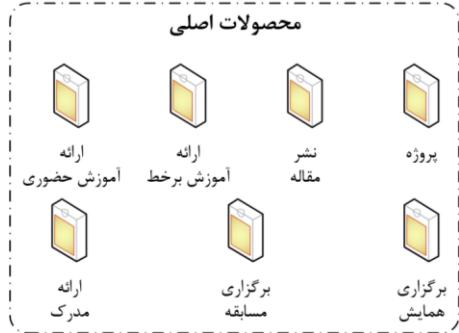
به صورت خلاصه می‌توان گفت که روش‌های تعاملی این اکوسیستم شامل موارد زیر است:

- سامانه تلفنی برای پاسخگویی به عموم که توسط کاربران واحد بازرگانی، پشتیبانی می‌شود.
- سایت تجاری وب برای اطلاع‌رسانی و معرفی کسبوکار به عموم که توسط کاربران واحد بازرگانی و واحد تامین و پشتیبانی، پشتیبانی می‌شود.
- شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت بخش وظایف عمومی و یا واقعی اتفاقی که توسط کاربران واحد بازرگانی، واحد آموزش و یا واحد تامین و پشتیبانی، پشتیبانی می‌شود.
- پورتال آکادمی برای دسترسی کاربران عضو به سامانه‌ها و سیستم‌های این کسبوکار که توسط واحد تامین و پشتیبانی، پشتیبانی می‌شود.

محصولات

محصولات، دسته‌ای از موجودیت‌های این اکوسیستم هستند که ارزش تبادل شده در کسبوکار را معرفی می‌کنند. همانطور که در شکل 1 مشاهده می‌شود؛ محصولات این اکوسیستم به دو دسته کلی (اصلی و فرعی) تقسیم می‌شوند.

دسته اول که محصولات اصلی این اکوسیستم محسوب می‌شوند، همانطور که در شکل 6 مشاهده می‌شود شامل هفت محصول خواهد بود که در زیر آنها را شرح خواهیم داد.



شکل 6 نمایی از محصولات اصلی این اکوسیستم

- **ارائه آموزش حضوری:** یکی از محصولاتی که در هر آکادمی و یا موسسه آموزشی به صورت سنتی وجود دارد، برگزاری دوره‌های آموزشی حضوری است. فارغ از نیازها و یا فرآیندهای عمومی که در هر کلاس آموزشی حضوری، وجود دارد؛ ممکن است برخی نیازهای خاص و یا دستورالعمل‌های ویژه نیز برای برخی کلاس‌ها در نظر گرفته شود به همین دلیل مدیریت این موارد به دپارتمان‌ها مختلف، سپرده خواهد شد. یکی از شاخصه‌هایی که این دپارتمان‌ها را تعریف می‌کند وابستگی آن به یک صنعت یا تجارت خاص است. به همین جهت مسئولین این دپارتمان‌ها باید در صنعت یا تجارت وابسته به خود، اشراف داشته باشند. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.
- **ارائه آموزش برخط:** روش آموزش برخط (Online) یکی از روش‌های نوین آموزشی است که برای رفع مشکل فاصله جغرافیایی، طراحی و معرفی شده است. یکی دیگر از مشکلاتی را که این روش برطرف می‌کند مشکل هزینه بالای تملک یا اجاره اتاق‌های کلاس‌های آموزشی است. ولیکن این روش محدودیت‌های خود را نیز دارد. از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به وابستگی زیاد این روش به تکنولوژی‌های شبکه و نرم‌افزارهای آن اشاره کرد. ولیکن با این روش می‌توان هزینه دوره را کمتر و حداکثر متقاضیان را نسبت به دوره حضوری مشابه بیشتر اعلام نمود. از طرف دیگر این دوره قادر محل برگزاری است در نتیجه این محصول از نظر مشخصات مانند محصول قبلی است ولیکن فقط محل برگزاری کلاس ندارد.
- **نشر مقاله:** هر موسسه آموزشی معتبر دارای انتشارات است و وظیفه آن انتشارات، چاپ محتوای آموزشی است. ولیکن انتشارات در این طرح، بجز مورد ذکر شده؛ وظیفه نشر مقالات علمی و یا تخصصی اعضاء این آکادمی را نیز دارد. این مقالات در مسابقات سالانه شرکت خواهند کرد و توسط خوانندگان خود امتیازدهی می‌شوند. به عبارت دیگر فارغ از محتوایی که پرسنل این آکادمی به عنوان محتوای آموزشی و یا تبلیغاتی و یا اطلاع‌رسانی تولید خواهند نمود؛ کنشگران آکادمی نیز می‌توانند از این آکادمی به عنوان محل تولید و نشر محتوای خود استفاده نمایند. فرض بر این است که این محصول از محصولات این طرح، هیچ نفع مستقیم مالی برای آکادمی دربرنداشته باشد ولیکن نفع معنوی این محصول به اندازه‌ای زیاد است که شاید بتوان به آن به دیده یک محصول استراتژیک نگاه کرد. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.
- **پژوهه:** با توجه به اینکه یکی از ارزش‌های مورد انتظار در استراتژی اصلی این آکادمی، حفظ ارتباط کنشگران عضو آن با این آکادمی است، محصولی به عنوان پژوهه در آن ایجاد شده است. این محصول در واقع به معنی پژوهه‌های بروز سپاری شده سایر کنشگران (کارفرمایان پژوهه) این اکوسیستم می‌باشد. این محصول در سامانه کاسبکار ارائه می‌شود و کنشگران پیمانکار پژوهه و کارفرمایی پژوهه در آن درگیر خواهند بود. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.
- **ارائه مدرک:** شاید برخی تصور کنند که هر موسسه آموزشی در پایان هر دوره آموزشی، مکلف به ارائه مدرک می‌باشد. هر چند که این تصور یک تصور غلط است ولیکن ارائه مدرک در این آکادمی از چند جنبه قابل ارزیابی و معرفی است. اولاً مدارک خود این آکادمی به دو روش قابل ارائه می‌باشند. این مدارک هم به صورت چاپی و با مهر و امضاء مسئول دپارتمان آموزشی مربوطه و امضاء مدیریت آکادمی ارائه می‌شود و هم در داخل سامانه مکتب‌دار درون پروفایل شخصی و یا رزومه تخصصی فرد، قابل مشاهده خواهد بود. ثانیا این آکادمی به واسطه آن دسته از

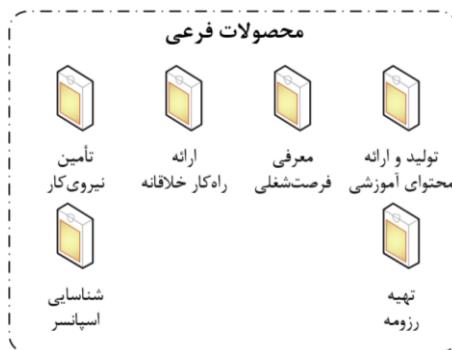
شرکای تجاری خود که در زمینه آموزش، فعالیت دارند؛ مدارک مشترکی ارائه می‌نماید. طبیعی است که این شرکای آموزشی غالباً از موسسات آموزش معتبر خارج از کشور و یا موسسات دولتی و معتبر داخلی خواهند بود.

در نگاه اولیه شاید اینگونه تصور شود که این محصول هیچ درآمد مالی برای آکادمی نخواهد داشت ولیکن با توجه به اینکه یکی از فعالیتهای درون سامانه کاردار، تولید رزومه‌های تخصصی است؛ این محصول نیز می‌تواند به صورت غیر مستقیم عاملی برای کسب درآمد مالی قلمداد شود. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.

- برگزاری مسابقه: در اکثر موسسات آموزشی، بخش مسابقات یک جنبه تفریحی دارد ولیکن در نئو آکادمی بیرونی (ناب) این بخش یکی از محصولات این آکادمی را معرفی و ارائه می‌نماید. در این آکادمی، مسابقات در دو موضوع برگزار می‌شوند. این دو موضوع شامل، مسابقه مقاله برتر و مسابقه اسپانسرشیپ (Sponsorship) ایده می‌باشند. در نوع مسابقه اول این آکادمی است که به برنده مسابقه، جایزه‌ای ارائه می‌نماید و در نوع مسابقه دوم این آکادمی است که بابت شرکت در مسابقه و بابت کشف اسپانسر برای ایده، مبالغی مالی را دریافت می‌نماید. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.

- برگزاری همایش: در هر کسبوکار موفق، رویدادها و همایش‌ها یکی از پنجره‌های معرفی موفقیت و کسب اعتبار معنوی است. این رویدادها و همایش‌ها می‌توانند درون سازمانی و یا برون سازمانی باشند ولیکن محصول معرفی شده در این اکوسیستم، همایش‌های برون سازمانی این موسسه را مورد نظر دارد. این همایش‌ها نه تنها اعتبار معنوی برای این موسسه به همراه دارند بلکه در برخی مواقع می‌توان بابت حضور در این همایش‌ها از متقاضیان حضور در همایش، بابت ارائه مقاله یا سخنرانی، ارائه تبلیغ و یا جلب اسپانسر، هزینه نیز دریافت نمود. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.

دسته دوم که محصولات فرعی این اکوسیستم محسوب می‌شوند، همانطور که در شکل 7 مشاهده می‌شود شامل شش محصول خواهد بود که در زیر آنها را شرح خواهیم داد.



شکل 7 نمایی از محصولات فرعی این اکوسیستم

- ارائه راه کار خلاقانه: یکی از محصولاتی که مزیت رقابتی برای این طرح محسوب می‌شود، ایجاد یک بستر برای پذیرش و معرفی ایده‌های خلاقانه است. ایده‌های مورد نظر همانطور که قبل از گفته شد، یا پس از پذیرش برای جلب اسپانسرشیپ و یا برای رفع یکی از مشکلات صنعت وارد مسابقه می‌شوند.

یکی از دلایلی که باعث شده است این موضوع (ایده خلاقانه) در گروه محصولات قرار گیرد؛ قابلیت ارائه در بین نماینده‌ها است. از طرف دیگر در این طرح، برای کسانی که ایده آنها در این آکادمی ارائه شده و اسپانسر پیدا می‌کنند؛ هزینه‌ای در نظر گرفته شده است که محل درآمد آکادمی محسوب می‌شود. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.

- معرفی فرصت‌شغلی: دیگر محصولی که مزیت رقابتی این آکادمی محسوب می‌شود، معرفی فرصت شغلی است. این محصول قابلیت ارائه به متقاضیان نماینده‌گی دارد و ایشان می‌توانند از اطلاعات آکادمی برای معرفی عنوانین شغلی مورد درخواست شرکت‌ها و کسبوکارها به متقاضیان

جویای کار، استفاده کنند. نمایندگی‌ها می‌توانند به صورت پکیجی از تعدادی از عنوانین شغلی ثبت شده در این آکادمی استفاده کنند و البته باید باست این پکیج‌ها مبالغی پرداخت نمایند. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.

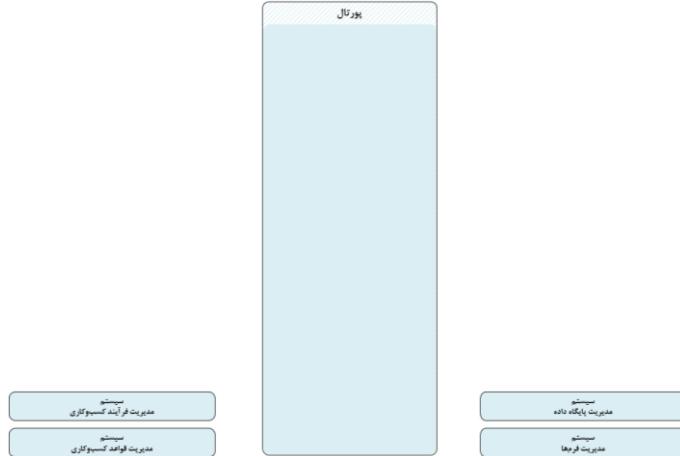
- **تولید و ارائه محتوای آموزشی:** تهیه محتوای آموزشی یکی از الزامات یک موسسه آموزشی است ولیکن در این طرح این امکان وجود خواهد داشت که مجموعه‌ای از محتوای آموزشی تهیه شده، به صورت یکپارچه و پکیجی (محتوای چاپی، فیلم آموزشی، محیط پرسش و پاسخ و ب محض و آزمون‌های غیرحضوری غیر رسمی) به مقاضیان ارائه شده و در مقابل آن هزینه دریافت شود و یا بنا به تشخیص مدیریت برای انجام مسئولیت اجتماعی، به صورت رایگان ارائه شود. این محصول قابلیت ارائه به نمایندگی را نیز دارد. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.
- **تمامین نیروی کاری:** کشف و شناسایی نیروهای کارآمد برای استخدام، یکی از چالش‌های اصلی مدیریت منابع انسانی هر سازمانی می‌باشد. محصول اخیر به واسطه سامانه کاردار این امکان را فراهم می‌کند که محیط ارائه نیروی کار حرفه‌ای و آموزش دیده فراهم شود. مانند سایر محصولات فرعی این آکادمی، این محصول هم قابلیت ارائه به نمایندگی دارد. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.
- **شناسایی اسپانسر:** این کسب‌وکار با در اختیار داشتن کمیته‌های مختلف و همچنین مشارکت با شرکای تجاری مختلف، این امکان را خواهد داشت تا از بین شرکای تجاری خود، اسپانسرهای مناسب را برای ایده‌ها و یا پروژه‌های مختلف معرفی کند و از این راه، کسب درآمد نماید. بدیهی است که این محصول با وجود اینکه در گروه محصولات فرعی است ولیکن به صورت محدود و فقط برای برخی از نمایندگی‌های قابل اعتماد آکادمی، قابل ارائه می‌باشد. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.
- **تهیه رزومه:** این محصول یکی از محصولاتی است که برای اولین بار در این طرح ارائه شده است و انتظار می‌رود که بازار جدیدی را در بین کسب‌وکار آکادمی بگشاید. این رزومه‌ها نه تنها کاملاً قابل استناد خواهند بود و راستی آزمایی آنها به روش‌های مختلف صورت گرفته است بلکه دارای تصاویر و تاریخچه و یا معرفی‌نامه تصویری و یا فیلم معرفی نیز خواهند بود که به صورت حرفه‌ای تهیه خواهند شد. تهیه اسن رزومه‌ها برای مقاضیان آنها هزینه خواهد داشت و این آکادمی از این راه کسب درآمد خواهد نمود. از طرف دیگر با ایجاد یک شبکه گسترده از شرکای تجاری می‌توان وظیفه بررسی و ارزیابی رزومه‌ها را برای شرکای تجاری به صورت کاملاً حرفه‌ای و استاندارد انجام داد. همانطور که به نظر می‌رسد این محصول و محصول دیگری به نام تمامین نیروی کار به طور کامل به هم وابسته هستند. مشخصات این محصول در بخش پیوست‌ها بیان شده است.

زیرساخت‌ها، سامانه‌ها و سیستم‌ها

زیرساخت‌ها، سامانه‌ها و سیستم‌ها، دسته‌ای از موجودیت‌های این اکوسیستم هستند که موتور هدایت و مدیریت کسب‌وکار را معرفی می‌کنند. برای تمامین یا توسعه این دسته از موجودیت‌ها، نیاز به محیط توسعه سریع (زیرساخت توسعه) احساس می‌شود. همانطور که در شکل 1 مشاهده می‌شود؛ این بخش از اکوسیستم، از دو نوع موجودیت (زیرساخت توسعه - سامانه‌ها یا سیستم‌ها) تشکیل شده است.

نوع اول از این موجودیت‌ها که زیرساخت توسعه را تمامی می‌کنند، با رنگ آبی روشن نمایش داده می‌شوند. همانطور که در شکل 8 مشاهده می‌شود این نوع از موجودیت‌ها شامل پنج سیستم یا موتور مجزا خواهند بود که در زیر آنها را شرح خواهیم داد.

وجود این زیرساخت به اندازه‌ای اهمیت دارد که تقریباً می‌توان گفت: عدم وجود یک زیرساخت توسعه مناسب در این طرح، از آن فقط یک نمای پوشالی در اختیار ما قرار می‌دهد که هرگز قابل پیاده‌سازی و فعالیت نخواهد بود.



شکل 8 نمایی مفهومی از زیرساخت توسعه

- سیستم مدیریت فرآیند کسبوکار: این سیستم که یک موتور فرآیند مبتنی بر استاندارد BPMN است یکی از اصلی‌ترین سیستم‌های این زیرساخت می‌باشد. شاید بتوان گفت که این سیستم محل اتصال کلیه سیستم‌ها و سامانه‌ها به یکدیگر است. از طرف دیگر به دلیل اینکه توسعه در این سیستم مبتنی بر ترسیم نمودارهای فرآیند و تنظیم مشخصات دیگر آنها است؛ عملیات توسعه با هزینه کمتری صورت می‌پذیرد و شاید بتوان گفت که اگر بخواهیم از خروجی یک سیستم JTBD استفاده کنیم، وجود یک موتور فرآیند، الزامی است. با توجه به اینکه پایه و اساس توسعه این طرح مبتنی بر BPMN خواهد بود، در بخش پیوست‌ها نمودارهای مختلفی از این نوع (BPD) خواهید دید که شرح تصویری بر فرآیندهای مختلف این طرح هستند.
- سیستم مدیریت قواعد کسبوکار: این سیستم که یک موتور قواعد مبتنی بر استاندارد DMN است یکی از سه نوع قواعد موجود در فرآیندها و روال‌های این اکوسیستم را که قواعد مبتنی بر مقدار یا ارزش⁷ می‌باشد را پشتیبانی می‌کنند. این موتور نه تنها می‌تواند جداول تصمیم‌گیری داشته باشد بلکه می‌تواند قواعد را به زبان طبیعی (Natural language) نیز تعریف کرده و در نقاط تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار دهد. البته خاطر نشان می‌شوم که قواعد یک سیستم یا یک اکوسیستم، فقط قواعد مبتنی بر داده یا ارزش نیستند و برخی قواعد نیز قواعد مبتنی بر رویداد⁸ هستند و برخی دیگر از قواعد وجود دارند که به آنها قواعد انتخاب نقش هدف⁹ می‌گویند. این دو دسته اخیر از قواعدی هستند که اصولاً در سیستم‌های مدیریت فرآیند، مدیریت می‌شوند.
- سیستم مدیریت پایگاه داده: اگر یک اکوسیستم را جسم انسان فرض کنیم؛ فرآیندهای آن اکوسیستم، رگ‌های خونی این جسم و موادی که در این رگ‌ها به دستگاه‌های مختلف هدایت می‌شوند، ذخیره می‌شوند و یا از بدن دفع می‌شوند؛ داده‌های با ارزش این اکوسیستم هستند. برخی از مواد (ساختار داده‌ها) از دستگاهی در بدن (نقش آغازگر) تولید شده و توسط رگ‌های خونی (فرآیندها) به دستگاه دیگری (نقش‌های هدف) ارسال یا هدایت می‌شوند. این مواد (ساختار داده‌ها) ممکن است در دستگاه جدید (نقش‌های هدف) تغییر شکل داده و به ماده جدید (ساختار داده‌ای جدید) تبدیل شوند. البته برخی مواد (ساختار داده قابل ذخیره‌سازی) هم شاید در دستگاه‌های خاصی (پایگاه داده) نگهداری شوند و یا از جسم انسان، دفع شوند. تمثیل بالا نشان داد که وقتی در خصوص پایگاه داده صحبت می‌کنیم، منظور آن دسته از داده‌هایی است که در سیستم خاصی قابل ذخیره‌سازی هستند و یا برای ذخیره‌سازی آنها، الزامی وجود دارد و یا از سیستم خارج می‌شوند.

7 Value-based rules
8 Event-based rules
9 Role-based rules

یادآوری: هر سه نوع قاعده ذکر شده در بخش سیستم مدیریت قواعد کسبوکار نیز در اکوسیستم بدن انسان، مدیریت می‌شوند. قواعد مبتنی بر رویداد، توسط انشعابات رگ‌های خونی؛ قواعد مبتنی بر نقش، به واسطه گیرنده‌های دستوری حامل مواد؛ و قواعد مبتنی بر داده یا ارزش، به واسطه مواد هورمونی ترشح شده به داخل خون که نقش ارائه دستور به دستگاه‌ها را دارد.

از طرف دیگر برخی مواد در این اکوسیستم هستند که فقط یک دستگاه خاص از آنها استفاده نمی‌کند و جنبه استفاده عمومی دارد. این مواد مانند قندها جنبه استفاده عمومی در کل دستگاه‌های این اکوسیستم را دارند که مثالی برای یک سیستم مدیریت رویدادها (EMS) است ولیکن این سیستم نیز از زیرسیستم‌های درون سیستم مدیریت فرآیندها می‌باشد.

فارغ از مثال بالا برای این اکوسیستم یک سورپایگاه داده مناسب انتخاب خواهد شد و مدل موجودیت‌های داده‌ای^{۱۰} آن نیز طراحی و پیاده‌سازی خواهد شد.

- سیستم مدیریت فرم‌ها: همانطور که در مثال قبل مشاهده شد بخش اعظم مواد (ساختار داده‌ها) هرگز ذخیره نمی‌شوند و یا حداقل در دستگاه مقصد (نقش هدف) ذخیره نمی‌شوند؛ بلکه به نوعی دیگر (ساختار داده‌ای جدید) تبدیل شده و دوباره به مقصد دستگاه دیگر (نقش هدف دیگر) در جریان قرار می‌گیرند. این داده‌ها، در یک محیط سیستمی، همان داده‌های پشتیبانی کننده فرم‌های سیستم هستند.

اکوسیستم طرح کسبوکاری ناب، دارای یک سیستم مدیریت فرم‌ها خواهد بود که بتواند این نیاز اکوسیستم را برطرف نماید.

- پورتال: پورتال یا درگاه که بعضی‌ها به آن سکو یا لانچر هم می‌گویند؛ سیستمی است که کلیه سیستم‌های دیگر این زیرساخت و کلیه سامانه‌ها و زیرسیستم‌های طراحی شده دیگر به واسطه آن در اختیار کاربران خارجی یا سازمانی و یا سیستم‌های خارج از این اکوسیستم، قرار می‌گیرد. در پورتال نیازهایی مثل پروتکلهای ارتباطی بین سیستم‌های درون زیرساخت، قواعد و روش‌های استفاده از سرویس‌های داخلی توسط مقاضیان خارجی، شناسایی هویت و هدایت کاربران، سیستم پیام‌رسان و چندین نیاز دیگر، پشتیبانی می‌شود. اگر به شکل ۸ توجه کنید قسمت بالایی پورتال به الگوی هاشوردار آبی ترسیم شده است. این نشان می‌دهد که قسمتی از این پورتال وظیفه ارائه روش تعاملی را به عهده دارد. البته این تعامل فقط تعامل سیستم با کاربران عضو آکادمی خواهد بود. به عبارت دیگر هم پرسنل این اکوسیستم و هم کنسلگرانی که عضو آکادمی می‌شوند از طریق همین سکو وارد سیستم خواهند شد.

توجه: مجموعه زیرساختی که در بالا شرح داده شد در واقع می‌تواند یک ERP را ایجاد کند. به طور یقین این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی نگهداری، آموزش، پشتیبانی و به روز رسانی آن خواهند بود. این زیرساخت، فاز طراحی و پیاده‌سازی ندارد و فقط فاز استقرار و بهره‌برداری و در نهایت فاز پشتیبانی در خصوص آن، مطرح است. به عبارت دیگر فرض این طرح کسبوکاری این است که این زیرساخت به صورت یک زیرساخت آماده، تهیه شده و مورد استفاده قرار می‌گیرد.

نوع بعدی از این موجودیت‌ها که سامانه‌ها و سیستم‌ها را تامین می‌کنند، به شکل نمادهای معرفی کننده، نمایش داده می‌شوند. همانطور که در شکل ۹ مشاهده می‌شود این نوع از موجودیت‌ها شامل ده زیرسیستم یا سامانه مجزا خواهند بود که در زیر آنها را شرح خواهیم داد.



شکل ۹ نمایی از سامانه‌ها و سیستم‌ها

- سامانه مکتب‌دار:** این سامانه مهم‌ترین بخش نرم‌افزاری این اکوسیستم است که بعد از تایید و حمایت این طرح باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این سامانه خواهند بود. ولیکن طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل سایر واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر فرض این طرح کسب‌وکاری این است که این سامانه به صورت یک سامانه آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.
- سامانه کاردار:** این سامانه یکی از سامانه‌هایی است که یکی از کسب‌وکارهای ترکیب شده با آکادمی را پوشش می‌دهد. این سامانه نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سامانه مکتب‌دار، این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این سامانه خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل سایر واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر مانند سامانه مکتب‌دار فرض بر این است که این سامانه به صورت یک سامانه آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.
- سامانه کاسپکار:** این سامانه نیز یکی از سامانه‌هایی است که یکی از کسب‌وکارهای ترکیب شده با آکادمی را پوشش می‌دهد. این سامانه نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سامانه کاردار، این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این سامانه خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل سایر واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر مانند سامانه مکتب‌دار فرض بر این است که این سامانه به صورت یک سامانه آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.
- سامانه ایدنه‌نگار:** این سامانه نیز مانند سامانه کاردار یکی از سامانه‌هایی است که یکی از کسب‌وکارهای ترکیب شده با آکادمی را پوشش می‌دهد. این سامانه نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سامانه مکتب‌دار، این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این سامانه خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل سایر واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر مانند سامانه مکتب‌دار فرض بر این است که این سامانه به صورت یک سامانه آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.
- سامانه کتابدار:** این سامانه نیز مانند سامانه کاردار و سامانه ایدنه‌نگار یکی از سامانه‌هایی است که یکی از کسب‌وکارهای ترکیب شده با آکادمی را پوشش می‌دهد. این سامانه نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سامانه مکتب‌دار، این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این سامانه خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل سایر واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر مانند سامانه مکتب‌دار فرض بر این است که این سامانه

نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر مانند سامانه مکتب‌دار فرض بر این است که این سامانه به صورت یک سامانه آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.

• **زیر سیستم اتفاق گفتگو:** این زیرسیستم یکی از الزامات عمومی این اکوسیستم است. این زیرسیستم نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سایر زیرسیستم‌هایی که در این بخش شرح داده شده است؛ این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این زیرسیستم خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل برخی از واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر فرض بر این است که این زیرسیستم به صورت یک محصول آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.

• **زیر سیستم سمینارها و رویدادها:** این زیرسیستم یکی از الزامات نرم‌ال این اکوسیستم است. این زیرسیستم نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سایر زیرسیستم‌هایی که در این بخش شرح داده شده است؛ این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این زیرسیستم خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل برخی از واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر فرض بر این است که این زیرسیستم به صورت یک محصول آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.

• **زیر سیستم نمایندگی‌ها:** این زیرسیستم یکی از الزاماتی است که کنشگران متقارضی نمایندگی را مدیریت می‌کند. این زیرسیستم نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سایر زیرسیستم‌هایی که در این بخش شرح داده شده است؛ این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این زیرسیستم خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل برخی از واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر فرض بر این است که این زیرسیستم به صورت یک محصول آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.

• **زیر سیستم JTBD:** این زیرسیستم که زیرسیستم شناسایی اهداف نهایی مورد نظر مشتریان نیز نام دارد یکی از الزاماتی است که اخیرا در تئوری‌های کسب‌وکاری توسط تونی اولویک¹¹ مطرح شده است. این تئوری و ایزارهای معرفی شده آن به یک مالک کسب‌وکار کمک می‌کند که بازارها، مشتریان، محصولات و نیازها را به خوبی شناسایی نماید و ریسک ایجاد یک محصول یا ابداع یک بازار جدید را کاهش دهد. این زیرسیستم نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سایر زیرسیستم‌هایی که در این بخش شرح داده شده است؛ این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که متولی پیاده‌سازی و استقرار این زیرسیستم خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل برخی از واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر فرض بر این است که این زیرسیستم به صورت یک محصول آماده، تهیه نشده و باید توسط خود پرسنل این آکادمی توسعه یافته و مورد استفاده قرار گیرد.

• **زیر سیستم کارتابل:** این زیرسیستم یکی از عناصر اصلی سیستم مدیریت فرآیندهای کسب‌وکاری و یکی از عناصر مرتبط با پورتاال می‌باشد. این زیرسیستم محلی است که ابزار نگهداری وضعیت فرآیندها در محدوده‌های زمانی مشخص محسوب می‌شود. کلیه وظایف، پیام‌ها و اعلانات

¹¹ Tony Ulwick

کاربران این اکوسیستم که عضویت آکادمی (عضویت پورتال) را دریافت نموده‌اند در این زیرسیستم ذخیره می‌شود و باعث تمرکز کار و رفتار کاربران این اکوسیستم می‌گردد. این زیرسیستم نیز بعد از تایید این طرح و یا حمایت از آن، باید به واسطه زیرساخت توسعه که در بخش قبل توضیح داده شد، توسعه یابد و یا ممکن است جزئی از زیرساخت توسعه باشد که در این شرایط نیاز به توسعه نخواهد داشت.

این فرآیندها نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و در بخش پیوست‌های این طرح به صورت کامل شرح داده شده است. مانند سایر زیرسیستم‌هایی که در این بخش شرح داده شده است؛ این پرسنل واحد تامین و پشتیبانی هستند که در صورت عدم وجود هر یک از این فرآیندها در زیرساخت توسعه، متولی پیاده‌سازی و استقرار آنها خواهند بود و طراحی صورت گرفته در این طرح کسب‌وکاری به عنوان طراحی و معماری اولیه برای آن محسوب شده و پرسنل برخی از واحدهای این کسب‌وکار به عنوان متولیان و بهره‌برداران نهایی از آن، به عنوان مشاور به طراحی آن کمک خواهند نمود. به عبارت دیگر فرض بر این است که این زیرسیستم به صورت یک محصول آماده و درونی درون زیرساخت توسعه قرار خواهد داشت.

کمیته‌ها

کمیته‌ها، دسته‌ای از موجودیت‌های این اکوسیستم هستند که برای ارزیابی، بررسی و یا نظارت بر آن تعریف شده‌اند. این موجودیت‌ها یکی از عوامل جلوگیری از انحراف عملکرد این اکوسیستم به نسبت طرح کسب‌وکاری ارائه شده، می‌باشند. نکته بسیار مهم این دسته از موجودیت‌ها این است که این موجودیت‌ها به شدت به تخصص و دانش کسب‌وکاری و فنی پرسنل سازمان و یا به عبارت دیگر اعضاء خود وابسته هستند. عموماً فعالیت‌هایی که در این کمیته‌ها صورت می‌گیرد؛ فعالیت‌هایی است که امکان اتوماسیون و یا خودکار سازی ندارد و از طرف دیگر قواعد آن پارامترهای زیادی دارد.

همانطور که در شکل 10 مشاهده می‌شود این نوع از موجودیت‌ها شامل یازده کمیته خواهند بود که در زیر آنها را شرح خواهیم داد.



شکل 10 نمایی از کمیته‌ها

• **کمیته شغلی:** این کمیته که برای شناسایی اهداف نهایی مشتریان تشکیل می‌شود وظیفه بررسی نظرات کنشگران این اکوسیستم را به عهده دارد از طرف دیگر باید بتواند بر اساس نظرات آنها مشخص کند که چه محصول جدیدی کدام یک از ترکیبات [گروه مشتریان] + [کاری که سعی در انجام آن است] را پوشش می‌دهد. به عبارت دیگر هر نیاز جدید را که کمیته ارزیابی بازار، ارائه نماید این کمیته باید بتواند ارزیابی نموده و محصول جدید مناسب را ارائه کند.

با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته از جمله کمیته‌های استراتژیک این اکوسیستم است. این کمیته برای طراحی یک یا گروهی از محصولات و یا خدمات و یا طراحی یک بازار هدف، تشکیل خواهد شد. با توجه به اینکه این اکوسیستم، ترکیبی از کسب‌وکارهای مختلف است و بازارها و محصولات متنوعی دارد؛ اعضاء این کمیته نیز بر اساس کسب‌وکار مرتبط با موضوع در حال طراحی، متفاوت خواهند بود. انتظار می‌رود که خروجی این کمیته، یا سند معرفی محصول یا سند طرح کسب‌وکاری جدید (بازار جدید کسب‌وکاری) باشد. زمان یا علت تشکیل این کمیته کاملاً بی قاعده است. این کمیته به شکل یک اتاق فکر مدیریت خواهد شد و انتظار می‌رود که از زمان درخواست تشکیل این کمیته تا زمان برگزاری آن حداقل یک ماه فاصله باشد تا دعوت شدگان به این کمیته بتوانند ایده‌های محصول خود را تهیه کرده و در کمیته به بحث بگذارند.

- واحد مدیریت و برخی از پرسنل واحد بازرگانی، واحد آموزش و واحد نوآوری و خلاقیت، اعضا این کمیته هستند. البته ممکن است برخی از پرسنل اسپانسر اصلی طرح (شرکت ابوریحان بیرونی) نیز در این کمیته شرکت داشته باشند. حضور افراد اخیر در این کمیته، نیاز به ارائه درخواست حضور برای این افراد توسط شرکت ابوریحان بیرونی و تایید ایشان توسط مدیر این کمیته (مدیر آکادمی)، دارد.
- کمیته بررسی محصولات:** این کمیته وضعیت و پوشش محصولات مختلف را در بازه‌های زمانی و جغرافیایی مختلف بر اساس گزارشات مالی و حقوقی و یا نظرات کنشگران، بررسی می‌کند. این کمیته باید بتواند علت رشد بازدهی یا کاهش بازدهی را شناسایی نماید و از طرف دیگر طرح‌های برای رشد بازدهی محصولات، معرفی نماید.
- با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته نیز از جمله کمیته‌های استراتژیک این اکوسیستم است. انتظار می‌رود که یکی از خروجی‌های این کمیته، سند گزارش راندمان محصول بر اساس حوزه جغرافیایی، حوزه اجتماعی، حوزه فرهنگی یا بر اساس نمایندگی‌های مختلف باشد. سند دیگری که انتظار می‌رود این کمیته تهیه کند سند شناسایی علل کاهش استقبال از محصولات در محیط بازار است. این کمیته در بازه‌های زمانی 3 ماهه تشکیل می‌شود.
- واحد مدیریت و برخی از پرسنل واحد بازرگانی، واحد آموزش، واحد اداری و پرسنلی، واحد مالی حسابداری و خزانه، واحد حقوقی و قراردادها، اعضا این کمیته هستند. مدیر این کمیته نیز مانند کمیته قبلی، مدیر آکادمی، است.
- کمیته ارزیابی ایده نوآورانه:** این کمیته برای ارزیابی ایده‌های ارائه شده به جهت شرکت در مناقصات و یا ایده‌های حاضر در مسابقات، تشکیل خواهد شد. این کمیته باید بتواند میزان صحت عملکرد ایده و یا سطح پشتیبانی ایده از مشکل مطرح شده را به صورت یک ارزش قابل اندازه‌گیری، مشخص نماید.
- با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته از جمله کمیته‌های عملیاتی این اکوسیستم است. انتظار می‌رود که یکی از خروجی‌های این کمیته سند امتیازدهی به ایده‌ها باشد. سند دیگری که انتظار می‌رود این کمیته تهیه کند سند توجیه فنی و کسبوکاری ایده مطرح شده است. این کمیته یا در زمان ارائه یک ایده و قبل از تشکیل یک مناقصه و یا در زمان تشکیل یک مسابقه و پس از دریافت ایده‌های رسیده به مسابقه، تشکیل می‌شود.
- پرسنل واحد نوآوری و خلاقیت یا برخی از کنشگران شرکای تجاری، اعضا این کمیته هستند. مدیر یا یکی از پرسنل واحد نوآوری و خلاقیت، مدیر این کمیته می‌باشند.
- کمیته بررسی شکایات:** این کمیته برای بررسی شکایات رسیده به واحدهای مدیریت و واحد حقوقی و قراردادها، تشکیل خواهد شد. این کمیته باید بتواند مشکلاتی را که باعث بروز شکایات مورد نظر شده است؛ شناسایی نماید و به واحد مدیریت گزارش کند.
- با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته از جمله کمیته‌های عملیاتی این اکوسیستم است. انتظار می‌رود که یکی از خروجی‌های این کمیته سند گزارش شکایت و عوامل شناسایی شده در خصوص شکایت، باشد. این کمیته حداقل یک هفته پس از دریافت یک شکایت، تشکیل می‌شود.
- پرسنل واحد حقوقی و قراردادها یا در برخی مواقع پرسنل واحدهای مرتبط با شکایت و کنشگر شکایت کننده، اعضا این کمیته هستند. مدیر یا یکی از پرسنل واحد حقوقی و قراردادها، مدیر این کمیته می‌باشند.
- کمیته ارزیابی پرسنل و مدرسین:** این کمیته برای ارزیابی پرسنل سازمان و مدرسینی که در داخل این آکادمی تدریس کرده یا می‌کنند، تشکیل خواهد شد. این کمیته باید بتواند بر اساس شناسنامه شغلی و سایر شاخص‌های قابل ارزیابی، میزان راندمان پرسنل یا عنوانین شغلی موجود در سازمان را اندازه‌گیری نماید.
- با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته هم یک کمیته عملیاتی و هم یک کمیته استراتژیک برای این اکوسیستم است. انتظار می‌رود که یکی از خروجی‌های این کمیته، سند امتیازدهی به پرسنل یا مدرسین باشد. قابل ذکر است که این کمیته یک نقش روشنگر برای میزان انحراف منابع انسانی از اهداف سازمانی نیز دارد که به واسطه آن، سند نیازمندی‌های آموزشی منابع انسانی تهیه خواهد شد. این کمیته هر سه ماه یکبار، تشکیل می‌شود.

واحد مدیریت و برخی از پرسنل واحد آموزش و واحد اداری و پرسنلی، اعضا این کمیته هستند. مدیر آکادمی، مدیر این کمیته می باشد.

- **کمیته ارزیابی مقالات:** این کمیته برای ارزیابی مقالات سامانه کتابدار، تشکیل خواهد شد. فارغ از برخی شاخصه‌ها (تعداد  و ارجاع به مقاله) که بر اساس قواعد ارزش‌گذاری مقالات در داخل خود سیستم قابل استخراج است، این کمیته باید بتواند بر اساس بار علمی یا تکنیکی مقالات آنها را ارزش‌گذاری کرده و به ترتیب معرفی نماید.

با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته هم یک کمیته عملیاتی برای این اکوسیستم است. انتظار می‌رود که خروجی این کمیته، سند امتیازدهی به مقالات باشد. این کمیته هر سال یکبار و یک هفته قبل از تاریخ 3 اردیبهشت (روز جهانی کتاب و حق چاپ)، تشکیل می‌شود. برخی از پرسنل واحد آموزش، واحد انتشارات و شاید برخی از کنشگران گروه مشاهیر اعضا این کمیته هستند. مدیر یا یکی از پرسنل واحد انتشارات، مدیر این کمیته می‌باشد.

- **کمیته ارزیابی محتوى:** این کمیته برای ارزیابی محتوى آموزش، آگهی‌های تبلیغاتی، فیلم‌های معرفی مربوط به رزومه‌ها، گزارش آگهی و سایر محتوىی که فارغ از متن، نیاز به روش‌های تخصصی برای ارائه حرفه‌ای داشته باشند، تشکیل خواهد شد. این کمیته باید بتواند بر اساس معیارهای حرفه‌ای در زمینه رسانه، روابط عمومی و بازرگانی و معیارهای هنری تولید محتوى، برای محتوى مورد ارزیابی، ایده و طرح مناسب ارائه نماید. بدیهی است که اجرا یا پیاده‌سازی طرح موردنظر بر روی محتوى خام تهیه شده، از جمله وظایف این کمیته نیست.

با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته هم یک کمیته عملیاتی برای این اکوسیستم است. انتظار می‌رود که خروجی این کمیته، سندی شامل ایده اولیه و طرح کامل اجرای ایده باشد. این کمیته با درخواست مستقیم هر یک از تهیه کنندگان محتوى در این اکوسیستم، تشکیل می‌شود. واحد مدیریت برخی از پرسنل واحد آموزش، واحد انتشارات، واحد بازرگانی و شاید برخی از کنشگران گروه صاحبان رسانه اعضا این کمیته هستند. مدیر یا یکی از پرسنل واحد انتشارات یا واحد آموزش، مدیر این کمیته می‌باشد.

- **کمیته ارزیابی انحراف عملکرد مالی:** این کمیته برای ارزیابی عملکرد مالی این کسب‌وکار در طول یک دوره مالی، تشکیل خواهد شد. این کمیته باید بتواند بر اساس الگوی درآمدی مشخص شده در جدول 4 انحراف معیار درآمدی را اندازه‌گیری کند و بر اساس دستورالعمل ذکر شده در گفتار قبل از جدول 6 روش بودجه‌بندی هزینه‌کرد دوره بعدی را برای رفع این انحراف، مشخص نماید.

با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته یک کمیته استراتژیک برای این اکوسیستم است. انتظار می‌رود که خروجی این کمیته، سندی شامل گزارش انحراف معیار مالی دوره باشد. از طرف دیگر این کمیته باید سند بودجه‌بندی دوره بعدی را نیز تهیه کند. این کمیته در پایان هر دوره مالی، تشکیل می‌شود و نتایج استخراج شده را حداکثر بعد از یک هفته به واحد مدیریت اعلام می‌نماید.

پرسنل واحد بازرگانی و واحد مالی حسابداری و خزانه اعضا این کمیته هستند. مدیر یا یکی از پرسنل واحد مالی حسابداری و خزانه، مدیر این کمیته می‌باشد.

- **کمیته ارزیابی مسابقات:** فارغ از مسابقات سامانه /یده‌نگار و یا مسابقه بهترین مقاله در سامانه کتابدار، مسابقات دیگری نیز به صورت موردي توسط دپارتمان‌هایی که در واحد آموزش تشکیل شده است، برگزار می‌شود. این کمیته برای تعیین قواعد و جایزه برنده/برنده شدگان مسابقه و ارزیابی نتایج مسابقات مورد نظر، تشکیل خواهد شد. این کمیته باید بتواند بر اساس قواعد تعیین شده توسط دپارتمان مربوطه، برنده یا برنده شدگان هر مسابقه را شناسایی کرده و معرفی نماید.

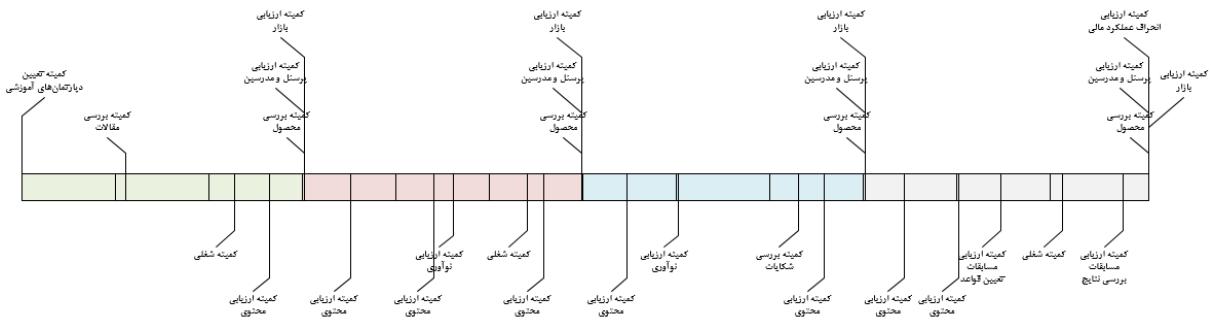
با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته یک کمیته عملیاتی برای این اکوسیستم است. انتظار می‌رود که خروجی این کمیته، سندی شامل جدول امتیاز شرکت‌کنندگان مسابقه، باشد. این کمیته برای هر مسابقه در دو نوبت تشکیل می‌شود. نوبت اول قبل از شکل‌گیری مسابقه به همراه واحد مدیریت و واحد مالی حسابداری و خزانه، تشکیل می‌شود تا بتواند قواعد مسابقه و جوایز آن را تعیین کند. نوبت دوم در پایان هر مسابقه تشکیل می‌شود و نتایج استخراج شده را حداکثر بعد از یک هفته به واحد بازرگانی اعلام می‌نماید تا این واحد آن را منتشر کند. واحد مدیریت و برخی از پرسنل واحد آموزش، واحد بازرگانی و واحد مالی حسابداری و خزانه اعضا این کمیته هستند. مدیر آکادمی، مدیر این کمیته می‌باشد.

- کمیته ارزیابی بازار: این کمیته برای ارائه گزارش آنالیز بازار و ارزیابی نتایج آن و تصمیم‌گیری در خصوص استراتژی مقابله یا برخورد با بازار، تشکیل خواهد شد. این کمیته باید بتواند در چهارچوب طرح کلی این کسبوکار، طرح‌های محدود و یا جامعی برای بازارهای مختلف ارائه نماید.

با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته هم یک کمیته عملیاتی و هم یک کمیته استراتژیک برای این اکوسیستم محسوب می‌شود. انتظار می‌رود که خروجی این کمیته، سندی شامل ارزیابی بازار هدف و یا سندی شامل طرح‌های کوتاه‌مدت کسبوکاری باشد. البته ممکن است خروجی این کمیته، سندی شامل نسخه ثانویه از همین طرح کسبوکاری موجود، باشد. این کمیته هر سه ماه یکبار تشکیل می‌شود. واحد مدیریت و برخی از پرسنل واحد آموزش، واحد بازرگانی و واحد مالی حسابداری و خزانه اعضاء این کمیته هستند. مدیر آکادمی، مدیر این کمیته می‌باشد.

- کمیته تعیین دپارتمان‌های آموزشی: این کمیته برای تعیین علوم تحت پوشش این آکادمی برای مدت مشخصی، تشکیل خواهد شد. این کمیته باید بتواند عنوانین دپارتمان‌های آموزشی موجود در واحد آموزش را مشخص نماید.
با توجه به تعریف ذکر شده این کمیته یک کمیته استراتژیک برای این اکوسیستم محسوب می‌شود. انتظار می‌رود که خروجی این کمیته، سندی شامل یک توافق‌نامه زمانی مشخص است که به واسطه آن مسیر اصلی این آکادمی در فرآیند آموزش و یادگیری را مشخص می‌نماید. این کمیته حداقل برای مدت 6 سال هر سال یکبار در ابتدای آغاز سال (فروردین ماه) می‌تواند تشکیل شود.
واحد مدیریت و برخی از پرسنل واحد آموزش، واحد بازرگانی و نماینده‌ای از اسپانسر اصلی این طرح (شرکت ابوالیحان بیرونی) اعضاء این کمیته هستند. مدیر آکادمی، مدیر این کمیته می‌باشد.

تذکر: وجود این کمیته، راهی است برای اینکه نظرات اسپانسر اصلی طرح در روش عملکرد و یا استراتژی متولیان این طرح تاثیرگذار باشد.



شکل 11 نمایی از خط زمانی احتمالی برگزاری کمیته‌ها

پرسنل

پرسنل، دسته‌ای از موجودیت‌های این اکوسیستم هستند که درون سازمان این اکوسیستم فعالیت خواهند کرد. این موجودیت‌ها، بازوی اجرایی یا منابع انسانی آن محسوب می‌شوند. این دسته از موجودیت‌های اکوسیستم به صورت مبسوط در بخش منابع کلیدی شرح داده شده‌اند.

همانطور که در شکل 12 مشاهده می‌شود این نوع از موجودیت‌ها در قالب نه واحد سازمانی طبقه‌بندی می‌شوند که در زیر آنها را شرح خواهیم داد. سوابق، تخصص‌ها و مدارک علمی و فنی که شخص یا مجموعه اشخاص شاغل در این واحدها باید داشته باشند در بخش منابع کلیدی این مستند ذکر شده است.

تذکر: واحد تامین و پشتیبانی مانند سایر واحدهای این اکوسیستم و هم سطح آنها در ذیل واحد مدیریت قرار خواهد داشت و تصویری که در شکل 1 و شکل 12 مشاهده می‌کنید به دلیل نوع ارتباط این واحد با سایر واحدها، این چنین ترسیم شده است.



شکل 12 نمایی از واحدهای سازمانی

- مدیریت: این شخص یا اشخاص این واحد سازمانی، پاسخگوی تمامی موارد مالی، حقوقی و اجتماعی این کسبوکار خواهند بود. مدیریت باید بتواند در خصوص موارد استراتژیک تصمیم‌گیری کند، اهداف سازمان یا کسبوکار را به پرسنل اعلام کرده و شرح دهد، گزارش‌های دریافتی از کمیته‌ها را بررسی کرده و تصمیم مناسب را اتخاذ کرده و ابلاغ نماید، در جلسات مختلف مربوط به کمیته‌ها و یا جلسات استخدامی پرسنل یا توافق‌های مشارکت با شرکای تجاری شرکت کند، برای مواردی که به صورت پیش‌بینی نشده حادث می‌شوند و برای آنها در این طرح کسبوکاری، راه حلی ارائه نشده است، راه حل ارائه نماید. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای استراتژیک این اکوسیستم است.
- واحد نوآوری و خلاقیت: ایده خوب، یک موضوع و طرح قابل اجرا است که می‌تواند در چرخه حیات ارزش (چرخه‌ای که باعث مصرف یک ارزش و تبدیل آن به ارزش دیگر می‌شود) جریان تبدیل ارزش‌ها را به گونه‌ای بهبود ببخشد که مخاطبین آن ایده (طرح قابل اجرا) به مقدار بیشتری از ارزش مورد نظر خود برسند.
- پرسنل این واحد باید در کمیته‌های شغلی، برخی از کمیته‌های ارزیابی مسابقات و کمیته‌های بررسی محصولات شرکت کنند. این پرسنل باید با JTBD Canvas روش کار با آن آشنا باشند. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای عملیاتی این اکوسیستم است.
- واحد حقوقی و قراردادها: پرسنل این واحد سازمانی، پاسخگوی تمامی موارد حقوقی و قراردادی این کسبوکار خواهند بود. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای استراتژیک و عملیاتی این اکوسیستم است.
- واحد مالی، حسابداری و خزانه: پرسنل این واحد سازمانی، مدارک و مستندات مالی این اکوسیستم را مدیریت می‌کنند. از طرف دیگر کلیه پرداخت‌ها و دریافت‌های مالی (پول یا سند مالی) توسط این واحد صورت می‌گیرد. یکی دیگر از وظایف پرسنل این واحد، کنترل رشد هزینه‌ها و درآمدها در زمان واقعی بر اساس سند بودجه دوره مالی است. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای عملیاتی این اکوسیستم است.
- واحد تامین و پشتیبانی: پرسنل این واحد سازمانی، عملیاتی را که باعث بقای محیط‌های عملیاتی سیستمی و غیر سیستمی این اکوسیستم می‌شوند، مدیریت می‌کنند. از طرف دیگر در زمان تامین زیرساخت و سیستم‌ها و سامانه‌های مورد نیاز این اکوسیستم، فعالیت اصلی پیاده‌سازی سیستم به عهده ایشان می‌باشد. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای عملیاتی این اکوسیستم است.
- واحد اداری و پرسنلی: پرسنل این واحد سازمانی، اموری مثل استخدام، رفاهی و ارزیابی پرسنل را مدیریت می‌کنند. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای عملیاتی این اکوسیستم است.
- واحد آموزش: پرسنل این واحد سازمانی، در اموری مثل برنامه‌ریزی آموزش، تهیه پکیج‌های آموزشی، شناسایی و معرفی مدرس، شرکت در ارزیابی مدرسان، شرکت در ارزیابی محتوى و... شرکت دارند. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای عملیاتی این اکوسیستم است.
- واحد بازرگانی: پرسنل این واحد سازمانی، بخش اعظم محتوای معرفی و تبلیغاتی را تهیه می‌کنند. از طرف دیگر بنا به نیازهایی که قبل از شرح داده شده است در برخی از کمیته‌ها نیز مشارکت دارند. و در نهایت برنامه‌ریزی برخی از رویدادهای درون سازمانی و کلیه رویدادهای برون

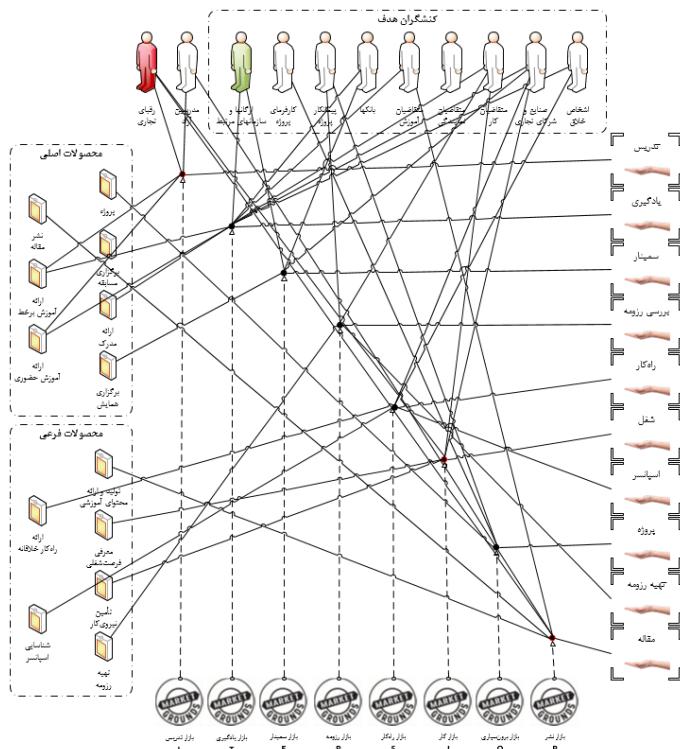
سازمانی این اکوسیستم از وظایف پرسنل این واحد می‌باشد. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای عملیاتی این اکوسیستم است.

- واحد انتشارات: ویراسداری مقالات، ارزیابی و ارزشگذاری مقالات و شرکت در برخی از کمیته‌ها از جمله وظایف پرسنل این واحد سازمانی می‌باشد. با توجه به تعریف ذکر شده این واحد از جمله واحدهای عملیاتی این اکوسیستم است.

آنالیز بازار

هر اکوسیستم کسب‌وکاری، بازار یا بازارهای مختلفی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با همین استدلال است که در این بخش سعی داریم بازارهای مختلف مرتبط با این اکوسیستم را با جزئیات بیشتری و به صورت چندگانه مورد ارزیابی قرار دهیم. نمایی پیچیده و شلوغی را که در شکل 13 مشاهده می‌نمایید، یک نمای کلی از ارتباطات بازار این اکوسیستم است. قبل از اینکه برای درک این تصویر با چالش روپردازی شود؛ واجب دانستم کمی در خصوص محیط آن توضیح دهم. این تصویر از پنج قسمت تشکیل شده است:

- قسمت بالایی، کنشگران مورد خطاب و یا مرتبط با بازارهای هدف را نشان می‌دهد.
- قسمت پایین، عنوان و کد بازارهای هدف را نشان می‌دهد.
- قسمت چپ، محصولات قابل ارائه در این کسب‌وکار را نشان می‌دهد.
- قسمت راست، ارزش معنوی ایجاد شده در بازار را نشان می‌دهد.
- قسمت مرکزی، ارتباط بین چهار بخش دیگر را نشان می‌دهد.

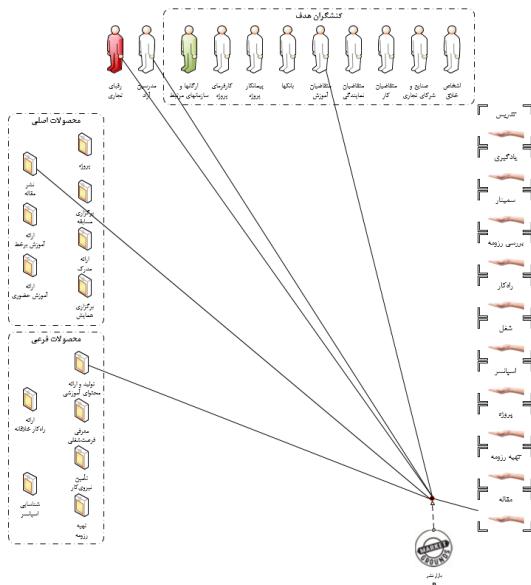


شکل 13 نمایی از محیط بازارهای مختلف این طرح

آنچه مبنای بررسی ما خواهد بود، بازارهای هدف است به همین دلیل بررسی هر عنصر دیگر بر اساس بازار هدف مرتبط با آن صورت می‌گیرد.

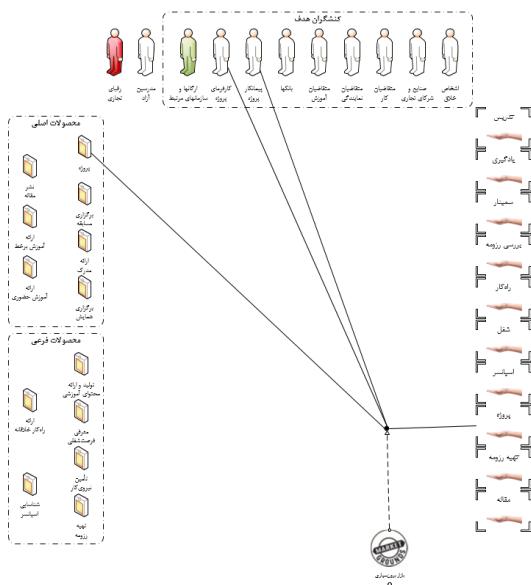
بازار نشر (P): کنشگران، محصولات و ارزش‌های مختلفی در این بازار مطرح هستند. نمایی که در شکل 14 مشاهده می‌کنید به خوبی نشان می‌دهد که در این بازار کنشگرانی مانند متخصصان آموزش، مدرسین آزاد و رقبای تجاری، حضور دارند. این اکوسیستم برای ورود به این بازار،

محصولاتی مانند نشر مقاله و تولید و ارائه محتوای آموزشی را ارائه می‌نماید. این محصولات باعث می‌شود که ارزش معنی به نام مقاله، در این بازار ایجاد و منتشر شود. همانطور که در شکل 14 مشاهده می‌کنید؛ ارتباطات این بازار به شکل یک دایره مشکی با حاشیه قرمز نمایش داده شده است. این تفاوت شکل به این دلیل است که کنشگران (رقبای تجاری) از ریسک‌های این بازار یکی از ریسک‌های این بازار، محسوب می‌شود.



شکل 14 نمایی از ارتباطات بازار نشر در این اکوسیستم

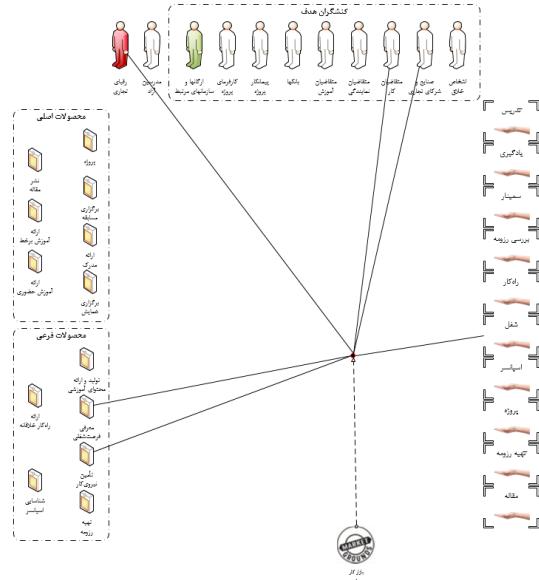
بازار برونو سپاری (O): کنشگران، محصولات و ارزش‌های مختلفی در این بازار مطرح هستند. نمایی که در شکل 15 مشاهده می‌کنید به خوبی نشان می‌دهد که در این بازار کنشگرانی مانند پیمانکاران پروژه و کارفرمایان پروژه، حضور دارند. این اکوسیستم برای ورود به این بازار محصول پروژه را ارائه می‌نماید. این محصول باعث می‌شود که ارزش معنی به نام پروژه، در این بازار ایجاد و تحويل داده شود.



شکل 15 نمایی از ارتباطات بازار برونو سپاری در این اکوسیستم

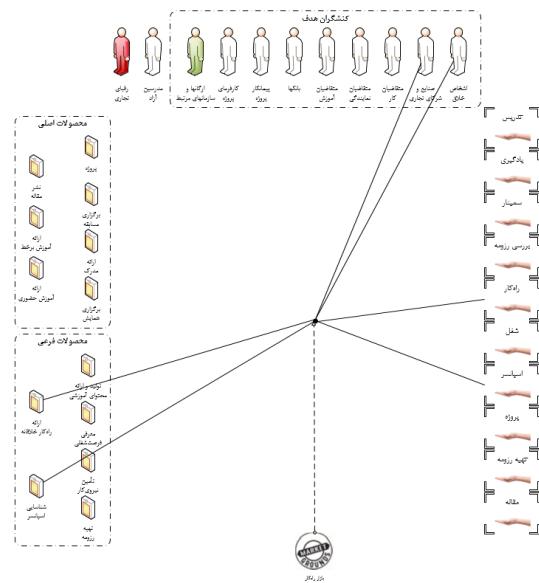
بازار کار (J): کنشگران، محصولات و ارزش‌های مختلفی در این بازار مطرح هستند. نمایی که در شکل 16 مشاهده می‌کنید به خوبی نشان می‌دهد که در این بازار کنشگرانی مانند صنایع و شرکای تجاری، متخصصان کار و رقبای تجاری حضور دارند. این اکوسیستم برای ورود به این بازار محصولاتی مانند معرفی فرصت شغلی و تامین نیروی کار را ارائه می‌نماید. این محصولات باعث می‌شود که ارزش معنی به نام شغل، در

این بازار ایجاد و مورد استفاده قرار گیرد. همانطور که در شکل 16 مشاهده می‌کنید، ارتباطات این بازار به شکل یک دایره مشکی با حاشیه قرمز نمایش داده شده است. این تفاوت شکل به این دلیل است که کنشگری (رقبای تجاری) از کنشگران این بازار یکی از ریسک‌های این بازار، محسوب می‌شود.



شکل 16 نمایی از ارتباطات بازار شغل در این اکوسیستم

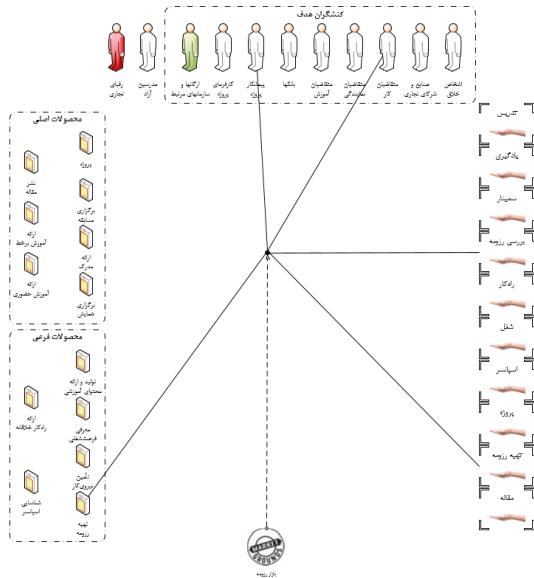
بازار راه کار (5): کنشگران، محصولات و ارزش‌های مختلفی در این بازار مطرح هستند. نمایی که در شکل 17 مشاهده می‌کنید به خوبی نشان می‌دهد که در این بازار کنشگرانی مانند صنایع و شرکای تجاری، اشخاص خلاق حضور دارند. این اکوسیستم برای ورود به این بازار محصولاتی مانند راه کار خلاقانه و شناسایی اسپانسر را ارائه می‌نماید. این محصولات باعث می‌شود که ارزش‌های معنوی به نام راه کار و اسپانسر در این بازار ایجاد و مصرف شود.



شکل 17 نمای از اتصالات بازار آهکا در این اکوسیستم

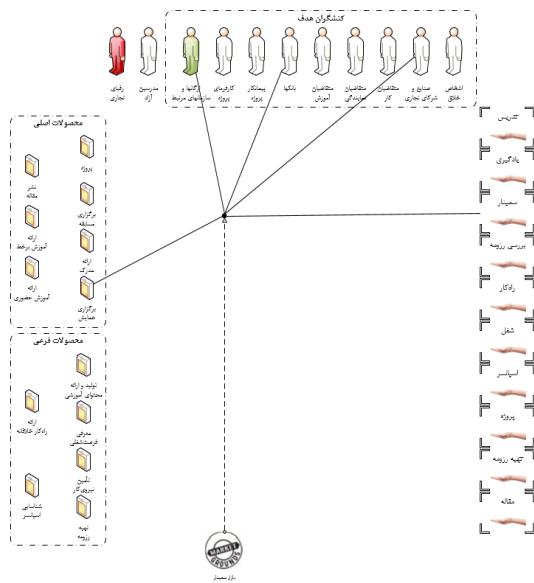
بازار رزومه (R) (بازار جدید): کنیشگران، محصولات و ارزش‌های مختلفی در این بازار مطرح هستند. نمایی که در شکل 18 مشاهده می‌کنید به خوبی نشان می‌دهد که در این بازار کنیشگرانی مانند پیماناتکاران پروژه و متخصصان کار حضور دارند. این اکوسیستم برای ورود به این بازار

محصول تهیه رزومه را ارائه می‌نماید. این محصول باعث می‌شود که ارزش‌های معنوی به نام تهیه رزومه و بررسی رزومه در این بازار ایجاد و مورد استفاده قرار گیرد. این بازار یک بازار کاملاً جدید است و شناساندن ارزش و مفهومی که در آن جستجو می‌شود، نیاز به سرمایه‌گذاری بیشتر دارد.



شکل 18 نمای از ارتباطات بازار رزومه در این اکوسيستم

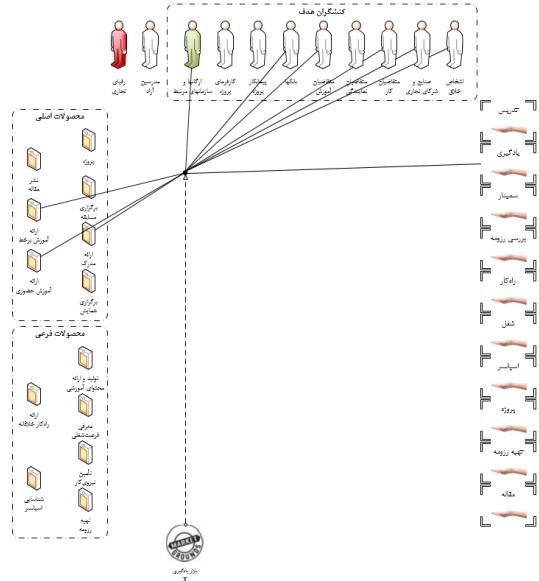
بازار سمینار (E): کنشگران، محصولات و ارزش‌های مختلفی در این بازار مطرح هستند. نمایی که در شکل 19 مشاهده می‌کنید به خوبی نشان می‌دهد که در این بازار کنشگرانی مانند صنایع و شرکای تجاری، بانک‌ها و ارگانها و سازمان‌های مرتبط حضور دارند. این اکوسيستم برای ورود به این بازار محصول برگزاری همایش را ارائه می‌نماید. این محصول باعث می‌شود که ارزش معنوی به نام سمینار در این سمینار ایجاد و مورد استفاده قرار گیرد.



شکل 19 نمای از ارتباطات بازار سمینار در این اکوسيستم

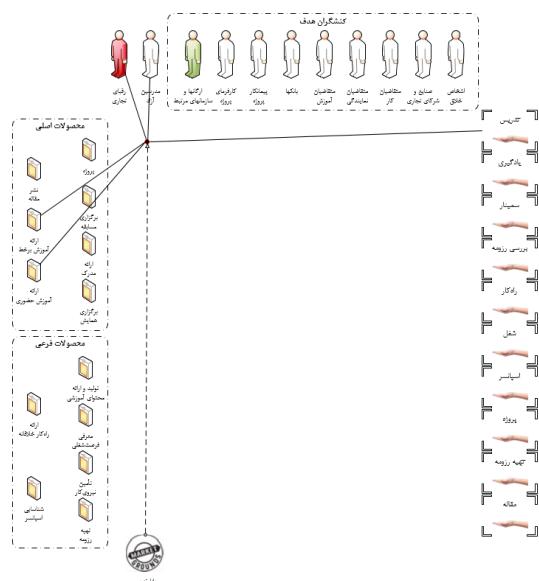
بازار یادگیری (T): کنشگران، محصولات و ارزش‌های مختلفی در این بازار مطرح هستند. نمایی که در شکل 20 مشاهده می‌کنید به خوبی نشان می‌دهد که در این بازار کنشگرانی مانند اشخاص خلاق، صنایع و شرکای تجاری، متقاضیان کار، متقاضیان آموزش، بانک‌ها و ارگان‌ها و

سازمان‌های مربوطه حضور دارند. این اکوسیستم برای ورود به این بازار محصولات / رائه آموزش حضوری، ارائه آموزش برخط و رائه مدرک را ارائه می‌نماید. این محصولات باعث می‌شود که ارزش معنوی به نام یادگیری در این بازار ایجاد و مصرف شود. این بازار، اصلی‌ترین بازار این اکوسیستم است و بخش اعظم کنشگران این اکوسیستم از آن استفاده خواهد نمود.



شکل 20 نمایی از ارتباطات بازار یادگیری در این اکوسیستم

بازار تدریس (L): کنشگران، محصولات و ارزش‌های مختلفی در این بازار مطرح هستند. نمایی که در شکل 21 مشاهده می‌کنید به خوبی نشان می‌دهد که در این بازار کنشگرانی مانند مدرسین آزاد و رقبای تجاری حضور دارند. این اکوسیستم برای ورود به این بازار محصولات / رائه آموزش حضوری و / رائه آموزش برخط را ارائه می‌نماید. این محصولات باعث می‌شود که ارزش معنوی به نام تدریس در این بازار ایجاد و مصرف شود. همانطور که در شکل 21 مشاهده می‌کنید؛ ارتباطات این بازار به شکل یک دایره مشکی با حاشیه قرمز نمایش داده شده است. این تفاوت شکل به این دلیل است که کنشگری (رقبای تجاری) از کنشگران این بازار یکی از ریسک‌های این بازار، محسوب می‌شود.



© 2014 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved.

در این بخش سعی بر این بوده است که یک ساختار بودجه‌بندی برای این طرح ارائه شود. این ساختار بودجه‌بندی دارای دوره‌های بررسی است که کاملاً با بازه‌های زمانی ذکر شده در بخش جریان‌های درآمدی مطابقت دارد. به عبارت دیگر این ساختار دارای سه نقطه عطف مالی است. جداولی را که در زیر مشاهده می‌کنید؛ با این نقاط عطف، خاتمه می‌یابند.

جدول ۱ نمایی از خلاصه برنامه بودجه‌بندی سال اول

جدول ۲ نمایی از خلاصه برنامه بودجه‌بندی سال دوم تا سال ششم

جدول ۳ نمایی از خلاصه برنامه بودجه‌بندی سال هفتم تا سال پانزدهم

تذکر: چنانچه جداول بالا گویا نیست بر روی تصویر کلیک کنید تا فایل مربوطه را مشاهده نمایید.

این طرح شامل برنامه‌ریزی یک کسبوکار از منظرهای مختلف برای مدت پانزده سال است به همین منظور، یک جدول خلاصه بودجه نمی‌تواند ارتباط موارد مالی با موارد اجرایی را مشخص کند و ممکن است عامل و یا علت هر برنامه‌ریزی در این بودجه‌بندی، مبهم تصور شود. از اینرو است که در زیر سعی شده است فارغ از خلاصه ذکر شده در ابتدای این بخش، در ادامه، جزئیات مختلف این برنامه بودجه‌بندی را با وقایع و برنامه‌ریزی‌های اجرایی این طرح تطابق داده و بیان نماییم. به همین منظور از ردیف‌های هزینه در برنامه بودجه‌بندی ذکر شده شروع می‌کنیم. لیست زیر ردیف هزینه‌های پیش‌بینی شده این طرح است و برای مشاهده جداول بودجه مورد نظر هر یک از آنها به پیوست‌ها مراجعه نمایید:

- اجاره آپارتمان: برای راهاندازی مرکز آموزش این طرح (آکادمی ناب) یک واحد مستقل آپارتمانی لازم است که مبلغ اجاره هر ماه آن امروزه، بالغ بر 30.000.000 تومان خواهد بود. این واحد مسکونی حداکثر تا پایان سال ششم، محل استقرار این آکادمی خواهد بود. از ابتدای سال ششم، آکادمی ناب در محلی که چهار برابر واحد قبلی بوده است قرار می‌گیرد تا برنامه توسعه پیش‌بینی شده، مشکل فضای آموزشی نداشته باشد. البته این محل جدید حداکثر تا پایان سال دوازدهم، محل استقرار آکادمی ناب خواهد بود. این آکادمی در ابتدای سال سیزدهم، در محلی به مساحت دو برابر محل استقرار قبلی، مستقر خواهد شد تا آخرین فاز توسعه خود را به نتیجه رساند.
- خرید یک سامانه توسعه فرآیند محور و قاعده محور: خرید یک زیرساخت توسعه یکی از واجبات این طرح می‌باشد. در این طرح پیش‌بینی شده است که فاز توسعه نرمافزاری نیز در سه مرحله صورت خواهد گرفت. مرحله اول که از ابتدای اجرای این طرح آغاز می‌شود؛ شامل خرید زیرساخت توسعه و راهاندازی و استقرار سیستم‌ها و سامانه‌های این طرح می‌باشد. مرحله دوم و سوم توسعه نرمافزاری این طرح برای بهبود فرآیندهای کاری، افزودن محصول یا کسب‌وکار و یا ایجاد یک بازار جدید (به همراه یک طرح کسب‌وکاری جدید) می‌باشد.
- هزینه پشتیبانی از سیستم مدیریت فرآیند و یا مدیریت قواعد: هر سیستم نرمافزاری نیاز به پشتیبانی دارد به همین دلیل زیرساخت توسعه خریداری شده در طول اجرای این طرح همواره هزینه پشتیبانی خواهد داشت.
- هزینه طراحی و توسعه سامانه مکتبدار: هر یک از سامانه‌های اصلی این طرح به واسطه پرسنل خود طرح و مشاوره‌های خارج از سازمان این طرح، توسعه خواهد یافت. طبیعی است که این توسعه در سال‌های مختلف صورت گیرد. این ردیف هزینه فقط مربوط به یکی از سامانه‌های موجود در این طرح کسب‌وکاری است.
- هزینه طراحی و توسعه سامانه کاردار: این ردیف هزینه، پیش‌بینی روش هزینه کرد بودجه توسعه سامانه کاردار را که یکی از سامانه‌های اصلی این طرح است، نمایش می‌دهد.
- هزینه طراحی و توسعه سامانه ایده‌نگار: این ردیف هزینه، پیش‌بینی روش هزینه کرد بودجه توسعه سامانه /ایده‌نگار را که یکی از سامانه‌های اصلی این طرح است، نمایش می‌دهد.
- هزینه طراحی و توسعه سامانه کاسبکار: جدول زیر پیش‌بینی روش هزینه کرد بودجه توسعه سامانه کاسبکار را که یکی از سامانه‌های اصلی این طرح است، نمایش می‌دهد.
- هزینه طراحی و توسعه سامانه کتابدار: این ردیف هزینه، پیش‌بینی روش هزینه کرد بودجه توسعه سامانه کتابدار را که یکی از سامانه‌های اصلی این طرح است، نمایش می‌دهد.
- هزینه طراحی و توسعه زیرسیستم‌های درون سامانه مکتبدار: این ردیف هزینه، پیش‌بینی روش هزینه کرد بودجه توسعه زیرسیستم‌های درون سامانه مکتبدار را نمایش می‌دهد.
- هزینه‌های طرح‌های ثانویه توسعه: با توجه به اینکه توسعه در این طرح در سه مرحله صورت می‌گیرد؛ فاز اول توسعه که شاید به آن فاز راهاندازی نیز بتوان گفت در عناوین هزینه‌ای قبلی ذکر شد. دو فاز بعدی در این ردیف هزینه‌ای بودجه‌بندی شده‌اند.
- هزینه دستمزد پرسنل ستادی: یکی از هزینه‌های جاری و دائمی این طرح، هزینه پرسنل ستادی این طرح است. در این طرح فرض بر این بوده است که حقوق افراد سالیانه 25 درصد افزایش می‌یابد. کلیه هزینه‌های مشمول قانون کار در این ردیف جمع‌آوری شده است.
- هزینه پاداش‌ها و سود حاصل از پیشنهادهای پرسنل به پرسنل: یکی از مواردی که باعث می‌شود پرسنل شاغل در یک کسب‌وکار برای افزایش درآمد آن تلاش کنند با وجود اینکه از نظر مالی صاحب کسب‌وکار محسوب نمی‌شوند، این است که به صورتی حتی به مقدار ناچیز در سود آن کسب‌وکار شریک باشند. به همین دلیل در این طرح، بخشی از درآمد آکادمی (یک درصد از درآمد آکادمی) به عنوان پاداش برای پرسنل آن در نظر گرفته شده است. ردیف هزینه‌ای اخیر روش بودجه‌بندی این موضوع را نمایش می‌دهد.

- هزینه دستمزد پرسنل عملیاتی: یکی از هزینه‌های جاری و دائمی این طرح، هزینه تدریس مدرسین این طرح است. در این طرح فرض بر این بوده است که حقوق مدرسین سالیانه 25 درصد افزایش می‌یابد. کلیه هزینه‌های مشمول قراردادهای خدمات در این ردیف جمع‌آوری شده است.
 - هزینه بازپرداخت وام: یکی از هزینه‌های جاری و تقریباً دائمی این طرح که از سال دوم به صورت مستمر تا 10 سال پرداخت خواهد شد، هزینه بازپرداخت وام دریافت شده، می‌باشد. کلیه هزینه‌های بازپرداخت وام در این ردیف، بودجه‌بندی شده است.
 - هزینه تدارکات و یا اجاره محل سمینارها: یکی از کسب‌وکارهایی که در این طرح با کسب‌وکار آکادمی ادغام شده است، بازار برگزاری سمینار می‌باشد. کلیه هزینه‌های سمینارها قابل برگزاری در این ردیف، بودجه‌بندی شده است.
 - هزینه تبلیغات: یکی از هزینه‌هایی که در اکثر کسب‌وکارها نادیده گرفته می‌شود، هزینه تبلیغات است. از دیدگاه بعضی از متخصصین، تبلیغات، هزینه نیست بلکه یک نوع سرمایه گذاری است. کلیه هزینه‌های تبلیغات در این ردیف، بودجه‌بندی شده است.
 - هزینه‌های پیش‌بینی نشده: این هزینه‌ها شامل مجموعه‌ای وسیع از هزینه‌ها خواهد شد که برخی به دلیل عدم آشنایی کامل نویسنده این طرح با بازارهای پوشش داده شده در این طرح می‌باشد و برخی دیگر ناشی از تغییرات و یا قوانین حاکمیتی مرتبط با این بازارها خواهد بود. کلیه هزینه‌های پیش‌بینی نشده این طرح در این ردیف، بودجه‌بندی شده است.
- در ادامه با ردیف‌های درآمد در برنامه بودجه‌بندی ذکر شده ادامه می‌دهیم. لیست زیر ردیف درآمدهای پیش‌بینی شده این طرح است و برای مشاهده جداول بودجه مورد نظر هر یک از آنها به پیوست‌ها مراجعه نمایید:
- درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار: این درآمد یکی از درآمدهایی است که در سامانه کاردار به این کسب‌وکار افزوده می‌شود. این درآمد یکی از درآمدهای کمکی این کسب‌وکار نیز محسوب می‌شود. به نظر می‌رسد که در ابتدای کار، سهم این درآمد به نسبت کل درآمد، زیادتر از همین سهم در انتهای سال پانزدهم باشد و این روند کاهشی نیز به صورت تناوبی (غیر از مواردی که با افزودن یک محصول یا سیستم یا سامانه به این کسب‌وکار، کنشگران تازه‌ای به این کسب‌وکار اضافه می‌شوند، نسبت سهم این درآمد به درآمد کل کمی بهبود می‌یابد) تا انتهای دوره بلند مدت، شکل خواهد گرفت.
 - درآمد حاصل از کمیسیون تحقق پیمان‌نامه اجرای پروژه: این درآمد یکی از درآمدهایی است که در سامانه کاسیکار به این کسب‌وکار افزوده می‌شود. این درآمد یکی از درآمدهای کمکی این کسب‌وکار نیز محسوب می‌شود. به نظر می‌رسد که در ابتدای کار، سهم این درآمد به نسبت کل درآمد، زیادتر از همین سهم در انتهای سال پانزدهم باشد و این روند کاهشی نیز به صورت تناوبی (غیر از مواردی که با افروzen یک محصول یا سیستم یا سامانه به این کسب‌وکار، کنشگران تازه‌ای به این کسب‌وکار اضافه می‌شوند، نسبت سهم این درآمد به درآمد کل کمی بهبود می‌یابد) تا انتهای دوره بلند مدت، شکل خواهد گرفت.
 - درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ آکادمی: این درآمد اصلی‌ترین درآمد این آکادمی است که در سامانه مکتب‌دار به این کسب‌وکار افزوده می‌شود.
 - درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری: این درآمد نیز مانند مورد قبل از درآمدهای اصلی این آکادمی است که در سامانه مکتب‌دار به این کسب‌وکار افزوده می‌شود.
 - درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه‌کار: این درآمد یکی از درآمدهایی است که در سامانه /یده‌نگار به این کسب‌وکار افزوده می‌شود. این درآمد یکی از درآمدهای کمکی این کسب‌وکار نیز محسوب می‌شود.
 - درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر: این درآمد یکی از درآمدهایی است که در سامانه /یده‌نگار به این کسب‌وکار افزوده می‌شود. این درآمد یکی از درآمدهای کمکی این کسب‌وکار نیز محسوب می‌شود.

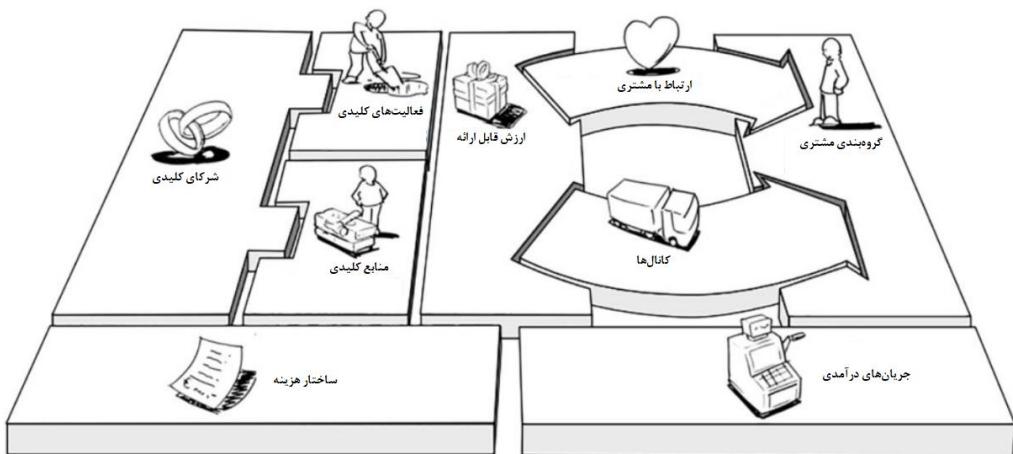
- درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن؛ این درآمد یکی از درآمدهایی است که در سامانه کاردار به این کسبوکار افزوده می‌شود. این درآمد یکی از درآمدهای کمکی این کسبوکار نیز محسوب می‌شود.
- درآمد حاصل از جبران هزینه نشر مقالات علمی؛ این درآمد یکی از درآمدهایی است که در سامانه کتابدار به این کسبوکار افزوده می‌شود. این درآمد یکی از درآمدهای کمکی این کسبوکار نیز محسوب می‌شود البته تصمیم‌گیری در خصوص کسب این درآمد ارتباط مستقیم و محکمی با میزان اعتبار این آکادمی خواهد داشت.
- درآمد حاصل از توسعه ثانویه کسبوکار؛ این درآمد یکی از درآمدهایی است که به سبب وجود یک زیرساخت توسعه امکان تحقق می‌یابد. این درآمد یکی از درآمدهای احتمالی این کسبوکار محسوب می‌شود.
- درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان؛ این درآمد مهم‌ترین درآمد تامین کننده نیازهای اولیه این کسبوکار است. این درآمد یکی از درآمدهای الزامی این کسبوکار محسوب می‌شود.
- درآمد تخصیصی حاصل از بخشی از سود سال قبل (5 تا 100 درصد)؛ یکی از ردیف درآمدهای برنامه‌ریزی شده‌ای که ریسک تحقق برنامه بودجه را کاهش می‌دهد؛ همین ردیف درآمدی است که باعث می‌شود بخشی از درآمد سال قبل به عنوان درآمد محقق شده در سال مورد نظر، در نظر گرفته شود. برخی از متخصصین به این ردیف درآمدی، عنوان صندوق ذخیره نیز داده‌اند. روش هزینه‌کرد این درآمد یا صندوق در سایر بخش‌ها توضیح داده شده است.

ریسک‌ها و راه حل‌ها

- ریسک‌های محتمل این طرح به همراه راه حل‌های پیش‌بینی شده برای هر یک در زیر بیان شده است:
- نوپا بودن؛ به عبارت دیگر، آکادمی بیرونی تا مدت 2 سال بخش زیادی از درآمدهای خود را که می‌تواند صرف توسعه و پیشرفت خود نماید، باید صرف رقابت با بزرگان این کسبوکار در بازار آن نماید. با توجه به اینکه نوآوری به عنوان یک بازوی رقابتی، برای این کسبوکار، دور از انتظار است این ریسک باعث می‌شود که ادامه فعالیت این کسبوکار با مشکلات زیادی مواجه شود.
 - البته راه حل رفع این ریسک استفاده از برنده والد شرکت ابوریحان بیرونی است. به عبارت دیگر، با توجه به اینکه برنده این آکادمی، به گونه‌ای است که در زیرمجموعه شرکت ابوریحان بیرونی قرار می‌گیرد، رقابت با سایر بزرگان این کسبوکار کم هزینه‌تر خواهد بود.
 - از طرف دیگر اگر بتوان چندین کسبوکار مختلف را که از نظر مفهومی به این کسبوکار نزدیک هستند با آن ترکیب کرد و ارزش افزوده بیشتری برای مشتریان تهیه نمود، شاید بتوان بخشی از این ریسک را نیز کاهش داد. به همین منظور در این طرح، کسبوکار آکادمی با کسبوکار یک بنگاه کاریابی و استعداد یابی، یک مجموعه پشتیبانی از ایده‌های نو و هوشمندانه و یک مجموعه کوچک برای مناقصات با ابعاد کوچک، ترکیب شده است.
 - ریسک نرخ بازدهی سرمایه؛ همواره حفظ سرمایه اولیه شرکای یک کسبوکار به موفقیت و یا عدم موفقیت کسبوکار وابسته خواهد بود. به همین جهت، مبالغ اولیه‌ای که در بخش ساختار هزینه به عنوان سرمایه اولیه مورد نیاز ذکر شده است در خطر از بین رفتن و یا کاهش ارزش خواهد بود.
 - نکته‌ای که در این طرح باعث کاهش این ریسک می‌شود این است که بخش اعظم این هزینه اولیه در واقع ارزش منابع مختلف شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی است که در حال حاضر یا مورد بهره‌برداری قرار نمی‌گیرد و یا بهره‌برداری مفیدی از آنها نمی‌شود. به عبارت دیگر این منابع از دو منظر قابل ارزش‌گذاری است؛ از منظر این طرح، هر یک این منابع معادل ارزش نامی که در بخش ساختار هزینه بیان شده است، هستند در حالیکه از منظر شرکت ابوریحان بیرونی این منابع در خوبی‌بینانه‌ترین حالت نیمی از این ارزش را خواهند داشت.

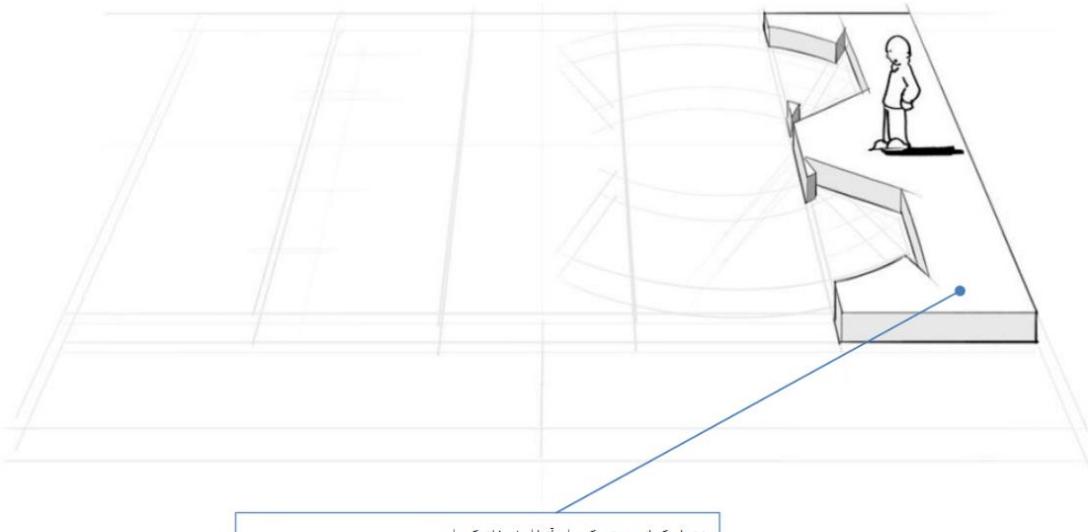
- شناسایی و در خدمت گرفتن اسانید: موسسات آموزشی فنی همواره به دنبال مدرسینی هستند که سابقه فعالت تجاری در حوزه تدریس خود نیز داشته باشند. استفاده از این مدرسین همواره برای هر موسسه آموزشی یک مزیت خواهد بود ولیکن به دلیل اینکه این دسته از مدرسین، کمتر تمایل به تدریس دارند، هزینه بکارگیری آنها یک ریسک محسوب می شود.
- با توجه به اینکه این طرح، دو منظر مختلف و یا از دیدگاه کلان، دو کسبوکار مختلف را در هم ترکیب نموده است می تواند از مدرسین شاغل در محل شرکای تجاری خود که از این دسته مدرسین هستند، استفاده نماید.
- میزان ارزش اعتبارنامه‌های آکادمی: به دلیل اینکه موسسات آموزشی همواره دروسی را آموزش می دهند که در صنعت مورد استفاده خواهد داشت، و در کسبوکار خودشان نقشی ندارد؛ سطح ارائه آموزش و سطح یادگیری متقاضی آموزش برای آنها دغدغه اصلی نیست و این موضوع در واقع پاشنه آشیل همین موسسات است. به عبارت دیگر، چنانچه یک موسسه آموزشی در این خصوص اهتمامی نداشته باشد؛ ریسک انحطاط خود را با از دست دادن مشتریان خود، افزایش می دهد.
- برای کاهش این ریسک می توان از دو جبهه به آن حمله کرد. ابتدا با توافق بین این آکادمی و حوزه‌های دانش دانشگاهی، اعتبارنامه‌ها را در دو سطح و با دو تایید در اختیار متقاضیان آموزشی قرار داد. از طرف دیگر مراحل اخذ اعتبارنامه مورد نظر در داخل اعتبارنامه و یا در محل سامانه مکتبدار ذکر شده باشد.
- البته یک راه معمول نیز وجود دارد که تا حدودی می تواند در کاهش این ریسک کمک کند. دریافت مجوز آموزش از سازمان فنی و حرفه‌ای یا سازمان مدیریت صنعتی یا وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می تواند به شکل موثری این ریسک را کاهش دهد. حتی برگزاری برخی از دوره‌های بانکداری که زیر نظر بانک مرکزی جمهوری اسلامی می باشد، می تواند باعث کاهش این ریسک شود.
- شناسایی کسبوکارهایی که تمایل به مشارکت با آکادمی را داشته باشند: به دلیل اینکه در اقتصاد ایران، گرفتار رانت‌های فراوانی هستیم که در اکثر مواقع از سازمان‌های حاکمیتی سرچشمه می گیرند، اعتماد به یک سازمان در ابعاد کوچک و یا متوسط مثل نئو آکادمی بیرونی (موضوع این طرح) خود یک چالش بزرگ در این کسبوکار محسوب می شود و ریسک آن باید در ریسک‌های این طرح دیده شود.
- برای کاهش این ریسک می توان از اطلاعات موجود در بانک اطلاعاتی خود بانک ملت استفاده کرد. پیشنهاد می شود که لیستی از مشتریان حقوقی بانک ملت توسط گروه BI تهیه شود و این لیست در آکادمی مورد تجزیه و تحلیل مجدد قرار گرفته و در کسبوکارهای مختلف طبقه‌بندی شده و برای هر یک اقدامات مورد نیاز صورت گیرد.
- رقبای تجاری: این طرح کسبوکاری، ترکیبی از چندین کسبوکار کوچکتر ولی به هم وابسته است. هر یک از این کسبوکارها، بازار تجاری خود را دارند و انتظار دور از ذهنی نیست که کاملاً آماده برخورد با رقبای تجاری باشیم. تعدد و یا میزان توانایی رقبای تجاری در هر بازاری می تواند یک ریسک برای این طرح محسوب شود.
- برای کاهش این ریسک می توان مأموریت دائمی برای واحد بازرگانی تعریف کرد که به واسطه آن، اعضاء این واحد به صورت دائمی بازارها و رقبای هر بازار را بررسی کرده و نتایج بررسی خود را در کمیته ارزیابی بازار ارائه نمایند تا تصمیمات مناسب برای کاهش این ریسک در نظر گرفته شود.
- رشد تصاعدي هزینه‌های پیش‌بینی نشده: یکی از مواردی که ممکن است این طرح را با مشکل مواجه کند، هزینه‌های پیش‌بینی نشده است. همانطور که قبل از گفته شد؛ در بودجه‌بندی این طرح، مبلغی را هر ساله به منظور هزینه‌های پیش‌بینی نشده در نظر گرفته‌ایم. به صورت منطقی، این مبلغ فقط کسری کوچک از هزینه‌های این طرح در هر سال خواهد بود. همواره این ریسک وجود دارد که به هر دلیلی این کسر به صورت فزاینده افزایش یابد که در این صورت باعث بروز مشکلات متعدد و یا در شرایط خاص باعث شکست طرح می شود.
- برای کاهش این ریسک در این طرح، ساختارهای اداری، کمیته‌های مختلف و سیستم‌های نظارتی فراوان وجود خواهد داشت تا قبل از ایجاد یک فاجعه از بروز آن جلوگیری شود. از آن جمله می توان به پرسنل واحد بازرگانی، واحد تامین و پشتیبانی و واحد مدیریت اشاره کرد که به واسطه کمیته ارزیابی بازار، کمیته بررسی محصولات، کمیته شغلی، کمیته ارزیابی انحراف عملکرد مالی و زیرسیستم JTBD می توانند این مهم را به سرانجام رسانند.

در ادامه طرح کسبوکاری ناب را بر مبنای بوم کسبوکار شرح خواهیم داد.



شکل 22 نمای از بوم طرح کسبوکار

همانطور که در شکل 22 نیز نمایان است، این طرح (کسبوکار ناب) از 9 منظر قابل بررسی است. در ادامه شرح مختصری از هر یک از این مناظر ارائه می‌گردد تا خواننده این طرح، آشنایی کلی از طراحی این کسبوکار به دست آورد.



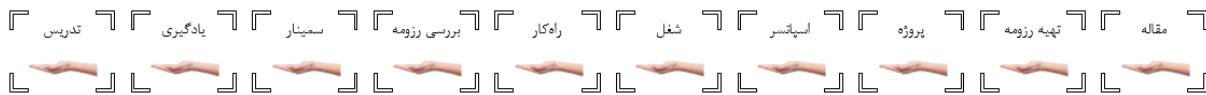
مشتریان کسانی هستند که برای آنها ارزش خلق کرده‌اند.
مهم‌ترین مشتریان ما کسانی هستند که پیشترین ارزش مالی یا معنوی را به ما می‌دهند.
پایگاه مشتریان ما یک بازار انبوه یا محدود است، بخش‌بندی شده است و دارای تنوع پائتفرم است.

همانطور که مطلع هستید هر کسبوکار در واقع ماشینی است برای تولید ارزش و بخشی از ارزش تولید شده همواره مورد نیاز مشتریان آن کسبوکار خواهد بود. از طرف دیگر، تجربه ارباب رجوع و یا متعاملین هر کسبوکار در کسب ارزش مورد نظرشان نیز می‌تواند عامل یا آزمون مناسبی برای ارزیابی کسبوکار باشد. به همین منظور بهتر دانستیم که قبل از بیان نظرگاه‌های دیگر، کسبوکار این طرح را از منظر متعاملین یا مشتریان و تجربیات آنها، مورد بررسی قرار داده و یا معرفی کنیم. متعاملین و مشتریان یک کسبوکار همان گروه والد از کاربران کسبوکار محسوب می‌شوند که از لحاظ تحلیلی به آنها کنشکر¹² نیز گفته می‌شود.

محدوده موضوعی ارزش‌های کسب شده در هر کسبوکار، بسیار متنوع است. می‌توان این ارزش‌ها را از گذران وقت با متعامل تا کسب ارزش معنوی و یا مادی، متغیر دانست. به همین جهت است که مشتریان و یا متعاملین یک کسبوکار را شاید بتوان در دسته‌بندی زیر تحلیل نمود:

- **خریداران بالفعل:** کسانی هستند که برای کسب ارزش معنوی مورد نیاز خود (در اینجا می‌توان به آموزش علم و فناوری اشاره کرد) مبلغی پرداخت می‌کنند. این مبلغ در واقع ارزش آموزش مورد نظر را محک می‌زنند.
- **هدایت‌کنندگان یا واسطه‌ها:** کسانی هستند که خریداران را به سمت بهترین خرید از کسبوکار هدایت می‌کنند. این گروه، با محصولات و ارزش‌های ارائه شده توسط کسبوکار و نیازهای مشتریان، آشنا هستند و یا به بهترین روش می‌توانند این نیازها را کشف کنند.
- **خریداران بالقوه:** کسانی هستند که برای رفع نیازهای خود به کسبوکار مراجعه می‌کنند. نکته‌ای که در خصوص نیازهای آنها بسیار اهمیت دارد این است که این نیازها می‌توانند از دو منبع اصلی حاصل شوند. به عبارت دیگر یا این نیازها مبتنی بر ذات بوده و از رفتارهای فردی، خانوادگی و یا سازمانی شخص حاصل می‌شوند (اکثر نیازهای مورد نظر در این کسبوکار در این گروه هستند) یا این نیازها ناشی از موجه‌های اجتماعی سطح مجموعه‌های خاصی از مجتمع عمومی است.
- **صرف کنندگان ارزش‌های معنوی:** کسانی هستند که خریداران بالفعل می‌توانند ارزش کسب شده را در آنجا مصرف کرده و مجدد ارزش مالی کسب کنند. این گروه از مشتریان یا متعاملین به صورت عام، شرکت‌ها و صنایع مصرف کننده دانش هستند.
- **تأثیرگذاران اجتماعی:** کسانی هستند که نظرشان در شبکه‌های واقعی یا مجازی اجتماعی بر روی خریداران بالقوه بسیار تاثیرگذار خواهد بود. شناسایی این افراد و برقراری ارتباط موثر با آنها می‌تواند یکی از اهداف استراتژیک این آکادمی باشد.

البته فارغ از مفاهیم عنوان شده، همانطور که در بخش قبل دیدید؛ ارزش‌های تولید شده در این طرح، متنوع هستند و نمایی که در شکل 23 مشاهده می‌نمایید یک نمای عمومی از آنها است.



شکل 23 نمای از ارزش‌های ایجاد شده در این اکوسیستم

حال که تا حدودی انواع شخصیتی متعاملین و یا مشتریان کسب‌وکارها را تحلیل کردیم؛ در زیر کنشگران آکادمی را با توجه به خواسته‌ها و یا نیازهای آنها و بر اساس انواع ذکر شده تقسیم بندی کرده و بررسی خواهیم کرد.

توجه داشته باشید که در این تقسیم‌بندی حرفی از پرسنل آکادمی مطرح نیست؛ پس اگر در این بخش توضیحی و یا عنوانی از این گروه کاربران کسب‌وکار مشاهده نمی‌کنید و تمایل دارید در این خصوص نیز مطلع شوید لطفاً به بخش منابع کلیدی مراجعه کنید. همچنین می‌توانید به واسطه شرحی که بر فرآیندهای کسب‌وکاری در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها مشاهده خواهید نمود با وظایف آن دسته از کاربران این کسب‌وکار که پرسنل آکادمی نامیده می‌شوند نیز، آشنا شوید.

یکی از نکات دیگری که در خصوص کنشگران کسب‌وکار این طرح بسیار اهمیت دارد، گستره جغرافیایی آنها است. با توجه به مدل کسب‌وکار پیش‌بینی شده در این طرح، گستره جغرافیایی کنشگران این طرح به گونه‌ای است که تنها محدودیت آن وابستگی به امکان ارائه خدمات مالی است. به عبارت دیگر، چنانچه بتوان مبالغ مالی بین سرویس دهنده و سرویس گیرنده را تبادل کرد، می‌توان خدمات مورد نیاز سرویس گیرنده را فارغ از محل استقرار وی به وی ارائه نمود. در نتیجه هر یک از کنشگران ذکر شده در زیر، فارغ از محدوده جغرافیایی مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند.

کنشگران این کسب‌وکار در پنج گروه زیر تقسیم می‌شوند:

- **متقاضیان یادگیری:** این گروه از کنشگران، کسانی هستند که در کلاس‌های آموزشی حضوری و یا غیر حضوری شرکت می‌کنند و پس از گذراندن دوره مورد نظر، چنانچه در آزمون یا آزمون‌های آن شرکت کنند و موفق به قبولی در آزمون‌های آن شوند، مجاز به دریافت اعتبرانه دوره می‌شوند. این کنشگران می‌توانند از انواع شخصیتی خریداران بالقوه و یا خریداران بالفعل باشند.
- **صاحبان کسب‌وکار خارج از آکادمی:** این گروه از کنشگران، که شرکای تجاری نیز نامیده می‌شوند، کسانی هستند که به پنج منظور اصلی به آکادمی مراجعه می‌نمایند. علت اول مراجعه این گروه به آکادمی، تامین نیروی کاری مخصوص برای کسب‌وکار خود می‌باشد، علت دوم، رفع نیازهای آموزشی پرسنل، علت سوم این گروه از مراجعه به این آکادمی، بیان مشکلات فنی خود و برگزاری مسابقات برای دریافت ایده مناسب است، علت چهارم، ارائه پژوهه‌های برون سپاری شده است و علت پنجم دریافت نمایندگی فروش از این کسب‌وکار می‌باشد. این کنشگران می‌توانند از انواع شخصیتی هدایت‌کنندگان یا واسطه‌ها و یا مصرف کنندگان ارزش‌های معنوی باشند.
- **ارائه کنندگان ایده نوآورانه:** این گروه از کنشگران، کسانی هستند که دارای ایده خلاقانه بوده ولیکن هیچ امکاناتی برای اجرای ایده خود ندارند به همین دلیل ایده خود را در آکادمی مطرح می‌کنند تا آکادمی برای اجرای آن ایده اسپانسر مناسب پیدا نماید. این کنشگران می‌توانند از انواع شخصیتی خریداران بالقوه و یا خریداران بالفعل باشند.

- مشاهیر فعلی یا قدیم انواع کسبوکارها: این گروه از کنشگران، کسانی هستند که در صنایع و یا موسسات آموزش عالی، دارای عنوان هستند و یا تاثیرگذار بوده و یا هستند و در یک عبارت، نظرات این افراد از منظر جامعه مورد هدف این کسبوکار، بسیار قابل قبول خواهد بود. این کنشگران می‌توانند از انواع شخصیتی تاثیرگذاران اجتماعی باشند.
- مولفین مقالات: این گروه از کنشگران، کسانی هستند که در زمینه‌های مختلف که به موضوعات آکادمی مرتبط هستند، مقاله و یا مستند قابل ارائه ای دارند. این افراد باید قبل از انتشار مقاله خود، آن را برای یکی از اساتید ارسال کنند و تا استادی آن مقاله را مناسب نشر نداند این کار را ادامه دهند و پس از تایید یک استاد، مقاله قابل نشر می‌باشد. این کنشگران می‌توانند از انواع شخصیتی تاثیرگذاران اجتماعی باشند.

البته هر یک از این پنج گروه به زیرگروه‌های دیگری نیز تقسیم‌بندی می‌شوند. در زیر جزئیات بیشتری از هر یک از این گروه‌ها ارائه گردیده است.

گروه اول که متقاضیان یادگیری می‌باشند، خود به سه زیرگروه تقسیم می‌شوند:

1. متقاضی یادگیری جویای کار: این گروه از متقاضیان آموزش، با انگیزه استفاده از ارتباط بین دانش و صنعت که در سامانه کاردار این طرح مطرح شده است؛ در دوره‌های آموزشی ثبت‌نام می‌نمایند و پس از ارائه اطلاعات، جهت ایجاد رزومه و درج اعتبارنامه‌های خود در رزومه مورد نظر، یا درخواست کاریابی را به سامانه کاردار ارائه می‌نمایند یا آمادگی پذیرش پروژه‌های برونو سپاری شده را به سامانه کاسپیکار ارائه می‌کنند. (این درخواست‌ها یا اعلان‌ها به صورت مستقیم برای شرکای تجاری یا کارفرمایان پروژه ارسال نمی‌شود و آکادمی با توجه به قواعد کسبوکاری خود، به صورت گرینشی، درخواست‌ها را ارسال می‌نماید). چنانچه متقاضی موردنظر در سازمان هر یک از شرکای تجاری، مشغول به کار شود، مبلغی را به عنوان کارمزد از اولین حقوق دریافتی به آکادمی پرداخت می‌نماید و چنانچه موفق شود اجرای پروژه‌ای را با کارفرمای آن به توافق برس، مبلغی که درصدی از مبلغ پروژه است، به این کسبوکار پرداخت می‌نماید. به جزئیات مالی این فرآیند در بخش جریان‌های درآمدی و جزئیات عملکرد و یا عملیات آن در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها آورده شده است. توجه داشته باشید که این گروه از متقاضیان از نظر شخصیتی از نوع خریداران بالقوه هستند زیرا انگیزه اصلی آنها نه دریافت آموزش از آکادمی بلکه اشتغال به کار می‌باشد.

2. متقاضی آزاد آموزش: این گروه از متقاضیان آموزش، فقط جهت کسب دانش و یا مهارت در کلاس‌ها با دوره‌ها ثبت‌نام می‌نمایند. طبیعی است که این افراد تمايلی به ارائه رزومه در بین شرکای تجاری آکادمی نخواهند داشت. این گروه از متقاضیان از نظر شخصیتی از نوع خریداران بالفعل هستند زیرا انگیزه اصلی آنها دریافت آموزش از آکادمی است.

3. پرسنل متقاضی یادگیری از شرکای تجاری: این گروه از متقاضیان آموزش، توسط شرکای تجاری معرفی می‌شوند و به عبارت دیگر، بورسیه آنها محسوب می‌شوند. آکادمی در خصوص این گروه از متقاضیان آموزش مسئولیت بیشتری داشته و گزارش‌های کاملتری به شرکای تجاری خود ارائه می‌نماید. آکادمی، گزارش حضور این متقاضیان را به شرکای تجاری خود ارائه می‌نماید و از طرف دیگر اعتبارنامه‌های این گروه از متقاضیان آموزش به شرکای تجاری تحويل داده می‌شود. آنچه ممکن است در توضیح ارائه شده، مستتر شده باشد این است که این گروه از متقاضیان در واقع دو دسته از کنشگران را در بر می‌گیرند. دسته اول از کنشگران همان متقاضیان آموزش هستند که در اینجا نوع شخصیت خریداران بالفعل را دارند و دسته دوم از کنشگران صاحبان کسبوکار خارج از آکادمی می‌باشند که در اینجا شخصیت مصرف کنندگان ارزش‌های معنوی را دارند.

گروه دوم، صاحبین کسبوکار خارج از آکادمی می‌باشند که خود به سه زیرگروه تقسیم می‌شوند:

1. متقاضیان نیروی کاری آموزش دیده: این گروه از صاحبان کسبوکار خارج از آکادمی، به این آکادمی به چشم یک منبع تهیه نیروی انسانی متخصص نگاه می‌کنند و با ارائه **درخواست جذب نیرو** در سامانه کاردار، از این سامانه برای تهیه نیروی کاری متخصص استفاده می‌کنند. اعضاء این گروه بر اساس تعریفهای مشخص شده، بابت هر معروفی نیروی انسانی و یا هر شروع به کار نیروی انسانی در محل متقاضی، مبلغی را به عنوان کارمزد پرداخت می‌نمایند. جزئیات بیشتری از قواعد مالی مربوط به این گروه از کنشگران آکادمی در بخش جریان‌های درآمدی آمده است. این گروه از متقاضیان از نظر شخصیتی از نوع مصرف کنندگان/رزش‌های معنوی هستند.

2. متقاضیان برگزاری دوره گروهی یا انفرادی: این گروه از صاحبین کسبوکار خارج از آکادمی، به این آکادمی به چشم یک منبع پشتیبان علمی نگاه می‌کنند و با ارائه **درخواست برگزاری دوره‌های آموزشی** در سامانه مکتبدار، از این آکادمی برای ارتقای سطح دانش نیروی انسانی خود استفاده می‌کنند. اعضاء این گروه با توجه به اینکه از چه سطحی از منابع آکادمی برای این دوره‌های آموزشی استفاده خواهند کرد، تعریفهای مختلفی را پرداخت خواهند نمود. چنانچه

این گروه، اسپانسر برگزاری دوره آموزشی شود (هم از امکانات محیطی و سیستم آکادمی استفاده نماید و هم از مدرسین آن)، کل مبلغ هزینه دوره را به آکادمی پرداخت خواهد نمود و چنانچه فقط از کارشناسان این آکادمی و یا صرفاً از محیط و یا سیستم آکادمی برای

برگزاری دوره استفاده کند؛ بخشی از هزینه دوره را پرداخت خواهد نمود. فرآیندهای کسبوکاری این موارد در بخش **فعالیت‌های کلیدی** و بخش **پیوست‌ها** شرح داده شده است. این گروه از متقاضیان از نظر شخصیتی از نوع مصرف کنندگان/رزش‌های معنوی هستند.

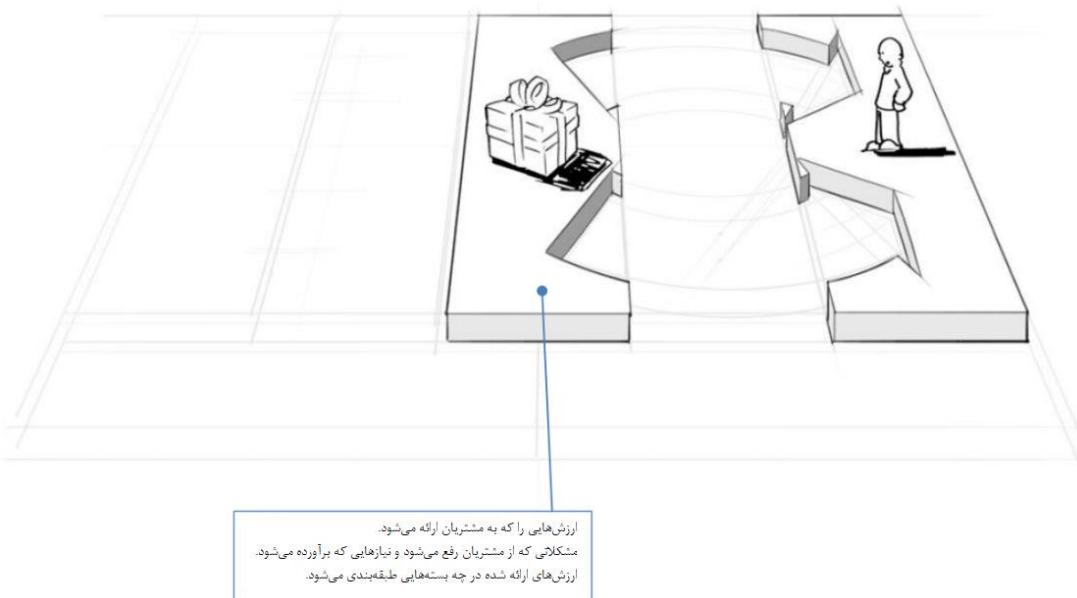
3. متقاضیان برگزاری مسابقه نوآوری: این گروه از صاحبین کسبوکار خارج از آکادمی، به این آکادمی به چشم یک منبع نوآوری فنی نگاه می‌کنند و با ارائه **درخواست برگزاری مسابقه** در سامانه /یدمنگار، از این آکادمی برای رفع مشکلات فنی خود استفاده می‌کنند. این گروه از متقاضیان از نظر شخصیتی از نوع مصرف کنندگان/رزش‌های معنوی هستند. گروه سوم، ارائه کنندگان/یده نوآورانه می‌باشند که هیچ زیرگروهی ندارند و با ارائه **درخواست بررسی ایده** در سامانه /یدمنگار، از این آکادمی برای شناسایی و جذب اسپانسر برای طرح خود، استفاده می‌کنند.

گروه چهارم، **مشاهیر فعلی یا قدیم انواع کسبوکارها** می‌باشند که به دو زیر گروه تقسیم می‌شوند:

1. مدیران و یا صاحبان صنایع: این گروه از مشاهیر، یکی از احتمالات تاثیرگذار در جلب اعتماد سایر کنشگران به این آکادمی هستند. این گروه از مدیران که از نظر شخصیتی از نوع تاثیرگذاران اجتماعی محسوب می‌شوند با توجه به اینکه همواره در بازار صنعت خود در حال رقابت هستند، گزینه بسیار مناسبی برای مشارکت‌های تبلیغاتی و بازاریابی می‌باشدند. به عنوان مثال یک گزارش تصویری از یک کارخانه صنعتی و یا یک مرکز تحقیقاتی که به محوریت آموزش در توسعه آنها، تهیه شده باشد و به صورت یک رسانه آزاد در شبکه‌های اجتماعی عمومی و یا خصوصی پخش شود؛ نه تنها برندینگ آکادمی را به همراه آن بنگاه صنعتی یا تحقیقاتی، بهبود می‌بخشد بلکه باعث بهبود وضعیت جلب متقاضی آموزش، شده و از این نظر تاثیر زیادی در بهبود کسبوکار آکادمی خواهد داشت.

2. اساتید دانشگاهی و مشاهیر آموزشی: این گروه از مشاهیر و اساتید، یکی از ابزارهای اعتمادسازی و کسب اعتبار برای آکادمی محسوب می‌شوند. این گروه از مشاهیر که از نظر شخصیتی از نوع تاثیرگذاران اجتماعی هستند با توجه به اینکه ستون‌های آموزش و منابع علمی انسانی، محسوب می‌شوند، در واقع می‌توانند مانند اعتباری که خواهر خواندگی یک موسسه آموزشی برجسته و یا دریافت اعتبار نامه از سازمان فنی و حرفه‌ای به آکادمی می‌دهد، اعتبار برای آکادمی به همراه داشته باشند.

گروه پنجم، **مؤلفین مقالات** می‌باشند که هیچ زیرگروهی ندارند و با ارائه **درخواست بررسی مقاله** در سامانه کتابدار، از این آکادمی برای نشر مقاله، استفاده می‌کنند.



همانطور که بیان شد، هر کسبوکار در واقع ماشینی است برای تولید ارزش؛ ولیکن یک طرح خوب و قابل دفاع کسبوکاری باید جزئیات قابل لمسی از ارزش مورد نظر برای صاحبان خود و یا سرمایه‌گذاران ارائه نماید. برخی از این ارزش‌ها، نیازها و کاستی‌ها را مرتفع می‌کنند و برخی دیگر ارزش افزوده‌ای به صاحبان کسبوکار و یا سرمایه‌گذاران ارائه می‌نمایند. برخی از این ارزش‌ها به صورت مستقیم قابل اندازگیری مالی هستند و برخی دیگر این امکان را ندارند و صرفاً یک ارزش اعتباری و یا علمی خواهند بود. به همین منظور این ارزش‌ها به دو دسته عمومی زیر تقسیم‌بندی می‌شوند:

- ارزش‌های مالی: این گروه از ارزش‌ها، ارزش‌هایی هستند که به صورت مستقیم قابل محاسبه بوده و روش ارائه آنها به واسطه مبالغ مالی، صورت می‌گیرد. این گروه از ارزش‌ها همانطور که از ذاتشان مشخص است، بیشتر ارزش‌هایی هستند که یا نیازهای مالی کسبوکار آکادمی را مرتفع می‌کنند و یا ارزش افزوده برای آن محسوب می‌شوند. با این وجود، شرکای تجاری نیز ممکن است بر اساس قواعد مشخصی از این ارزش‌ها بهره ببرند. چنانچه تمایل دارید از قواعد بهره برداری شرکای تجاری از این ارزش‌ها مطلع شوید به بخش فعالیت‌های کلیدی، بخش پیوست‌ها یا بخش جریان‌های درآمدی رجوع کنید.
- ارزش‌های غیر مالی: این گروه از ارزش‌ها، ارزش‌هایی هستند که به صورت با واسطه قابل محاسبه بوده و قواعد ارائه آنها نا محسوس و توافقی است. در این آکادمی، این گروه از ارزش‌ها غالباً به صورت دانش، ارائه می‌شوند. برخی دیگر از این ارزش‌ها به واسطه کاهش هزینه زمانی می‌توانند صرفه جویی مالی بوجود آورند.

شاید در یک نگاه سطحی، به نظر برسد که باید ابتدا محصولات قابل ارائه این آکادمی مورد بررسی قرار گیرد؛ ولیکن بر این باوریم که ابتدا کل ارزش‌های قابل ارائه از نظر مفهومی باید بررسی شود که بعد از آن بتوان محصولات قابل ارائه را که در گروه/رزش‌های غیر مالی قرار می‌گیرند، معرفی نمود. البته هر یک از این دو گروه در کسبوکار این طرح به زیرگروه‌های دیگری تقسیم‌بندی می‌شوند. در زیر جزئیات بیشتری از هر یک از این گروه‌ها ارائه گردیده است.

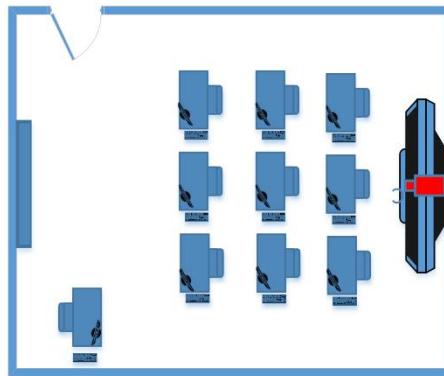
گروه اول که /رزش‌های مالی می‌باشند، خود به پنج زیرگروه تقسیم می‌شوند:

1. منابع سخت‌افزاری بلا استفاده شرکت ابوریحان بیرونی: مانند هر کسبوکار تازه کاری، این کسبوکار نیز برای شروع به کار، نیازمند منابع مختلفی می‌باشد. منابعی مانند فضای واحد آموزش، کامپیوتر و اقلام آموزشی، از این دسته می‌باشند که با توجه و عنایت شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی در این خصوص می‌توان به صورت موقت و به جهت کاهش ریسک این طرح، از منابع شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی،

استفاده کرد. با این برنامه، امکان رقابتی کردن هزینه‌های دوره‌های آموزشی در پوشش کاهش هزینه‌های دفتری مربوط به آکادمی بیرونی و کاهش تخصیص سرمایه اولیه، محیا خواهد بود. جزئیات این منابع و هزینه‌های مربوط به آنها در بخش ساختار هزینه، بیان شده است.

2. هزینه آموزش پرسنل و ریسک استخدام شرکای تجاری (مخصوصاً شرکت ابوریحان بیرونی): کسب‌وکارهایی که شرکای تجاری (در بخش شرکای کلیدی به آنها اشاره شده است) به آن مشغول می‌باشند، کسب‌وکارهای تخصصی و فنی هستند. این حوزه صنعت به گونه‌ای است که برای بقا، همواره باید سطح دانش فنی این موسسات ارتقاء یافته و به روز شود. به همین منظور، در یک سیستم پویا و هوشمند، بخشی از هزینه جاری این موسسات، صرف آموزش مکرر نیروی انسانی می‌شود و چنانچه این موسسات بخواهند آموزش مورد نظر را به صورت درون سازمانی اجرا و مدیریت نمایند، هزینه زیادی برای آنها در پی خواهد داشت. با اجرای این طرح و به واسطه فرآیندهایی که در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها به آن اشاره شده است؛ این طرح می‌تواند یک مزیت رقابتی برای شرکای تجاری خود ارائه نماید. گزارش‌های مقایسه‌ای و قواعد محاسبه درآمدی حاصل از این مزیت رقابتی در بخش جریان‌های درآمدی ذکر شده است.

3. هزینه برگزاری دوره‌های آموزشی حضوری برای متقاضیان: یکی از مزایای خوب پاندمی ناگوار کورونا این بود که کسب‌وکارها متوجه شدن باشد برای شرایط این چنینی آمادگی داشته باشند؛ از طرف دیگر امروزه کسب‌وکارهایی که به صورت غیر مرکز و یا غیر حضوری، مدیریت می‌شوند و یا ارائه خدمت می‌کنند، بسیار مورد استقبال مشتریان و یا مستخدمین خود قرار می‌گیرند. در این طرح به واسطه استفاده از منابع مختلفی که در بخش منابع کلیدی ذکر شده است، فضایی متصور می‌باشد که در آن، متقاضی می‌تواند هر جلسه را چه به صورت حضوری و یا به صورت غیر حضوری شرکت کند. برای اینکه موضوع کمی روشن‌تر شود فضای یک کلاس درس را تجسم کنید؛ در این فضا، مدرس به واسطه یک تخته واپت‌برد، یک تلویزیون، یک یا دو دوربین، یک میکروفون، مجموعه‌ای از بلندگوها و برخی موقع یک ویدئو پروژکشن، هم به حاضرین فیزیکی در کلاس و هم به حاضرین از راه دور، آموزش می‌دهد. این نوع تدریس نه تنها یک مزیت رقابتی برای آکادمی محسوب می‌شود، بلکه باعث کاهش هزینه تردد متقاضی شده و در کل هزینه تمام شده دوره آموزشی را برای برخی از متقاضیان دوره‌های آکادمی، کاهش می‌دهد.



شکل 24 نمایی شماتیک از یک کلاس درس

4. درآمد مازاد جهت پرسنل مستعد شرکای تجاری (مخصوصاً شرکت ابوریحان بیرونی): هر تعاملی در این کسب‌وکار باید توجیه مالی داشته باشد در همین راستا چنانچه یک شریک تجاری یکی از پرسنل خود را به عنوان یک مدرس به این آکادمی معرفی نماید، هم مدرس معرفی شده، هم شریک تجاری و هم آکادمی باید منفعت مالی ببرند. قواعد تقسیم درآمدها و هزینه‌های حاصل از این تعامل در بخش جریان‌های درآمدی و ساختار هزینه‌ای ذکر شده است. البته جریان عملیات مربوط به این موضوع در قالب فرآیندهای اجرایی در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها شرح داده شده است.

5. درآمد حاصل از اجرای پروژه‌های برونو سپاری شده: در بازارهای کاری همواره عده‌ای از نیروهای کاری وجود دارند که تمایلی به استخدام در یک شرکت ندارند ولیکن کسب درآمد از تخصص خود را بهترین روش فعالیت در آن بازار می‌دانند. مهمترین دغدغه این افراد، کشف پروژه‌هایی است که بتوانند از طریق آن به کسب درآمد پردازنند. به همین دلیل در این طرح، این ارزش مورد نظر بوده و به آن پرداخته شده است تا این گروه از افراد نیز بتوانند به ارزش مورد نظر برسند. قواعد کسب درآمد و هزینه‌های حاصل از این تعامل در بخش جریان‌های درآمدی و ساختار هزینه‌ای ذکر شده است. البته جریان عملیات مربوط به این موضوع در قالب فرآیندهای اجرایی در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها شرح داده شده است.

گروه دوم که ارزش‌های غیر مالی می‌باشند، خود به هفت زیرگروه تقسیم می‌شوند:

1. دانش آموختگان نخبه جهت معرفی به شرکای تجاری (مخصوصاً شرکت ابوریحان بیرونی): مهمترین چالش هر کسب و کاری در زمینه نیروی انسانی مورد نیاز خود، این است که بتواند نیروی متخصص ارزان قیمت استخدام نماید و این موضوع فقط زمانی محقق می‌شود که بتوان به واسطه یک سیستم ارزیابی قابل اعتماد، دامنه وسیعی از نیروهای جویای کار را محک زد و از میان آنها بهترین‌ها را کشف نمود. این آکادمی به واسطه جنس فعالیت خود و به دلیل ارتباط با شرکای تجاری مورد نظر می‌تواند محل مناسبی برای این موضوع باشد و به یک سازمان استعداد یاب، تبدیل شود. از طرف دیگر می‌توان نیروی جویای کار را به واسطه مزیت رقابتی موضوع سامانه کاردار که در بخش منابع کلیدی ذکر شده است به عنوان متقاضی آموزش به این آکادمی هدایت کرد.

2. نیازهای آموزشی شرکای تجاری (مخصوصاً شرکت ابوریحان بیرونی): اکثر شرکت‌های تولیدی که به گونه‌ای بر لبه تکنولوژی حرکت می‌کنند و یا در بازار کسب و کار خود رقبای زیادی دارند همواره باید سطح دانش نیروهای تولید خود را ارتقا دهند به همین منظور با صرف هزینه‌های زیاد که اکثراً ارتباط مستقیمی با ارزش حاصل از تولید ندارد، اقدام به ایجاد بخش‌های آموزشی در دل کسب و کار خود می‌کنند. در این طرح با فرآیندها و قواعدی که در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها معرفی شده است و قرار است در سامانه مکتب‌دار مستقر شود، این آکادمی می‌تواند با دریافت هزینه قابل قبول، نیازهای آموزشی شرکای تجاری خود را از سطح کامل (استفاده از کلیه منابع آکادمی) تا سطح مدرس (فقط ارائه یک مدرس مناسب) به شکل قابل استنادی، مرتفع نماید.

3. برندهای جدید و تقویت برندهای ابوریحان بیرونی: اکثر شرکت‌های تجارتی در جذب هر چه بیشتر بازار هدف و در اختیار داشتن سهم بیشتر از مشتریان اقدام به ایجاد برندهای ثانویه می‌کنند که هر یک از آنها یا در همان کسب و کار قرار دارند و یا در کسب و کارهای وابسته با کسب و کار اصلی آنها هستند. این عمل باعث می‌شود که در فرآیند برندهای سازی هر چه بیشتر برنده یا زیربرند مورد نظر، شنیده، گفته و یا دیده شود که حاصل آن تقویت آن برندها خواهد شد. از این‌رو برنده آکادمی بیرونی که وابستگی این آکادمی را به شرکت ابوریحان بیرونی نشان می‌دهد هم برای برنده اصلی (شرکت ابوریحان بیرونی) و هم برای زیربرند (آکادمی بیرونی) دارای ارزش غیر مالی خواهد بود.

4. ارتباط آسان، قابل اعتماد و فرمال با بنگاه‌های تجارتی در جهت رفع نیازهای آموزشی: با وجود اینکه اکثر دوره‌های تک و یا جامع، شکلی از پیش تعریف شده دارند ولیکن همچنان با مواردی برخورد می‌شود که برخی از صاحبان کسب و کار نیاز به دوره سفارشی شده‌ای دارند که آکادمی نتوانسته است از قبل طراحی کرده و یا پیش‌بینی نماید. این طرح با ارائه سامانه مکتب‌دار این امکان را برای صاحبان کسب و کار ایجاد می‌کند که ایشان در یک فرآیند مشخص که در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها ذکر شده است، بتوانند دوره مورد نظر خود را طراحی کرده، درخواست نموده و پس از تایید توسط آکادمی و پرداخت هزینه‌های آن، برنامه اجرایی آن را دریافت نمایند و پرسنل خود را برای گذراندن دوره به این آکادمی معرفی کنند. این فرآیند و این امکان که در طرح آکادمی بیرونی معرفی شده است می‌تواند یکی از مزیت‌های رقابتی این آکادمی در مقابل رقبای خود در حوزه مذکور باشد. این موضوع را Jobs-To-Be-Done یا همان اهداف نهایی مورد نظر مشتریان، می‌گویند. البته قواعد محاسبه هزینه‌ای یا درآمدی آن در بخش جریان‌های درآمدی و ساختارهای هزینه‌ای ذکر شده است و شرح فرآیند مورد نظر نیز در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها آمده است.

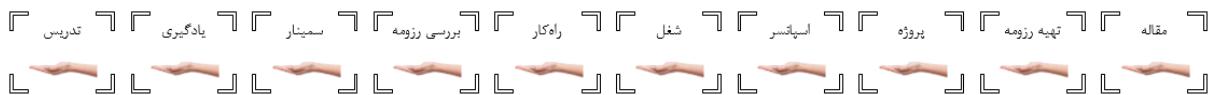
5. پروفایل آموزشی متقاضیان آموزش و رزومه آموزشی قابل ارائه به متقاضیان دریافت خدمت: یکی از چالش‌هایی که نیروهای جویای کار با آن درگیر هستند، تهیه رزومه شغلی و تحصیلی می‌باشد. این طرح با ارائه سامانه مکتب‌دار و سامانه کاردار به متقاضیان این امکان را می‌دهد که رزومه استاندارد خود را به راحتی تهیه کنند و این رزومه را با پشتونه اعتبار این آکادمی و به واسطه آن در اختیار بنگاه‌های تجارتی متقاضی نیروی کار قرار دهند. طبیعی است که این اقدام ممکن است در ابتدای کار این آکادمی به عنوان یک مزیت رقابتی محسوب شده و در مقابل ارائه این خدمت از متقاضیان کار، هزینه‌ای دریافت نشود ولیکن در صورتیکه اعتبارنامه‌های ارائه شده توسط این آکادمی اعتبار خود را کسب کرده باشد و به عنوان یک مزیت رقابتی برای آکادمی محسوب شود، می‌توان این امکان را (ارائه رزومه و معرفی به بنگاه‌های تجارتی متقاضی نیروی کار) از حالت یک ارزش غیر مالی به یک ارزش مالی تبدیل کرد و بر اساس قواعدی که در بخش جریان‌های درآمدی ذکر شده است محاسبه شده و از متقاضیان دریافت گردد.

6. راهکارهای بسیار خلاقانه: اکثر کسب و کارهایی که در گروه صنایع تولید و توسعه قرار می‌گیرند، در روند تولید و یا توسعه، با مشکلاتی برخورد می‌کنند که با راهکارهای معمول و یا متعارف، قادر به رفع آنها نیستند. این مشکلات، چالش بزرگی در راه تولید و یا توسعه این کسب و کارها خواهند بود. این طبیعی است که اگر شما نهادی را در اختیار داشته باشید و بتوانید به واسطه آن، طرح سوال کنید، یک ارزش غیر قابل اندازه‌گیری را در اختیار خواهید داشت. این طرح با ارائه سامانه / یده‌گار این امکان را به کسب و کارها ارائه می‌نماید که بتوانند مسابقاتی را در

قالب سوال/سوالاتی از مشکل غیر متعارف خود، ایجاد کنند و با هزینه کم بهترین پیشنهاد را دریافت کرده و اجرایی نمایند. از طرف دیگر افراد خلاق و صاحب ایده نیز نه تنها می‌توانند در این مسابقات شرکت کنند و از مزایای مالی حاصل از پیروزی در آنها بهره ببرند؛ بلکه می‌توانند ایده‌های خود را به واسطه سامانه‌ای **بدنگار** ارائه نمایند و به بهترین روش، اسپانسر خود را کشف کنند. شرح فرآیند این دو عملکرد در بخش فعالیت‌های کلیدی و بخش پیوست‌ها و پیش‌بینی درآمدی آن در بخش جریان‌های درآمدی، آمده است.

7. **کسب شهرت:** یکی از انگیزه‌هایی که باعث می‌شود، افراد به سمت یک کسبوکار کشیده شوند، اعتبار و امتیازاتی است که آن کسبوکار برای آنها به همراه دارد. برای مثال، همه ما به خاطر داریم که در زمان نوجوانی، تمام پدران و مادران دوست داشتند فرزند پژشک، مهندس و یا خلبان داشته باشند. این کسبوکارها فارغ از میزان درآمد و سطح رفاه اقتصادی؛ محبوبیت یا شهرت اجتماعی نیز به همراه خود داشتند که باعث شده بود اولویت‌های اول شغلی در زمان ما باشند. به همین منظور است که در این آکادمی، بخش‌های مختلفی وجود دارد تا مثلاً با انتشار مقاله از مولفین شخصی و یا پخش مصاحبه‌های مختلف از صاحبان صنایع مختلف این ارزش غیر مالی را به مطالبه‌گران آن ارائه نماییم تا باعث محبوبیت بیشتر این آکادمی شویم.

فارغ از کلیه توضیحات ارائه شده می‌توان ارزش‌های قابل ارائه در این طرح را به نمایی که در زیر مشاهده می‌شود نیز تشخیص نمود.



حال که در خصوص انواع ارزش‌های قابل ارائه به صورت کامل، شرحی ارائه گردید، نوبت آن است که محصولات آکادمی معرفی شود. البته محصولات آکادمی قبلاً در بخش معرفی اکوسیستم، شرح داده شده است و اینجا این محصولات از منظر دیگری مورد بررسی قرار می‌گیرند:

- آموزش تک درس: این آموزش‌ها عموماً مربوط به یک موضوع کاملاً تخصصی و خاص است که ممکن است از محبوبیت عمومی برخوردار نباشد. به عنوان مثال، می‌توان به کلاس آموزشی **تفکر خلاقانه** اشاره کرد که ممکن است حتی مفهوم آن نیز برای خیلی‌ها دور از ذهن باشد. هر یک از این آموزش‌ها دارای یک عنوان درس، زمان آغاز جلسات، طول ساعات قابل ارائه، نام مدرس و یا مدرسین، شرح مختصر از هدف این آموزش، پیش‌نیازها، جنس کلاس/کلاس‌ها (آموزشی، کارگاهی، پژوهه عملی و...)، حداقل پذیرش متقارضی، هزینه شرکت در آنها و چندین مشخصه دیگر می‌باشد.

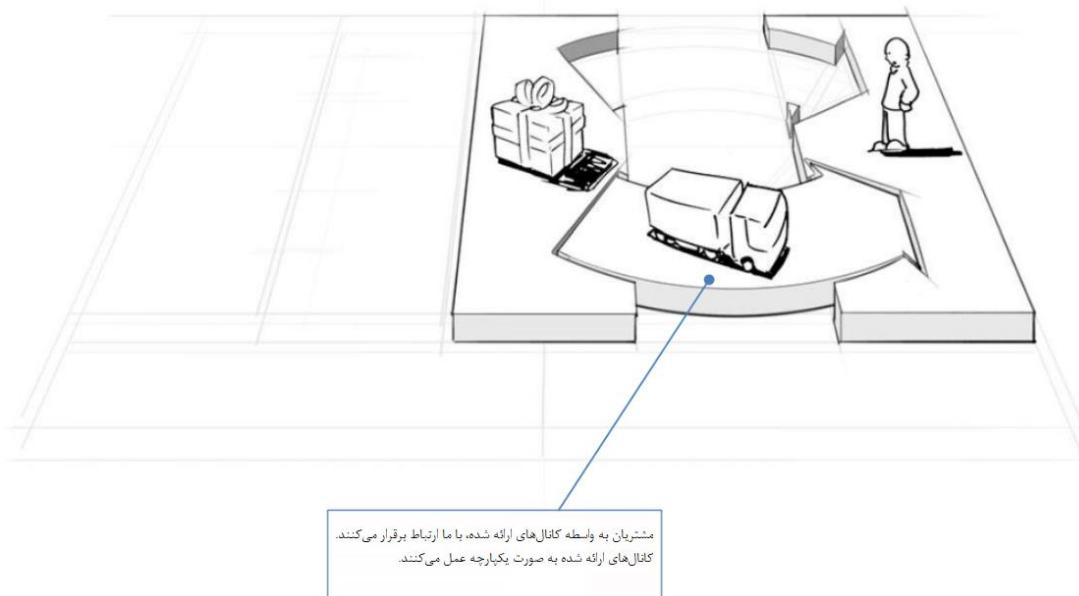
- دوره آموزشی جامع هدفمند: این دوره‌های آموزشی از تعدادی موضوع آموزشی مرتبط و پیوسته تشکیل می‌شوند که ممکن است به صورت مجزاً و یا پیوسته ارائه شوند. این دوره‌ها اکثراً برای تربیت متخصص از سطح مقدماتی تا پیشرفته، طراحی می‌شوند. هر یک از این دوره‌ها دارای یک عنوان دوره، لیستی از دروس مرتبط با دوره با در نظر گرفتن پیش‌نیازهای هر درس، شرح مختصر از هدف دوره، هزینه کلی و یا جزئی دروغ، معرفی بنگاه‌هایی اقتصادی که به این تخصص نیاز دارند و چندین مشخصه دیگر می‌باشد.

- ایده قابل ارائه: ایده‌ها محصولاتی هستند که مشخصات آنها را صاحب ایده تنظیم خواهد کرد. تنها چیزی که در خصوص ساختار ایده می‌توان به صورت قطعی بیان نمود، وجود عنوان ایده است. با وجود اینکه یک ایده، محصول ساخته شده توسط خود آکادمی نیست ولیکن آکادمی، واسطه ارائه این محصول خواهد بود و به همین دلیل می‌توان آن را از محصولات آکادمی نیز محسوب نمود.

- مقاله علمی یا فنی: هر مقاله که در آکادمی منتشر می‌شود باید توسط یک یا چندین مدرس مورد تایید قرار گرفته باشد و مولف باید حتماً از اعضاء آکادمی باشد. هر مقاله که در سامانه کتابدار منتشر می‌شود، با توجه به تعداد بازدید، اظهار نظر و یا تعداد ارجاع به پاراگراف‌ها یا صفحات آن، امتیاز دریافت می‌کند. مقالاتی که از حد متوسط، بیشتر امتیاز دریافت نمایند برای بازدید کاربران ناشناس نیز قابل مشاهده خواهند بود ولیکن این افراد (کاربران ناشناس) برای درج اظهار نظر باید عضویت سامانه کتابدار را داشته باشند. برای کسب اطلاعات بیشتر در خصوص قواعد امتیازدهی به مقالات به بخش فعالیت‌های کلیدی مراجعه کنید.

- مسابقه: سه دسته مسابقه در این آکادمی قابل ارائه می‌باشد. اول مسابقاتی که توسط شرکای تجاری ارائه می‌شود تا به واسطه آن بتوانند مشکلات فنی خود را از طریق ایده‌های نوآورانه رفع کنند. نوع دوم مسابقه، مسابقاتی است که هر ساله برای کشف بهترین مقاله سال در روز 3 اردیبهشت (روز جهانی کتاب و حق چاپ) برگزار می‌شود و در آخر مسابقاتی که در پایان برخی از دوره‌های آموزشی جامع هدفمند به صورت پژوهه‌های عملی، برگزار می‌شود.

- اسپانسر: دو دسته اسپانسر در این آکادمی قابل ارائه است. اول اسپانسرهای مربوط به ایده‌ها و طرح‌های ارائه شده در سامانه ایده‌نگار که در اکثر موقع همان شرکای تجاری آکادمی هستند و دوم اسپانسرهای دوره‌های آموزشی جامع هدفمند یا آموزش‌های تک درس که هزینه آموزش مقاضیان آموزش را پرداخت می‌کنند و آنها را تحت حمایت خود قرار می‌دهند. گروه دوم نیز از شرکای تجاری آکادمی محسوب می‌شوند.
- فرصت شغل: هر فرصت شغلی محصولی است که توسط یک شریک تجاری در اختیار آکادمی قرار می‌گیرد تا آکادمی به عنوان یک واسطه آن را در اختیار مقاضیان کار قرار دهد.
- تحقق و کسب محصول پروژه برون سپاری شده: با تحقق محصول پروژه برون سپاری شده، کارفرمای پروژه موفق شده است که محصول مورد نظر خود را با کمترین هزینه عملیاتی و استراتژیک محقق نماید.

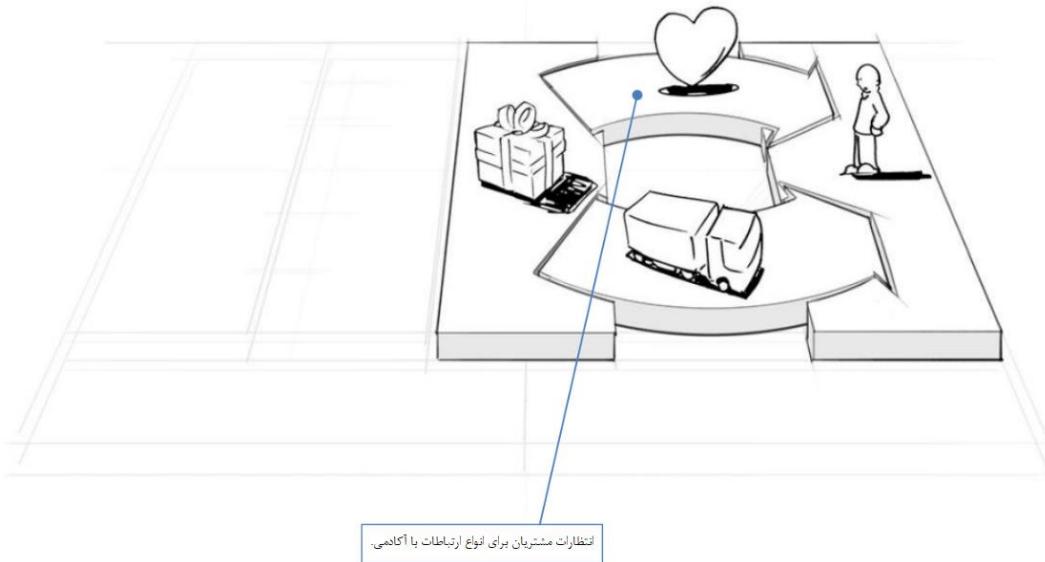


روش‌ها، قواعد، سیستم‌ها و فرآیندهایی که به واسطه آنها می‌توان ارزش‌های خلق شده در این کسب‌وکار را به مشتریان آن رساند و به عبارت دیگر حامل‌ها یا محل‌هایی که این ارزش‌ها را به مشتریان ارائه می‌کنند؛ در این طرح مشخص شده است. از مهم‌ترین مشخصات این حامل‌ها یا محل‌ها می‌توان به در دسترس بودن، قابل اعتماد بودن و کاربر پسند بودن، اشاره کرد. به همین منظور این کانال‌ها به شش دسته عمومی زیر تقسیم‌بندی می‌شوند:

- **روابط عمومی و امور حضوری:** در این کانال، قابلیت دسترسی از طریق تلفن و یا حضور مستقیم برای عموم وجود خواهد داشت ولیکن فقط جنبه روابط عمومی ندارد بلکه مدیریت قراردادها، مدیریت ایده‌ها، مدیریت کلاس درس، مدیریت آزمون و مدیریت رویدادها را نیز شامل می‌شود.
- **سامانه مکتب‌دار:** در این کانال، دسترسی از طریق برنامه موبایل و سایت وب وجود خواهد داشت ولیکن برای این کانال دو سطح کلی دسترسی پیش‌بینی شده است. اولین سطح، سطح دسترسی عمومی است که می‌تواند بخشی از وظایف کانال قبلی (روابط عمومی و امور حضوری) را شبیه‌سازی نماید یا سایت وب تبلیغاتی آکادمی باشد. سطح بعدی دسترسی در این کانال (سامانه مکتب‌دار) با توجه به قواعد مدیریت دسترسی کاربران آن تنظیم می‌شود. در این سطح، گروه‌های دسترسی مدرسین، متضاضیان (کسب آموزش یا اسپانسر)، شرکای تجاری، پرسنل آکادمی و... پیش‌بینی شده است. نکته مهم این است که عملیات و یا رفتار این کانال (سامانه مکتب‌دار) در هر دو سرویس‌گیرنده (موبایل و مرورگر وب) مشترک خواهد بود ولیکن فقط جنبه‌های تبلیغاتی در سرویس‌گیرنده موبایل حذف خواهد شد.
- **سامانه کاردار:** در این کانال، دسترسی از طریق موبایل و سایت وب وجود خواهد داشت ولیکن برای این کانال یک سطح کلی دسترسی پیش‌بینی شده است و سطح دسترسی عمومی در این کانال وجود ندارد. سطح دسترسی اصلی در این کانال (سامانه کاردار) با توجه به قواعد مدیریت دسترسی کاربران سامانه مکتب‌دار تنظیم می‌شود. برای این کانال، دسترسی گروه‌های متضاضیان (کسب آموزش یا اسپانسر)، شرکای تجاری و پرسنل آکادمی پیش‌بینی شده است. نکته مهم این است که عملیات این کانال (سامانه کاردار) در هر دو سرویس‌گیرنده (موبایل و مرورگر وب) مشترک خواهد بود.
- **سامانه ایده‌نگار:** در این کانال، دسترسی از طریق موبایل و سایت وب وجود خواهد داشت ولیکن برای این کانال یک سطح کلی دسترسی پیش‌بینی شده است و سطح دسترسی عمومی در این کانال وجود ندارد. سطح دسترسی اصلی در این کانال (سامانه ایده‌نگار) با توجه به قواعد مدیریت دسترسی کاربران سامانه مکتب‌دار تنظیم می‌شود. برای این کانال، دسترسی گروه‌های متضاضیان (جویای اسپانسر)، شرکای تجاری و پرسنل آکادمی پیش‌بینی شده است. نکته مهم این است که عملیات این کانال (سامانه ایده‌نگار) در هر دو سرویس‌گیرنده (موبایل و مرورگر وب) مشترک خواهد بود.

سامانه کاسبکار: در این کanal، دسترسی از طریق موبایل و سایت وب وجود خواهد داشت ولیکن برای این کanal یک سطح کلی دسترسی پیش‌بینی شده است و سطح دسترسی عمومی در این کanal وجود ندارد. سطح دسترسی اصلی در این کanal (سامانه کاسبکار) با توجه به قواعد مدیریت دسترسی کاربران سامانه مکتب‌دار تنظیم می‌شود. برای این کanal، دسترسی گروه‌های متقاضیان (پیمانکار پروژه، شرکای تجاری (کارفرما پروژه) و پرسنل آکادمی پیش‌بینی شده است. نکته مهم این است که عملیات این کanal (سامانه کاسبکار) در هر دو سرویس گیرنده (موبایل و مرورگر وب) مشترک خواهد بود.

سامانه کتابدار: در این کanal، دسترسی از طریق موبایل و سایت وب وجود خواهد داشت ولیکن برای این کanal دو سطح کلی دسترسی پیش‌بینی شده است. اولین سطح، سطح دسترسی عمومی است که کاربران با این سطح دسترسی می‌توانند محتوای مقالات منتخب را مشاهده نمایند و فقط لیست سایر مقالات را ببینند. سطح بعدی دسترسی در این کanal (سامانه کتابدار) با توجه به قواعد مدیریت دسترسی کاربران در سامانه مکتب‌دار، تنظیم می‌شود. در این سطح، گروه‌های دسترسی مدرسین، متقاضیان (کسب آموزش یا اسپانسر)، شرکای تجاری، مولفین و پرسنل آکادمی پیش‌بینی شده است. نکته مهم این است که عملیات و یا رفتار این کanal (سامانه کتابدار) در هر دو سرویس گیرنده (موبایل و مرورگر وب) مشترک خواهد بود ولیکن فقط عملیات مربوط به ایجاد، ویرایش و تایید مقاله فقط در سرویس گیرنده وب وجود خواهد داشت.



در هر کسب و کاری، شناسایی نیازها و انتظارات کنشگران آن، بسیار اهمیت دارد. ما در این بخش، نیازها و انتظارات کنشگرانی را که در بخش گروههای مشتری معرفی شده‌اند، شرح خواهیم داد. به خاطر داشته باشید که اگر به واسطه فرآیند Jobs-To-Be-Done گروه کنشگر جدیدی به آکادمی اضافه شد و یا گروهی از گروههای شناسایی شده به زیرگروههای جدیدی تقسیم شد و یا گروههای مختلف شناسایی شده در هم ادغام شد و در نهایت اگر نیازی به نیازهای یک کنشگر اضافه شد؛ این ارتباطات یا به عبارت بهتر، این نیازها و انتظارات نیز تغییر خواهد نمود.

نکته: یک کسب و کار موفق کسب و کاری است که جریانی برای مدیریت این تغییرات و یا شناسایی نیازهای جدید مشتریان، در اختیار داشته باشد به همین منظور در بخش ارزش‌های قابل ارائه به مفهوم Jobs-To-Be-Done که فرآیندی در همین خصوص است، اشاره شده است.

در زیر نیازها و انتظارات هر مشتری به صورت یک فهرست، بیان شده است. البته اکثر این نیازها، توسط سیستم رفع خواهد شد ولیکن هر ارتباطی با سیستم ممکن است یک طرف دیگر هم داشته باشد که در برخی موقع در لیست زیر ما ناچار شده‌ایم که این طرف سوم (کاربران آکادمی) را نیز در این ارتباط شرح دهیم.

تذکر: عبارتی که در داخل پرانتزها در پایان هر آیتم به رنگ آبی نوشته شده‌اند، معرف یک امکان یا نیاز سیستمی هستند و عباراتی که به رنگ مشکی روش نوشته شده‌اند یک عملیات یا امکان غیر سیستمی و دستی خواهند بود.

۱. متقاضیان آموزش انتظار دارند:

- ✓ بتوانند در مورد دوره‌های آموزشی از طریق کanal روابط عمومی و یا سامانه مكتب‌دار اطلاعاتی دریافت کنند. (دریافت اطلاعات - مرور اطلاعات)
- ✓ بتوانند عضویت سامانه مكتب‌دار را دریافت کنند. (دریافت عضویت سامانه)
- ✓ بتوانند به سامانه مكتب‌دار وارد شوند. (ورود به سامانه)
- ✓ بتوانند در دوره آموزشی مورد نظر خود ثبت نام کنند. (ثبت نام در دوره)
- ✓ بتوانند نرم‌افزارهای سرویس گیرنده مورد نیاز برای شرکت غیر حضوری در دوره و یا هر نرم‌افزار دیگری را که برای دوره نیاز است از پرسنل آکادمی و یا سامانه مكتب‌دار دریافت کنند. (دریافت یا بارگیری نرم‌افزار)
- ✓ بتوانند با ارائه پاسخ آزمون‌ها و پروژه‌های کلاسی انجام شده در سامانه مكتب‌دار به شکل موثری در روند آموزشی شرکت کنند. (شرکت در آزمون یا دعوت به آزمون - بارگذاری پروژه)

- ✓ بتوانند محتوای آموزشی دوره‌ای که در آن شرکت دارند، از طریق پرسنل آکادمی و یا سامانه مکتب‌دار در اختیار داشته باشند. (بارگیری محتوای آموزشی - دریافت محتوای آموزشی)
 - ✓ بتوانند به صورت غیرحضوری در دوره آموزشی شرکت کنند. (ورود به کلاس آموزش - حضور در کلاس برخط)
 - ✓ بتوانند نتیجه آزمون دوره را مشاهده نمایند. (مشاهده نتیجه آزمون)
 - ✓ بتوانند مدرک یا اعتبارنامه دوره را به تایید و مهر واقعی آکادمی رسانده و نسخه کاغذی دریافت کنند. (دربیاف نسخه تایید شده کاغذی)
 - ✓ بتوانند مدرک یا اعتبارنامه دوره را دریافت نمایند. (مشاهده اعتبارنامه دوره - مشاهده نسخه چاپی)
 - ✓ بتوانند تقویم آموزشی دوره را که شامل جلسات برنامه‌ریزی شده و جلسات برگزار شده می‌باشد در سامانه مکتب‌دار مشاهده کنند. (مشاهده تقویم آموزشی دوره)
 - ✓ بتوانند در طول برگزاری دوره آموزشی در سامانه مکتب‌دار، با مدرس دوره در مکاتبه باشند. (ورود به اتاق گفتگو - مشاهده پیامها - ارسال پیام)
 - ✓ جلسات آموزشی در زمان مشخص شده برگزار شود و محتوای جلسه (فیلم برگزاری جلسه به همراه محتوای ارائه شده در جلسه) در همان روز در سامانه مکتب‌دار در محل تقویم آموزشی قرار گرفته و در دسترس باشد. (اعلام میزان رضایت از محتوای جلسه)
 - ✓ محتوای آموزش در دوره آموزشی مطابق با عنوان دوره باشد و رضایت ایشان (شرکت کنندگان) تامین شود. (اعلام میزان رضایت از دوره)
- 2. کاریابان متقاضی آموزش به عنوان زیرگروهی از متقاضیان آموزش به صورت خاص انتظار دارند:**
- ✓ بتوانند به سامانه کاردار، دسترسی داشته باشند. (ثبت نام در سامانه کاردار)
 - ✓ بتوانند به سامانه کاردار، وارد شوند. (سامانه کاردار)
 - ✓ بتوانند اطلاعات پروفایل خود و بخشی از رزومه خود را به صورت شخصی در سامانه مکتب‌دار و سامانه کاردار، تنظیم نمایند. (تنظیم پروفایل - درخواست تنظیم رزومه - تغییر رزومه)
 - ✓ بتوانند پیام فرمال درخواست جلسه حضوری (مصاحبه شغلی) را از متقاضیان نیروی کاری آموزش دیده توسط سامانه مکتب‌دار، در کارتابل خود دریافت کنند. (مشاهده فرم)
 - ✓ بتوانند درخواست نیاز به خدمت یکی از متقاضیان نیروی کاری آموزش دیده را که به کارتابل آنها در سامانه مکتب‌دار، ارائه شده است، با تایید یا عدم تایید خود بپذیرند یا نپذیرند. (تایید درخواست مصاحبه استخدامی - رد درخواست مصاحبه استخدامی)
- 3. پیمانکاران شخصی متقاضی آموزش به عنوان زیرگروهی از متقاضیان آموزش به صورت خاص انتظار دارند:**
- ✓ بتوانند به سامانه کاسپکار، دسترسی داشته باشند. (ثبت نام در سامانه کاسپکار)
 - ✓ بتوانند به سامانه کاسپکار، وارد شوند. (سامانه کاسپکار)
 - ✓ بتوانند اطلاعات پروفایل خود و بخشی از رزومه خود را به صورت شخصی در سامانه مکتب‌دار و سامانه کاسپکار، تنظیم نمایند. (تنظیم پروفایل - درخواست تنظیم رزومه - تغییر رزومه)
 - ✓ بتوانند پروژه‌های پیشنهاد شده در سامانه کاسپکار را در کارتابل خود دریافت کنند. (مشاهده فرم)
 - ✓ بتوانند یکی از پروژه‌هایی را که به کارتابل آنها در ارائه شده است، با تایید یا عدم تایید خود بپذیرند یا نپذیرند. (تایید پذیرش پیمانکاری پروژه - رد پیمانکاری پروژه)
- 4. صاحبین کسب‌وکار بیرون از آکادمی انتظار دارند:**
- ✓ بتوانند عضویت سامانه مکتب‌دار را دریافت کنند. (دربیاف عضویت سامانه)
 - ✓ بتوانند به سامانه مکتب‌دار، وارد شوند. (ورود به سامانه)
- 5. متقاضیان نیروی کاری آموزش دیده به عنوان زیرگروهی از صاحبین کسب‌وکار به صورت خاص انتظار دارند:**
- ✓ بتوانند به سامانه کاردار، دسترسی داشته باشند. (ثبت نام در سامانه کاردار)
 - ✓ بتوانند به سامانه کاردار، وارد شوند. (سامانه کاردار)
 - ✓ بتوانند درخواست استخدام نیروی کار را با توجه به اطلاعات شخصی و اطلاعات سابقه کار و اطلاعات علمی در سامانه کاردار، ارائه نمایند. (درخواست نیروی کار)

- ✓ بتوانند پاسخ آکادمی به درخواست استخدام نیروی کار را در سامانه مکتب‌دار، در کارت‌ابل خود مشاهده کنند. ([مشاهده فرم](#))
- ✓ بتوانند فرم داخل کارت‌ابل خود را مشاهده نمایند و در صورت موافقت یا عدم موافقت استخدام شخص معروفی شده در فرم، فرم مورد نظر را تایید یا رد کنند. ([مرور فرم - تایید فرم - رد فرم](#))

6. متقاضیان برگزاری دوره گروهی یا انفرادی به عنوان زیرگروهی از صاحبین کسبوکار به صورت خاص انتظار دارند:

- ✓ بتوانند فرد یا افرادی را که تمایل دارند در دوره آموزشی شرکت کنند در سامانه مکتب‌دار، ثبت کنند. ([ارائه لیست متقاضی](#))
- ✓ بتوانند مدرک یا اعتبارنامه افراد معروفی شده توسط خودشان را از روابط عمومی دریافت نمایند. ([دربافت مدرک اعتبارنامه](#))
- ✓ بتوانند طرح دوره مورد نظر را در سامانه مکتب‌دار، ثبت کنند و فرآیند پذیرش، برنامه‌ریزی و اجرای آن را دنبال کنند. ([ارائه درخواست دوره](#))

7. متقاضیان برگزاری مسابقه نوآوری به عنوان زیرگروهی از صاحبین کسبوکار انتظار دارند:

- ✓ بتوانند به سامانه /یده‌نگار، دسترسی داشته باشند. ([ثبت نام در سامانه /یده‌نگار](#))
- ✓ بتوانند به سامانه /یده‌نگار، وارد شوند. ([سامانه /یده‌نگار](#))
- ✓ بتوانند یک مسابقه را به واسطه طرح سوال/سوالاتی در سامانه /یده‌نگار، ایجاد کنند. ([طراحی مسابقه](#))
- ✓ بتوانند مسابقه فعال را در سامانه /یده‌نگار، غیرفعال کنند. ([غیرفعال سازی مسابقه](#))
- ✓ بتوانند پاسخ‌های دریافتی مسابقه را در کارت‌ابل خود مشاهده کنند. ([مشاهده فرم](#))
- ✓ بتوانند جزئیات هر پاسخ را مشاهده کرده و آن را به عنوان پاسخ مناسب بپذیرند یا رد کنند. ([مرور فرم - تایید فرم - رد فرم](#))
- ✓ بتوانند شخص برند مسابقه را در سامانه /یده‌نگار، معرفی کنند. ([اعلام برنده مسابقه](#))

8. ارائه کنندگان ایده نوآورانه انتظار دارند:

- ✓ بتوانند عضویت سامانه مکتب‌دار را دریافت کنند. ([دربافت عضویت سامانه](#))
- ✓ بتوانند به سامانه مکتب‌دار، وارد شوند. ([ورود به سامانه](#))
- ✓ بتوانند به سامانه /یده‌نگار، دسترسی داشته باشند. ([ثبت نام در سامانه /یده‌نگار](#))
- ✓ بتوانند به سامانه /یده‌نگار، وارد شوند. ([سامانه /یده‌نگار](#))
- ✓ بتوانند لیست مسابقات برگزار شده و یا در حال برگزاری را در سامانه /یده‌نگار، مشاهده کنند. ([مشاهده مسابقات](#))
- ✓ بتوانند در یک مسابقه شرکت کرده و پاسخ خود را در سامانه /یده‌نگار، ارائه نمایند. ([پاسخ به مسابقه](#))
- ✓ بتوانند در زمان پاسخ به یک مسابقه، فایل‌های مختلف را به عنوان پیوست پاسخ در سامانه /یده‌نگار، بارگذاری نمایند. ([بارگذاری پیوست پاسخ](#))
- ✓ بتوانند نتیجه مسابقه را به صورت یک فرم اطلاع رسانی پس از پایان مسابقه در کارت‌ابل خود مشاهده نمایند. ([مشاهده فرم](#))
- ✓ بتوانند ایده نوآورانه خود را به صورت مستقل برای مدیریت سامانه /یده‌نگار، ارائه کنند. ([ارائه ایده نوآورانه](#))
- ✓ بتوانند فرم نتیجه بررسی مدیریت سامانه /یده‌نگار را در کارت‌ابل خود مشاهده کنند. ([مشاهده فرم](#))

9. مولفین مقالات انتظار دارند:

- ✓ بتوانند عضویت سامانه مکتب‌دار را دریافت کنند. ([دربافت عضویت سامانه](#))
- ✓ بتوانند به سامانه مکتب‌دار، وارد شوند. ([ورود به سامانه](#))
- ✓ بتوانند یک مقاله جدید، ایجاد کنند. ([مقاله جدید](#))
- ✓ بتوانند مقاله خود را ویرایش کنند. ([ویرایش مقاله](#))
- ✓ بتوانند متنی را مستقیماً از یک مقاله دیگر به عنوان یک متن ارجاعی به همراه ذکر نام مقاله منبع در متن مقاله خود قرار دهند. ([ارجاع به منبع](#))
- ✓ بتوانند مقاله خود را جهت بررسی و پذیرش به مدرس خاصی ارائه نمایند. ([ارائه مقاله جهت پذیرش](#))
- ✓ بتوانند پاسخ مدرس را در خصوص مقاله خود در کارت‌ابل خود مشاهده کنند. ([مشاهده فرم](#))
- ✓ بتوانند نظرات خوانندگان مقاله خود را مشاهده نمایند. ([مشاهده مقاله منتشر شده](#))

10. خوانندگان مقالات که عضو آکادمی هستند، انتظار دارند:

- ✓ بتوانند عضویت سامانه مکتب‌دار را دریافت کنند. ([دریافت عضویت سامانه](#))
- ✓ بتوانند به سامانه مکتب‌دار، وارد شوند. ([ورود به سامانه](#))
- ✓ بتوانند لیست کل مقالات منتشر شده را مشاهده کنند. ([مشاهده مقالات](#))
- ✓ بتوانند مقاله مورد نظر را مرور کنند. ([مرور مقاله](#))
- ✓ بتوانند نظر خود را در مورد مقاله ارائه نمایند. ([ارائه نظر](#))

11. خوانندگان مقالات که ناشناس هستند، انتظار دارند:

- ✓ بتوانند لیست مقالات برنده شده منتشر شده را مشاهده کنند. ([مشاهده مقالات برگزیده](#))
- ✓ بتوانند مقاله مورد نظر را مرور کنند. ([مرور مقاله](#))

12. آکادمی به عنوان یک شخصیت حقوقی واسطه، انتظار دارد:

- ✓ بتواند قواعد کسب‌وکاری را که در هنگام تصمیم‌گیری در روال‌های مختلف، مورد استفاده قرار می‌گیرند، تنظیم کرده و مدیریت نمایند.
([تعريف قواعد کسب‌وکار - تنظیم جداول تصمیم‌گیری](#))
- ✓ بتواند فرآیندهای کسب‌وکاری مختلف در این آکادمی را به صورت سیستمی، تنظیم و مدیریت نمایند. ([تعريف فرآیندهای کاری - مدیریت فرآیندها](#))
- ✓ بتواند داده‌ها و اطلاعات با ارزش کسب‌وکاری آکادمی را مدیریت و نگهداری نماید. ([نگهداری و مدیریت مستندات کاغذی - نگهداری و مدیریت بانک‌های اطلاعاتی مختلف](#))

13. مدرسین به عنوان طرف سوم، انتظار دارند:

- ✓ بتوانند در طول برگزاری دوره آموزشی در سامانه مکتب‌دار، با شرکت کنندگان دوره در مکاتبه باشند. ([ورود به اتفاق گفتگو - مشاهده پیام‌ها - ارسال پیام](#))
- ✓ بتوانند درخواست بررسی مقالات ارسال شده را در کارت‌ابل خود مشاهده کنند. ([مشاهده فرم](#))
- ✓ بتوانند سرفصل‌های دوره آموزشی را تنظیم کنند. ([تنظیم سرفصل آموزشی دوره](#))
- ✓ بتوانند محتوای آموزشی دوره را بارگذاری نمایند. ([بارگذاری محتوای آموزشی دوره](#))
- ✓ بتوانند حضور و غیاب حضار در کلاس را در سیستم ثبت کنند. ([حضور و غیاب حضار در دوره](#))
- ✓ بتوانند سوالات آزمون مربوط به دوره تنظیم شده توسط خودشان را تنظیم نمایند. ([تنظیم آزمون](#))
- ✓ بتوانند آزمون‌های تنظیم شده خود را در زمان مشخصی آغاز کنند. ([برگزاری آزمون کاغذی - آغاز آزمون](#))
- ✓ بتوانند آزمون در حال برگزاری را خاتمه دهند. ([ختمه آزمون](#))
- ✓ بتوانند آزمون‌های برگزار شده را بررسی کنند و نتایج آن را اعلام نمایند. ([بررسی نتایج آزمون - ثبت نهایی نتایج آزمون](#))
- ✓ بتوانند مستندات نتایج آزمون را به مدیریت آموزش ارائه کنند. ([ارائه اوراق تصحیح شده به مدیریت آموزش - بارگذاری مستندات بررسی آزمون](#))

- ✓ بتوانند حساب بانکی را به عنوان حساب طرف قرارداد آکادمی با ثبت آن در بخش مالی پروفایل خود، به آکادمی معرفی کنند. ([ثبت حساب بانکی](#))

- ✓ بتوانند پیشنهاد برگزاری دوره و یا قرارداد آن را در کارت‌ابل خود مشاهده کنند. ([مشاهده فرم](#))
- ✓ بتوانند درخواست اصلاح پیشنهاد برگزاری دوره و یا قرارداد آن را به کارت‌ابل کارشناس قرارداد آکادمی ارائه کنند. ([درخواست اصلاح پیشنهاد/قرارداد](#))

- ✓ بتوانند پیشنهاد برگزاری دوره و یا قرارداد آن را تایید کرده و به کارت‌ابل کارشناس قرارداد آکادمی ارائه کنند. ([تایید قرارداد](#))
- ✓ کارشناس قرارداد به عنوان طرف سوم، انتظار دارد:

- ✓ بتواند پیشنهاد برگزاری دوره و یا قرارداد آن را به کارت‌ابل مدرس ارسال نماید. ([ارائه پیشنهاد/قرارداد](#))
- ✓ بتواند درخواست اصلاح پیشنهاد برگزاری دوره و یا قرارداد آن را و یا تایید آن را در کارت‌ابل خود مشاهده کند. ([مشاهده فرم](#))

- ✓ بتواند در کارتابل خود، قرارداد تایید شده توسط مدرس را نهایی نماید. (نهایی سازی قرارداد)
15. کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی به عنوان طرف سوم، انتظار دارد:
- ✓ بتواند در هنگام ارائه هر دوره از طرف مدرس، شرکای تجاری و یا خود آکادمی، تداخل زمانی دوره‌های برنامه‌ریزی شده را با دوره اخیر برای مدرس مورد نظر بررسی نماید. (بررسی تداخل دوره بر اساس برنامه مدرس)
 - ✓ بتواند در هنگام ارائه هر دوره از طرف مدرس، شرکای تجاری و یا خود آکادمی، تداخل مکان برگزاری دوره‌های برنامه‌ریزی شده را با دوره اخیر، بررسی نماید. (بررسی تداخل دوره بر اساس مکان کلاس)
 - ✓ بتواند در هنگام ارائه هر دوره از طرف مدرس، شرکای تجاری و یا خود آکادمی، تداخل مفهومی و قانونی دوره مورد نظر را بررسی نماید. (بررسی دوره در خصوص قواعد آکادمی)
 - ✓ بتواند دوره بررسی شده را نهایی کرده و نهایی سازی صورت گرفته را به کارتابل روابط عمومی، مدیریت آموزش و مدرس دوره ارسال نماید. (نهایی سازی دوره)
16. کارشناس روابط عمومی به عنوان طرف سوم، انتظار دارد:
- ✓ بتواند دوره نهایی شده را در کارتابل خود مشاهده نماید. (مشاهده فرم)
 - ✓ بتواند آگهی ثبت‌نام دوره نهایی شده را در سامانه مکتب‌دار، منتشر نماید. (نشر آگهی ثبت‌نام)
17. کارشناس بازاریابی به عنوان طرف سوم، انتظار دارد:
- ✓ بتواند کسب‌وکارهای شناسایی شده را به آکادمی معرفی کند. (شناسایی کسب‌وکارها - معرفی کسب‌وکار به آکادمی)
 - ✓ بتواند در محیط آکادمی و یا در محیط کسب‌وکار شناسایی شده، جلساتی را برگزار کند تا بتواند با کسب‌وکار مورد نظر، قرارداد مشارکت منعقد نماید. (قرار و برگزاری جلسه)
 - ✓ بتواند رزومه آکادمی را هر سه ماه یکبار به واسطه اطلاعاتی که از روابط عمومی و مدیر آکادمی دریافت می‌کند؛ بروزرسانی نماید. (تهیه رزومه آکادمی)



هر کسبوکاری قبل از اینکه کار خود را شروع کند باید بداند که از چه منابعی می‌تواند درآمد داشته باشد و هزینه‌های خود را پوشش دهد؛ به همین منظور در این بخش ابتدا منابع درآمدی برشمرده شده و در ادامه قواعد محاسباتی آنها و درصد سهم آنها به کل درآمد، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

قبل از اینکه منابع درآمدی این طرح را معرفی کنیم، ابتدا بهتر دانستیم که در خصوص انواع این درآمدهای محتمل، صحبت کنیم. منابع درآمدی یک کسبوکار در یک نمای کلی از موارد زیر خواهد بود:

- درآمد حاصل از فروش دارایی‌های کسبوکار (ثابت و جاری) به غیر
- درآمد حاصل از پرداخت هزینه بهره‌برداری توسط مشتری
- درآمد حاصل از پرداخت هزینه خرید محصولات توسط مشتری
- درآمد حاصل از پرداخت هزینه اشتراک توسط مشترک
- درآمد حاصل از وام
- درآمد حاصل از مبالغ دریافتی اجاره/کرایه
- درآمد حاصل از صدور مجوز برای سایرین
- درآمد حاصل از عملیات کارگزاری (واسطه‌گری)
- درآمد حاصل از تبلیغات

فارغ از اینکه در ادامه به کدامیک از انواع منابع درآمدی ذکر شده، اشاره کنیم یا کدام منبع درآمدی خاص را مورد ارزیابی و شناسایی قرار دهیم، باید به پارامتر زمان نیز توجه داشته باشیم. بر همین اساس، در این بخش سه بازه زمانی مورد نظر خواهد بود.

- بازه زمانی کوتاه مدت: از زمان افتتاح آکادمی تا یک سال پس از آن
- بازه زمانی میان مدت: از سال دوم فعالیت آکادمی تا پنج سال پس از آن
- بازه زمانی بلند مدت: از سال ششم فعالیت آکادمی تا پایان سال پانزدهم از فعالیت آکادمی

در نهایت مواردی را که باید به عنوان عناصر تاثیرگذار ولی با درجه اهمیت کمتر در نظر گرفت، تغییرات قوانین کشوری حاکم بر موضوعیت تدریس و یا تغییر استراتژی شریک تجاری اصلی (شرکت ابوریحان بیرونی) می‌باشد. با توجه به اینکه ارائه این طرح کسبوکاری به درخواست شرکت ابوریحان بیرونی بوده است، چنین در نظر می‌گیریم که این استراتژی تغییر نخواهد کرد.

حال که بخشی از فرضیات اولیه را شرح دادیم، نوبت به این می‌رسد که در خصوص منابع درآمدی اصلی این طرح صحبت کرده و بیشتر در خصوص آنها توضیح دهیم. لیست زیر این منابع درآمدی را معرفی می‌نماید:

1. درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار:

- ارتباط منبع درآمدی: سامانه کاردار
- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از عملیات کارگزاری (واسطه‌گری)
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 2.5 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 2.5 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 5 درصد از کل درآمد
- روش محاسبه قیمت: شخص جویای کار می‌بایست طبق توافق یک ماه حقوق پایه خود را (چنانچه از پایه حقوق اعلام شده توسط سازمان تامین اجتماعی برای آن رده شغلی کمتر نباشد) یا بی درنگ در زمان اشتغال به کار و یا حداقل یک ماه پس از اشتغال به کار و پس از دریافت اولین حقوق، پرداخت نماید. بدیهی است که کارفرمای این شخص یکی از شرکای تجاری آکادمی خواهد بود و به همین دلیل برای تضمین دریافت این مبلغ، شخص مورد نظر با آکادمی یک قرارداد یک ماهه منعقد می‌نماید تا پس از پرداخت حقوق یک ماه شخص توسط شریک تجاری مورد نظر به آکادمی، به صورت خودکار باطل می‌گردد.

2. درآمد حاصل از کمیسیون تحقق پیمان‌نامه اجرای پروژه:

- ارتباط منبع درآمدی: سامانه کاسپیکار
- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از عملیات کارگزاری (واسطه‌گری)
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 2.5 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 2.5 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 5 درصد از کل درآمد
- روش محاسبه قیمت: پیمانکار شخصی باید هزینه محاسبه شده عقد تفاهمنامه را به طور مستقیم و قبل از آغاز پروژه پرداخت نماید. طبیعی است که این هزینه در هیچ شرایطی قابل بازگشت نیست. مبلغ هزینه هر تفاهمنامه بر اساس فرمول زیر محاسبه می‌شود.

$$\text{هزینه پروژه} = PC$$

$$\text{ضریب ارزش (1 و 5)} = vf$$

$$\text{مبلغ کمیسیون پروژه} = CC$$

$$CC = \frac{(PC) * vf}{100}$$

3. درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشاً آکادمی:

- ارتباط منبع درآمدی: سامانه مکتب‌دار
- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از پرداخت هزینه خرید محصولات توسط مشتری
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 45 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 40 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 55 درصد از کل درآمد

- روش محاسبه قیمت: شخص متقاضی آموزش می‌بایست مبلغ دوره را که بر اساس فرمول زیر محاسبه شده است، ابتدای دوره پرداخت نماید. البته چنانچه شخص مورد نظر نتواند این مبلغ را در ابتدای دوره به صوت کامل پرداخت نماید، می‌تواند فقط مبلغی معادل 30 درصد کل هزینه را قبل از شروع دوره پرداخت نموده و باقیمانده مبلغ را به صورت توافقی حداکثر تا نیمه دوره آموزشی پرداخت نماید. چنانچه شخص متقاضی به صورت مستقیم اقدام نکرده باشد و توسط یک شریک تجاری به آکادمی معرفی شده باشد؛ پرداخت مبلغ هزینه فرد می‌تواند از این قواعد خارج باشد و بر اساس قرارداد مشارکت دو کسب‌وکار صورت گیرد.

$$\text{هزینه دوره} = \text{TC}$$

جمع هزینه اجاره کلاس بر اساس ساعات تشکیل کلاس = a

هزینه قابل پرداخت به مدرس برای برگزاری دوره = b

هزینه مواد مصرفی یا خدمات استفاده شده مرتبط با دوره = c

$$TC = (2(a + b + c)) + \frac{(2(a + b + c)) * 9}{100}$$

درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشاً شریک تجاری:

- ارتباط منبع درآمدی: سامانه مکتب‌دار

- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از عملیات کارگزاری (واسطه‌گری) یا درآمد حاصل از پرداخت هزینه خرید محصولات توسط مشتری پیش‌بینی درصد درآمد به نسبت درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 22 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 17 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد به نسبت درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 20 درصد از کل درآمد

- روش محاسبه قیمت: شخص متقاضی آموزش چنانچه از پرسنل شریک تجاری نباشد می‌بایست مبلغ دوره را که بر اساس فرمول ذکر شده محاسبه شده است، ابتدای دوره پرداخت نماید. البته چنانچه شخص مورد نظر نتواند این مبلغ را در ابتدای دوره به صوت کامل پرداخت نماید؛ می‌تواند فقط مبلغی معادل 30 درصد کل هزینه را قبل از شروع دوره پرداخت نموده و باقیمانده مبلغ را به صورت توافقی حداکثر تا نیمه دوره آموزشی پرداخت نماید. چنانچه شخص متقاضی از پرسنل شریک تجاری باشد؛ پرداخت مبلغ هزینه فرد تابع قرارداد مشارکت دو کسب‌وکار می‌باشد.

درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه‌کار:

- ارتباط منبع درآمدی: سامانه ایده‌نگار

- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از عملیات کارگزاری (واسطه‌گری)
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 10 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 15 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد به نسبت درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 9 درصد از کل درآمد

- روش محاسبه قیمت: متقاضی برگزاری مسابقه، شریک تجاری آکادمی خواهد بود به همین دلیل مبلغ برگزاری هر مسابقه به طور مستقیم از ایشان و قبل از برگزاری مسابقه محاسبه و دریافت می‌شود. طبیعی است که این هزینه در هیچ شرایطی قابل بازگشت نیست. مبلغ هزینه هر مسابقه بر اساس فرمول زیر محاسبه می‌شود.

$$\text{هزینه مسابقه} = \text{SC}$$

جمع هزینه دستمزد ساعت نفر کارشناسان کمیته فنی مسابقه = a

هزینه تبلیغات = b

$$SC = (a + b) + \frac{(a + b) * 50}{100}$$

.6

درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر:

- ارتباط منبع درآمدی: سامانه /یده‌نگار
- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از عملیات کارگزاری (واسطه‌گری)
- پیش‌بینی درصد درآمد به نسبت درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 8 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 10 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد به نسبت درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 3 درصد از کل درآمد
- روش محاسبه قیمت: متقاضی کشف اسپانسر برای یک ایده، یک شخص حقیقی است که از اعضاء آکادمی خواهد بود. هزینه کشف اسپانسر را باید خود شخص دارای ایده نوآورانه پرداخت نماید و هزینه کشف ایده را اسپانسر که خریدار ایده است پرداخت نماید.
- مبلغ هزینه هر معرفی ایده و اسپانسر بر اساس فرمول زیر محاسبه می‌شود.

$$\text{هزینه معرفی ایده و اسپانسر} = IS$$

$$\text{هزینه کشف ایده نوآورانه} = CI$$

$$\text{هزینه کشف اسپانسر} = SD$$

$$\text{جمع هزینه دستمزد ساعت نفر کارشناسان کمیته فنی تشخیص و شناسایی ایده} = a$$

$$\text{هزینه دعوت و یا تبلیغات مناقصه} = b$$

$$\text{مبلغ قطعی و قابل پرداخت مناقصه} = c$$

$$\text{ضریب تاثیر ایده در صنعت مورد نظر یا کسبوکار شرکت کننده در مناقصه} = i$$

$$CI = (a + b) + \frac{(c) * i}{100}$$

$$SD = \frac{(c) * i}{100}$$

$$IS = (CI + SD)$$

.7

درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن:

- ارتباط منبع درآمدی: سامانه کاردار
- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از پرداخت هزینه بهره‌برداری توسط مشتری
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 10 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 2 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 1 درصد از کل درآمد
- روش محاسبه قیمت: شخص متقاضی تهیه رزومه شغلی اطلاعات و مستنداتی که سامانه مکتب‌دار برای تهیه رزومه به آن نیاز دارد ارائه می‌نماید و واحد روابط عمومی آکادمی پس از دریافت، اقدام به استعلام آنها می‌نماید و سپس در صورتیکه متقاضی فیلم تبلیغاتی یا معرفی نیز برای رزمه خود سفارش داده باشد؛ اقدام به تهیه این فیلم نیز می‌نماید. متقاضی قبل از انتشار این رزومه و دریافت فایل‌ها و یا مستندات کاغذی، باید مبلغ هزینه آن را پرداخت کرده باشد. مبلغ هزینه هر رزومه بر اساس فرمول زیر محاسبه می‌شود.

$$\text{مبلغ تهیه رزومه} = CPR$$

$$\text{مبلغ هزینه‌ها} = X$$

$$\text{مبلغ دریافت هر تایید استعلام خصوصی} = CIP$$

$$\text{تعداد استعلام‌های خصوصی ملزم با استعلام} = NIP$$

$$\text{مبلغ دریافت هر تایید استعلام ارگانی یا دولتی} = CIG$$

تعداد استعلامهای ارگانی یا دولتی ملزم با استعلام = NIG

مبلغ دریافت هر تایید استعلام بینالمللی = CII

تعداد استعلامهای بینالمللی ملزم با استعلام = NII

هزینه تهیه فیلم تبلیغاتی ساده = FC

ضریب کیفیت فیلم تبلیغاتی = FCF

$$X = (CIP * NIP + CIG * NIG + CII * NII + FC * FCF)$$

$$CPR = (X) + \frac{(X) * 9}{100}$$

.8 درآمد حاصل از جبران هزینه نشر مقالات علمی:

- ارتباط منبع درآمدی: سامانه کتابدار
- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از پرداخت هزینه بهره‌برداری توسط مشتری
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 0 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 1 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 2 درصد از کل درآمد
- روش محاسبه قیمت: شخص مولف، مقاله خود را که تاییدات زیادی دارد و از نظر امتیاز در بین سایر مقالات امتیاز زیادی دارد در سامانه کتابدار ارائه می‌نماید. سامانه بخشی از مقاله مورد نظر را منتشر کرده و از کسانی که تمایل دارند کل مقاله را دریافت نمایند مبلغی را دریافت می‌نماید. این مبلغ دریافتی بین سامانه و مولف بر اساس فرمول محاسبه شده و تقسیم می‌شود.

درآمد آکادمی از دریافت هر نسخه مقاله = SI

درآمد مولف از دریافت هر نسخه مقاله = AI

مبلغ هر نسخه مقاله = X

مبلغ پایه مقاله = B

ضریب محبوبیت = i

$$X = (B * i)$$

$$AI = \frac{(X) * 80}{100}$$

$$SI = (X - AI)$$

.9 درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان:

- ارتباط منبع درآمدی: منابع قانونی
- نوع منبع درآمدی: درآمد حاصل از وام
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه کوتاه مدت: 0 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه میان مدت: 10 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی درصد درآمد کل آکادمی در بازه بلند مدت: 0 درصد از کل درآمد
- پیش‌بینی تحقق مبلغ: این وام به شرکت‌های دانش بنیان تعلق می‌گیرد. پیش‌بینی می‌شود که این وام بتواند هزینه تجهیز برخی از منابع مورد نیاز این کسبوکار را تهیه نماید. با توجه به اینکه برخی از منابع مورد نیاز ممکن است بر اساس نگرش‌های متفاوت، دارای قیمت متغیر باشند؛ در این بخش فقط به ذکر عناوین منابعی که قرار است این وام، تامین کننده آنها باشد، می‌پردازم.

از گروه منابع سختافزاری انتظار می‌رود که این وام بتواند بخش اعظم هزینه محیط آموزشی (خرید یا اجاره) و تجهیزات آن را تامین نماید.

از گروه منابع نرمافزاری انتظار می‌رود که این وام بتواند بخش اعظم هزینه تهیه و یا ساخت نرمافزارهای زیر را تامین نماید:

1. سامانه مکتبدار

2. سامانه کاردار

3. سامانه ایده‌نگار

4. سامانه کتابدار

5. سیستم مدیریت فرآیندها

6. سیستم مدیریت قواعد کسب‌وکاری

7. زیرسیستم کلاس برخط

8. زیرسیستم گفتگوی حاضرین

9. زیرسیستم کارتابل کاربران

10. زیرسیستم سمنیارها و رویدادها

11. زیرسیستم شناسایی اهداف نهایی مورد نظر مشتریان یا JTBD

بلند مدت	میان مدت	کوتاه مدت	موضوع
5	2.5	2.5	درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار (سامانه کاردار)
5	2.5	2.5	درآمد حاصل از کمیسیون تحقق پیمان‌نامه اجرای پروژه (سامانه کاسپکار)
55	40	45	درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ آکادمی (سامانه مکتبدار)
20	17	22	درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری (سامانه مکتبدار)
9	15	10	درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه کار (سامانه ایده‌نگار)
3	8	8	درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر (سامانه ایده‌نگار)
1	2	10	درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن (سامانه کاردار)
2	1	0	درآمد حاصل از جبران هزینه نشر مقالات علمی (سامانه کتابدار)
0	12	0	درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان (منابع قانونی)
100	100	100	مجموع

جدول 4 نمایی از توزیع درآمدهای آکادمی در بازه‌های زمانی مختلف

همانطور که از جدول 4 مشخص است، این آکادمی ابتدا یک کسب‌وکار چند شاخه یا چندگانه است ولیکن به مرور زمان با کسب اعتیار بیشتر، در کسب‌وکار اصلی خود فعالیت پررنگ‌تری خواهد داشت ولیکن همواره کلیه اکوسیستم کسب‌وکاری خود را حفظ خواهد نمود. این نکته را فراموش نخواهیم نمود که درصدهای مورد نظر به دقت مورد ارزیابی و تفکر قرار گرفته است و تغییر هر یک از آنها نیاز به بررسی و دوباره نویسی این طرح کسب‌وکاری دارد. به همین دلیل است که این مدل کسب‌وکاری انتظار دارد، چنانچه در هر یک از بازه‌های زمانی مشخص شده، درصدهای مورد نظر محقق نشد و

مثلا درصد تحقق یکی یا چندین ردیف درآمدی محقق نشد، مسئول یا مدیر آکادمی مکلف است که دلایل این عدم تحقق را گزارش نماید و حتما راه حل هایی را برای جبران این انحراف معرفی نماید.

در این طرح یک راه کار مالی به عنوان یک طرح پشتیبان برای جلوگیری از انحراف پیش‌بینی شده است. در این راه کار، در پایان هر دوره مالی (این دوره مالی ارتباطی به بازه مانی ذکر شده ندارد) گزارش عملکرد آکادمی در حوزه درآمد استخراج می‌شود؛ چنانچه آکادمی در ردیف‌های درآمدی، پیش‌بینی‌های بازه‌زمانی را محقق نکرده باشد مانند مثال زیر عمل می‌شود.

اگر آکادمی در سال دوم فعالیت خود (بازه زمانی میان‌مدت) جمعاً حدود 10 میلیارد تومان درآمد بدستاورده باشد و به روش زیر محقق شده باشد:

رقم تحقق	درصد تحقق	رقم پیش‌بینی	درصد پیش‌بینی	موضوع
0	0	250 میلیون	2.5	درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار
0	0	250 میلیون	2.5	درآمد حاصل از کمیسیون تحقق پیمان‌نامه اجرای پروژه
4100 میلیون	41	4000 میلیون	40	درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ آکادمی
2000 میلیون	20	1700 میلیون	17	درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری
1600 میلیون	16	1500 میلیون	15	درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه کار
800 میلیون	8	800 میلیون	8	درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر
50 میلیون	0.5	200 میلیون	2	درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن
100 میلیون	1	100 میلیون	1	درآمد حاصل از جبران هزینه نشر مقالات علمی
1350 میلیون	13.5	1200 میلیون	12	درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان
	100		100	مجموع

جدول 5 داده‌های یک مثال فرضی از درآمد سالیانه

با وجود اینکه در 4 ردیف درآمد سهم بیشتری از درآمد کسب‌وکاری پیش‌بینی شده را کسب کرده است ولیکن 2 ردیف درآمدی از پیش‌بینی عقب‌تر است. در چنین حالتی روش عملکرد به این گونه خواهد بود که درآمدهای مازاد بر پیش‌بینی، محاسبه شده و به عنوان ذخیره قابل هزینه‌کرد برای ردیف‌های عقب‌تر از پیش‌بینی در نظر گرفته می‌شود. به عبارت دیگر:

- انحراف	+ انحراف	تحقق	پیش‌بینی	موضوع
250 میلیون		0	250 میلیون	درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار
250 میلیون		0	250 میلیون	درآمد حاصل از کمیسیون تحقق پیمان‌نامه اجرای پروژه
100 میلیون	4100 میلیون	4100 میلیون	4000 میلیون	درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ آکادمی

- انحراف	+ انحراف	تحقق	پیش‌بینی	موضوع
	300 میلیون	2000 میلیون	1700 میلیون	درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری
	100 میلیون	1600 میلیون	1500 میلیون	درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه‌کار
		800 میلیون	800 میلیون	درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر
150 میلیون		50 میلیون	200 میلیون	درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن
		100 میلیون	100 میلیون	درآمد حاصل از جبران هزینه نشر مقالات علمی
	150 میلیون	1350 میلیون	1200 میلیون	درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان
650 میلیون	650 میلیون			مجموع

جدول 6 روش محاسبه ذخیره طرح پشتیبان برای جبران کسری انحراف

همانطور که در جدول 6 نشان داده شده است، طرح پشتیبان در پایان این سال دارای 650 میلیون تومان ذخیره می‌باشد که صرفاً باید در سال بعد در خصوص بهبود وضعیت ردیفهای درآمدی خرج شود که دارای کسری انحراف هستند. یکی از امکانات این طرح که باعث بهبود روش هزینه‌کرد در ردیفهای مورد نظر می‌شود، زیر سیستم شناسایی/اهداف نهایی مورد نظر مشتریان می‌باشد. این زیر سیستم با توجه به فرآیندهایی که در خود دارد می‌تواند بهترین محصولات و یا خدماتی را که باید به بخش‌های مختلف ارائه نمود، مشخص نماید و یا تغییراتی در طراحی آنها اعمال نماید تا در زمینه مورد نظر بتوان به اهداف اصلی مشتریان نزدیک شد و مشتریان بالقوه بیشتری را به مشتری بالفعل تبدیل کرد تا انحراف مورد نظر را مرتفع نمود. با توجه به توضیحاتی که در بالا بیان شده است با فرض اینکه در سال اول این آکادمی مبلغ 1 میلیارد تومان درآمد آکادمی بوده باشد؛ انتظار می‌رود که این درآمد به روش زیر حاصل شده باشد:

$$\text{درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار} = 25 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از کمیسیون تحقیق پیمان نامه اجرای پروژه} = 25 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ آکادمی} = 450 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری} = 220 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه‌کار} = 100 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر} = 80 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن} = 100 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از جبران هزینه نشر مقالات علمی} = 0$$

$$\text{درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان} = 0$$

این در حالی است که اگر از سال دوم تا پایان سال ششم این آکادمی هر مبلغی درآمد داشته باشد در مقابل هر 1 میلیارد تومان درآمد انتظار می‌رود که این درآمد به روش زیر حاصل شده باشد:

$$\text{درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار} = 25 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از کمیسیون تحقیق پیمان نامه اجرای پروژه} = 25 \text{ میلیون تومان$$

$$\text{درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ آکادمی} = 400 \text{ میلیون تومان}$$

درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری = 170 میلیون تومان

درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه کار = 150 میلیون تومان

درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر = 80 میلیون تومان

درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن = 20 میلیون تومان

درآمد حاصل از جبران هزینه نشر مقالات علمی = 10 میلیون تومان

درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان = 120 میلیون تومان

تذکر مهم: با فرض اینکه این طرح بتواند حدود 10 میلیارد تومان وام دریافت نماید؛ می‌بایست درآمد دوره میان مدت آن حدود 100 میلیارد بشود.

و در نهایت بعد از سال ششم این آکادمی هر مبلغی درآمد داشته باشد در مقابل هر 1 میلیارد تومان درآمد انتظار می‌رود که این درآمد به روش زیر حاصل شده باشد:

درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار = 50 میلیون تومان

درآمد حاصل از کمیسیون تحقیق پیمان نامه اجرای پروژه = 50 میلیون تومان

درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ آکادمی = 550 میلیون تومان

درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری = 200 میلیون تومان

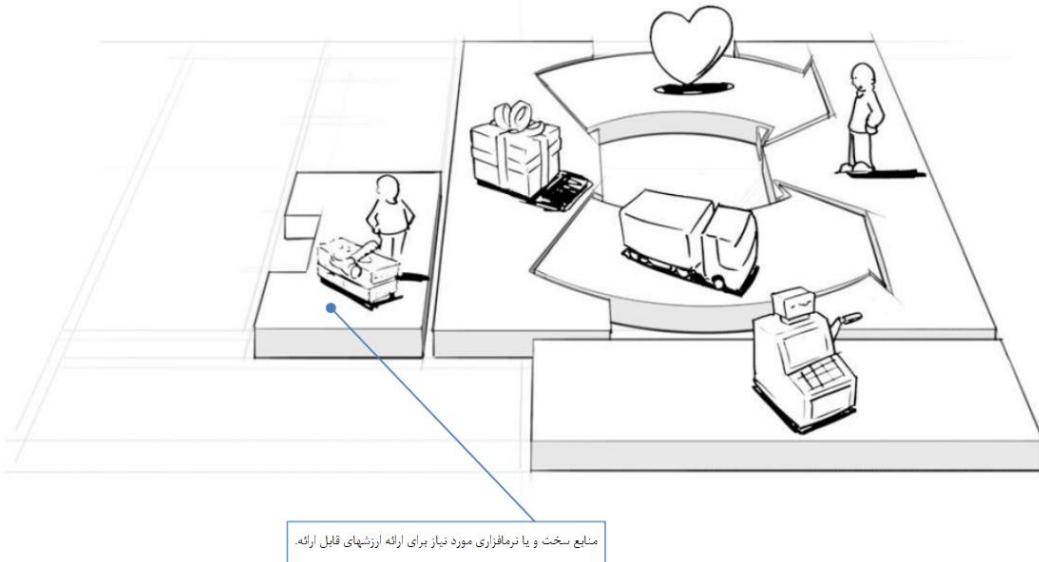
درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه کار = 90 میلیون تومان

درآمد حاصل از جبران هزینه معرفی ایده و اسپانسر = 30 میلیون تومان

درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن = 10 میلیون تومان

درآمد حاصل از جبران هزینه نشر مقالات علمی = 20 میلیون تومان

درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان = 0



منابع این طرح در چهار دسته اصلی زیر تقسیم بندی می‌شوند:

- **منابع ساخت‌افزاری:** این دسته از منابع از تنوع زیادی برخوردارند. در زیر این تنوع را مشاهده می‌کنید:

✓ **محیط‌ها:** هر کسبوکاری برای ارائه ارزش به مشتریان خود نیاز به محیط‌های عملیاتی دارد. برخی از کسبوکارها می‌توانند این محیط‌ها را به محیط‌های مجازی مثل شبکه‌های رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی و یا سامانه‌های وب محدود کنند و برخی دیگر نیاز به محیط‌های واقعی دارند. این کسبوکار به هر دو نیاز دارد ولیکن محیط‌های واقعی که برای این طرح پیش‌بینی شده است شامل یک دفتر آموزش، دو کلاس درس، یک آبدارخانه یا بوفه و یک اتاق جلسه می‌باشد.

✓ **تجهیزات:** تجهیزات آن دسته از منابع مورد نیاز این کسبوکار هستند که برای ارائه ارزش، الزامی هستند ولیکن در زمان استفاده و یا بعد از استفاده، به واسطه استفاده از آنها از بین نرفته و یا معیوب نمی‌شوند. در این طرح مواردی مثل دو کمد فایل چهار کشوی قفل‌دار، بیست عدد میز و صندلی آموزشی، سه دستگاه ویدئو پروژکشن، دو دستگاه سیستم صوتی، دو عدد میکروفون حرفه‌ای، سه دستگاه دوربین فیلم برداری، دو عدد تلویزیون بزرگ برای حضور متقاضیان غیر حضوری در کلاس‌های حضوری، بیست و شش عدد کامپیوتر، یک عدد پرینتر و اسکنر، دو خط تلفن ثابت، دو خط تلفن موبایل، سه وایت بورد و تجهیزات شبکه برای شبکه محلی و ارتباط اینترنت، پیش‌بینی شده است.

✓ **ملزومات:** ملزمات آن دسته از منابع مورد نیاز این کسبوکار هستند که به واسطه استفاده از آنها از بین رفته و یا معیوب می‌شوند. این منابع به صورت مکرر باید تامین شوند و تامین آنها بخشی از هزینه‌های جاری این طرح را در بخش ساختار هزینه معرفی می‌کنند. در این طرح مواردی مثل کاغذ و لوازم التحریر و یا ملزمات پذیرایی پیش‌بینی شده است.

- **منابع نرمافزاری:** در این طرح از چندین سامانه، نرم‌افزار و یا زیرسیستم استفاده شده است که در زیر مشاهده می‌کنید:

✓ **نرمافزار تهیه فیلم‌های آموزشی و یا تبلیغاتی:** یکی از مواردی که در این طرح اهمیت دارد، سرعت تولید محتواهای چند رسانه‌ای آموزشی یا تبلیغاتی است به همین منظور برای تولید این فیلم‌ها نیاز به یک نرم‌افزار مناسب، احساس می‌شود.

✓ **زیر سیستم کلاس برخط:** این نرم‌افزار یک محیط تعاملی برخط ایجاد می‌کند که مدرس بتواند در زمان برگزاری جلسه، با دانش پژوهان غیر حضوری نیز تعامل داشته باشد و همچنین آنها نیز بتوانند با مدرس در تعامل باشند.

✓ **سامانه مکتب‌دار:** این سامانه از اصلی‌ترین منابع کسبوکاری و سیستمی این طرح است که یک سامانه فرآیند محور مبتنی بر وب است که نسخه موبایل نیز خواهد داشت. در این سامانه مواردی مثل ایجاد اعتبار کاربری، مدیریت دسترسی، مدیریت فرآیندها، مدیریت

موجودیت‌ها، مدیریت قواعد، مدیریت فرم‌ها و صفحات وب به عنوان زیرساخت و برنامه‌هایی مثل کارت‌ابل، تقویم آموزش، اطلاعات پروفایل شخصی، مدیریت محتواهای آموزشی و موارد بسیار دیگر، وجود خواهد داشت.

✓ زیرسیستم گفتگوی حاضرین: این زیر سیستم می‌تواند یک شبکه اجتماعی باشد که بر روی یک از خطوط تلفن موبایل آکادمی مستقر شده است و برای هر دوره یک گروه مجازی بر روی آن ایجاد شود. مدیر گروه، مدرس کلاس خواهد بود و سایر شرکت کنندگان در کلاس، توسط مدیر به آن افزوده خواهند شد. از طرف دیگر می‌توان یک شبکه مجازی یا یک سامانه اتاق گفتگو را نیز به صورت اختصاصی برای خود، توسعه داد.

✓ زیر سیستم کارت‌ابل کاربران: این زیر سیستم در واقع یکی از امکانات سیستم‌های فرآیندی است که به واسطه آن اعضاء سامانه مکتب‌دار می‌توانند کارت‌ابل برای خود داشته باشند و آیتم‌های مختلف شامل فرم‌ها، پیام‌ها، اعلانات و... را در آن دریافت کنند و در صورت نیاز به آن پاسخ دهند.

- ✓ زیر سیستم شناسایی اهداف نهایی مورد نظر مشتریان: فرآیند Jobs-To-Be-Done به محصول کمک می‌کند تا نیازهای مشتریان را به ویژگی‌های محصول تبدیل کند. در زیر 5 مرحله از مراحل این فرآیند که باعث هدایت روش توسعه محصول می‌شود، آورده شده است:
1. یک نقشه شغلی ایجاد کنید تا پیشرفت مشتریان را به سمت انجام کارشان - از وضعیت اولیه تا نتیجه دلخواه - نشان دهد.
 2. تصمیم بگیرید که چه چیزی بسازید البته با شناسایی و اولویت بندی هر نیاز برآورده نشده یک مشتری در امتداد نقشه شغلی.
 3. در مورد شغل تحقیق کنید تا شخصیت مشتری و تاثیر نیاز برآورده نشده آنها را درک کنید.
 4. داستان‌های شغلی ایجاد کنید که مشکل را چارچوب بندی کند و چک لیستی از نحوه حل دقیق آن ایجاد کنید
 5. ویژگی‌ها را توسعه دهید البته به دنبال داستان شغلی تا نیاز مشتری را برآورده کنید.

سناریوها مبنایی را برای شکل‌گیری جریان‌های داده و ارزش‌ها در نقشه شغلی، فراهم می‌کنند و جزئیاتی را در مورد جریان ایده‌آل به ما می‌دهند. سپس نتایج مورد نظر برای هر مرحله، ترسیم می‌شوند. نتایج مطلوب عبارت‌های کوتاهی هستند که معیارهای موقفيت مشتری را برای هر شغلی که انجام می‌دهد، نشان می‌دهند و باید قالبی عادی داشته باشند. در زیر چند نمونه از نتایج مطلوب آورده شده است:

- شناس مشارکت همه در همکاری را افزایش دهید
- احتمال فراموش شدن شخصی را کاهش دهید
- توانایی خود را برای ادغام نتایج در اسناد موجود به حداکثر برسانم

ترکیب همه اینها به ما دیدگاه ارزشمندی می‌دهد و ما را قادر می‌کند تا در مورد مشکلات مختلفی که می‌توانیم حل کنیم و پیشرفت‌هایی که می‌توانیم انجام دهیم فکر کنیم. نقشه شغلی به عنوان سند اصلی استراتژی محصول ما است و تمام تصمیم‌گیری‌ها را در سطح جهانی هدایت می‌کند.

✓ سامانه کاردار: در این سامانه کاربرانی که قبلاً در سامانه مکتب‌دار عضو بوده باشند می‌توانند با دریافت سطح دسترسی، به این سامانه نیز دسترسی پیدا کنند. صاحبین کسب‌وکار برای رفع نیازهای استخدامی خود به این سامانه مراجعه می‌کنند و متقاضیان آموزشی که جویای کار باشند نیز برای استخدام به این سامانه مراجعه می‌کنند.

✓ سامانه کاسپکار: در این سامانه کاربرانی که قبلاً در سامانه مکتب‌دار عضو بوده باشند می‌توانند با دریافت سطح دسترسی، به این سامانه نیز دسترسی پیدا کنند. صاحبین کسب‌وکار برای اجرای پروژه‌های خود به این سامانه مراجعه می‌کنند و متقاضیان آموزشی که جویای کار (پیمانکار شخصی) باشند نیز برای انجام پروژه‌های مختلف به این سامانه مراجعه می‌کنند.

✓ سامانه ایده‌نگار: در این سامانه افراد دارای ایده می‌توانند به صورت فرمال، مختصراً از ایده خود را ارائه نمایند تا توسط هیئت شناسایی ایده، مورد بررسی قرار گیرد. چنانچه ایده مورد نظر نیاز به توضیح بیشتر داشته باشد مکاتبات در همان فرم، ادامه یافته و پس از شناسایی ایده به عنوان یک ایده قابل ارزش و سرمایه‌گذاری، یک جلسه دفاعی برای ایده برگزار می‌شود. پس از پذیرش و پیروزی ایده مورد نظر، این وظیفه آکادمی است که برای این ایده (بجای فرد ارائه کننده) دنبال اسپانسر بگردد.

از طرف دیگر این سامانه می‌تواند مشکلات علمی و یا فنی اسپانسرهای محتمل را دریافت کند و سپس با طرح پرسش‌هایی در قالب مسابقات ایده‌نگار، پاسخ‌های مشخص قابل قبول و یا موثر را انتخاب نماید. سپس جوایز تعیین شده توسط اسپانسر را به برنده مسابقه ارائه

نماید. یکی از قواعدی که این سامانه را به سامانه مکتب‌دار پیوند می‌دهد این است که اگر فرد دارای ایده در دوره یا دوره‌های آموزشی این آکادمی شرکت کرده باشد و پروفایل آن شامل اعتبارنامه‌هایی از این آکادمی باشد، در زمان بندی بررسی ایده وی اولویت بیشتر در نظر گرفته می‌شود. با این معرفی، سطح دسترسی به این سامانه شامل دسترسی اعضای منفرد (متقاضی ارائه ایده و یا متقاضی دریافت آموزش) سامانه مکتب‌دار برای درج ایده و پیگیری آن و شرکای تجاری (متقاضی نیروی جدید، برگزاری دوره آموزشی و برگزاری مسابقه برای کسب ایده‌های خوب) سامانه مکتب‌دار برای درج مسابقه ایده‌نگار و پرسنل آکادمی برای مدیریت فرآیندهای این سامانه می‌باشد.

- ✓ سامانه کتابدار: این سامانه در واقع محلی برای نشر مقالات ارائه شده توسط اعضاء سامانه مکتب‌دار می‌باشد. این مجله یک گاهنامه است و با توجه به میزان مقالات رسیده، منتشر می‌شود. کلیه اعضاء سامانه مکتب‌دار که سطح دسترسی مولف را داشته باشند می‌توانند به نشر مقاله، اقدام نمایند. البته نشر این مقالات در این سامانه، فرآیند خاصی دارد که قبل از مختصری شرح داده شده است و در ادامه نیز با جزئیات بیشتر، معرفی می‌شود. در زمان آغاز این آکادمی، مجله‌ها نسخه چاپی ندارند ولیکن ممکن است در ادامه این امکان نیز به آن افزوده شود.
- ✓ سیستم مدیریت فرآیندها: هسته اصلی منابع نرم‌افزاری این طرح، سیستم مدیریت فرآیندها (BPMS) خواهد بود. در این سیستم این امکان وجود خواهد داشت که مدیر آکادمی و یا کارشناس انفورماتیک، فرآیندها و روال‌های کاری را مبتنی بر استاندارد BPMN طراحی کرده و به جریان اندازند. این سیستم به همراه سیستم مدیریت قواعد کسب‌وکاری و زیر سیستم کارتابل، محیطی را ایجاد خواهد نمود که کسب‌وکار آکادمی بتواند هم در بازار آموزش رقابت نماید و هم رقابت سازی کند تا هر چه بیشتر مزیت‌های رقابتی به بازار ارائه نماید.
- ✓ سیستم مدیریت قواعد کسب‌وکاری: بعد از روال‌ها، این آینینمه‌ها و دستورالعمل‌ها هستند که بیشترین نقش را در موفقیت یک کسب‌وکار به عهده دارند. امروزه کسب‌وکارها برای پایداری در بازار رقابت، سعی دارند که بیشترین استفاده را از فناوری اطلاعات ببرند ولیکن نکته اینجاست که اعمال قواعد کسب‌وکاری در سیستم‌های نرم‌افزاری ممکن است باعث ثابت شدن این قواعد در این سیستم‌ها شود و به عبارت دیگر این قواعد در زندان کدهای برنامه اسیر شوند و کمترین تغییر در آنها، هزینه زیادی داشته باشد. ولیکن استفاده از یک BPMS برای مدیریت قواعد مبتنی بر رویداد و قواعد انتخاب نقش هدف و یک BRMS برای مدیریت قواعد مبتنی بر کسب‌وکار، هر تغییر قاعده‌ای به میزان ترسیم یک تصویر بچگانه چشم، چشم، دو ابرو، برای ما هزینه خواهد داشت.

- ✓ حساب‌های شبکه‌های اجتماعی: یکی از کاربردهای این حساب‌ها، توسعه برنده نفو آکادمی بیرونی است.
- منابع انسانی: کلیه افرادی که در داخل این کسب‌وکار مشغول به کار هستند نیز از منابع کلیدی این کسب‌وکار محسوب می‌شوند. در زیر لیستی از آنها را مشاهده می‌کنید:

- ✓ کارشناس منابع انسانی
- ✓ کارشناس روابط عمومی
- ✓ کارشناس بازاریابی
- ✓ کارشناس امور خلاقیت و نوآوری
- ✓ کارشناس قرارداد
- ✓ کارشناس مالی
- ✓ کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی
- ✓ کارشناس انفورماتیک
- ✓ کارشناس تولید محتوى
- ✓ مدیر آکادمی

توجه داشته باشید که این افراد دارای شناسنامه شغلی خواهند بود که برای مطالعه این شناسنامه‌ها می‌توانید به بخش پیوست‌ها مراجعه نمایید.

✓ مدرسین:

این گروه از منابع کلیدی، کسانی هستند که در کلاس‌های آموزشی حضور دارند و وظیفه تدریس در دوره را به عهده دارند. این گروه نه تنها باید سرفصل‌های آموزشی دوره را معرفی نمایند، جزوه مربوطه را تهیه کنند، در کلاس‌های آموزشی به عنوان مدرس حضور داشته باشند، بلکه سوالات آزمون دوره را طراحی کرده و پس از برگزاری آزمون، آن را بررسی کرده و نمرات یا امتیازات متقاضیان آموزش را به

آکادمی اعلام نمایند. به عنوان نمونه‌ای از این منابع انسانی می‌توان به اساتید دانشگاهی داخلی و خارجی، مشاوران برجسته تجاری و کارشناسان شرکت ابوریحان بیرونی اشاره نمود. این گروه از منابع کلیدی همواره توسط مسئولین دپارتمان‌ها در واحد آموزش مورد ارزیابی قرار خواهند گرفت.

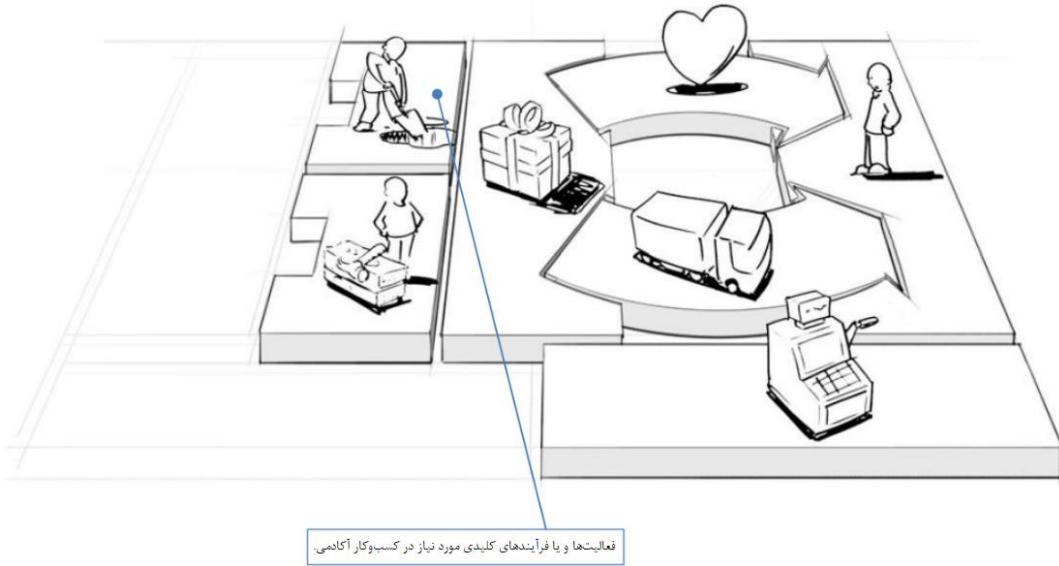
البته می‌توان این نوع از منابع انسانی را به دو دسته زیر تقسیم نمود:

➊ مدرسینی که پرسنل شرکای تجاری می‌باشند: این گروه از مدرسین، افرادی هستند که در سازمان شرکای تجاری این آکادمی مشغول به کار هستند و توسط شریک تجاری جهت ارائه یک دوره آموزشی به آکادمی معرفی می‌شوند. تقسیم‌بندی مبلغ درآمد در دوره‌های تشکیل شده به این روش مانند سایر روش‌ها خواهد بود ولیکن مبلغ مدرس به خود وی پرداخت نمی‌شود و این مبلغ به شریک تجاری ارائه می‌گردد. جزئیات بیشتری از قواعد مالی مربوط به این گروه از منابع انسانی آکادمی در بخش جریان‌های درآمدی یا ساختار هزینه‌ها آمده است.

➋ مدرسین آزاد: این گروه از مدرسین، افرادی هستند که توسط خود آکادمی شناسایی شده و به خدمت گرفته می‌شوند. تقسیم‌بندی مبلغ درآمد در دوره‌های تشکیل شده به گونه‌ای است که مبلغ حق التدریس مدرس به خود وی پرداخت می‌شود.

• منابع قانونی: این منابع، منابعی هستند که به واسطه قوانین کشوری و یا آیین‌نامه‌های دیگر می‌توانند در اختیار این طرح قرار گیرند. در زیر لیستی از آنها را مشاهده می‌کنید:

✓ امتیاز دانش بنیان بودن شرکت ابوریحان بیرونی: به واسطه اینکه شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی از سال 1396 توانسته است خود را به عنوان یک شرکت دانش بنیان به اثبات برساند (با توجه به قوانین موجود در خصوص حمایت از شرکت‌های دانش بنیان) به نظر می‌رسد که این آکادمی بتواند از وام شرکت‌های دانش بنیان استفاده نماید.



مانند تمام کسبوکارهای دیگر، این آکادمی نیز هم فعالیت‌های دستی و هم فعالیت‌های سیستمی دارد. با توجه به اینکه مکانیزاسیون یکی از راههای موثر در رقابت و بقای سازمان‌ها محسوب می‌شود دیدگاه این طرح نیز با محوریت فعالیت‌های سیستمی طراحی شده است تا این طرح هر چه بیشتر به مکانیزاسیون نزدیک‌تر باشد از این رو است که اکثر فعالیت‌های دستی نیز رد پایی در سیستم خواهند داشت.

با توجه به شرح ارائه شده، فعالیت‌های کلیدی را به دو دسته فعالیت‌های دستی و فعالیت‌های سیستمی طبقه‌بندی می‌کنیم.

- **فعالیت‌های دستی:** آن دسته از فعالیت‌ها هستند که با توجه به بازار هدف به نظر می‌رسد که باید به واسطه یک نیروی انسانی اجرا شود. این تصمیم‌گیری در هر بازاری ممکن است با توجه به سطح انتزاع آن بازار متفاوت باشد به عبارت دیگر ممکن است یک فعالیت در یک بازار، یک فعالیت دستی محسوب شود ولیکن در بازار دیگری، کاملاً به صورت سیستمی پیاده‌سازی شود. از طرف دیگر، علت دیگری که یک فعالیت را در گروه فعالیت‌های دستی قرار می‌دهد، تعدد و پیچیدگی تست‌های مختلف در تصمیم‌گیری‌های آن است به عبارت دیگر اگر تصمیم‌گیری در یک فعالیت به شاخصه‌های زیادی وابسته باشد در اکثر سطوح انتزاع، آن فعالیت را دستی در نظر می‌گیرند و وظیفه آن را بر دوش نیروی انسانی می‌گذارند. در زیر فعالیت‌های دستی این طرح ذکر شده است:

- ✓ **اقدام جهت جذب و آموزش نیروی سازمانی:** که در این فعالیت دستی وجود دارد شامل، ارائه آگهی جذب نیرو، انجام مصاحبه استخدمامی، ارائه قرارداد و عقد قرارداد، تهیه مستندات سازمانی مثل آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های کاری پرسنل. کلیه این وظایف در زمان آغاز به کار این آکادمی، اجرا می‌شوند ولیکن برخی از آنها به صورت موردي نیز اجرا خواهند شد. در این فعالیت منابع انسانی آکادمی شامل، کارشناس منابع انسانی، کارشناس روابط عمومی، کارشناس تولید محتوى، کارشناس قرارداد، کارشناس مالی و مدیر آکادمی مشارکت دارند.

- ✓ **اقدام جهت جذب مدرس:** این فعالیت شامل یک سلسله عملیات است که در نهایت منجر به جذب یک مدرس در آکادمی خواهد شد. زیرفعالیت‌هایی مثل تهیه و ارائه آگهی استخدام، انجام مصاحبه استخدامی، ارائه قرارداد و عقد قرارداد، وظایفی هستند که در این فعالیت کلیدی دستی انجام می‌شوند. این وظایف به صورت مکرر و یا موردي، اجرا خواهند شد. در این فعالیت منابع انسانی آکادمی شامل، کارشناس منابع انسانی، کارشناس روابط عمومی، کارشناس تولید محتوى، کارشناس قرارداد، کارشناس مالی و مدیر آکادمی مشارکت دارند.

- ✓ **اقدام جهت شناسایی صاحبان کسبوکار** مشارکت تجاری (اسپانسرینگ، سمینار و بورسیه): کشف و شناسایی کسبوکارهایی که انگیزه و توانایی مشارکت با آکادمی را داشته باشند یکی از فعالیت‌های پر چالش این آکادمی است. این فعالیت به عنوان یکی از ریسک‌های

این طرح در بخش ریسک‌ها و راه حل‌ها بیان شده است. این فعالیت در طول زمان بقای این آکادمی، اجرا خواهد شد. در این فعالیت منابع انسانی آکادمی شامل، کارشناس بازاریابی، کارشناس قرارداد، کارشناس مالی و مدیر آکادمی مشارکت دارند.

✓ تهیه برنامه تبلیغاتی: این فعالیت از وظایفی شامل، شناسایی نوع محتوای مناسب جهت تبلیغات در هر حوزه آموزشی، تهیه محتوای تبلیغاتی، شناسایی رساناهای مناسب تبلیغاتی در هر حوزه آموزشی و شناسایی زمان مناسب برای هر تبلیغ، تشکیل شده است. در این فعالیت منابع انسانی آکادمی شامل، کارشناس بازاریابی، کارشناس روابط عمومی، کارشناس تولید محتوی، کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی و مدیر آکادمی مشارکت دارند.

✓ اقدام در خصوص عقد قراردادهای تبلیغاتی: این فعالیت از وظایفی شامل، تنظیم قرارداد، برگزاری جلسه/جلسات توجیهی، امضاء قرارداد، تشکیل شده است که در طول زمان بقای آکادمی به صورت موردي اجرا می‌شوند. در این فعالیت منابع انسانی آکادمی شامل، کارشناس بازاریابی، کارشناس قرارداد، کارشناس مالی و مدیر آکادمی مشارکت دارند.

✓ تهیه برنامه برنديسازی برای آکادمی در شبکه‌های اجتماعی و سایر رسانه‌های عمومی: این فعالیت از وظایفی شامل تعیین و معرفی هدف و یا اهداف آکادمی، بررسی و کنترل شعارها و معرفی‌ها و محتوای تبلیغاتی برای جلوگیری از چندگانگی، ایجاد موج‌ها و تفکرات اجتماعی حمایت کننده برنده ناب، ایجاد گروه‌ها و اجتماعات مختلف به عنوان گردنهایی کنشگران وابسته به این برنده، بررسی و تعیین حدود انعطاف‌پذیری این برنده برای محصولات و خدمات قابل ارائه، تهیه روش‌هایی برای نمایش مشارکت پرسنل این برنده در فرآیندهای آن، تهیه طرح‌هایی برای تشكیر از وفاداری مشتریان این برنده، بررسی روش‌های عملیاتی رقبای این برنده و تهیه گزارش‌های بازار، تشکیل شده است. در این فعالیت منابع انسانی آکادمی شامل، کارشناس بازاریابی و مدیر آکادمی مشارکت دارند.

✓ تهیه محتوای آموزشی: این فعالیت از وظایفی شامل، تهیه جزو کاغذی، تهیه محتوای متنی وب، تهیه محتوای چند رسانه‌ای، تشکیل شده است که در طول زمان بقای این آکادمی به صورت مکرر اجرا می‌شوند. در این فعالیت منابع انسانی آکادمی شامل، کارشناس تولید محتوی، مدرسین و مدیر آکادمی مشارکت دارند.

✓ تهیه برنامه آموزشی: این فعالیت از وظایفی شامل، انتخاب مدرس، شناسایی سرفصل‌های آموزشی، زمان‌بندی برگزاری دوره، زمان‌بندی برگزاری آزمون، تشکیل شده است و در طول دوره بقای این آکادمی اجرا می‌شود. در این فعالیت منابع انسانی آکادمی شامل، کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، مدرسین و مدیر آکادمی مشارکت دارند.

• **فعالیت‌های سیستمی:** آن دسته از فعالیت‌ها هستند که بخش اعظم وظایف آنها توسط سیستم، مدیریت می‌شود. البته این تعریف به این معنی نیست که نیروی انسانی در اجرای آن نقشی ندارد بلکه به این معنی است که قواعد مبتنی بر رویدادها و قواعد مبتنی بر کسب‌وکار در آنها توسط سیستم مدیریت می‌شود و نیروی انسانی آکادمی نیز مانند سیستم، یکی از نقش‌های کاری کسب‌وکاری آن را به عهده خواهد داشت. برای اینکه بتوان این فعالیت‌ها را به روش بهتری طبقه‌بندی کرد، تصور این طرح این است که مفهوم سطح بالاتری به نام برنامه برای ایندها را در بر خواهد گرفت. قبل از بخش منابع کلیدی، این برنامه‌ها شرح داده شده است و در زیر فعالیت‌های سیستمی (Application) آنها ذکر می‌شود.

تذکر: نماد  معرف فرآیند است.



سامانه مکتب‌دار، نرم‌افزار تهیه فیلم‌های آموزشی و زیرسیستم کلاس برخط

✓ **Tehیه فیلم‌های آموزشی:** در این طرح به کیفیت اهمیت زیادی داده است به همین دلیل کلیه محتوای تولید شده در این آکادمی باید از استاندارد و یا کیفیت حداکثری برخوردار باشد. به همین منظور، نرم‌افزارهای مناسب تولید و یا میکس و تدوین فیلم در این آکادمی مورد

استفاده قرار خواهد گرفت. مضاف بر این نرم افزارها، تولید محتوی با همفکری و نظر جمعی (کمیته فنی) تولید خواهد شد. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

ورود و حضور متقاضی آموزش در کلاس: یکی دیگر از ابزارهایی که در این سامانه به صورت یک محور مورد استفاده قرار می‌گیرد، محیط کلاس برخط است. نکته‌ای که در خصوص این فرآیند اهمیت دارد این است که یک کاربر متقاضی زمانی می‌تواند وارد کلاس شود که دو قاعده را رعایت نماید. اول اینکه باید عضویت آکادمی را داشته باشد و دوم اینکه تا زمانیکه مدرس وارد کلاس نشده است نمی‌تواند وارد کلاس شود. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

ورود و حضور مدرس در کلاس: نکته‌ای که در خصوص این فرآیند اهمیت دارد این است که یک مدرس زمانی می‌تواند وارد کلاس شود که دو قاعده را رعایت نماید. اول اینکه باید عضویت آکادمی را داشته باشد و دوم اینکه اجازه دسترسی به کلاس را داشته باشد. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

دریافت عضویت سامانه: هر کاربر برای اینکه بتواند به سامانه مکتب دار یا سایر سامانه‌های این آکادمی دسترسی داشته باشد باید عضویت آن را داشته باشد این فرآیند به هر کاربر واقعی یک شخصیت سیستمی می‌دهد تا با نقشی که به او سپرده می‌شود بتواند به صورت با قاعده وظایف خود را انجام دهد. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

ورود به سامانه: مانند هر سامانه دیگری، این سامانه نیز قواعد یا استراتژی‌های خاصی را در نظر می‌گیرد به همین دلیل برای ورود به سیستم فرآیند خاصی وجود دارد که باید در نظر گرفته شود. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

تنظیم سرفصل آموزشی دوره: هر دوره آموزشی برای معرفی به متقاضیان خود باید دارای جزئیات از قبل تعیین شده‌ای باشد که متقاضی بتواند براساس آن، دوره مورد نظر را انتخاب کند. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

تنظیم آزمون: هر دوره آموزشی دارای آزمون خواهد بود. این فرآیند برای تعریف و تنظیم آزمون دوره تهیه شده است. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

دعوت به آزمون: مانند هر آزمونی، آزمون‌های این آکادمی نیز توسط مدرس در اختیار متقاضیان قرار می‌گیرد. این فرآیند برای ارائه فرم و برگذاری آزمون دوره تهیه شده است. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

تصحیح آزمون: دووهای مختلف دارای انواع آزمون مختلف هستند. این تنوع برخی موقع شامل تنوع ساختاری نیز می‌شود. این آزمون‌ها ممکن است کاملاً مبتنی بر قواعد، قابل تصحیح باشند یا فقط بخشی از سوالات را بتوان مبتنی بر این قواعد، تصحیح کرد و بخشی دیگر نیاز به نظر کارشناسی مدرس داشته باشد و یا کلاهیچیک از آنها را نتوان بر اساس قواعد مورد نظر، تصحیح نمود. به همین منظور فرآیند تصحیح آزمون به گونه‌ای طراحی شده است که کلیه حالت‌های مورد نظر را پوشش دهد. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

ثبت‌نام انفرادی در دوره: در این آکادمی دو روش کلی ثبت‌نام وجود دارد. یکی از روش‌های پرکاربرد، ثبت‌نام انفرادی است. به همین منظور فرآیند ثبت‌نام انفرادی در این سامانه مکتب دار، طراحی شده است. نمایی از این فرآیند را در پیوست مشاهده خواهید نمود.

معرفی شریک تجاری: هر شریک تجاری در این سامانه ابتدا باید تعریف شود. فارغ از اینکه این تعریف دارای ساختار اطلاعاتی خاصی است، فرآیند تعریف شریک تجاری در این بخش توضیح داده شده است.

معرفی کاربر رابط شریک تجاری: پس از تعریف هر شریک تجاری باید رابط آن را نیز تعریف نمود. این رابط توسط این فرآیند تعریف می‌شود که می‌تواند یا به صورت مستقل اجرا شود و یا در ادامه فرآیند تعریف شریک تجاری، اجرا شود. فرآیند معرفی کاربر رابط شریک تجاری در این بخش توضیح داده شده است.

افزودن کاربر مرتبط با شریک تجاری: پس از تعریف هر شریک تجاری باید مرتبطین یا واپستگان آن را نیز تعریف نمود. این مرتبطین توسط این فرآیند تعریف می‌شوند که می‌تواند یا به صورت مستقل اجرا شود و یا در ادامه فرآیند تعریف شریک تجاری، اجرا شود. فرآیند معرفی مرتبطین شریک تجاری در این بخش توضیح داده شده است.

ثبت‌نام گروهی در دوره: شرکای تجاری این امکان را خواهند داشت که مرتبطین خود را به صورت گروهی در یک دوره آموزشی ثبت‌نام نمایند. ثبت‌نام گروهی این دسته از متقاضیان آموزش در این فرآیند امکان‌پذیر است.

ارزیابی مدرس: یکی از امکاناتی که می‌تواند اطلاعات مورد نیاز کمیته‌های این اکوسیستم را تهیه کند فرآیندهای ارزیابی است. یکی از این ارزیابی‌ها، ارزیابی مدرس توسط مقاضیان آموزش می‌باشد. به عبارت دیگر، ارزیابی مدرس در این فرآیند امکان‌پذیر است.

تهیه گزارش برگزاری جلسات دوره: یکی از گزارش‌هایی که بیشتر به جهت ارائه به شریک تجاری تهیه می‌شود، گزارش برگزاری جلسات دوره است. این فرآیند، گزارش مورد نظر را تهیه می‌نماید و برای افراد مختلف در اکوسیستم این آکادمی ارسال می‌نماید. نکته مهم در خصوص این فرآیند اینجاست که برای اجرای آن نمی‌توان به صورت مستقیم اقدام نمود و هر کاربر می‌تواند برای تهیه این گزارش، یک پیام قالب بندی شده مشخص را برای کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی ارائه نماید و این فرآیند به شرط دریافت این پیام آغاز خواهد شد. به عبارت دیگر، تهیه این گزارش در این فرآیند فقط زمانی امکان‌پذیر است که شخص مقاضی گزارش به واسطه امکانات سامانه مکتب‌دار، این پیام را ارسال نموده باشد.

ثبت حساب بانکی در پروفایل: یکی از اطلاعاتی که هر عضو سامانه مکتب‌دار باید ارائه نماید؛ مشخصات حساب بانکی در پروفایل خودش است. نکته مهم اینجا است که این شماره حساب فقط توسط این سامانه مورد استفاده قرار می‌گیرد و توسط هیچ فردی قابل مشاهده نخواهد بود. هر عضو سامانه مکتب‌دار باید این فرآیند را برای ارائه شماره حساب اجرا نماید.

شناسایی و عقد قرارداد آموزش با مدرس: یکی از کنشگران این اکوسیستم، مدرسین آن می‌باشند. فارغ از ماهیت کنشگری این گروه از افراد، این افراد می‌توانند با عقد یک قرارداد به بخشی از بدن ارائه کننده سرویس در این اکوسیستم تبدیل شوند. این فرآیند مراحل مختلف کشف یک مدرس تا عقد قرارداد با وی را بیان می‌کند.

شناسایی و عقد قرارداد مشارکت با شریک تجاری: یکی دیگر از کنشگران این اکوسیستم، شرکای تجاری آن می‌باشند. فارغ از ماهیت کنشگری این گروه از افراد، این افراد می‌توانند با عقد یک قرارداد، بخشی از نیازهای خود را در زمینه، یادگیری، نیروی کاری و راهکارهای نوآورانه در این اکوسیستم مرتفع نمایند. این فرآیند مراحل مختلف کشف یک شریک تجاری تا عقد قرارداد با وی را بیان می‌کند.

تعريف و ارائه نظرسنجی: یکی از امکانات این اکوسیستم، برگزاری نظرسنجی است. هر سیستم نظرسنجی، روال‌های مختلفی دارد. یکی از این روال‌ها، روال یا امکان تعریف یک نظرسنجی است. این فرآیند مراحل مختلف تعریف و ارائه نظرسنجی را بیان می‌کند.

شرکت در نظرسنجی: فارغ از اینکه هر نظرسنجی به چه صورت تعریف شده است، باید بتوان در آن شرکت کرد و به سوالات مطرح شده در آن پاسخ داد و یا به عبارت دیگر، هر کسی بتواند نظر خود را در خصوص هر یک از سوالات مطرح شده در نظرسنجی مورد نظر، بیان نماید. این فرآیند مراحل مختلف شرکت در یک نظرسنجی را بیان می‌کند.

دربیافت گزارش نظرسنجی: مهم‌ترین هدفی که از هر سیستم نظرسنجی انتظار می‌رود این است که بتوان نتایج نظرسنجی‌ها را به روش مناسبی مشاهده نمود. این فرآیند مراحل مختلف دریافت گزارش یک نظرسنجی را بیان می‌کند.



سامانه ایده‌نگار

دربیافت عضویت سامانه ایده‌نگار: هر یک از سامانه‌های این اکوسیستم از منظر دسترسی کاربران، به صورت مجزا مدیریت می‌شوند. به همین دلیل هر شخصی که بخواهد به این سامانه‌ها دسترسی داشته باشد؛ باید مجوز دسترسی خود را از مسئول آن سامانه دریافت نماید. این فرآیند مراحل مختلف دریافت عضویت این سامانه را بیان می‌کند.

پذیرش ایده: یکی از مهم‌ترین کارهایی که در سامانه ایده‌نگار صورت می‌گیرد، پذیرش و ثبت یک ایده خلاقانه است. فارغ از اینکه در این سامانه، بر سر این ایده چه می‌آید؛ ابتدا ایده مورد نظر باید به عنوان یک ایده خلاقانه مورد پذیرش این آکادمی و یا این سامانه قرار گیرد. این فرآیند مراحل مختلف پذیرش ایده را بیان می‌کند.

بررسی ایده و جستجوی بین شرکای تجاری آکادمی: پس از اینکه ایده ارائه شده یک ایده با ارزش تشخیص داده شد؛ باید به دنبال اسپانسر یا شریک تجاری برای اجرای آن بود. این فرآیند مراحل مختلف جستجوی بین شرکای تجاری را بیان می‌کند.

معرفی ایده به شریک تجاری انتخاب شده:

برگزاری مناقصه محدود سرمایه‌گذاری برای ایده بین شرکای تجاری آکادمی:

تمکیل تفاهم نامه بین مالک ایده و برنده مناقصه محدود سرمایه‌گذاری:

دریافت موضوع مشکل یا مسئله از شریک تجاری آکادمی:

برگزاری مسابقه برای کشف راه حل رفع مشکل شریک تجاری آکادمی:

شرکت در مسابقه:

بررسی نتایج مسابقه در کمیته ارزیابی مسابقه:



سامانه کاردار

دریافت عضویت سامانه کاردار:

درخواست تشکیل رزومه:

ایجاد و تمکیل رزومه:

درخواست معرفی فرصت شغلی یا جذب نیروی کار:



سامانه کتابدار

دریافت عضویت سامانه کتابدار:

ایجاد مقاله:

ارائه مقاله به موید:

بررسی مقاله:

ارائه امتیاز به مقاله:

برگزاری مسابقه ارائه مقاله برتر سال:



سامانه کاسبکار

دریافت عضویت در سامانه کاسبکار:

ارائه پروژه برون سپاری شده:

درخواست تشکیل یا به روز رسانی رزومه:

برون سپاری و اجرا:

در این فرآیندها نقش‌های زیر مشارکت دارند:



فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۱۰۹ انتخاب پیمانکار:

۱۱۰ انعقاد توافقنامه:

۱۱۱ دریافت مبلغ توافقنامه و جریمه آن توسط سامانه کاسبکار:

۱۱۲ پذیرش پروژه و تایید تفاهم‌نامه توسط پیمانکار:

۱۱۳ پذیرش پیمانکار و تایید تفاهم‌نامه توسط کارفرما:

۱۱۴ درخواست ارزیابی عملکرد پیمانکار:

۱۱۵ درخواست ارزیابی عملکرد کارفرما:



زیرسیستم گفتگوی حاضرین

دریافت مجوز حضور در اتاق گفتگو:

ورود به اتاق گفتگو:

ارائه نظر/بحث در اتاق گفتگو:

ارائه پاسخ به نظر/بحث:



زیر سیستم سمینارها و رویدادها

- دریافت مجوز دسترسی در سیستم سمینارها و رویدادها:
- تعريف مکان‌های داخل و یا خارج از آکادمی به عنوان مکان‌های قابل استفاده:
- تعريف سخنرانان داخل و یا خارج از آکادمی به عنوان سخنرانان قابل استفاده:
- تعريف تامین‌کنندگان داخل و یا خارج از آکادمی به عنوان تامین‌کنندگان قابل استفاده:
- ارائه درخواست حضور در سمینار یا رویداد:
- تعريف یا تنظیم مکان، زمان، سین سمینار یا رویداد، مستندات قابل نشر یا ارائه در سمینار و حضار دعوت شده:
- تعريف یا تنظیم تدارکات سمینار یا رویداد:
- ارائه دعوت‌نامه به حضار، دبیرخانه، سخنرانان و سایر عوامل انسانی سمینار یا رویداد:



زیر سیستم شناسایی اهداف نهایی مورد نظر مشتریان

- دریافت مجوز دسترسی به سیستم شناسایی اهداف مشتریان:
- معرفی و ثبت مشاغل در کسب‌وکارهای مختلف:
- معرفی و تشکیل کمیته شغلی یا کمیته داستان شغلی:
- تعريف مشتری جدید، نیاز جدید مشتری قدیمی یا محصول قابل ارائه جدید:
- تعريف روال‌ها، آیین‌نامه‌ها و ابلاغیه‌های جدید:



زیر سیستم کارتابل کاربران

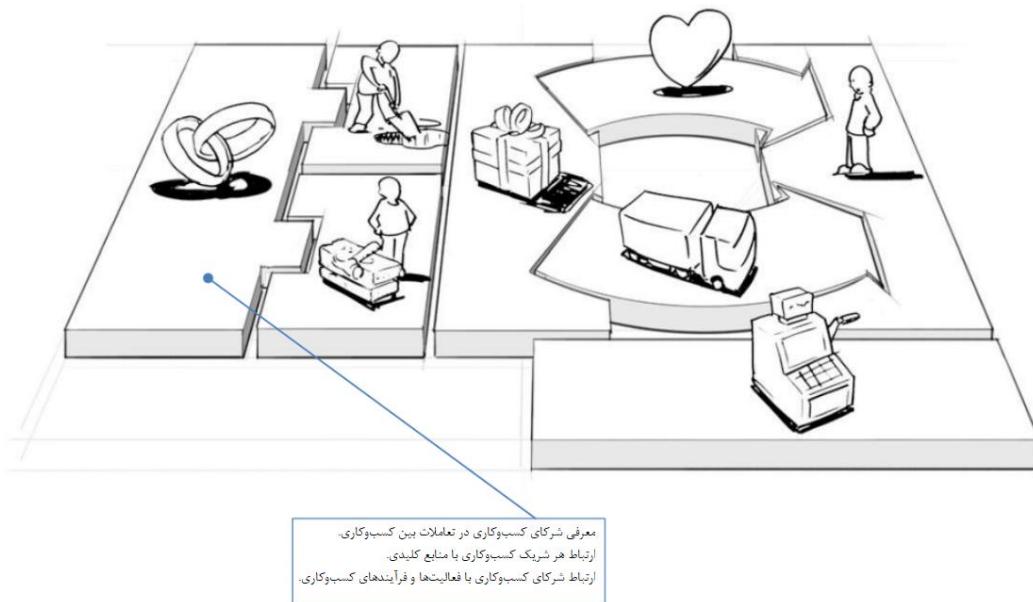
- مشاهده فرم موجود در کارتابل:
- مرور فرم‌های موجود در کارتابل:
- ویرایش و ذخیره‌سازی موقت داده‌های فرم موجود در کارتابل:
- پاسخ به فرم موجود در کارتابل:
- واگذاری فرم موجود در کارتابل به شخص انتخاب شده دیگر:

واگذاری فرم موجود در کارتابل به شخص معرفی شده در پروفایل:
تهیه گزارش عملکرد پرسنل و کاربران در فرآیندها:



زیر سیستم نمایندگی‌ها

- دریافت مجوز دسترسی به زیرسیستم نمایندگی‌ها:
- پذیرش توافقنامه همکاری یا نمایندگی:
- درخواست تامین محصول از انبار:
- ارائه درخواست مجوز فروش و یا ارائه نوع محصول:
- فروش محصول:
- عملیات لغو نمایندگی:



انتظار می‌رود که در این اکوسیستم، کنشگران زیر مشارکت داشته باشند:

- شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی (به عنوان شریک مالی و اسپانسر اصلی این طرح)
- صندوق توسعه ملی (به عنوان یکی از تامین کنندگان مالی این طرح)
- بانک ملت (به عنوان اسپانسر فرعی و یاری رسان برای برندهاینگ)
- برخی از شرکای تجاری (به عنوان یاری رسان برای برندهاینگ)
- شبکه‌های رسانه‌ای عمومی سراسری (به عنوان موثرترین ابزار در برندهاینگ)



هر کسبوکاری قبل از اینکه کار خود را شروع کند باید بداند هزینه تهیه، ایجاد و نگهداری از منابع کلیدی مورد نظرش چقدر است، از طرف دیگر همانطور که در بخش جریان‌های درآمدی بیان شد این طرح کسبوکاری دارای سه مرحله برنامه‌ریزی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت است. برای اینکه بتوانیم ساختار هزینه‌ای درستی در این بخش ترسیم کنیم بهتر است ابتدا منابع این طرح را مرور کنیم. این منابع در یک نگاه گذرا به شرح زیر می‌باشد:

- منابع سختافزاری
 - ✓ محیطها
 - ✓ تجهیزات
 - ✓ ملزمات
- منابع نرم‌افزاری
 - ✓ سامانه مکتب‌دار
 - ✓ نرم‌افزار تهیه فیلم‌های آموزشی و یا تبلیغاتی
 - ✓ زیر سیستم کلاس برخط
 - ✓ زیرسیستم گفتگوی حاضرین
 - ✓ زیر سیستم کارتالیل کاربران
 - ✓ زیر سیستم شناسایی اهداف نهایی مورد نظر مشتریان
 - ✓ سامانه کاردار
 - ✓ سامانه کاسپکار
 - ✓ سامانه ایده‌نگار
 - ✓ سامانه کتابدار
 - ✓ سیستم مدیریت فرآیندها
 - ✓ سیستم مدیریت قواعد کسبوکاری
 - ✓ حساب‌های شبکه‌های اجتماعی

• منابع انسانی

- ✓ کارشناس منابع انسانی
- ✓ کارشناس روابط عمومی
- ✓ کارشناس بازاریابی
- ✓ کارشناس امور خلاقیت و نوآوری
- ✓ کارشناس قرارداد
- ✓ کارشناس مالی
- ✓ کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی
- ✓ مدیر آکادمی
- ✓ کارشناس انفورماتیک
- ✓ کارشناس تولید محتوى
- ✓ مدرسین

همانطور که در ساختار بالا مشخص است، وجود و بهره‌برداری برخی از این منابع فقط یک بار هزینه دارد و برخی دیگر ممکن است بیش از یکبار هزینه داشته باشد و در نهایت برخی از آنها هستند که هزینه دائمی دارند. به طور مثال منابع سختافزاری فقط یکبار هزینه دارند و منابع نرم‌افزاری با وجود اینکه هزینه زیادی در زمان تهیه خواهند داشت ولیکن هزینه نگهداری یا توسعه ثانویه نیز هزینه‌های هستند که باید در این ساختار به آنها نوجه شود. در مقابل این نوع از منابع، منابع انسانی وجود دارند که هزینه بهره‌گیری از آنها از ابتدا تا انتهای طرح با یک مقدار ثابت و یا با یک شیب ثابت، قابل برنامه‌ریزی است.

با توجه به دیدگاه ذکر شده، آن دسته از هزینه‌هایی که در راهاندازی منابع، مصرف می‌شوند را می‌توان از دو منبع محتمل تهیه نمود:

- استفاده از کمک‌های شرکت ابوریحان بیرونی
- استفاده از وام شرکت‌های دانش بنیان

این هزینه‌ها شامل تهیه منابع سختافزاری و نرم‌افزاری می‌شوند که می‌توان از آن نمونه به مواردی مانند عناوین زیر اشاره نمود:

- خرید یا اجاره آپارتمان یا واحد اداری و یا استفاده از محیط‌های کم استفاده شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی
- خرید یک سامانه توسعه فرآیند محور و قاعده محور که بتواند یک ERP برای کسب‌وکار نئو آکادمی بیرونی باشد

از طرف دیگر، پیش‌بینی می‌شود آن دسته از هزینه‌هایی که برای نگهداری و توسعه منابع، مصرف می‌شوند بتوانند از منابع زیر تهیه شوند:

- استفاده از کمک‌های شرکت ابوریحان بیرونی
- استفاده از وام شرکت‌های دانش بنیان
- استفاده از درآمد مستقیم هر بخش از این طرح

هزینه‌های اخیر شامل توسعه و نگهداری منابع نرم‌افزاری می‌شوند که می‌توان از آن نمونه به مواردی مانند عناوین زیر اشاره نمود:

- طراحی و توسعه سامانه مکتب‌دار
- طراحی و توسعه سامانه کاردار
- طراحی و توسعه سامانه ایده‌نگار
- طراحی و توسعه سامانه کاسپکار

- طراحی و توسعه سامانه کتابدار
- طراحی و توسعه زیرسیستم‌های درون سامانه مکتب‌دار
- پشتیبانی از سیستم مدیریت فرآیند و یا مدیریت قواعد

و در آخر، پیش‌بینی می‌شود آن دسته از هزینه‌هایی که به صورت روزانه برای حفظ اکوسیستم این طرح، مصرف می‌شوند بتوانند از منابع زیر تهیه شوند:

- استفاده از درآمد مستقیم هر بخش از این طرح

هزینه‌های اخیر شامل هزینه جبران خدمات منابع انسانی، هزینه تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی و یا سایر رسانه‌ها و برخی تدارکات می‌شوند که می‌توان از آن نمونه به مواردی مانند عنوانین زیر اشاره نمود:

- دستمزد پرسنل ستادی مثل: کارشناس روابط عمومی، کارشناس بازاریابی، کارشناس امور خلاقیت و نوآوری، کارشناس قرارداد، کارشناس مالی، کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، مدیر آکادمی، کارشناس انفورماتیک و کارشناس تولید محتوی
- دستمزد پرسنل عملیاتی مثل: مدرسین، کارشناسان خبره صنایع و سخنرانان سمینارها و رویدادها
- تدارکات و یا اجاره محل سمینارها
- بازپرداخت وام

همانطور که در متن قبل دیده شد، ساختار هزینه‌ای مورد نظر این طرح شامل موارد زیر است:

- خرید یا اجاره آپارتمان یا واحد اداری و یا استفاده از محیط‌های کم استفاده شرکت دانش بنیان ابوریحان بیرونی
- خرید یک سامانه توسعه فرآیند محور و قاعده محور که بتواند یک ERP برای کسب‌وکار نئو آکادمی بیرونی باشد
- طراحی و توسعه سامانه مکتب‌دار
- طراحی و توسعه سامانه کاردار
- طراحی و توسعه سامانه ایده‌نگار
- طراحی و توسعه سامانه کتابدار
- طراحی و توسعه زیرسیستم‌های درون سامانه مکتب‌دار
- پشتیبانی از سیستم مدیریت فرآیند و یا مدیریت قواعد
- دستمزد پرسنل ستادی مثل: کارشناس روابط عمومی، کارشناس بازاریابی، کارشناس امور خلاقیت و نوآوری، کارشناس قرارداد، کارشناس مالی، کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، مدیر آکادمی، کارشناس انفورماتیک و کارشناس تولید محتوی
- دستمزد پرسنل عملیاتی مثل: مدرسین، کارشناسان خبره صنایع و سخنرانان سمینارها و رویدادها
- تدارکات و یا اجاره محل سمینارها
- بازپرداخت وام: انتظار می‌رود وام مورد نظر از تنفس حداقل یک ساله برای آغاز بازپرداخت اقساط خود برخوردار باشد و حداقل تا 7 سال پس از آغاز بازپرداخت، مستحکم شود. بنا به این فرض روش محاسبه سود و اقساط این وام به قرار زیر خواهد بود:

$$\text{اصل وام} = LP$$

$$\text{درصد سود وام} = lip$$

$$\text{مدت تنفس} = WP$$

$$\text{مدت بازپرداخت به ماه} = LRP$$

کل سود = TP

مبلغ اقساط = AI

$$TP = \frac{LP * lip (WP + LRP + 1)}{2400}$$

$$AI = \frac{TP + LP}{LRP}$$

نکته: هزینه تبلیغات به دلیل اینکه به منابع معرفی شده ارتباطی نداشته بود در مفاهیم بالا ذکر نشده است؛ ولیکن هزینه تبلیغات نیز از جمله موارد یا ردیفهای هزینه‌ای بسیار مهم در این طرح می‌باشد.

مدل کسب و کار

بوم طراحی یک کسبوکار یکی از بخش‌هایی است که در طول توسعه و یا استقرار و به صورت کلی در زمان بقای آن کسبوکار مانع انحراف یا از بین رفتن آن می‌شود. به همین دلیل این بخش یک تصویر کلی و بزرگ از آنچه در این مدل ارائه شده است، خواهد بود.

 <h3>مشارکت‌های کلیدی</h3> <ul style="list-style-type: none"> شرکت پهسازان ملت (به عنوان شریک مالی و اسپایسر اصلی این طرح) صندوق توسعه ملی (به عنوان یکی از تأمین‌کنندگان ایالات این طرح) بانک ملی (به عنوان اسپایسر فرعی و باری رسان برای برندینگ) برخی از شرکای تجاری (به عنوان باری رسان برای برندینگ) شبکهای رسانه‌ای عمومی سراسری (به عنوان مؤثرترین ابزار در برندینگ) 	 <h3>فعالیت‌های کلیدی</h3> <ul style="list-style-type: none"> جذب و آموختن نیروی سازمانی جذب مدرب شناسایی صاحبان کسبوکار جهت شرکت تهیه برنامه تبلیغاتی و عقد قراردادهای تبلیغاتی تهیه منظوری آموزش و برنامه آموزشی فرآیندهای سامانه آموزش فرآیندهای سامانه کاسیکار فرآیندهای سامانه ایدنگار فرآیندهای سامانه کتابدار فرآیندهای زیرسیستم سمتیار فرآیندهای زیرسیستم تماین JTBD 	 <h3>ارزش‌های پیشنهادی</h3> <ul style="list-style-type: none"> مقاله نیمه زوجه بررسی زوجه تخل بروز اسپایسر راهن مسیمار پادگرد تدريس 	 <h3>ارتباط با مشتری</h3> <ul style="list-style-type: none"> انتظارات پیمانکاران شخصی انتظارات کارگزاری از شرکای تجاری مقاضیان نیروی کاری آموزش دیده انتظارات مقاضیان نیروی کاری انتظارات مقاضیان برگزاری دوره انتظارات مقاضیان برآمده نوواره انتظارات ارائه‌کنندگان ایده نوواره میدان و با محلیان تماش استاد دانشگاهی و مشاهیر آموزشی مؤلفین مقالات انتظارات خواهندگان مقالات انتظارات خود آکادمی از این کسبوکار انتظارات مدربون انتظارات کارشناس قراردادها انتظارات کارشناس برآمده تحصیلی انتظارات روابط عمومی و بازاری انتظارات کارشناس امور حلاقتی و نوواره 	 <h3>بخش‌های مشتریان</h3> <ul style="list-style-type: none"> مقاضیان یادگیری جویای کار مقاضیان آزاد آموزش بررسی مقاضی بادگیری از شرکای تجاری مقاضیان نیروی کاری آموزش دیده مقاضیان برگزاری ساخته نوواری ارائه کنندگان ایده نوواره میدان و با محلیان تماش استاد دانشگاهی و مشاهیر آموزشی مؤلفین مقالات
 <h3>منابع کلیدی</h3> <ul style="list-style-type: none"> منابع ساخت‌افزاری (محیط‌ها، تاریخچه، ملumat) منابع نرم‌افزاری (سامانه آموزش، سامانه کارکار، سامانه کتابدار، سامانه کاسیکار، سامانه ایدنگار، سیستم BPMs) بررسی BRMS سیستم آنلاین چت‌سیستم سیستم آنلاین چت‌سیستم کتابدار، زیر تی‌بی‌دی (TBD) (لی‌موده‌ی عالمجاوه‌ی اندیشه). منابع انسانی (کارشناس منابع انسانی برروابط عمومی بازاریابی، سوره خلاقتی و نوواری، قرارداد مالی برنامه‌ریزی تحلیلی، انفورماتیک، تولید محنتی و مدیریت آکادمی) منابع فناوری (امتیاز داشت بنیان بودن پهسازان ملت) 	 <h3>کاتالوگ‌های توزیع</h3> <ul style="list-style-type: none"> روابط عمومی و امور حقوقی سامانه آموزش سامانه کارکار سامانه ایدنگار سامانه کاسیکار سامانه کتابدار 			
 <h3>ساختار و موارد هزینه</h3> <ul style="list-style-type: none"> خرید یک سامانه توسعه فرآیند محور و قاعده محور که بتواند یک ERP برای این کسبوکار باشد هزینه طراحی و توسعه سامانه آموزش هزینه طراحی و توسعه سامانه کارکار هزینه طراحی و توسعه سامانه ایدنگار هزینه طراحی و توسعه سامانه کاسیکار هزینه طراحی و توسعه سامانه کتابدار هزینه طراحی و توسعه سامانه ایدنگار هزینه شرکت‌های درون سامانه آموزش هزینه شرکت‌های از سیستم مدیریت فرآیند و یا مدیریت قواعد هزینه دستمزد پرسنل ستادی هزینه پذاشنها و سود حاصل از پیشنهادهای پرسنل به پرسنل هزینه دستمزد پرسنل عملیاتی هزینه تدارکات و اجراء محل سمتارها هزینه پایردادخواه و م هزینه پذاشنها هزینه پیش‌بینی شده هزینه‌های طرح‌های ثانویه 	 <h3>جریان‌های درآمدی</h3> <ul style="list-style-type: none"> درآمد حاصل از جیران هزینه اشتغال به کار درآمد حاصل از کمیسیون تحقق پیمان نامه اجرای پروژه درآمد حاصل از جووهای اموزشی با منشأ آکادمی درآمد حاصل از جووهای اموزشی با منشأ شرکای تجاری درآمد حاصل از جیران هزینه مسابقات کشف راه کار درآمد حاصل از جیران هزینه معرفی ایده و اسپایسر درآمد حاصل از جیران هزینه تشکیل زوره حرفاها و دریافت تأییدات آن درآمد حاصل از جیران هزینه نشر مقالات علمی درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های داشت بنیان درآمد تخصیصی حاصل از بخشی از سود سال قبل (۵۰ تا ۱۰۰ درصد) 			

نتیجه گیری

با توجه به مطالبی که تا اینجا به تفسیر توضیح داده شده است این نکته را الزامی می‌دانم که استقرار این کسبوکار باید بر اساس یک استراتژی و دیدگاه متمرکز صورت گیرد. به عبارت دیگر تحقق هدف این کسبوکار به تحقق اهداف هر بخش آن وابسته است.

از آنجایی که استقرار یکباره این بخش‌ها، امکان پذیر نیست؛ ممکن است در جریان استقرار و بهره‌برداری از بخش‌های مختلف چه از نظر مالی و چه از نظر ساختاری، تغییراتی ایجاد شود به همین دلیل در بخش پیوست این فایل، جزئیات بیشتری بیان شده است و این جزئیات بیان شده به گونه‌ای است که حدود تغییرات قابل قبول را نیز پوشش می‌دهد.

جدول هزینه اجاره آپارتمان

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	راه اندازی	360.000.000
2	بهره برداری	450.000.000
3	بهره برداری	562.500.000
4	بهره برداری	703.125.000
5	بهره برداری	878.906.250
6	بهره برداری	1.098.632.812
7	توسعه	5.493.164.062
8	بهره برداری	6.866.455.078
9	بهره برداری	8.583.068.847
10	بهره برداری	10.728.836.059
11	بهره برداری	13.411.045.074
12	بهره برداری	16.763.806.343
13	توسعه	33.527.612.686
14	بهره برداری	41.909.515.857
15	بهره برداری	52.386.894.822

جدول هزینه خرید یک سامانه توسعه به عنوان زیرساخت توسعه

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	راه اندازی	800.000.000

جدول هزینه پشتیبانی از سیستم مدیریت فرآیندها و یا مدیریت قواعد

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	پشتیبانی	20.000.000
2	پشتیبانی	25.000.000
3	پشتیبانی	31.250.000
4	پشتیبانی	39.062.500
5	پشتیبانی	48.828.125
6	پشتیبانی	61.035.156
7	پشتیبانی	76.293.945
8	پشتیبانی	95.367.431
9	پشتیبانی	119.209.289
10	پشتیبانی	149.011.611
11	پشتیبانی	216.066.837

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
12	پشتیبانی	270.083.546
13	پشتیبانی	337.604.433
14	پشتیبانی	422.005.541
15	پشتیبانی	527.506.927

جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه مکتبدار

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	طراحی و توسعه	85.000.000
2	طراحی و توسعه	12.000.000

جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه کاردار

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	طراحی و توسعه	50.000.000
2	طراحی و توسعه	5.000.000

جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه ایده‌نگار

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	طراحی و توسعه	80.000.000
2	طراحی و توسعه	5.000.000

جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه کاسپکار

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	طراحی و توسعه	50.000.000
2	طراحی و توسعه	5.000.000

جدول هزینه طراحی و توسعه سامانه کتابدار

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	طراحی و توسعه	35.000.000
2	طراحی و توسعه	7.000.000

جدول هزینه طراحی و توسعه زیرسیستم‌های درون سامانه مکتبدار

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	طراحی و توسعه	35.000.000
2	طراحی و توسعه	7.000.000

جدول هزینه طرح‌های ثانویه توسعه

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
3	طراحی فاز دوم	10.000.000
4	طراحی فاز دوم	10.000.000
5	طراحی فاز دوم	10.000.000

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
6	طراحی فاز دوم	100.000.000
7	توسعه فاز دوم	2.500.000.000
8	توسعه فاز دوم	1.500.000.000
9	توسعه فاز دوم	500.000.000
10	توسعه فاز دوم	100.000.000
14	طراحی فاز سوم	250.000.000
15	توسعه فاز سوم	250.000.000

جدول هزینه دستمزد پرسنل ستادی

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	جبران خدمت	1.800.000.000
2	جبران خدمت	2.250.000.000
3	جبران خدمت	2.812.500.000
4	جبران خدمت	3.515.625.000
5	جبران خدمت	4.394.531.250
6	جبران خدمت	5.493.164.062
7	جبران خدمت	6.866.455.078
8	جبران خدمت	8.583.068.847
9	جبران خدمت	10.728.836.059
10	جبران خدمت	13.411.045.074
11	جبران خدمت	16.763.806.343
12	جبران خدمت	20.954.757.928
13	جبران خدمت	26.193.447.411
14	جبران خدمت	32.741.809.263
15	جبران خدمت	40.927.261.579

جدول هزینه پاداش و سود حاصل از پیشنهادهای پرسنل به پرسنل

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	پاداش یا سود	143.500.000
2	پاداش یا سود	124.686.700
3	پاداش یا سود	120.971.849
4	پاداش یا سود	136.686.668
5	پاداش یا سود	177.940.099
6	پاداش یا سود	277.249.077
7	پاداش یا سود	449.765.455
8	پاداش یا سود	630.619.937
9	پاداش یا سود	881.297.978

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
10	پاداش یا سود	1.196.248.184
11	پاداش یا سود	1.592.229.444
12	پاداش یا سود	1.874.982.184
13	پادash یا سود	2.209.764.267
14	پادash یا سود	2.589.120.042
15	پادash یا سود	2.948.652.512

جدول هزینه دستمزد پرسنل عملیاتی

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	حق تدریس	2.800.000.000
2	حق تدریس	3.500.000.000
3	حق تدریس	4.375.000.000
4	حق تدریس	5.468.750.000
5	حق تدریس	6.835.937.500
6	حق تدریس	8.544.921.875
7	حق تدریس	10.681.152.343
8	حق تدریس	13.351.440.429
9	حق تدریس	16.689.300.537
10	حق تدریس	20.861.625.671
11	حق تدریس	26.077.032.089
12	حق تدریس	32.596.290.111
13	حق تدریس	40.745.362.639
14	حق تدریس	50.931.703.299
15	حق تدریس	63.664.629.124

جدول هزینه بازپرداخت وام

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
2	بازپرداخت وام	1.775.833.333
3	بازپرداخت وام	1.775.833.333
4	بازپرداخت وام	1.775.833.333
5	بازپرداخت وام	1.775.833.333
6	بازپرداخت وام	1.775.833.333
7	بازپرداخت وام	1.775.833.333
8	بازپرداخت وام	1.775.833.333
9	بازپرداخت وام	1.775.833.333
10	بازپرداخت وام	1.775.833.333
11	بازپرداخت وام	1.775.833.333

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	برگزاری	250.000.000
2	برگزاری	312.500.000
3	برگزاری	421.875.000
4	برگزاری	426.093.750
5	برگزاری	426.093.750
6	برگزاری	532.617.187
7	برگزاری	665.771.484
8	برگزاری	832.214.356
9	برگزاری	1.040.267.945
10	برگزاری	1.300.334.931
11	برگزاری	1.625.418.664
12	برگزاری	2.031.773.330
13	برگزاری	2.539.716.662
14	برگزاری	3.174.645.828
15	برگزاری	3.968.307.285

جدول هزینه تبلیغات

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	تبلیغ	600.000.000
2	تبلیغ	600.000.000
3	تبلیغ	660.000.000
4	تبلیغ	891.000.000
5	تبلیغ	891.000.000
6	تبلیغ	1.113.750.000
7	تبلیغ	1.113.750.000
8	تبلیغ	1.392.187.500
9	تبلیغ	1.740.234.375
10	تبلیغ	2.175.292.968
11	تبلیغ	2.719.116.210
12	تبلیغ	3.398.895.263
13	تبلیغ	4.248.619.079
14	تبلیغ	5.310.773.849
15	تبلیغ	6.638.467.311

سال	مرحله	هزینه سالانه (تومان)
1	هزینه	350.000.000
2	هزینه	350.000.000
3	هزینه	437.500.000
4	هزینه	546.875.000
5	هزینه	683.593.750
6	هزینه	683.593.750
7	هزینه	854.492.187
8	هزینه	1.068.115.234
9	هزینه	1.335.144.042
10	هزینه	1.668.930.053
11	هزینه	2.086.162.567
12	هزینه	2.607.703.208
13	هزینه	3.259.629.011
14	هزینه	4.074.536.263
15	هزینه	5.093.170.329

جدول درآمد حاصل از جبران هزینه اشتغال به کار

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
1	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	125.000.000
2	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	162.500.000
3	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	211.250.000
4	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	285.187.500
5	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	356.484.375
6	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	356.484.375
7	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	392.132.812
8	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	529.379.296
9	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	608.786.191
10	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	700.104.120
11	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	770.114.532
12	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	847.125.985
13	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	974.194.883
14	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	1.169.033.859
15	درآمد مبتنی بر یک پایه حقوق	1.402.840.631

جدول درآمد حاصل از کمیسیون تحقیق پیمان نامه اجرای پروژه

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
1	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	125.000.000
2	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	162.500.000
3	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	211.250.000
4	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	285.187.500
5	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	356.484.375
6	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	356.484.375
7	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	392.132.812
8	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	529.379.296
9	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	608.786.191
10	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	700.104.120
11	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	770.114.532
12	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	847.125.985
13	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	974.194.883
14	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	1.169.033.859
15	درآمد مبتنی بر ارزش پیمان	1.402.840.631

جدول درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشاً آکادمی

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
1	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	2.000.000.000
2	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	3.000.000.000
3	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	6.000.000.000
4	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	8.400.000.000
5	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	11.760.000.000
6	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	11.760.000.000
7	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	28.224.000.000
8	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	38.102.400.000
9	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	49.533.120.000
10	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	61.916.400.000
11	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	77.395.500.000
12	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	96.744.375.000
13	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	120.930.468.750
14	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	151.163.085.937
15	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	188.953.857.421

جدول درآمد حاصل از دوره‌های آموزشی با منشأ شریک تجاری

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
1	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	850.000.000
2	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	1.105.000.000
3	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	1.491.750.000
4	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	2.088.450.000
5	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	2.923.830.000
6	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	4.093.362.000
7	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	5.526.038.700
8	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	7.460.152.245
9	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	9.698.197.918
10	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	12.122.747.398
11	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	15.153.434.247
12	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	18.941.792.809
13	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	23.677.241.011
14	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	29.596.551.264
15	درآمد مبتنی بر دوره آموزشی	36.995.689.081

جدول درآمد حاصل از جبران هزینه مسابقات کشف راه کار

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
1	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	750.000.000
2	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	750.000.000
3	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	825.000.000
4	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.031.250.000
5	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.289.062.500
6	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.417.968.750
7	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.559.765.625
8	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.715.742.187
9	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.887.316.406
10	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	2.170.413.867
11	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	2.387.455.253
12	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	2.626.200.779
13	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	2.888.820.857
14	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	3.322.143.985
15	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	3.820.465.583

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
1	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	400.000.000
2	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	400.000.000
3	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	440.000.000
4	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	550.000.000
5	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	687.500.000
6	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	756.250.000
7	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	831.875.000
8	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	915.062.500
9	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.006.568.750
10	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.157.554.062
11	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.273.309.468
12	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.400.640.415
13	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.540.704.457
14	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	1.771.810.125
15	درآمد مبتنی بر ارزش توافق شده	2.037.581.644

جدول درآمد حاصل از جبران هزینه تشکیل رزومه حرفه‌ای و دریافت تاییدات آن

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
1	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	100.000.000
2	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	135.000.000
3	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	182.250.000
4	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	227.812.500
5	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	296.156.250
6	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	340.579.687
7	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	408.695.625
8	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	469.999.968
9	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	516.999.965
10	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	594.549.960
11	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	654.004.956
12	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	719.405.452
13	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	791.345.997
14	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	910.047.896
15	درآمد مبتنی بر هزینه‌های مشخص	1.046.555.081

جدول درآمد حاصل از جبران هزینه مشر مقالات علمی

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
14	درآمد مبتنی بر مقاله	12.000.000
15	درآمد مبتنی بر مقاله	15.000.000

جدول درآمد حاصل از توسعه ثانویه کسب و کار

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
11	درآمد مبتنی بر محصول یا بازار جدید	4.500.000.000
12	درآمد مبتنی بر محصول یا بازار جدید	4.950.000.000
13	درآمد مبتنی بر محصول یا بازار جدید	4.999.500.000
14	درآمد مبتنی بر محصول یا بازار جدید	5.049.495.000
15	درآمد مبتنی بر محصول یا بازار جدید	6.311.868.750

جدول درآمد حاصل از دریافت وام صندوق توسعه ملی برای شرکت‌های دانش بنیان

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
1	درآمد حاصل از وام	10.000.000.000

جدول درآمد تخصیصی حاصل از بخشی از سود سال قبل (5 تا 100 درصد)

سال	مرحله	درآمد سالانه (تومان)
2	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	6.753.670.000
3	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	2.735.684.970
4	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	800.779.308
5	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	124.492.445
6	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	1.587.778.592
7	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	7.641.904.998
8	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	13.339.878.268
9	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	24.270.022.453
10	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	40.262.944.920
11	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	56.319.011.476
12	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	60.421.552.036
13	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	64.199.955.927
14	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	64.748.802.346
15	درآمد مبتنی بر سود سال قبل	52.878.552.448

شناسنامه‌های شغلی پرسنل

کارشناس منابع انسانی

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس منابع انسانی شامل موارد زیر است:

مشورت با مدیران ارشد برای شناسایی نیازهای استخدامی و تخصص‌های مورد نیاز

.1

2. مصاحبه با متقاضیان کار در خصوص تجربه کاری، سطح تحصیلات، آموزش و مهارت‌ها و توضیح جزئیات کار از جمله
وظایف، مزايا و شرایط کاری برای متقاضیان
3. تماس با مراجع مربوطه و بررسی صحت سوابق متقاضیان
4. ارجاع متقاضیان واجد شرایط همراه با مدارک ارشد برای تصمیم‌گیری در خصوص استخدام آنها
5. راهنمایی و آشنا ساختن کارمند جدید با آکادمی، شغل و وظایف شغلی اش
6. حفظ گزارشات و مستندات مربوط به روند استخدام
7. ناظرت بر روابط بین کارکنان و حل مشکلات احتمالی موجود
8. ارزیابی عملکرد کارکنان و حضور در کمیته ارزیابی پرسنل و مدرسین
9. تعیین حقوق و مزایای کارکنان مناسب با توانایی‌ها و وظایفی که بر عهده دارند
10. تعیین نیازهای آموزشی پرسنل و اقدام برای رفع آنها
- دانش و مهارت مورد نیاز برای شغل کارشناس منابع انسانی شامل موارد زیر است:

1. مهارت‌های تصمیم‌گیری - برای انتخاب بهترین سیاست‌ها و روش‌ها در بخش منابع انسانی
 2. مهارت مدیریتی و سازماندهی - برای ناظرت بر عملکرد فرآیندهای منابع انسانی و هماهنگی آنها
 3. توان ارتباطی مناسب و روابط عمومی خوب - برای ایجاد ارتباط مناسب با مدیران، پرسنل و مدرسین آکادمی
 4. توانایی کار تیمی - برای انجام وظایف بخش منابع انسانی، کارشناسان این بخش باید همکاری نزدیکی با بخش‌های مختلف داشته و به صورت گروهی و تیمی فعالیت کنند
 5. توجه به جزئیات - کارشناسان منابع انسانی کار حساسی را در آکادمی بر عهده دارند. آنها باید در انجام وظایف خود اعم از کلیه فرآیند استخدام، ارزیابی عملکرد... به همه موارد و جزئیات موجود توجه کنند.
- همچنین یک کارشناس منابع انسانی باید دارای مدرک تحصیلی در رشته مدیریت با گرایش منابع انسانی در مقطع کارشناسی و یا رشته‌های وابسته در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری باشد.

کارشناس روابط عمومی

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس روابط عمومی شامل موارد زیر است:

1. نوشتمن مطلب و فراهم کردن اطلاعات برای رسانه‌ها
 2. شناسایی گروههای اصلی مشتریان و مخاطبان و یافتن بهترین راه دسترسی به آنها
 3. پاسخ به نیازهای اطلاعاتی رسانه‌ها یا انتخاب یک سخنگوی مناسب یا منبع اطلاعاتی قابل اطمینان جهت معرفی به نمایندگان رسانه برای اطلاع رسانی
 4. کمک به عموم مشتریان برای داشتن ارتباط موثر
 5. توسعه و حفظ تصویر عمومی مناسب از آکادمی و شناساندن نشان‌ها و لوگوهای مورد استفاده افراد جامعه و کسب‌وکارها و سازمان‌های مخاطب
 6. آماده کردن متن سخنرانی‌ها و سازماندهی مصاحبه گرها (خبرنگارها) برای مدیران ارشد آکادمی
 7. ارزیابی برنامه‌های تبلیغاتی و تعیین میزان انطباق آنها با اهداف و خط مشی بخش روابط عمومی
- دانش و مهارت مورد نیاز برای شغل کارشناس روابط عمومی شامل موارد زیر است:

1. مهارت‌های نوشتاری عالی به منظور بیان کامل و صحیح دیدگاه‌ها و نظرات و انتقال اهداف و برنامه‌های آکادمی به رسانه‌ها و مطبوعات
2. اعتماد به نفس و توان ارائه عالی مطالب به منظور تاثیر مناسب در هنگام سخنرانی در همایش‌ها و میزگردهای رسانه‌ای
3. مهارت‌های ارتباطی عالی

4. خلاقیت و ابتکار به منظور یافتن بهترین راهکار معرفی آکادمی و دوره‌های آن به جامعه و بازار هدف و توان پاسخ‌گویی به نمایندگان رسانه در زمان مورد نظر
5. مهارت‌های سازماندهی و برنامه‌ریزی و مدیریت زمان
6. توانایی کار تیمی و کار با انواع مشتریان
7. انعطاف پذیری و توان انجام چندکاری
8. توانایی تحمل فشار کاری زیاد در زمان‌های شلوغ کاری
9. منعطف بودن در برخورد با انتقادها
10. دقت و توجه به جزئیات
11. علاقه‌مندی به رسانه

همچنین یک کارشناس روابط عمومی باید دارای مدرک تحصیلی در رشته علوم ارتباطات اجتماعی در مقطع کارشناسی و یا رشته‌های وابسته در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری باشد.

کارشناس بازاریابی

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس بازاریابی شامل موارد زیر است:

1. تحقیق روی بازار، تمایلات مشتریان و رقبا
2. تهیه یا نظارت بر تهیه کلیپ‌های تبلیغاتی برای فرستادن به روزنامه‌ها، مجلات، تلویزیون یا رادیو
3. تهیه پوستر، بروشور و آگهی برای دوره‌های آموزشی یا خدمات قابل ارائه در آکادمی
4. نگهداری از بانک اطلاعاتی مشتریان آموزش و شرکای تجاری
5. شناسایی کسب‌وکارهایی که شریک تجاری بالقوه هستند
6. برگزاری نمایشگاه، سمینار و سایر رویدادهای وابسته به آکادمی

دانش و مهارت مورد نیاز برای شغل کارشناس بازاریابی شامل موارد زیر است:

1. مهارت‌های ارتباطی عالی
2. مهارت‌های گفتاری و نوشتاری خوب
3. مهارت‌های گفتاری و نوشتاری خوب
4. توانایی کار تیمی
5. انگیزه و اشتیاق
6. توانایی تحمل فشار کاری زیاد
7. اعتماد به نفس
8. دقت و توجه به جزئیات
9. شم تجاری و خلاقیت

همچنین یک کارشناس بازاریابی باید دارای مدرک تحصیلی در رشته مدیریت بازاریابی در مقطع کارشناسی و یا رشته‌های وابسته در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری باشد.

کارشناس امور خلاقیت و نوآوری

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس امور خلاقیت و نوآوری شامل موارد زیر است:

1. جلب اعتماد نوآوران و خلاقان ایده‌پرداز

2. مطالعه و کنکاش در ایده‌های خلاقانه رسیده به آکادمی و اقدام جهت کشف نمونه‌های مفهومی و یا عملی مشابه در دنیای کسب و کارهای مختلف
3. ایجاد ارتباط کامل (ایمیل، تلفن، جلسه حضوری دو نفره، جلسات حضوری در کمیته‌ها) با شخص دارای ایده
4. اقدام جهت شناسایی شخصیت شخص دارای ایده
5. هماهنگی جلسات کمیته‌های مربوط به خلاقیت
6. اقدام جهت برگزاری مسابقات و یا مناقصات مربوط به ایده‌ها و راه حل‌های خلاقانه
7. تهیه و نگهداری پایگاه اطلاعاتی افراد خلاق و گرایش‌های فکری، علمی و تکنیکی آنها
- دانش و مهارت مورد نیاز برای شغل کارشناس امور خلاقیت و نوآوری شامل موارد زیر است:

1. شخصیت‌شناسی افراد خلاق
2. روابط عمومی عالی و توانایی احترام به افراد با گرایش‌ها و دیدگاه‌های مختلف
3. آشنایی با روش تحقیق علمی و روش تحقیق بازار تجارت
4. مهارت سخنوری
5. توانایی برنامه‌ریزی و مدیریت زمان
6. دارای تفکر خلاق و ذهن پرسش‌گر
7. دارای یکی از توانایی‌های نویسنده‌گی، نقاشی، مجسمه‌سازی، نوازنده‌گی یا شعرگویی

همچنین یک کارشناس امور خلاقیت و نوآوری باید دارای مدرک تحصیلی در رشته مدیریت بازارگانی، روانشناسی و یا هنر در مقطع کارشناسی و یا رشته‌های وابسته در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری باشد.

کارشناس قراردادها

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس قرارداد شامل موارد زیر است:

1. تنظیم الگوی قراردادها
 2. تنظیم قراردادهای آموزشی با مدرسین
 3. تنظیم قراردادهای استخدامی
 4. پیگیری شکایات و دعاوی حقوقی
 5. بررسی برگزاری دوره‌های جدید آموزشی از نظر حقوقی
 6. تنظیم قراردادهای همکاری با کسب و کارهای دیگر
- دانش و مهارت مورد نیاز برای شغل کارشناس قرارداد شامل موارد زیر است:

1. تسلط بر قوانین
2. امانت‌داری
3. داشتن قدرت بیان
4. شناخت کامل انواع قراردادها
5. آشنایی با سازمان‌ها و شرایط حاکم بر آنها
6. توانایی برقراری ارتباط با اشخاص مختلف

همچنین یک کارشناس قراردادها باید دارای مدرک تحصیلی در رشته حقوق تجاری در مقطع کارشناسی و یا رشته‌های وابسته در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری باشد.

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس مالی شامل موارد زیر است:

1. تنظیم امور مالی
2. ملاقات با مدیر آکادمی برای تعیین نیازهای آکادمی
3. دریافت صورت‌های مالی
4. استفاده از صورت‌های مالی برای به حداکثر رساندن سود یا کاهش بدھی‌ها
5. تعیین اهداف مالی، تخمین ریسک، برآورد درآمدها، هزینه‌ها و دارایی‌ها
6. ارائه مشاوره در مورد محصولات آکادمی، سرمایه‌گذاری‌های آکادمی، پوشش بیمه و ابزارهای مدیریت بدھی
7. تهیه اسناد مالی مانند پیش‌بینی درآمد و گزارش‌های سرمایه‌گذاری
8. طراحی و بازنگری سیاست‌های مالی
9. تهیه گزارش بودجه
10. ناظارت بر اجرای برنامه‌های مالی

دانش و مهارت موردنیاز برای شغل کارشناس مالی شامل موارد زیر است:

1. توانایی ارتباط فردی
2. آشنایی با روش‌های تفکر تحلیلی
3. آشنایی با تکنیک‌های و روش‌های حسابداری
4. آشنایی با برنامه‌های برنامه‌ریزی مالی و بودجه
5. توانایی تهیه گزارش‌های مالی
6. توانایی محاسباتی اعداد بزرگ
7. تجربه مدیریت

همچنین یک کارشناس مالی باید دارای مدرک تحصیلی در رشته مدیریت مالی، اقتصاد، حسابداری، ریاضیات و یا آمار در مقطع کارشناسی باشد.

کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی شامل موارد زیر است:

1. همکاری و مشارکت در طراحی و تعریف دوره‌های جدید موردنیاز آکادمی
 2. اداره امور گروه‌های متقاضی آموزشی که توسط شرکای تجاری یا کسبوکارهای خارجی معرفی شده‌اند
 3. انجام مطالعات کارشناسی در خصوص بررسی و شناسایی چالش‌ها و اولویت‌های آموزشی صنایع
 4. بررسی و الگوبرداری از تجربیات مشابه داخلی و خارجی
 5. ارزیابی مستمر محتوای دوره‌ها و دروس و برنامه‌های آموزشی و پیگیری، بازنگری و بهنگام‌سازی آنها متناسب با الزامات و نیازهای روز
 6. جمع‌آوری و بررسی اطلاعات مرتبط با طرح‌های نیازستجوی آموزشی و تهیه و تدوین گزارش‌های تحلیلی
 7. انجام اقدامات کارشناسی جهت تعریف و تدوین محتوای دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی
 8. همکاری و مشارکت در تامین و تدارک منابع مکتوب و غیر مکتوب علمی و آموزشی موردنیاز دوره‌های آموزشی
- دانش و مهارت موردنیاز برای شغل کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی شامل موارد زیر است:
1. آشنایی با زبان انگلیسی
 2. آشنایی با کامپیوتر و اینترنت

۳. آشنایی با روش‌های نیازستنی آموزشی

۴. مهارت‌های گزارش‌نویسی و گزارش‌دهی

همچنین یک کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی باید دارای مدرک تحصیلی در رشته مدیریت بازرگانی، علوم اجتماعی، علوم پایه، برنامه‌ریزی آموزشی در مقطع کارشناسی باشد.

مدیر آکادمی

مسئولیت‌ها و وظایف مدیر آکادمی شامل موارد زیر است:

۱. دریافت مجوز از سازمان فنی و حرفه‌ای کشور

۲. دریافت مجوز از سازمان مدیریت صنعتی

۳. دریافت مجوز از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

۴. امضاء قراردادهای استخدامی پرسنل و مدرسین

۵. نظارت بر عملکرد پرسنل و مدرسین بر اساس آیین‌نامه‌های آکادمی

۶. تایید و امضاء اعتبارنامه‌های دوره

۷. برقراری ارتباط مناسب با موسسه عالی آموزش بانکداری ایران

دانش و مهارت مورد نیاز برای شغل مدیر آکادمی شامل موارد زیر است:

۱. مهارت‌های نوشتاری و گفتاری عالی به منظور بیان کامل و صحیح دیدگاه‌ها و نظرات و انتقال اهداف و برنامه‌های آموزشی به پرسنل و مدرسین

۲. مهارت‌های شنیداری عالی به منظور شنیدن حرف‌ها پرسنل، مشتریان و مدرسین آکادمی و تعامل با آنها

۳. توانایی سازمان‌دهی و برنامه‌ریزی

همچنین مدیر آکادمی باید دارای مدرک تحصیلی در رشته مدیریت برنامه‌ریزی آموزشی در مقطع کارشناسی و یا رشته‌های وابسته در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری باشد.

کارشناس انفورماتیک

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس انفورماتیک شامل موارد زیر است:

۱. راهاندازی و نگهداری عملیاتی تجهیزات شبکه و سرورهای آکادمی

۲. راهاندازی، نگهداری و به روز رسانی کامپیوترهای سرویس گیرنده

۳. راهاندازی و نگهداری ارتباط اینترنت

۴. مطالعه، شناسایی و تهییه نرم‌افزارها و ابزارهای مورد نیاز برای تهییه محتواهای آموزشی

۵. ارائه آموزش مورد نیاز به پرسنل و مدرسین برای استفاده از نرم‌افزارهای مورد استفاده در آکادمی

۶. ارائه مشاوره به سایر پرسنل آکادمی برای امور تبلیغاتی

۷. ایجاد، نظارت و ارتقای فرآیندهای کسب‌وکاری آکادمی در BPMS

۸. تهییه قواعد کسب‌وکاری در BRMS و ایجاد پیوند با BPMS

دانش و مهارت مورد نیاز برای شغل کارشناس انفورماتیک شامل موارد زیر است:

۱. آشنایی با تجهیزات شبکه و سیستم عامل‌های مورد استفاده

۲. آشنایی با سرورهای بانک اطلاعاتی و استاندارد BPMN و DMN

۳. آشنایی با توسعه فرم‌های تحت وب

همچنین یک کارشناس انفورماتیک باید دارای مدرک تحصیلی در رشته نرمافزار، سختافزار یا IT در مقطع کارشناسی و یا رشته‌های وابسته در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری باشد.

کارشناس تولید محتوی

مسئولیت‌ها و وظایف کارشناس تولید محتوی شامل موارد زیر است:

1. تهیه محتوای مناسب با نیاز محصولات آکادمی یا برنده آکادمی برای انتشار در وب سایت و شبکه‌های اجتماعی
 2. تهیه محتوی براساس اصول SEO
 3. انتشار محتوی در زمان‌های تعیین شده مطابق تقویم محتوی
 4. ساختاربندی محتوی برای شفافیت و سادگی نمایش محتوی
 5. جستجو و تحقیق درباره محتواهای جدید از منابع معتبر
 6. ویرایش و نهایی کردن مطالب و محتوی پیش از انتشار
- دانش و مهارت موردنیاز برای شغل کارشناس تولید محتوی شامل موارد زیر است:

1. توانایی نویسنده‌گی در بلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی
2. خلاقیت در تولید محتوی با توجه به نیاز محصول یا برنده آکادمی
3. مسلط به اصول و قواعد نوشتاری سئو محور در سایت و شبکه‌های اجتماعی و تولید محتوای هدفمند
4. آشنایی کافی با اصول بازاریابی محتوا
5. مسلط به نرم افزارهای خانواده Office
6. آشنایی لازم با اصول دیجیتال مارکتینگ
7. آشنایی کافی با ابزارهای google webmaster و google analytics
8. آشنایی لازم با نرم افزارهای گرافیکی، تهیه و ویرایش ویدئوها
9. مسلط به ترجمه روان از زبان انگلیسی
10. مسلط به تایپ انگلیسی

همچنین یک کارشناس تولید محتوی باید دارای مدرک تحصیلی در رشته ارتباطات، روابط عمومی، ادبیات فارسی، تبلیغات و بازاریابی یا مترجمی زبان انگلیسی در مقطع کارشناسی و یا رشته‌های وابسته در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری باشد.

فراداده محصولات

ارائه آموزش حضوری

نوع	عنوان	شرح
ID	شناسه دوره	یک عبارت شامل اعداد و حروف که دوره مورد نظر را منحصر به فرد می‌کند.
Text	عنوان دوره	یک عبارت متنی که به طور کامل دوره مورد نظر را معرفی می‌نماید.
Date	تقویم دوره	این تاریخ شامل، پیش‌بینی تاریخ آغاز دوره، طول زمان برگزاری دوره و تاریخ پایان دوره است.
List	سرفصل‌های دوره	لیستی از عنوان‌ین قابل تدریس که در این دوره، آموزش داده می‌شود.

متن، صدا، عکس و فیلم که مطالب مربوط به سرفصل‌های آموزشی دوره را پوشش می‌دهد.	محتوای آموزشی دوره	Object
پیش‌بینی تاریخ و زمان برگزاری آزمون را مشخص می‌نماید.	زمان آزمون یا ارزیابی	Date Time
متن، صدا، عکس و فیلم که باعث ارائه آزمون به متقاضی می‌شود.	محتوای آزمون	Object
شامل یکی از سطوح: مقدماتی، متوسط، پیشرفته، تکمیلی آدرس پستی و یا اینترنتی محل برگزاری دوره است.	سطح دوره	Lookup
شامل نام کامل استاد دروغ آموزشی است.	نام استاد	Text
پیش‌بینی تاریخ خاتمه پیش ثبت‌نام را مشخص می‌کند.	تاریخ پایان پیش ثبت‌نام	Date
لیستی از دوره‌ها یا سرفصل‌هایی که یک متقاضی دوره قبل از آغاز دوره باید گذراند باشد.	پیش نیازهای دوره	List
جمع مبلغی که متقاضی باید برای حضور در این دوره پرداخت نماید.	هرینه دوره	Currency
مجموعه عددی که حد پایین آن معرف حداقل متقاضیان قابل آموزش دوره و حد بالای آن معرف حداکثر متقاضیان قابل آموزش دوره باشد. به طور مثال	حداقل و حداکثر متقاضیان قابل قبول برای تشکیل دوره	
[12 , 20]		Number
يعني به طور قطعی حداقل 12 و حداکثر 20 نفر		
[9 , 20)		
يعني به طور قطعی حداقل 9 نفر و بهترین پیشنهاد تا حداکثر 20 نفر است ولیکن بیشتر هم قابل قبول است		

نشر مقاله

نوع	عنوان	شرح
ID	شناسه مقاله	
Text	عنوان مقاله	
Date	چکیده مقاله	
List	کلید واژه‌ها	
Object	مقدمه مقاله	
Date Time	مولف/مولفین مقاله	
Lookup	تاریخ تالیف مقاله	
Currency	تاریخ نشر مقاله	
Number	محتوای مقاله	
	منابع و مراجع مورد استفاده در	

	مقاله
	اعضاء کمیته ارزیابی مقاله
	امتیاز این مقاله
	تعداد بازدید این مقاله
	تعداد دریافت این مقاله
	تعداد ارجاع به این مقاله

پروژه

نوع	عنوان	شرح
ID	شناسه پروژه	
Text	عنوان پروژه	
Date	نام کارفرما	
List	نام رابط و اطلاعات تماس کارفرما	
Object	نام پیمانکار و اطلاعات تماس	
Date Time	شناسه توافقنامه	
Object	تاریخ آغاز پروژه	
Lookup	پیش‌بینی تاریخ خاتمه پروژه	
Text	تاریخ خاتمه واقعی	
Text	مستند/مستندات تعریف پروژه	
Date	روش محاسبه هزینه پروژه	
List	فی یا مبلغ پایه	
Currency	مبلغ پیش‌بینی اجرای پروژه	
Number	مبلغ پرداخت شده بابت اجرای پروژه	
	امتیاز کارفرما به پیمانکار	
	امتیاز پیمانکار به کارفرما	

ارائه مدرک

نوع	عنوان	شرح
ID	شناسه مدرک	
Text	عنوان مدرک	
Date	سطح دوره	
List	امتیاز، بارم و یا نمره اخذ شده در دوره	

تاریخ آغاز اعتبار اعتبارنامه	Object
تاریخ اخذ اعتبارنامه	Date Time
تاریخ خاتمه اعتبار اعتبارنامه	Object
محتوای اعتبارنامه	Lookup
تایید کنندگان اعتبارنامه	Text

برگزاری مسابقه

عنوان	شرح	نوع
شناسه مسابقه		ID
عنوان مسابقه		Text
معرفی موضوع و شرایط مسابقه		Date
متولی مسابقه		List
نوبت برگزاری مسابقه		Object
تاریخ نامنویسی		Date Time
تاریخ برگزاری		Object
تاریخ اعلام نتایج		Lookup
پیروز مسابقه		Text
جایزه مسابقه		Text
هزینه شرکت در مسابقه		Date

برگزاری همایش

عنوان	شرح	نوع
		ID
عنوان همایش		Text
دبیر همایش		Date
تاریخ آغاز ثبت‌نام		List
تاریخ خاتمه ثبت‌نام		Object
تاریخ برگزاری همایش		Date Time
سخنرانان		Object
عنوانین برنامه		Lookup
مقالات ارائه شده		Text
اسپانسرها		Text
هزینه حضور در همایش		Date
هزینه ارائه مقاله در همایش		

نوع	عنوان	شرح
ID	عنوان ایده	
Text	شرح مختصر	
Date	شرح مبسوط	
List	محتوای پیوست شده	
Object	مالک/خالق یا ارائه کننده ایده	
Date Time	نظر کارشناسی فنی	
Object	نظر کارشناسی مالی	
Lookup	اسپانسر/خریدار ایده	

معرفی فرصت‌شغلی

نوع	عنوان	شرح
ID	عنوان فرصت‌شغلی (عنوان شغلی + شرکت/موسسه)	
Text	شرح شغل	
Date	نیازهای علمی	
List	نیازهای تخصصی/تجربی	
Object	نیازهای زبانی	
Date Time	نیازها یا محدودیتهای ویژه	
Object	حداقل سابقه کار	
Lookup	نوع قرارداد	
Text	حداقل سن و حداکثر سن مورد پذیرش	
	حداکثر حقوق قبل پرداخت	
	حداکثر و حداقل ساعت کاری روزانه	

تولید و ارائه محتوای آموزشی

نوع	عنوان	شرح
ID		

	عنوان	Text
	نوع محتوای آموزشی	Date
	فایل دیجیتال	List
	نسخه	Object
	مربوط به دوره	Date Time
	دپارتمان مربوطه	Object
	تهیه کننده علمی	Lookup
	تهیه کننده فنی	Text
	تاریخ تهیه	
	تاریخ نشر	

تامین نیروی کاری

نوع	عنوان	شرح
ID		
Text	نام متقاضی کار	
Date	جنس	
List	تاریخ تولد	
Object	سوابق تحصیلی در ناب	
Date Time	سوابق تدریس در ناب	
Object	شرح تخصصها	
Lookup	علاقهمندی‌ها	
Text	سوابق شغلی	
	سوابق تحصیلی رسمی	
	سوابق تحصیلی خارج از ناب	
	سوابق تحقیقاتی	
	سوابق انتشاراتی	
	سوابق تدریس خارج از ناب	
	محصولات، پژوهش‌ها و اختراعات	
	ایمیل	
	آخرین حقوق دریافتی	
	حقوق مورد درخواست	

عنوان	شرح	نوع
		ID
نام شریک تجاری		Text
زمینه فعالیت/اتحادیه صنفی/مرجع ارائه مجوز فعالیت		Date
موضوعات قابل مشارکت توافق شده		List
امتیاز محقق شده برای این شریک		Object

تهییه رزومه

عنوان	شرح	نوع
		ID
نام متقارضی رزومه		Text
جنس		Date
تاریخ تولد		List
سوابق تحصیلی در ناب		Object
سوابق تدریس در ناب		
شرح تخصصها		
علاقهمندی‌ها		
سوابق شغلی		
سوابق تحصیلی رسمی		
سوابق تحصیلی خارج از ناب		
سوابق تحقیقاتی		
سوابق انتشاراتی		
سوابق تدریس خارج از ناب		
تصاویر و فیلم‌های مربوط به بیوگرافی		
محصولات، پروژه‌ها و اختراعات		
ایمیل		

مرجع طراحی فرآیندهای سیستم

تذکر: نماد  معرف نقش‌های درگیر در فرآیند و نماد  معرف فازها یا مراحل یک فرآیند است. در ضمن برای درک برخی عبارات اختصاری مثل EM1 نیز می‌توان به بخش‌های دیگر همین پیوست، مراجعه کرد.

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- کارشناس تولید محتوی (کاربری)
- کارشناس انفورماتیک (کاربری)
- مدرس (کاربری)
- کارشناس روابط عمومی (کاربری)
- کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی (کاربری)
- مدیر آکادمی (کاربری)
- سامانه مکتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

❶ دریافت فیلم‌های برگزاری جلسه آموزشی: کارشناس تولید محتوی با ارسال یک پیام (EM1) به کارت‌ابل کارشناس انفورماتیک، درخواست دریافت فایل کلاس آموزشی را می‌کند و کارشناس یک زیرفرآیند موردنی^{۱۳} را اجرا می‌کند تا از وجود یا عدم وجود فایل فیلم در مخزن استناد و فایل‌های سامانه، اطلاع کسب نماید. این زیرفرآیند موردنی یک سرویس خارجی (ES1) را فراخوانی می‌کند که می‌تواند یک جستار پایگاه داده مبتنی بر یک موجودیت (BE1) را ایجاد کرده و اجرا نماید. سپس در صورت وجود فایل فیلم آموزشی، این فایل ویدئویی را به پیوست یک فرم (CF1) به کارت‌ابل کارشناس تولید محتوی، ارجاع می‌دهد. این کارشناس پس از دریافت فایل ویدئویی یک بررسی تکنیکی کرده و نظر خود را در سیستم در ادامه فرم قبلی (CF1) ثبت می‌کند. چنانچه فیلم مناسب نباشد، مراحل قبلی تکرار می‌شود و اگر مناسب باشد، این کارشناس با ارسال یک پیام (EM3) به کارت‌ابل کارشناس انفورماتیک، مدرس، کارشناس روابط عمومی و کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، آنها را به یک جلسه همفکری برای تولید فایل نهایی آموزشی مورد نظر دعوت می‌کند. از طرف دیگر چنانچه فایل فیلم آموزشی، وجود نداشت؛ کارشناس انفورماتیک یک پیام (EM2) برای کارشناس تولید محتوی ارسال کرده و فرآیند خاتمه می‌یابد.

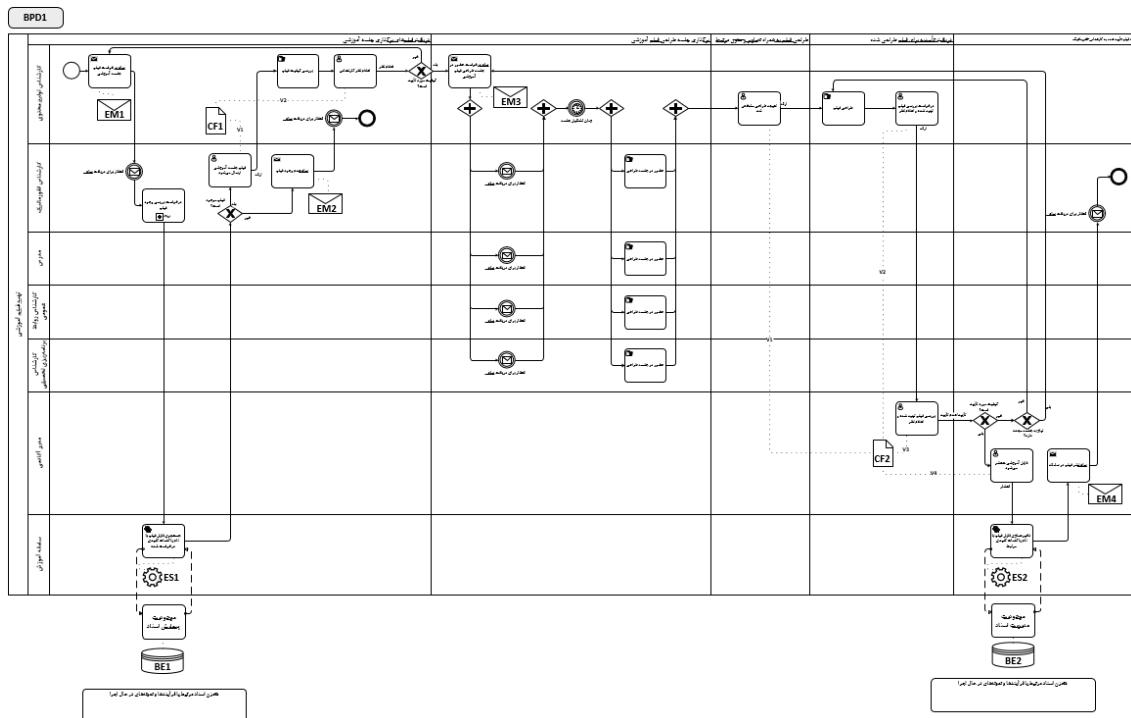
❷ برگزاری جلسه طراحی فیلم آموزشی: افراد ذکر شده پس از دریافت پیام (EM3) در تاریخ و زمانی که در فرم قبلی (CF1) مشخص شده بود و به عنوان یک داده با ارزش فرآیندی (POM) به فرآیند ارائه شده بود؛ تشکیل جلسه می‌دهند. حاضرین در جلسه طراحی، برای بخش این فیلم تصمیم‌گیری کرده و یک طرح جامع از چگونگی استفاده از المان‌های تصویری مختلف در طول این فیلم ایجاد می‌کنند. این طرح در اختیار کارشناس تولید محتوی قرار می‌گیرد.

❸ طراحی فیلم آموزشی به همراه تصاویر و متون مرتبط: کارشناس تولید محتوی پس از دریافت فایل‌های طرح تصویب شده، ابتدا به واسطه یک فرم (CF2) فایل‌های طراحی را در فرآیند وارد می‌کند. سپس اقدام به تولید فایل تصویری نهایی می‌کند. در این فایل از سایر المان‌ها و جلوه‌های تصویری مختلف استفاده خواهد شد و از یک فایل تصویر خام خارج می‌شود.

❹ دریافت تاییدیه برای فیلم طراحی شده: کارشناس تولید محتوی پس از خاتمه طراحی و تولید فایل تصویری نهایی، آن فایل را برای بررسی به واسطه فرم قبلی (CF2) به کارت‌ابل مدیر آکادمی ارسال می‌نماید. مدیر آکادمی فرم مورد نظر را در کارت‌ابل خود دریافت کرده فایل پیوست شده به آن را مشاهده می‌کند. چنانچه فایل تولید شده مشکل تولید یا محتوی داشته باشد، توسط مدیر آکادمی به کارت‌ابل کارشناس تولید محتوی ارجاع داده می‌شود. به دو دلیل مختلف این ارجاع صورت می‌گیرد، اول به دلیل وجود اشکالات تولید و یا پیشنهادات جزعی و دوم به دلیل مشکل در طراحی کلی فیلم که دومی باعث ایجاد درخواست مجدد جلسه طراحی می‌شود.

❺ ارائه فیلم تایید شده به کارشناس انفورماتیک: چنانچه فایل تولید شده از نظر سیاست‌های کلی و یا آموزشی آکادمی، مناسب باشد؛ مدیر آکادمی فایل مورد نظر را به کمک فرم قبلی (CF2) به یک سرویس خارجی (ES2) ارسال می‌نماید تا این سرویس نیز یک

جستار پایگاه داده مبتنی بر یک موجودیت (BE2) را ایجاد کرده و اجرا نماید. تا اطلاعات فایل مورد نظر در مخزن ذخیره شود و پس از این کار یک پیام (EM4) برای کارشناس انفورماتیک ارسال می شود تا کارهای نهایی انتشار آن را انجام دهد..



فرآیند ورود و حضور متقاضی آموزش در کلاس آموزشی

در این فرآیند نقش های زیر مشارکت دارند:

• متقاضی آموزش (کاربری)

• مدرس (کاربری)

• سامانه مكتب دار (سيستمي)

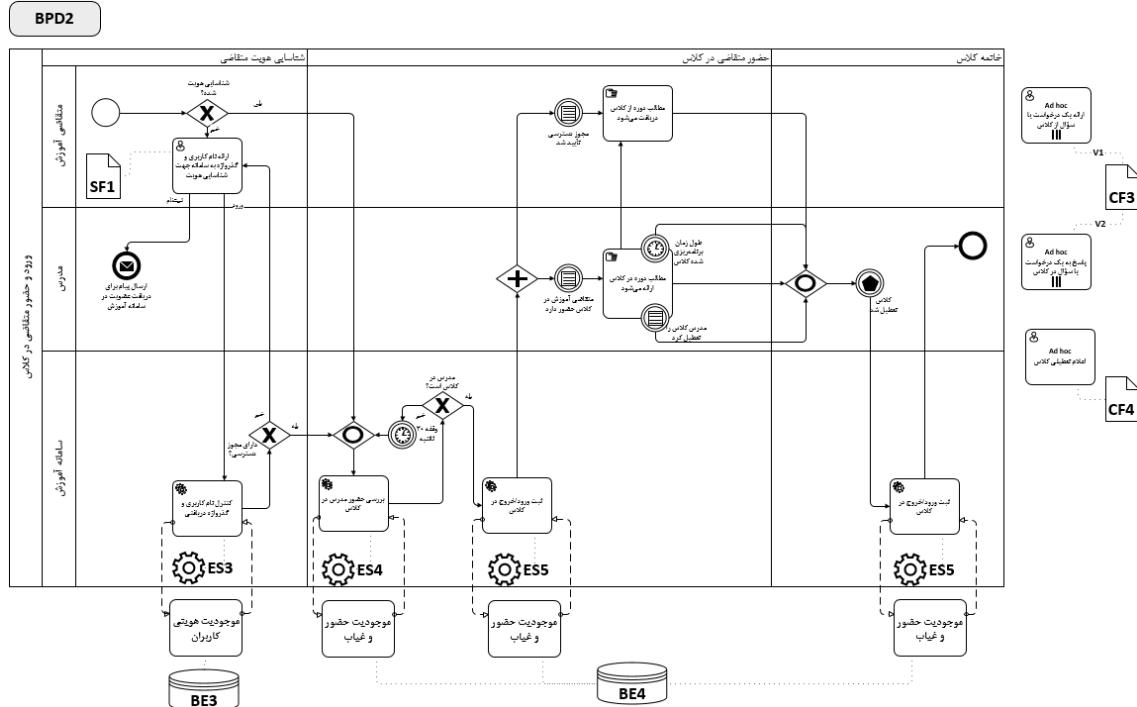
فازهای این فرآیند به قرار زیر می باشند:

۱- شناسایی هویت متقاضی: پس از آنکه شخص متقاضی آموزش بر روی لینک کلاس کلیک می کند، فرآیند بررسی می کند که آیا شخص مورد نظر قبل از توسط سیستم شناسایی هویت، شناسایی شده است. اگر شناسایی صورت گرفته باشد به فاز بعدی رفته و در غیر این صورت فرم بازشونده (SF1) باز می شود تا کاربر بتواند نام کاربری و گذرواژه خود را وارد نماید و سپس بر روی دکمه ورود کلیک نماید. در این مرحله سرویس خارجی (ES3) فراخوانی می شود تا یک جستار بر روی یک موجودیت (BE3) پایگاه داده اجرا شود تا هویت کاربر با اطلاعات کاربری وارد شده مطابقت داده شود. چنانچه تطابق وجود داشته باشد به فاز بعدی رفته و در غیر این صورت، مجدد به فرم بازمی گردد. در این فاز در داخل فرم بازشونده (SF1) مورد نظر یک مسیر جایگزین نیز برای فرآیند وجود دارد و آن زمانی است که کاربر قبلاً عضویت سامانه را نداشته باشد و نتواند شناسایی شود و می تواند با زدن دکمه ثبت نام، باعث فراخوانی فرآیند دریافت عضویت سامانه شود و در سامانه ثبت نام نماید.

۲- حضور متقاضی در کلاس: پس از آنکه شخص مورد نظر شناسایی هویت شد سرویس خارجی (ES4) فراخوانی می شود تا یک جستار بر روی یک موجودیت (BE4) پایگاه داده اجرا شود تا حضور یا عدم حضور مدرس را در کلاس کشف نماید. اگر در نتیجه این جستار، حضور مدرس در کلاس تایید نشود؛ فرآیند 30 ثانیه توقف کرده و مجدد این جستار را اجرا می کند. سپس ورود و حضور شخص مورد نظر در کلاس به واسطه یک سرویس خارجی (ES5) در یک موجودیت (BE4) پایگاه داده ثبت می شود. از این پس تا پایان زمان کلاس و یا خاتمه کلاس توسط مدرس، وی در کلاس حضور دارد و مطالب ارائه شده توسط مدرس را دریافت می نماید. از طرف دیگر، می تواند

به واسطه یک فرم (CF3) به صورت موردنی با ارائه درخواست و یا بیان سوالاتی خارج از روند عادی کلاس، منتظر دریافت جواب و یا ارائه نظر توسط مدرس باشد.

خاتمه کلاس: زمانیکه یا مدرس کلاس را مختومه اعلام نماید و یا طول زمان برنامه ریزی شده کلاس بگذرد، خاتمه کلاس به واسطه یک سرویس خارجی (ES6) در یک موجودیت (BE5) پایگاه اطلاعاتی ثبت می شود و سپس سرویس خارجی دیگری (ES5) که قبلا هم برای ثبت ورود کاربر فراخوانی شده بود، فراخوانی می شود تا جستار دیگری را برای ثبت خروج کاربر از کلاس بر روی موجودیت مورد نظر (BE4) از پایگاه اطلاعاتی اجرا نماید و در نهایت فرآیند خاتمه می یابد.



فرآیند ورود و حضور مدرس در کلاس آموزشی

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

متقاضی آموزش (کاربری)

مدرس (کاربری)

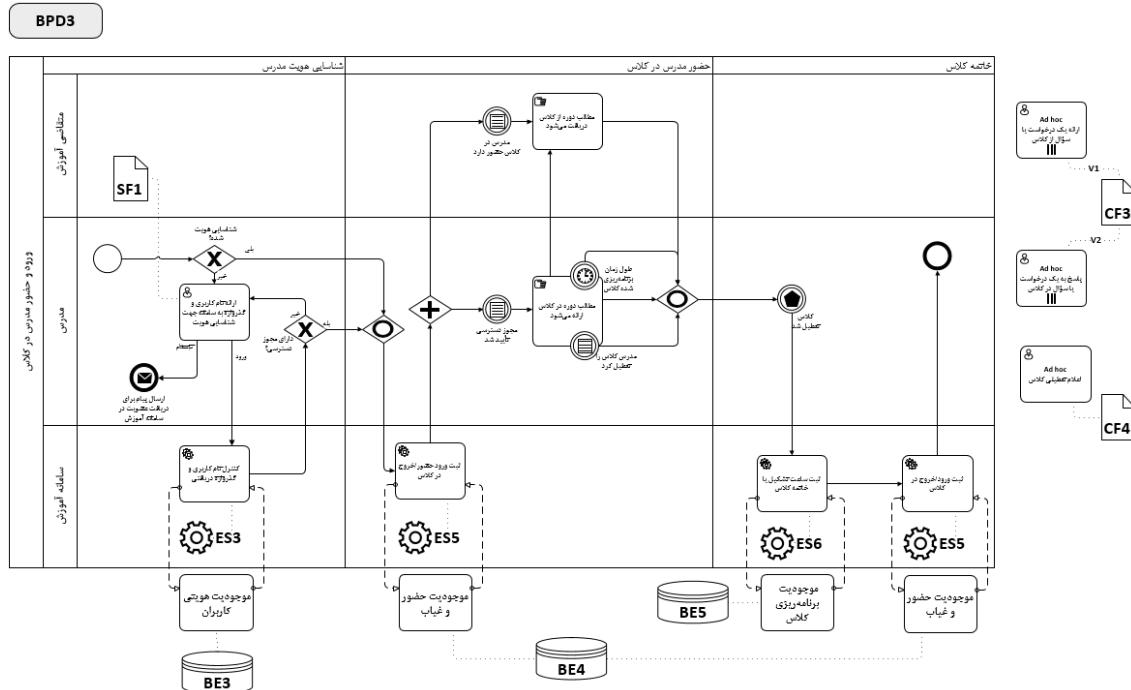
سامانه مكتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

شناسایی هویت مدرس: پس از آنکه مدرس بر روی لینک کلیک می‌کند، فرآیند بررسی می‌کند که آیا شخص مورد نظر قبله توسط سیستم شناسایی هویت، شناسایی شده است. اگر شناسایی صورت گرفته باشد به فاز بعدی رفته و در غیر این صورت فرم بازشونده (SF1) باز می‌شود تا کاربر بتواند نام کاربری و گذرواژه خود را وارد نماید و سپس بر روی دکمه ورود کلیک نماید. در این مرحله سرویس خارجی (ES3) فراخوانی می‌شود تا یک جستار بر روی یک موجودیت (BE3) پایگاه داده اجرا شود تا هویت کاربر با اطلاعات کاربری وارد شده مطابقت داده شود. چنانچه تطابق وجود داشته باشد به فاز بعدی رفته و در غیر این صورت، مجدد به فرم بازمی‌گردد. در این فاز در داخل فرم بازشونده (SF1) مورد نظر یک مسیر جایگزین نیز برای فرآیند وجود دارد و آن زمانی است که کاربر قبل از عضویت سامانه را نداشته باشد و نتواند شناسایی شود و می‌تواند با زدن دکمه ثبت‌نام، باعث فراخوانی فرآیند دریافت عضویت سامانه شود و در سامانه ثبت نام نماید.

۶۶ حضور مدرس در کلاس: پس از آنکه شخص مورد نظر شناسایی هویت شد؛ ورود و حضور شخص مورد نظر در کلاس به واسطه یک سرویس خارجی (ES5) در یک موجودیت (BE4) پایگاه داده ثبت می‌شود. از این پس تا پایان زمان کلاس، وی در کلاس حضور دارد. از طرف دیگر، می‌تواند به واسطه یک فرم (CF3) به صورت موردي با درخواست‌های ارائه شده توسط متقاضیان آموزش را خارج از روند عادی کلاس، پاسخ دهد.

۶۷ خاتمه کلاس: زمانیکه با مدرس کلاس را مختومه اعلام نماید و یا طول زمان برنامه‌ریزی شده کلاس بگذرد، خاتمه کلاس به واسطه یک سرویس خارجی (ES6) در یک موجودیت (BE5) پایگاه اطلاعاتی ثبت می‌شود و سپس سرویس خارجی دیگری (ES5) که قبل از برای ثبت ورود کاربر فراخوانی شده بود، فراخوانی می‌شود تا جستار دیگری را برای ثبت خروج کاربر از کلاس بر روی موجودیت مورد نظر (BE4) از پایگاه اطلاعاتی اجرا نماید و در نهایت فرآیند خاتمه می‌یابد.



فرآیند دریافت عضویت سامانه مکتبداری

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

• متقاضی عضویت – کاربر ناشناس (کاربری)

• عضو جدید سامانه (کاربری)

• سامانه مکتب دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۶۸ دریافت اطلاعات هویتی: کاربر ناشناس^{۱۴} با کلیک بر روی گزینه عضویت در سامانه، می‌تواند فرآیند عضویت را با پر کردن اطلاعات عضویت (CF5) آغاز نماید. این فرم دارای نمای اصلی است. نمای اول (V1) اطلاعات پروفایل شخصی کاربر را تشکیل می‌دهد و نمای دوم (V2) اطلاعات اعتبار کاربری آن را تکمیل می‌کند به همین دلیل با وجود اینکه این فرم در یک مرحله به کاربر ارائه می‌شود ولیکن در نمودار بالا در دو مرحله ارائه شده است. کاربر پس از خاتمه مرحله اول، بر روی دکمه بعد کلیک می‌کند و در پایان مرحله دوم بر روی دکمه ارائه کلیک می‌نماید.

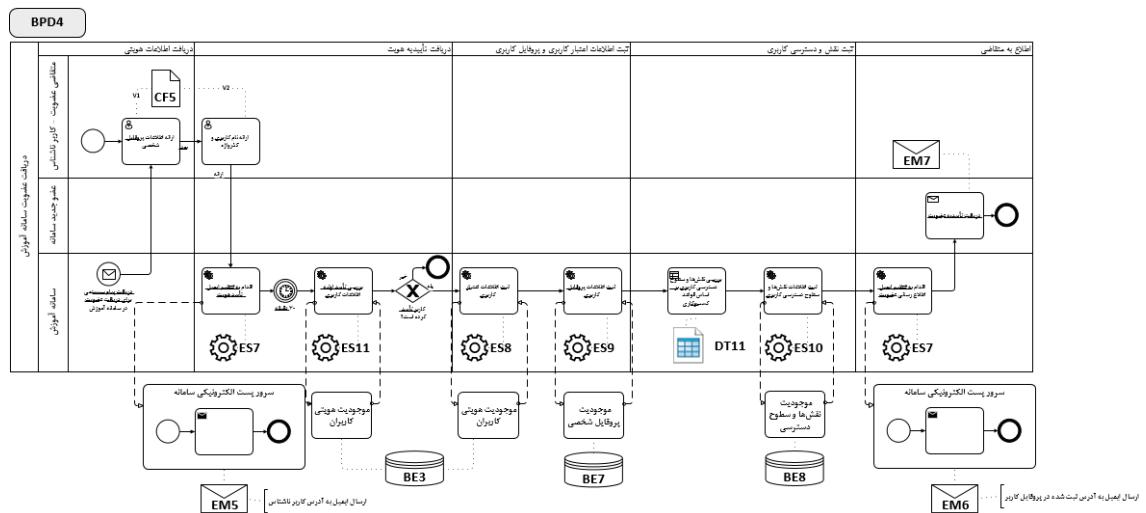
¹⁴ Anonymous user

درباره تاییدیه هویت: پس از اینکه کاربر اطلاعات پروفایل خود را تنظیم نمود بر روی دکمه ارائه کلیک می‌نماید. سپس سامانه مکتبدار به واسطه یک سرویس خارجی (ES7)، محتوای ایمیل (EM5) تاییدیه عضویت را آماده کرده و با ارائه یک درخواست از سرور پست الکترونیکی مرتبط با سامانه، ایمیل مورد نظر را برای متنقضی ارسال می‌نماید. در محتوای این ایمیل، عملیاتی وارد دارد که به واسطه آن سامانه از صحت آدرس پست الکترونیکی ارائه شده در فرم اطلاعات عضویت اطمینان حاصل می‌نماید. پس از ارسال این ایمیل (EM5) فرآیند برای مدت 30 دقیقه منتظر می‌ماند و سپس به واسطه یک سرویس خارجی (ES11) از یک موجود (BE6) از پایگاه اطلاعاتی بررسی می‌کند که آیا شخص مورد نظر، هویت خود را تایید مجدد کرده است یا خیر؟ اگر نتیجه این سرویس خارجی (ES11) مشخص نماید که شخص مورد نظر هویت خود را تایید نکرده باشد، فرآیند خاتمه می‌یابد.

ثبت اطلاعات اعتبار کاربری و پروفایل کاربری: پس از آنکه اطلاعات هویتی کاربر ناشناس تایید شد، اطلاعات کاربری وی به واسطه یک سرویس خارجی (ES8) در یک موجود (BE6) از پایگاه اطلاعاتی ذخیره شده و بعد از آن سرویس خارجی (ES9) دیگری اطلاعات پروفایل کاربر را در یک موجود (BE7) دیگر از پایگاه اطلاعاتی ذخیره می‌نماید.

ثبت نقش و دسترسی کاربری: پس از آنکه اطلاعات کاربری و پروفایل کاربری در بانک اطلاعاتی ذخیره شد نوبت به تخصیص نقش‌ها به این کاربر می‌شود که بر اساس آنها دو تنظیم صورت خواهد گرفت. اول اینکه سطوح دسترسی شخص بر اساس نقش‌های وی، تنظیم می‌شود و در نهایت بر اساس نقش‌های کاربر، کارتابل مناسب برای آن تخصیص داده می‌شود. به همین منظور یک سرویس خارجی (ES10) اطلاعات نقش‌ها و دسترسی‌های کاربر را بر روی یک موجودیت (BE8) پایگاه داده ذخیره می‌نمایند.

اطلاع به متنقضی: در این مرحله کاربر ناشناس، دیگر یک کاربر عضو محسوب می‌شود و دارای کارتابل و پروفایل کاربری است. به همین منظور برای اینکه کاربر مورد نظر از روند عضویت خود مطلع شود، ابتدا محتوای یک ایمیل (EM6) جهت تبریک عضویت توسط یک سرویس خارجی (ES7) آماده شده و توسط سرور پست الکترونیکی مرتبط با سامانه برای وی ارسال می‌شود و سپس یک پیام مشابه برای کارتابل وی نیز ارسال می‌گردد.



فرآیند ورود به سامانه مکتبداری

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

کاربر عضو (کاربری)

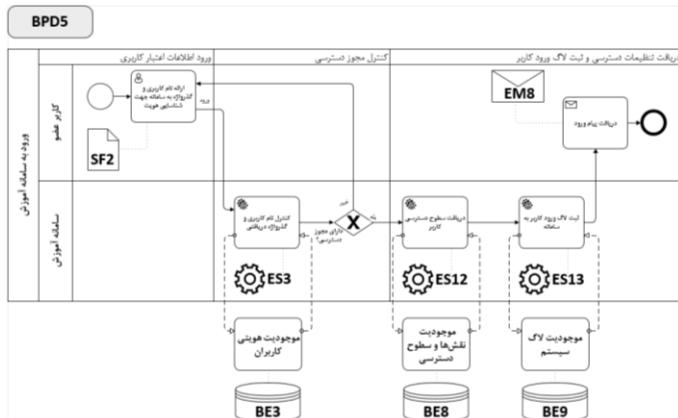
سامانه مکتبدار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

ورود اطلاعات اعتبار کاربری: هر کاربری که قبلاً عضویت سامانه را دریافت کرده است می‌تواند با کلیک بر روی گزینه ورود به سامانه وارد سامانه شود. کاربر مورد نظر با کلیک بر روی این گزینه، یک فرم بازشونده (SF2) را مشاهده خواهد کرد که باید مقادیر نام اعتبار کاربری و گذرواژه را وارد کرده و سپس بر روی دکمه ورود کلیک کند.

۶۹ کنترل مجوز دسترسی: اطلاعات نام اعتبار کاربری و گذرواژه وارد شده به سرویسی خارجی (ES3) در سامانه مکتبدار ارائه می‌شود تا به واسطه یک جستار بر روی موجودیت (BE3) در پایگاه اطلاعاتی آن بتوانیم هویت کاربر را شناسایی کرده و مجوز دسترسی وی را کنترل کنیم. اطلاعات شناسایی هویت از بانک اطلاعاتی هویتی کاربران دریافت می‌شود. در ادامه این روند، چنانچه نتیجه سرویس مورد نظر، نشان دهد که اطلاعات وارد شده کاربر در بانک اطلاعاتی موجود نیست، مجدد فرم بازشونده (SF2) نمایش داده می‌شود در غیر این صورت روند در مسیر مناسب ادامه می‌یابد.

۷۰ دریافت تنظیمات دسترسی و ثبت لگ ورود کاربر: در این مرحله ابتدا به واسطه یک سرویس خارجی (ES12) سطوح دسترسی (عملیات‌ها و اطلاعاتی که برای این کاربر در دسترس هستند) از داخل یک موجودیت (BE8) پایگاه اطلاعات برای کاربر شناسایی هویت شده به سامانه ارائه می‌شود سپس به واسطه یک سرویس خارجی (ES13) از موجودیت دیگری (BE9) از پایگاه اطلاعاتی سایر اطلاعات خاص مربوط به لگ ورود کاربر در سامانه، در داخل بانک اطلاعاتی لگ سیستم ذخیره می‌شود. در انتهای، یک پیام (EM8) به عنوان خوشامدگویی برای کاربر در کارتابل وی قرار می‌گیرد.



فرآیند تنظیم سرفصل‌های آموزشی دوره

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

• مدرب (کاربری)

• کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی (کاربری)

• مدیر آکادمی (کاربری)

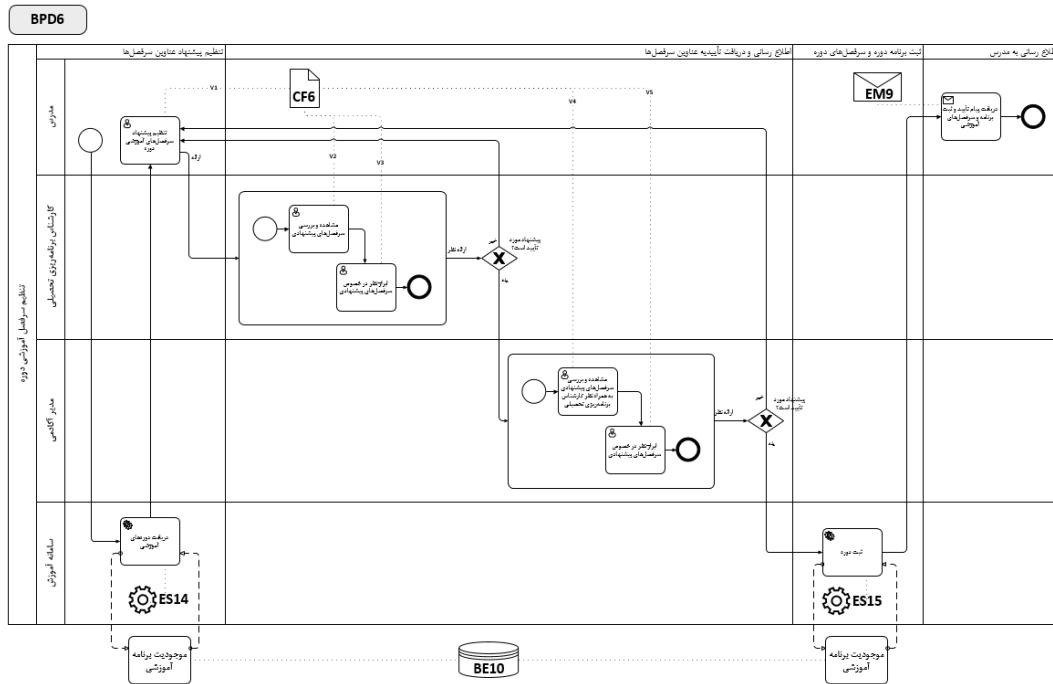
• سامانه مکتبدار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۷۱ تنظیم پیشنهاد عناوین سرفصل: سرفصل دوره آموزشی را خود مدرس تنظیم کرده و یا پیشنهاد می‌نماید. مدرس پس از اینکه بر روی گزینه تنظیم پیشنهاد سرفصل‌ها کلیک می‌کند یک سرویس خارجی (ES14) جستاری آماده می‌کند تا از یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی دوره‌های آموزشی موجود در برنامه آموزشی آکادمی را دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V1) از فرم معرفی سرفصل‌ها (CF6) در کارتابل وی ارائه می‌گردد. مدرس، پس از انتخاب دوره آموزشی مورد نظر، کلیه عناوینی را که در طول دوره به آن خواهد پرداخت، در این فرم وارد می‌کند و بر روی دکمه ارائه کلیک می‌نماید.

۷۲ اطلاع رسانی و دریافت تاییدیه عناوین سرفصل‌ها: پس از آنکه مدرس در فرم معرفی سرفصل‌ها (CF6) بر روی دکمه ارائه کلیک می‌کند، فرم مورد نظر با نمای خاصی (V2) برای کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی ارسال می‌شود تا وی آن را بررسی نموده و نظر خود را در نمای (V3) دیگری از این فرم بیان نماید. در صورتیکه کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، سرفصل‌ها را نپذیرد، فرآیند به نمای (V1) فرم مورد نظر در کارتابل مدرس بازگرداند شده و در صورت عدم وجود اشکال برای مدیر آکادمی ارسال می‌شود. مدیر آکادمی نیز مانند کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، فرم مورد نظر در نمای خاصی (V4) از آن بررسی می‌نماید. نظر خود را در نمای (V5) دیگری از این فرم بیان می‌نماید. اگر اشکال داشت، فرم مورد نظر در نمای (V1) به مدرس بازمی‌گردد و اگر مشکلی نداشت، فرآیند ادامه می‌یابد.

- ثبت برنامه دوره و سرفصل‌های دوره:** پس از تایید برنامه و سرفصل‌های دوره، موارد تایید شده به واسطه یک سرویس خارجی (ES15) که جستاری را تهیه می‌کند بر روی یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی ذخیره می‌کند.
- اطلاع رسانی به مدرس:** در انتهای این روال و پس از ذخیره سازی اطلاعات مورد نظر دوره، یک پیام (EM9) به کارتابل مدرس ارسال می‌شود تا مدرس از خاتمه این روال اطلاع کسب نماید.



فرآیند تنظیم آزمون

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- مدرس (کاربری)
- کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی (کاربری)
- سامانه مکتب‌دار (سیستمی)

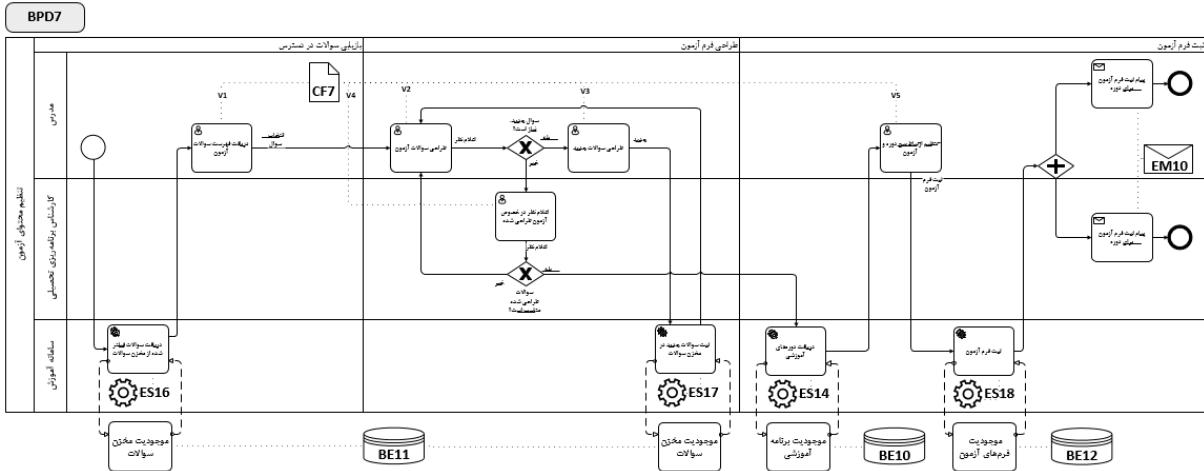
فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

- بازیابی سوالات در دسترس:** مدرس پس از اینکه بر روی گزینه تنظیم محتوای آزمون کلیک می‌کند یک سرویس خارجی (ES16) جستاری آماده می‌کند تا از یک موجودیت (BE11) پایگاه اطلاعاتی سوالات آزمون مرتبط با خود را که در مخزن سوالات موجود است دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V1) از فرم آزمون (V1) از فرم آزمون (CF7) در کارتابل وی ارائه می‌گردد. مدرس، قبل از انتخاب سوالات مورد نظر، بر روی دکمه انتخاب سوال کلیک می‌نماید.

- طراحی فرم آزمون:** پس از آنکه مدرس در فرم آزمون (CF7) بر روی دکمه انتخاب سوال کلیک می‌کند، فرم مورد نظر با نمای خاصی (V2) برای وی ارسال می‌شود تا به واسطه آن بتواند سوالات آزمون مورد نظر را طراحی نماید پس از انتخاب سوالات، چنانچه نیاز به سوال جدیدی بود بر روی نیاز به سوال جدید کلیک کرده و در غیر این صورت بر روی گزینه ارسال کلیک می‌کند. دو گزینه ذکر شده دستور اعلام نظر را به مرحله بعدی ارسال می‌کنند. چنانچه دستور اعلام نظر حامل گزینه ارسال باشد فرم مورد نظر در نمای دیگری (V4) برای کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی ارسال می‌گردد. در صورتیکه کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، آزمون طراحی شده را نپذیرد، فرآیند به نمای (V1) فرم مورد نظر در کارتابل مدرس بازگرداند شده و در صورت عدم وجود اشکال کار به فاز بعدی انتقال می‌یابد. چنانچه دستور اعلام نظر حامل گزینه نیاز به سوال جدید باشد فرم مورد نظر در نمای دیگری (V3) برای مدرس نمایش داده می‌شود تا وی سوال مورد نظر را طراحی نموده و سپس بر روی گزینه جدید کلیک نماید تا سرویس خارجی (ES17) که بر روی موجودیت (BE11) پایگاه

اطلاعاتی قرار دارد سوال جدید را در مخزن سوالات ذخیره نماید. بعد از خاتمه کار این سرویس جریان فرایند به نمای قبلی (V2) از همین فرم بازمی‌گردد تا مدرس کار طراحی آزمون را ادامه دهد.

ثبت فرم آزمون: پس از تایید آزمون طراحی شده، جریان فرآیند از ادامه کارتابل کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، لیست دوره‌های آموزشی به واسطه یک سرویس خارجی (ES14) که جستاری را تهیه می‌کند بر روی یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی دریافت می‌شود. سپس **فرم آزمون** (CF7) در نمای دیگری (V5) به کارتابل مدرس ارائه می‌شود تا مدرس، آزمون طراحی شده را به یکی از دوره‌های دریافت شده از پایگاه داده‌ها، مرتبط نماید. بعد از ایجاد ارتباط این آزمون با دوره انتخاب شده، مدرس گزینه ثبت فرم آزمون در این فرم (CF7) را کلیک کرده تا جریان فرآیند به سامانه مكتب‌دار رفته و سرویس خارجی (ES18) که بر روی موجودیت (BE12) پایگاه اطلاعاتی قرار دارد اجرا شود و آزمون جدید در موجودیت فرم‌های آزمون ذخیره شود.



فرآیند دعوت به آزمون

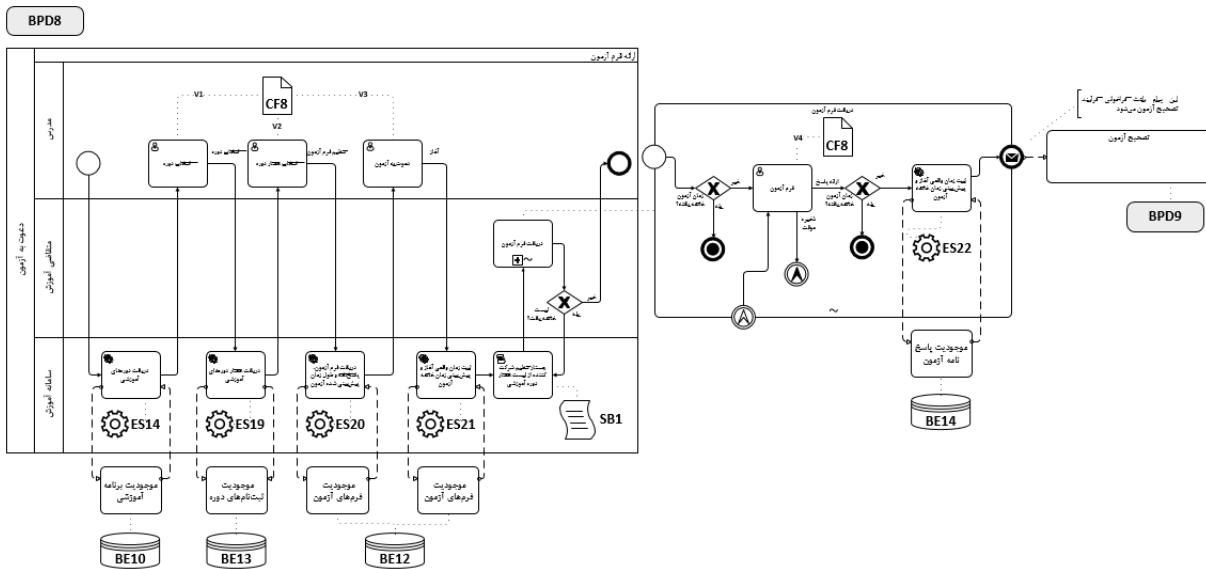
در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- مدرس (کاربری)
- متخصص آموزش (کاربری)
- سامانه مكتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

ارائه فرم آزمون: مدرس پس از اینکه بر روی گزینه دعوت به آزمون کلیک می‌کند یک سرویس خارجی (ES14) جستاری آماده می‌کند تا از یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی دوره‌های آموزشی مرتبط با خود را که در آن قرار دارد، دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V1) از **فرم برگزاری آزمون** (CF8) در کارتابل وی ارائه می‌گردد. مدرس، ابتدا دوره مورد نظر خود را از داخل دوره‌های موجود در لیست این فرم، انتخاب می‌کند و بر روی دکمه **انتخاب دوره** کلیک می‌نماید. سپس در ادامه جریان این فرآیند، سرویس خارجی (ES19) جستاری آماده می‌کند تا از یک موجودیت (BE13) پایگاه اطلاعاتی حضار دوره مورد نظر را که در آن قرار دارد، دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V2) از **فرم برگزاری آزمون** (CF8) در کارتابل وی ارائه می‌گردد. مدرس، در ادامه، اشخاصی را که مجاز به شرکت در این آزمون هستند از داخل لیست مورد نظر انتخاب می‌نماید و در ادامه بر روی دکمه **تنظیم فرم آزمون** کلیک می‌نماید. سپس در ادامه جریان این فرآیند، سرویس خارجی (ES20) جستاری آماده می‌کند تا از یک موجودیت (BE12) پایگاه اطلاعاتی لیست فرم‌های آزمون مرتبط با این دوره را که در آن قرار دارد، دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V3) از **فرم برگزاری آزمون** (CF8) در کارتابل وی ارائه می‌گردد. مدرس، در ادامه، فرمی را که مورد نظر است از داخل لیست مورد نظر انتخاب می‌نماید و در ادامه بر روی دکمه **آغاز** کلیک می‌نماید. سپس در ادامه جریان این فرآیند، سرویس خارجی (ES21) جستاری آماده می‌کند تا در یک موجودیت (BE12) پایگاه اطلاعاتی، اطلاعات ساعت دقیق آغاز و خاتمه واقعی آزمون را ثبت نماید. سپس یک فعالیت دستوری (SB1) اجرا

می‌شود تا لیست اجرایی آماده کند تا بتوان برای هر شرکت کننده در آزمون یک زیرفرآیند انفاقی اجرا شود تا برای هر یک از حضار یک فرم آزمون (CF8) در کارتابل ایشان قرار گیرد تا ایشان به آن پاسخ داده و بر روی دکمه ارائه پاسخ کلیک کنند تا نتیجه پاسخ ایشان به واسطه یک سرویس خارجی (ES22) در داخل موجودیتی (BE14) داخل پایگاه اطلاعاتی ذخیره شود. و در نهایت با فرآخوانی فرآیند تصحیح آزمون (BPD9) مراحل تصحیح آزمون آغاز گردد.



فرآیند تصحیح آزمون

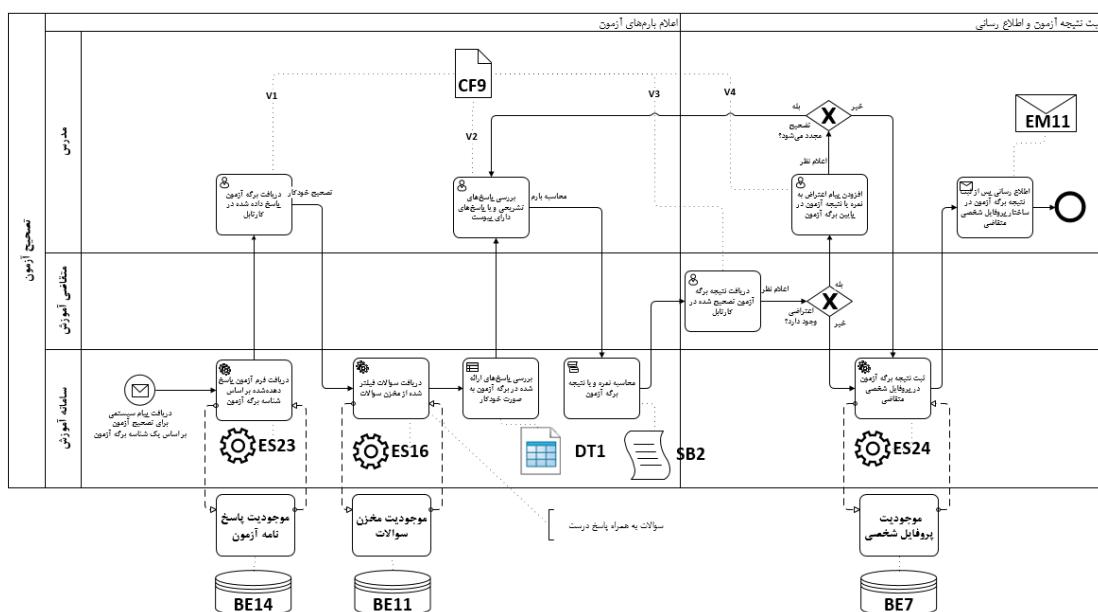
در این فرآیند نقشهای زیر مشارکت دارند:

- مدرس (کاربری)
- متخصص آموزش (کاربری)
- سامانه مكتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

اعلام بارمهای آزمون: سامانه مكتب‌دار پس از اینکه پیام آغاز این فرآیند را دریافت نمود یک سرویس خارجی (ES23) جستاری آماده می‌کند تا از یک موجودیت (BE14) پایگاه اطلاعاتی، فرم آزمون پاسخ داده شده را دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V1) از فرم تصحیح آزمون (CF9) به کارتابل مدرس ارائه می‌گردد. مدرس، ابتدا بر روی دکمه تصحیح خودکار کلیک می‌نماید. در ادامه یک سرویس خارجی (ES16) جستاری آماده می‌کند تا از یک موجودیت (BE11) پایگاه اطلاعاتی، فرم آزمون طراحی شده را دریافت نماید. در ادامه یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT1) پاسخهای ارائه شده را با پاسخهای صحیح مورد نظر مدرس، مقایسه کرده و نتیجه را اعلام می‌نماید. در ادامه جریان این فاز از این فرآیند، نمای خاصی (V2) از فرم تصحیح آزمون (CF9) به کارتابل مدرس ارائه می‌گردد تا مدرس در صورت وجود پاسخهای تشریحی، تصحیح این سوالات را آغاز نماید و به هر یک امتیاز یا بارم مورد نظر را بدهد. سپس مدرس بر روی دکمه محاسبه بارم کلیک می‌کند تا نتیجه نهایی در یک فعالیت دستوری (SB2) محاسبه شود.

ثبت نتیجه آزمون و اطلاع رسانی: پس از محاسبه نمره یا نتیجه نهایی؛ نمای دیگری (V3) از فرم تصحیح آزمون (CF9) به کارتابل متخصصی آموزشی که در این آزمون شرکت کرده است ارسال می‌شود. نظر خود را با انتخاب یکی از گزینه‌های اعتراض ندارم و یا اعتراض دارم و کلیک بر روی دکمه ارائه نظر اعلام می‌دارد. اگر متخصصی آموزش اعتراضی داشت؛ جریان فرآیند نمای دیگری (V4) از فرم تصحیح آزمون (CF9) به کارتابل مدرس ارسال می‌نماید تا در صورتیکه مدرس اعتراض را مجاز بداند تصحیح مورد نظر مجدد انجام شود و در غیر این صورت یک سرویس خارجی (ES24) جستاری آماده می‌کند تا نتیجه تصحیح آزمون مورد نظر را در یک موجودیت (BE7) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید.



فرآیند ثبتنام انفرادی دوره

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

متقاضی آزمون (کاربری)

روابط عمومی (کاربری)

کارشناس برنامه‌ریزی آموزش (کاربری)

امور مالی (کاربری)

سامانه مکتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۱۰۱ ارائه درخواست پیش ثبت‌نام: متقاضی حضور در هر دوره، ابتدا بر روی دکمه درخواست ثبت‌نام کلیک می‌کند. در ادامه دو سرویس خارجی (ES14) و (ES25) جستارهایی بر روی یک موجودیت (BE10) و (BE7) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا به ترتیب لیست دوره‌های آموزشی فعلی و اطلاعات پروفایل شخص متقاضی درخواست ثبت‌نام را دریافت نماید. سپس جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم ثبت‌نام دوره (CF10) به کارت‌ابل متقاضی آموزش، ارسال می‌نماید. متقاضی در این نما از این فرم، دوره مورد نظر خود را انتخاب کرده و بر روی دکمه ارائه درخواست پیش ثبت‌نام کلیک می‌کند. در ادامه جریان فرآیند نمای دیگری (V2) از فرم ثبت‌نام دوره (CF10) به کارت‌ابل روابط عمومی، ارسال می‌نماید. کارشناس روابط عمومی پس از بررسی این درخواست، بر روی دکمه ثبت پیش ثبت‌نام کلیک می‌نماید. در ادامه یک سرویس خارجی (ES26) جستاری آمده می‌کند تا درخواست ثبت‌نام مورد نظر را در یک موجودیت (BE15) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید.

۱۰۲ بررسی امکان آغاز دوره: جریان فرآیند تا زمانی که از قبل به عنوان زمان پایان پیش ثبت‌نام مشخص شده است، متوقف می‌شود. سپس دو سرویس خارجی (ES27) و (ES28) جستارهایی بر روی یک موجودیت (BE10) و (BE15) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا به ترتیب تعداد پیش ثبت‌نام‌های دوره و محدودیت حداقل تعداد ثبت‌نام برای تشکیل دوره را دریافت نماید. در ادامه جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم بررسی ثبت‌نام دوره (CF11) به کارت‌ابل کارشناس برنامه‌ریزی آموزش، ارسال می‌نماید. این کارشناس پس از بررسی بر روی دکمه ارائه نظر کلیک می‌کند.

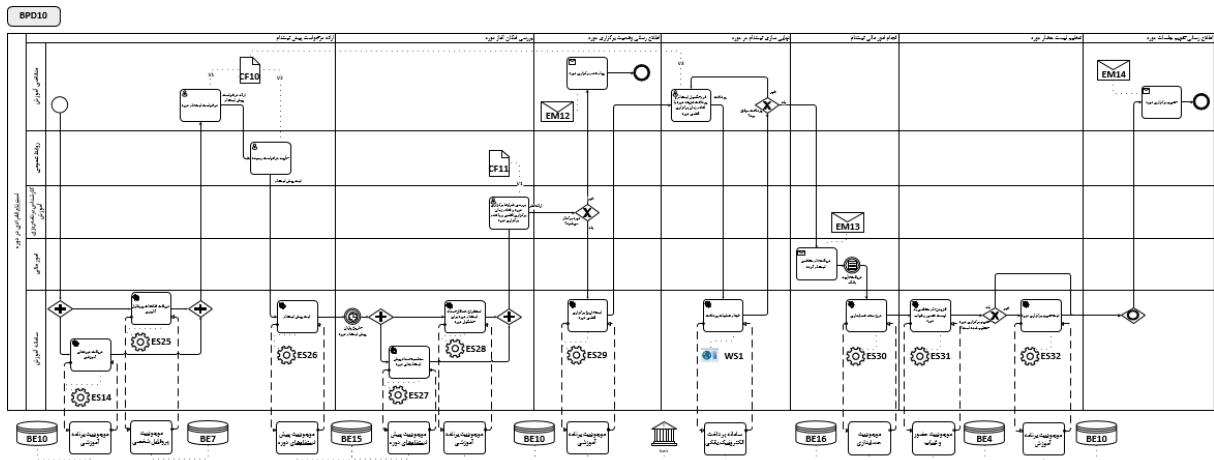
اطلاع رسانی و ضعیت برگزاری دوره: اگر کارشناس برنامه ریزی آموزش، برگزاری دوره را تایید کند، یک سرویس خارجی (ES29) جستاری آماده می‌کند تا تاریخ برگزاری قطعی دوره مورد نظر را در یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید در غیر این صورت پیام ایمیل (EM12) برای کارتابل متقاضی ارسال می‌شود و فرآیند خاتمه می‌یابد.

نهایی سازی ثبتنام در دوره: در صورتیکه سرویس خارجی (ES29) اجرا شد نمای دیگری (V3) از فرم ثبتنام دوره (CF10) به کارتابل متقاضی آموزش، ارسال می‌شود. در این فرم متقاضی آموزش پرداخت هزینه دوره را تایید می‌کند و سپس جریان فرآیند به یک سرویس وب (WS1) برای پرداخت بانک می‌رود. این کار تا زمانیکه پرداخت موفقیت آمیز باشد ادامه می‌یابد.

انجام امور مالی ثبتنام: زمانیکه پرداخت موفقیت آمیز باشد، پیام ایمیل (EM13) برای کارتابل کارشناس امور مالی ارسال می‌شود. سپس تا زمانیکه سامانه مکتب دار دریافت مبلغ را تایید ننماید، فرآیند متوقف شده و پس از این تایید، یک سرویس خارجی (ES30) جستاری آماده می‌کند تا سند حسابداری مورد نظر را در یک موجودیت (BE16) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید.

تنظيم لیست حضار دوره: در ادامه ابتدا سرویس خارجی (ES31) جستاری آماده می‌کند تا نام متقاضی را به لیست حضار دوره مورد نظر در یک موجودیت (BE4) پایگاه اطلاعاتی، اضافه نماید و اگر تقویم برگزاری دوره تنظیم نشده باشد؛ سرویس خارجی (ES32) جستاری آماده می‌کند تا تقویم برگزاری دوره مورد نظر در یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره شود.

اطلاع رسانی تقویم جلسات دوره: در نهایت، پیام ایمیل (EM14) برای کارتابل متقاضی آموزش ارسال می‌شود.



فرآیند معرفی شریک تجاری

در این فرآیند نقشهای زیر مشارکت دارد:

مدیر آکادمی (کاربری)

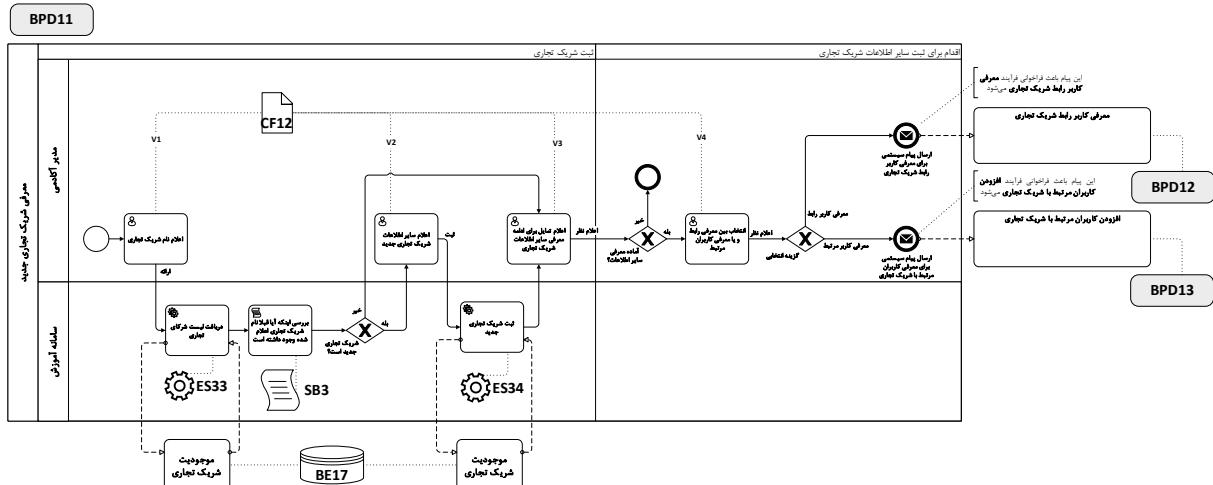
سامانه مکتب دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

ثبت شریک تجاری: ابتدا مدیر آکادمی بر روی دکمه معرفی شریک تجاری جدید کلیک می‌کند. سپس جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم ثبتنام شریک تجاری (CF12) را به کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌نماید. مدیر آکادمی اطلاعات اولیه هویتی شریک تجاری جدید را در این فرم تنظیم کرده و سپس بر روی دکمه ارائه کلیک می‌نماید. در ادامه سرویس خارجی (ES33) جستاری آماده می‌کند تا لیست شرکای تجاری موجود را از یک موجودیت (BE17) پایگاه اطلاعاتی، دریافت نماید. سپس لیست استخراج شده و اطلاعات شریک تجاری جدید به یک فعالیت دستوری (SB3) ارائه می‌شود تا مشخص شود آیا شریک تجاری جدید، قبلاً در سامانه ذخیره شده است یا خیر؟ چنانچه جدید نباشد؛ جریان فرآیند نمای دیگری (V3) از فرم ثبتنام شریک تجاری (CF12) را به کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌نماید و چنانچه جدید باشد؛ جریان فرآیند نمای دیگری (V2) از فرم ثبتنام شریک تجاری (CF12) را به کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌نماید. اگر جریان فرآیند به نمای V2 انتقال یابد، مدیر آکادمی سایر اطلاعات معرفی شریک تجاری را وارد کرده و بر روی دکمه ثبت کلیک می‌نماید و در ادامه سرویس خارجی (ES34) جستاری آماده می‌کند تا اطلاعات کامل شریک تجاری را در یک موجودیت (BE17)

پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نمیاد و در نهایت جریان به نمای V3 انتقال می‌یابد. اگر جریان به نمای V3 انتقال یابد؛ مدیر آکادمی تصمیم‌گیرید که تنظیمات شریک تجاری را ادامه دهد یا خیر. برای اینکار در نمای V3 پس از انتخاب گزینه مناسب بر روی دکمه اعلام نظر کار، را ادامه می‌دهد.

۶۹ اقدام برای ثبت سایر اطلاعات شریک تجاری: در این مرحله چنانچه مدیر آکادمی اعلام کرده باشد که تمایلی به ادامه ثبت اطلاعات شریک تجاری ندارد، فرآیند خاتمه می‌یابد و در غیر این صورت جریان فرآیند نمای دیگری (V4) از فرم ثبت‌نام شریک تجاری (CF12) را به کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌نماید. در این نمای مدیر آکادمی انتخاب می‌کند که کدامیک از دسته اطلاعات مرتبط با شریک تجاری (معرفی کاربر رابط شریک تجاری، افزودن کاربران مرتبط با شریک تجاری) را تمایل دارد، تکمیل کند. هر یک از این انتخاب‌ها باعث خاتمه این فرآیند به همراه ارائه پیام درخواست برای آغاز فرآیند مرتبط با آن انتخاب می‌باشد.



فرآیند معرفی کاربر رابط شریک تجاری

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

عضو سامانه (کاربری)

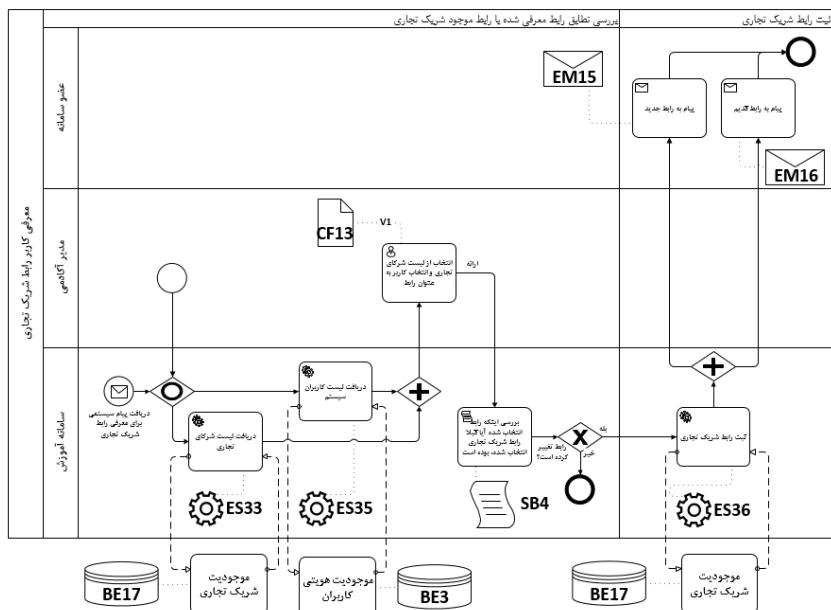
مدیر آکادمی (کاربری)

سامانه مكتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

بررسی تطابق رابط معرفی شده با رابط موجود شریک تجاری: زمانیکه مدیر آکادمی بر روی دکمه معرفی کاربر رابط شریک تجاری کلیک نماید و یا پیام اجرای این فرآیند ارائه شود، این فرآیند اجرا شده و سپس دو سرویس خارجی (ES35) و (ES36) جستارهایی بر روی یک موجودیت (BE3) و (BE17) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا به ترتیب لیست شرکای تجاری و لیست کاربران سیستم دریافت نماید. در ادامه جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم رابط شریک تجاری (CF13) را به کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌نماید. مدیر آکادمی در این فرم ابتدا نام شریک تجاری و سپس نام اعتبار کاربری رابط شریک تجاری را انتخاب کرده و بر روی دکمه ارائه کلیک می‌نماید. جریان فرآیند، انتخاب‌های ارائه شده توسط مدیر آکادمی را به یک فعالیت دستوری (SB4) ارائه می‌نماید تا بررسی شود که آیا شریک تجاری قبلاً رابط داشته است یا خیر؟ چنانچه شریک تجاری رابط داشته باشد و نام آن تغییر نکرده باشد، فرآیند خاتمه می‌یابد و در غیر این صورت فرآیند به مرحله بعدی می‌رود.

ثبت رابط شریک تجاری: در این مرحله سرویس خارجی (ES36) جستاری آمده می‌کند تا اطلاعات رابط شریک تجاری را در یک موجودیت (BE17) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نمی‌یابد و سپس برای هر دوی افرادی که یا رابط قدیم بودند و یا رابط جدید هستند، پیام ایمیل (EM16) یا (EM15) ارسال می‌شود.



فرآیند افزودن کاربر مرتبط با شریک تجاری

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

👤 عضو سامانه (کاربری)

👤 رابط شریک تجاری (کاربری)

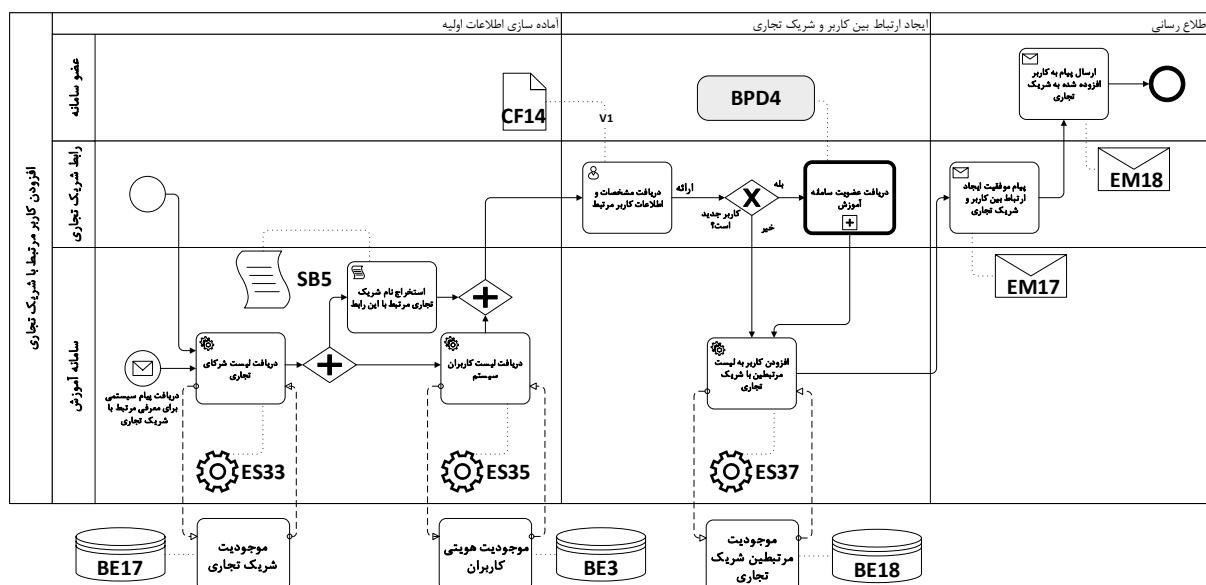
👤 سامانه مكتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۱ آماده‌سازی اطلاعات اولیه: زمانیکه رابط شریک تجاری بر روی دکمه افزودن کاربر مرتبط با شریک تجاری کلیک نماید و یا پیام اجرای این فرآیند ارائه شود، این فرآیند اجرا شده و سپس سرویس خارجی (ES33) جستاری بر روی یک موجودیت (BE17) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا لیست شرکای تجاری دریافت نماید. در ادامه جریان فرآیند به صورت همزمان سرویس خارجی (ES35) جستاری بر روی یک موجودیت (BE3) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا لیست کاربران سیستم را دریافت نماید و فعالیت دستوری (SB5) اجرا می‌شود تا نام شریک تجاری مرتبط با این رابط نیز استخراج شود. سپس فرآیند به مرحله بعدی می‌رود.

۲ ایجاد ارتباط بین کاربر و شریک تجاری: در ادامه جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم اطلاعات مرتبط با شریک تجاری (CF14) را به کارت‌ابل رابط شریک تجاری، ارسال می‌نماید. ایشان ابتدا نام و مشخصات شخص مرتبط با شریک تجاری را در این فرم وارد کرده و سپس بر روی دکمه ارائه کلیک می‌نماید. اگر اطلاعات کاربر وارد شده قبلاً در موجودیت (BE3) پایگاه اطلاعاتی وجود داشت (کاربر جدید نیست) سرویس خارجی (ES37) جستاری بر روی یک موجودیت (BE18) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا کاربر مورد نظر را به لیست مرتبطین این شریک تجاری اضافه نماید در غیر این صورت ابتدا زیرفرآیند (BPD4) اجرا شده و سپس سرویس خارجی (ES37) ذکر شده اجرا می‌شود.

۳ اطلاع رسانی: در نهایت دو پیام ایمیل (EM17) برای رابط شریک تجاری و (EM18) برای شخص مرتبط با شریک تجاری، ارسال می‌شود.



فرآیند ثبتنام گروهی در دوره

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

• رابط شریک تجاری (کاربری)

• روابط عمومی (کاربری)

• کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی (کاربری)

• امور مالی (کاربری)

• سامانه مکتب دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۱۰۱ ارائه درخواست پیش ثبتنام: رابط شریک تجاری به عنوان وکیل شریک تجاری برای حضور مرتبطین شریک تجاری در هر دوره آموزشی، ابتدا بر روی دکمه درخواست ثبتنام گروهی کلیک می‌کند. در ادامه دو جریان موازی برای اجرای سرویس‌های مختلف ایجاد می‌شود. یکی از جریان‌ها سرویس خارجی (ES14) با جستاری بر روی یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا لیست دوره‌های آموزشی فعلی را دریافت نماید. جریان دیگر به ترتیب سرویس‌های (ES25) و (ES39) و (ES38) با جستارهایی به ترتیب بر روی موجودیت‌های (BE7) و (BE17) و (BE18) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا به ترتیب اطلاعات پروفایل رابط شریک تجاری و اطلاعات پروفایل شریک تجاری و لیست مرتبطین با شریک تجاری را دریافت نماید. دقت کنید که خروجی هر سرویس نه تنها یک داده با ارزش برای فرآیند است بلکه به عنوان پارامتر ورودی سرویس بعدی نیز محسوب می‌شود. سپس جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم ثبتنام گروهی دوره (CF15) را به کارتابل رابط شریک تجاری، ارسال می‌نماید. ایشان در این نما از این فرم، دوره مورد نظر خود را انتخاب کرده و لیست افرادی که باید در این دوره ثبت‌نام شوند را نیز از لیست مرتبطین شریک تجاری انتخاب کرده و در نهایت بر روی دکمه ارائه درخواست پیش ثبتنام کلیک می‌کند. در ادامه جریان فرآیند نمای دیگری (V2) از فرم ثبتنام گروهی دوره (CF15) به کارتابل روابط عمومی، ارسال می‌شود. کارشناس روابط عمومی پس از بررسی این درخواست، بر روی دکمه ثبت پیش ثبتنام کلیک می‌نماید. در ادامه یک سرویس خارجی (ES26) جستاری آمده می‌کند تا درخواست ثبت‌نام مورد نظر را در یک موجودیت (BE15) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید.

۱۰۲ بررسی امکان آغاز دوره: جریان فرآیند تا زمانی که از قبل به عنوان زمان پایان پیش ثبت‌نام مشخص شده است، متوقف می‌شود. سپس دو سرویس خارجی (ES27) و (ES28) جستارهایی بر روی یک موجودیت (BE15) و (BE10) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا

به ترتیب تعداد پیش ثبت‌نام‌های دوره و محدودیت حداقل تعداد ثبت‌نام برای تشکیل دوره را دریافت نماید. در ادامه جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم بررسی ثبت‌نام گروهی دوره (CF16) به کارت‌ابل کارشناس برنامه‌ریزی آموزش، ارسال می‌نماید. این کارشناس پس از بررسی بر روی دکمه ارائه نظر کلیک می‌کند.

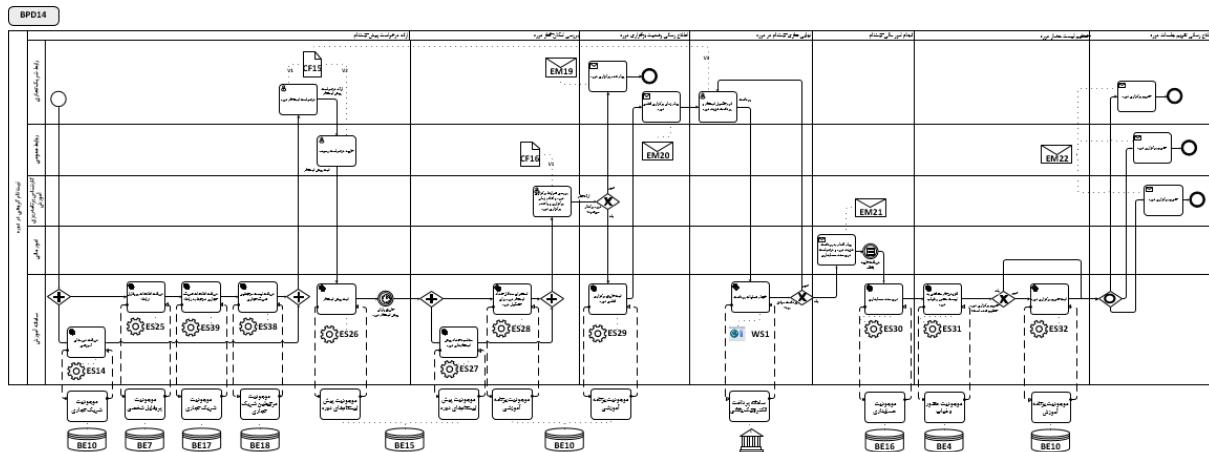
اطلاع رسانی وضعیت برگزاری دوره: اگر کارشناس برنامه‌ریزی آموزش، برگزاری دوره را تایید کند، یک سرویس خارجی (ES29) جستاری آمده می‌کند تا تاریخ برگزاری قطعی دوره مورد نظر را در یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید و پیام ایمیل (EM20) را برای اطلاع رسانی زمان قطعی برگزاری دوره به کارت‌ابل رابط شریک تجاری ارسال می‌نماید و در غیر این صورت پیام ایمیل (EM19) را برای اعلام عدم برگزاری دوره به کارت‌ابل رابط شریک تجاری ارسال می‌نماید و فرآیند خاتمه می‌یابد.

نهایی سازی ثبت‌نام در دوره: در صورتیکه سرویس خارجی (ES29) اجرا شد نمای دیگری (V3) از فرم ثبت‌نام گروهی دوره (CF15) به کارت‌ابل رابط شریک تجاری، ارسال می‌شود. ایشان در این فرم پرداخت هزینه دوره را تایید می‌کنند و سپس جریان فرآیند به یک سرویس وب (WS1) برای پرداخت بانک می‌رود. این کار تا زمانیکه پرداخت موفقیت آمیز باشد ادامه می‌یابد.

انجام امور مالی ثبت‌نام: زمانیکه پرداخت موفقیت آمیز باشد، پیام ایمیل (EM21) برای کارت‌ابل کارشناس امور مالی ارسال می‌شود. سپس تا زمانیکه سامانه مکتب‌دار دریافت مبلغ را تایید ننماید، فرآیند متوقف شده و پس از این تایید، یک سرویس خارجی (ES30) جستاری آمده می‌کند تا سند حسابداری مورد نظر را در یک موجودیت (BE16) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید.

تنظيم لیست حضار دوره: در ادامه ابتدا سرویس خارجی (ES31) جستاری آمده می‌کند تا نام متقاضیان را به لیست حضار دوره مورد نظر در یک موجودیت (BE4) پایگاه اطلاعاتی، اضافه نماید و اگر تقویم برگزاری دوره تنظیم نشده باشد، سرویس خارجی (ES32) جستاری آمده می‌کند تا تقویم برگزاری دوره مورد نظر در یک موجودیت (BE10) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره شود.

اطلاع رسانی تقویم جلسات دوره: در نهایت، پیام ایمیل (EM22) برای کارت‌ابل رابط شریک تجاری، روابط عمومی و کارشناس برنامه‌ریزی آموزش، ارسال می‌شود.



فرآیند ارزیابی مدرس

در این فرآیند نقشه‌های زیر مشارکت دارند:

- ❶ متقاضی آموزش (کاربری)
- ❷ کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی (کاربری)
- ❸ امور مالی (کاربری)
- ❹ سامانه مکتب‌دار (سیستمی)

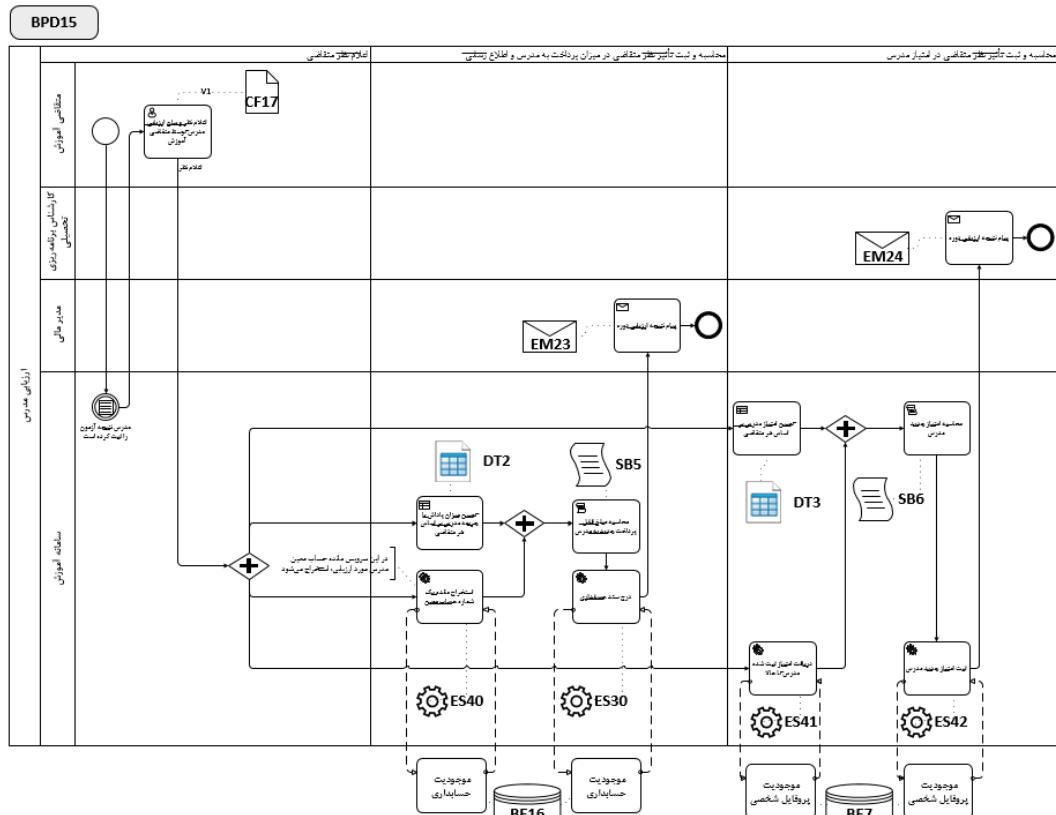
فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

اعلام نظر متقاضی: فرد متقاضی آموزش بر روی دکمه ارزیابی مدرس کلیک می‌نماید. جریان فرآیند تا زمانیکه نتیجه آزمون وی مشخص بشود، متوقف شده و پس از تعیین نتیجه آزمون وی، جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم اعلام نظر و ارزیابی مدرس (CF17)

به کارتابل متقاضی آموزش، ارسال می‌نماید. سپس ایشان نظر خود را در خصوص این مدرس در این فرم درج کرده و بر روی دکمه **اعلام نظر کلیک** می‌نماید.

۶۰ محاسبه و ثبت تاثیر نظر متقاضی در میزان پرداخت به مدرس و اطلاع رسانی: در این مرحله فرآیند در چهار جریان به صورت موازی دنبال می‌شود. دو جریان از چهار جریان در این مرحله اجرا می‌شود و دو جریان دیگر در مرحله بعدی دنبال می‌شود. یکی از این جریان‌ها که در این مرحله دنبال می‌شود، به واسطه یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT2) بر اساس نظرات و امتیازات ارائه شده توسط متقاضی آموزش، میزان پاداش یا جریمه را اعلام می‌نماید. جریان دیگر به واسطه یک سرویس خارجی (ES40) جستاری آماده می‌کند تا مانده حساب مدرس را از یک موجودیت (BE16) پایگاه اطلاعاتی، استخراج نماید. پس از دریافت نتیجه این دو جریان، فعالیت دستوری (SB5) اجرا می‌شود تا مبلغ قابل پرداخت به مدرس را محاسبه نماید. سپس به واسطه یک سرویس خارجی (ES30) جستاری آماده می‌کند تا سند حساب را در یک موجودیت (BE16) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید. سپس نتیجه این مرحله به واسطه یک پیام ایمیل (EM23) به اطلاع مدیر مالی، می‌رسد.

۶۱ محاسبه و ثبت تاثیر نظر متقاضی در امتیاز مدرس و اطلاع رسانی: دو جریان دیگر از همان چهار جریان ذکر شده نیز در این مرحله دنبال می‌شوند. یکی از این جریان‌ها که در این مرحله دنبال می‌شود، به واسطه یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT3) بر اساس نظرات و امتیازات ارائه شده توسط متقاضی آموزش، میزان امتیاز مدرس را اعلام می‌نماید. جریان دیگر به واسطه یک سرویس خارجی (ES41) جستاری آماده می‌کند تا امتیاز ثبت شده فعلی مدرس را از یک موجودیت (BE7) پایگاه اطلاعاتی، استخراج نماید. پس از خاتمه کار در هر دو جریان ذکر شده، فعالیت دستوری (SB6) اجرا می‌شود تا امتیاز جدید مدرس را محاسبه نماید. سپس به واسطه یک سرویس خارجی (ES42) جستاری آماده می‌کند تا امتیاز جدید مدرس را در یک موجودیت (BE7) پایگاه اطلاعاتی، ذخیره نماید. سپس نتیجه این مرحله به واسطه یک پیام ایمیل (EM24) به اطلاع کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، می‌رسد.



فرآیند تهییه گزارش برگزاری جلسات دوره

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

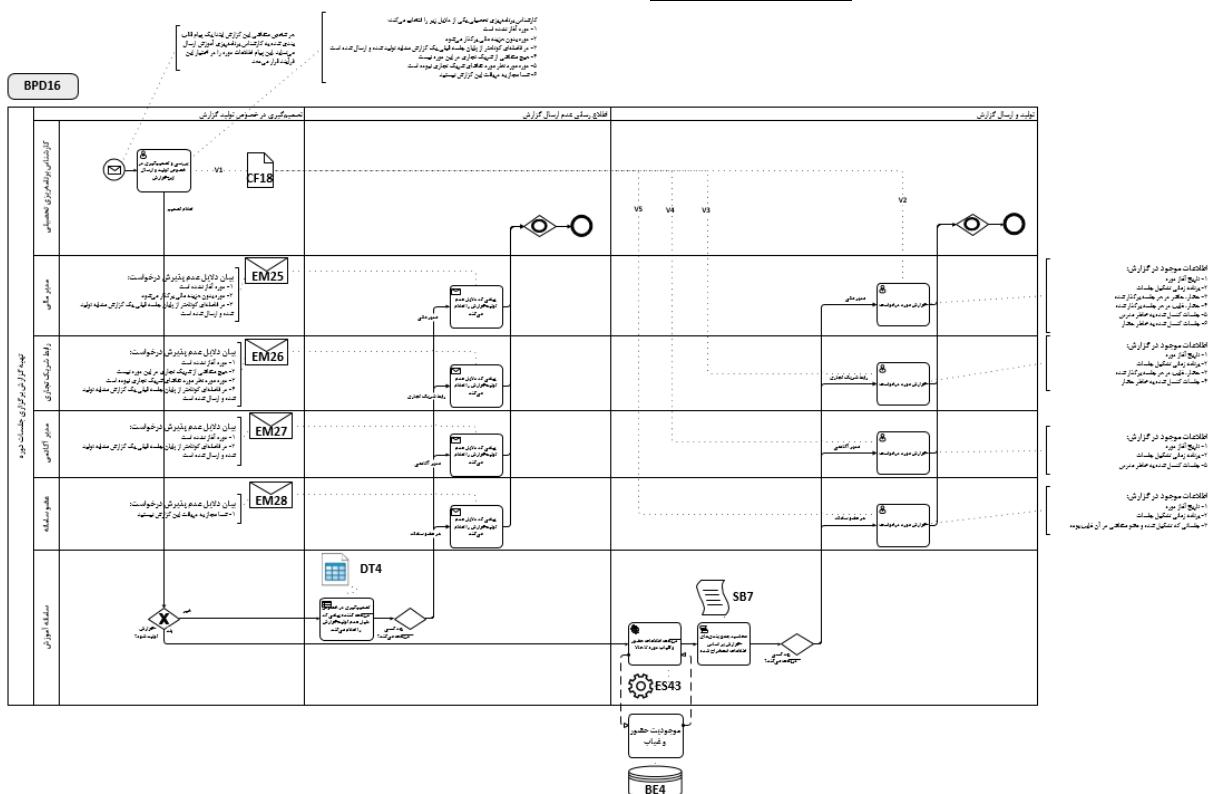
عضو سامانه (کاربری)

- رابط شریک تجاری (کاربری)
 - کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی (کاربری)
 - امور مالی (کاربری)
 - مدیر آکادمی (کاربری)
 - سامانه مكتب دار (سیستمی)
- فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۶۰ تصمیم‌گیری در خصوص تولید گزارش: پس از دریافت قالب‌بندی شده مشخص توسط کارشناس برنامه‌ریزی آموزش، جریان فرآیند، نمای خاصی (V1) از فرم گزارش برگزاری دوره (CF18) به کارتابل کارشناس برنامه‌ریزی آموزش، ارسال می‌نماید. ایشان پس از بررسی‌های مورد نظر، بر روی یکی از گزینه‌های تولید شود یا تولید نشود، کلیک کرده و سپس بر روی دکمه اعلام تصمیم، کلیک می‌نماید.

۶۱ اطلاع رسانی عدم ارسال گزارش: در این مرحله، چنانچه کارشناس برنامه‌ریزی آموزش با تولید گزارش موافق نباشد، یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT4) مشخص می‌نماید چه نوع پیامی و برای چه کسی ارسال شود. در صورتیکه متقاضی این گزارش یکی از نقش‌های مدیر مالی، رابط شریک تجاری، مدیر آکادمی یا عضو سامانه باشد به ترتیب یکی از پیام‌های ایمیل (EM25)، (EM26)، (EM27) یا (EM28) را دریافت می‌نماید و درنهایت فرآیند خاتمه می‌یابد.

۶۲ تولید و ارسال گزارش: ولیکن اگر کارشناس برنامه‌ریزی آموزش با تولید گزارش موافق باشد، یک سرویس خارجی (ES43) جستاری آمده می‌کند تا اطلاعات حضور و غیاب دوره را از یک موجودیت (BE4) پایگاه اطلاعاتی، دریافت نماید. سپس یک فعالیت دستوری (SB7)، محاسباتی که لازم است برای این گزارش بر روی این داده‌ها صورت گیرد، انجام می‌دهد. و در ادامه با توجه به اینکه کدامیک از نقش‌های مدیر مالی، رابط شریک تجاری، مدیر آکادمی یا عضو سامانه، متقاضی این گزارش بودند؛ به ترتیب یکی از نماهای مشخص شده (V2)، (V3)، (V4) یا (V5) از فرم گزارش برگزاری دوره (CF18) به کارتابل ایشان ارسال می‌شود و درنهایت فرآیند خاتمه می‌یابد.



فرآیند ثبت حساب بانکی در پروفایل

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

عضو سامانه (کاربری)

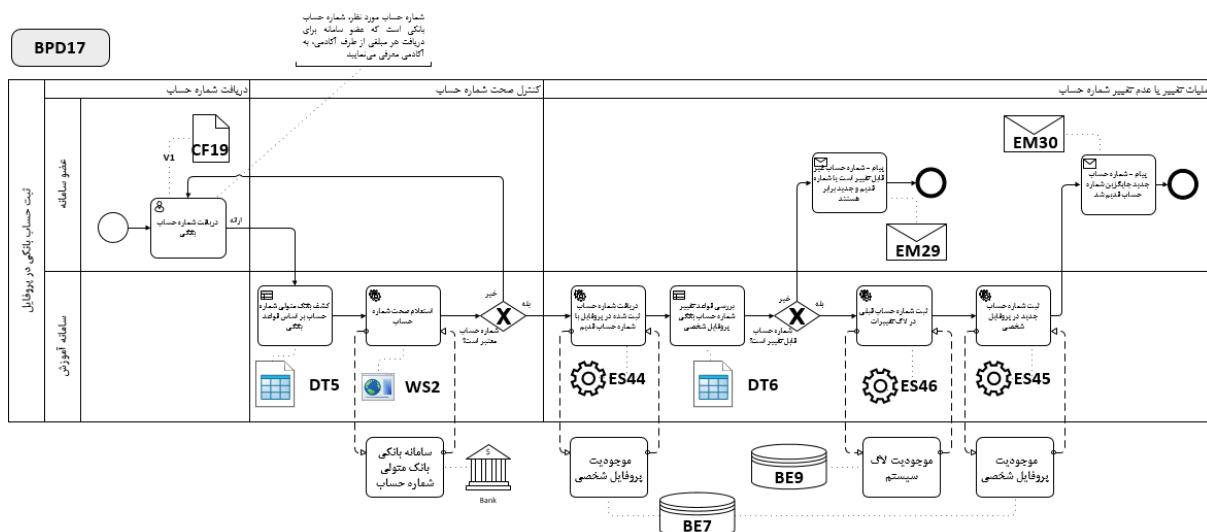
سامانه مكتب دار (سيستمي)

فازهای اين فرآيند به قرار زير مي باشند:

• دریافت شماره حساب: هر عضو سامانه مكتب دار بر روی دکمه ثبت حساب بانکی در پروفایل کلیک می نماید. جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم دریافت شماره حساب (CF19) را به کارتالب ایشان، ارسال می نماید. سپس ایشان شماره حساب خود و هر مشخصه دیگری را که در این فرم درخواست شده است، وارد کرده و بر روی دکمه ارائه کلیک می نماید.

• کنترل صحت شماره حساب: در این مرحله ابتدا يك فعالیت تصمیم گیری (DT5) مشخص می کند که بانک مربوط به شماره حساب اعلام شده، کدام است. سپس جریان فرآیند به يك سرويس وب (WS2) منقل می شود تا صحت شماره حساب مورد نظر ار بانک موردنظر استعلام گرفته شود.

• عملیات تغییر یا عدم تغییر شماره حساب: در این مرحله ابتدا يك سرويس خارجی (ES44) جستاري آماده می کند تا شماره حساب ذخیره شده در پروفایل کاربر را از يك موجوديت (BE7) پايگاه اطلاعاتي، دریافت نماید. سپس يك فعالیت تصمیم گیری (DT6) مشخص می کند که آيا بر اساس قواعد اين كسب و کار، ایشان مجاز به تغییر شماره حساب هستند یا خير. سپس چنانچه شماره حساب قابل تغیير نباشد، ایشان يك پیام ايميل (EM29) را در کارتالب خود دریافت کرده و فرآيند خاتمه می يابد و چنانچه قابل تغیير باشد، ابتدا سرويس خارجی (ES46) جستاري آماده می کند تا شماره حساب قبلی را در لگ سیستم که يك موجوديت (BE9) پايگاه اطلاعاتي است، ذخیره نماید و در ادامه سرويس خارجی (ES45) جستاري آماده می کند تا شماره حساب جديده در يك موجوديت (BE7) پايگاه اطلاعاتي است، ذخیره شود. در ادامه ایشان يك پیام ايميل (EM30) را در کارتالب خود دریافت کرده و فرآيند خاتمه می يابد.



در اين فرآيند نقش های زير مشارکت دارند:

مدرس (کاربری)

كارشناس برنامه ریزی تحصیلی (کاربری)

امور مالی (کاربری)

مدیر آکادمی (کاربری)

كارشناس قرارداد (کاربری)

سامانه مكتب دار (سيستمي)

فازهای اين فرآيند به قرار زير مي باشند:

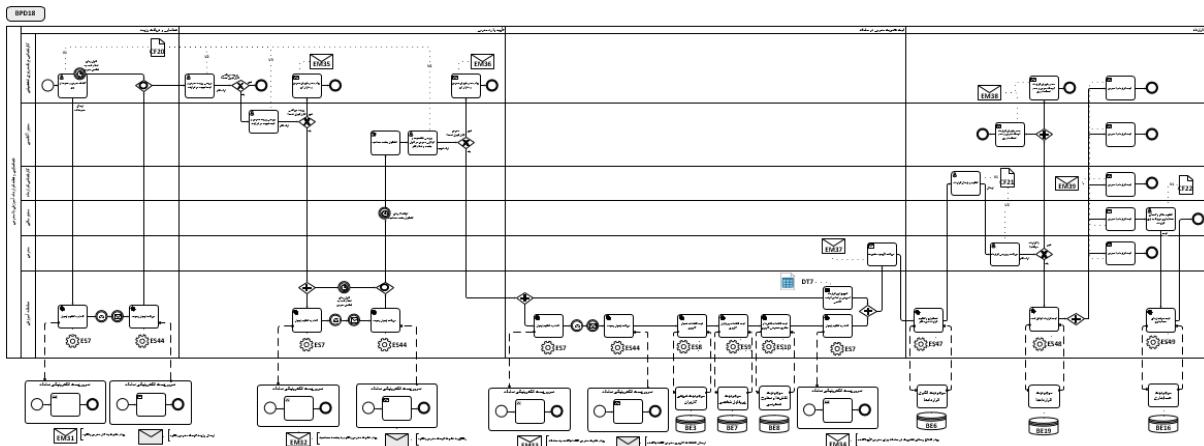
شناسایی و دریافت رزومه: کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی بر روی دکمه شناسایی و عقد قرارداد آموزش با مدرس کلیک می‌نماید. جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم جذب مدرس (CF20) را به کارتابل ایشان، ارسال می‌نماید. سپس ایشان اطلاعات مدرس شناسایی شده را در این فرم وارد کرده و حداکثر مدت معتبر برای جذب وی را نیز اعلام می‌نماید و در آخر بر روی دکمه ارسال دعوت‌نامه کلیک می‌نماید. دو جریان اجرایی در نتیجه این عمل، ایجاد می‌شود. جریان اول تا زمانیکه در فرم به عنوان حداکثر مدت اعتبار جذب، بیان شده است؛ منتظر می‌ماند و سپس به مرحله بعدی می‌روند و جریان دوم سرویس خارجی (ES7) را اجرا می‌کنند تا متن یک پیام ایمیل خارجی (EM31) برای دعوت به ارسال رزومه، تهیه شده و به سرور پست الکترونیکی سامانه ارسال شود تا به صندوق پست الکترونیکی خارجی مدرس شناسایی شده، ارسال شود. سپس در پی ارسال ایمیل مورد نظر، جریان فرآیند تا زمانیکه در فرم سرویس خارجی (ES7) ایمیل نتیجه را از مدرس شناسایی شده، دریافت نکند؛ متوقف می‌ماند. پس از دریافت ایمیل مورد نظر، محتوای ایمیل به عنوان پارامتر به یک سرویس خارجی (ES44) ارائه شده و اجرا می‌شود تا محتوای ایمیل وارد فرآیند شود.

تایید یا رد مدرس: جریان فرآیند محتوای ایمیل دریافت شده را در نمای دیگری (V2) از فرم جذب مدرس (CF20) درون کارتابل کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، ارسال می‌نماید. ایشان با توجه به پیام دریافتی، بر روی گزینه موافق یا مخالف کلیک کرده و سپس بر روی دکمه ارائه نظر کلیک می‌کنند. در صورتیکه گزینه مخالف انتخاب شده باشد؛ فرآیند خاتمه می‌یابد و در غیر این صورت، جریان فرآیند نمای دیگری (V3) از فرم جذب مدرس (CF20) را درون کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌نماید. ایشان با توجه به پیام دریافتی و نظر کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی، بر روی گزینه موافق یا مخالف کلیک کرده و سپس بر روی دکمه ارائه نظر کلیک می‌کنند. در صورتیکه گزینه مخالف انتخاب شده باشد؛ فرآیند یک پیام ایمیل (EM35) به کارتابل کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی ارسال کرده و خاتمه می‌یابد و در غیر این صورت، سرویس خارجی (ES7) را اجرا می‌کنند تا متن یک پیام ایمیل خارجی (EM32) برای دعوت به جلسه مصاحبه، تهیه شده و به سرور پست الکترونیکی سامانه ارسال شود تا به صندوق پست الکترونیکی خارجی مدرس شناسایی شده، ارسال شود. سپس در پی ارسال ایمیل مورد نظر، جریان فرآیند تا زمانیکه ایمیل نتیجه را از مدرس شناسایی شده، دریافت نکند؛ متوقف می‌ماند. پس از دریافت ایمیل مورد نظر، محتوای ایمیل به عنوان پارامتر به یک سرویس خارجی (ES44) ارائه شده و اجرا می‌شود تا محتوای ایمیل وارد فرآیند شود. در این مرحله، فرآیند تا تاریخ مشخص شده برای جلسه مصاحبه، متوقف می‌ماند و سپس در یم فعالیت دستی، جلسه‌ای با حضور مدیر آکادمی و مدرس شناسایی شده برگزار کرده و مدیر آکادمی نتیجه این جلسه را در نمای دیگری (V4) از فرم جذب مدرس (CF20) را که درون کارتابل خود دریافت کرده است، بیان کرده و بر روی دکمه ارائه نظر کلیک می‌نماید. چنانچه نظر مدیر آکادمی با همکاری با ایشان موافق نباشد؛ جریان فرآیند یک پیام ایمیل (EM36) را به کارتابل کارشناس برنامه‌ریزی تحصیلی ارائه کرده و فرآیند خاتمه می‌یابد. در غیر این صورت جریان فرآیند به مرحله بعدی می‌رود.

ثبت عضویت مدرس در سامانه: در این مرحله، جریان فرآیند به دو جریان مختلف موازی تقسیم می‌شود. در جریان اول یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT7) اجرا می‌شود که به واسطه آن نوع قرارداد مورد نظر مشخص می‌شود و در جریان بعدی سرویس خارجی (ES7) اجرا می‌شود تا متن یک پیام ایمیل خارجی (EM33) برای تایید ایمیل شخصی، تهیه شده و به سرور پست الکترونیکی سامانه ارسال شود تا به صندوق پست الکترونیکی خارجی مدرس شناسایی شده، ارسال شود. سپس در پی ارسال ایمیل مورد نظر، جریان فرآیند تا زمانیکه ایمیل نتیجه را از مدرس شناسایی شده، دریافت نکند؛ متوقف می‌ماند. پس از دریافت ایمیل مورد نظر، محتوای ایمیل به عنوان پارامتر به یک سرویس خارجی (ES44) ارائه شده و اجرا می‌شود تا محتوای ایمیل وارد فرآیند شود. سپس سه سرویس خارجی (ES8) و (ES9) و (ES10) جستارهایی بر روی سه موجودیت (BE3) و (BE7) و (BE8) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا به ترتیب اطلاعات اعتبار کاربری مدرس و اطلاعات پروفایل کاربری مدرس و تنظیمات نقش‌ها و سطوح دسترسی مدرس را ذخیره نمایند. در ادامه این جریان سرویس خارجی (ES7) اجرا می‌شود تا متن یک پیام ایمیل خارجی (EM34) برای اعلام عضویت مدرس به وی، تهیه شده و به سرور پست الکترونیکی سامانه ارسال شود تا به صندوق پست الکترونیکی خارجی مدرس شناسایی شده، ارسال شود. سپس در خاتمه هر دو جریان پیام ایمیل (EM37) به کارتابل مدرس ارسال می‌گردد.

عقد قرارداد: در این مرحله سرویس خارجی (ES47) جستاری بر روی موجودیت (BE6) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا الگوی قرارداد مورد نظر را دریافت نماید. سپس جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم قرارداد (CF21) را درون کارتابل کارشناس قراردادها، ارسال می‌نماید. این فرم بر اساس الگوی دریافت شده از سرویس خارجی (ES47) تنظیم شده است و کارشناس قراردادها آن را تکمیل

کرده و سپس بر روی دکمه ارسال کلیک می‌نماید. سپس نمای دیگری (V2) از فرم قرارداد (CF21) درون کارتابل مدرس، ارسال می‌شود. مدرس پس از دریافت این قرارداد، چنانچه با آن موافق باشد، گزینه موافق هستم و در غیر این صورت گزینه موافق نیستم را انتخاب کرده و بر روی دکمه ارائه نظر کلیک می‌نماید. در ادامه چنانچه مدرس با قرارداد موافق نباشد، پیام ایمیل (EM38) برای کارتابل کارشناس برنامه‌ریزی تحریصی و کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌شود و در غیر این صورت سرویس خارجی (ES48) جستاری بر روی موجودیت (BE19) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا قرارداد مورد نظر را ثبت نماید. سپس پیام ایمیل (EM39) برای کارتابل کارشناس برنامه‌ریزی تحریصی، کارتابل مدیر آکادمی، کارتابل مدرس، کارتابل کارشناس قراردادها و کارتابل مدیر مالی ارسال می‌شود. سپس نمای خاصی (V1) از فرم تنظیم سرفصل‌های حسابداری (CF22) درون کارتابل مدیر مالی، ارسال می‌شود. مدیر مالی در این فرم (CF22) پس از تعیین سرفصل‌های حسابداری بر روی دکمه ثبت کلیک می‌کند. در نهایت سرویس خارجی (ES49) جستاری بر روی موجودیت (BE16) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا سرفصل‌های حسابداری تنظیم شده را ثبت نماید.



فرآیند شناسایی و عقد قرارداد مشارکت با شریک تجاری

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- کارشناس بازاریابی (کاربری)
- کارشناس قرارداد (کاربری)
- شریک تجاری (کاربری)
- امور مالی (کاربری)
- مدیر آکادمی (کاربری)
- سامانه مكتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۱- شناسایی کسبوکار و ارائه اطلاعات جهت معرفی و بیان اهداف مشارکت: ابتدا کارشناس بازرگانی بر روی دکمه شناسایی و عقد قرارداد مشارکت با شریک تجاری کلیک می‌کند. در این مرحله هم جهت شناسایی کسبوکارهای مستعد برای مشارکت، اقدام می‌نماید و هم نمای خاصی (V1) از فرم معرفی کسبوکار شناسایی شده (CF23) برای کارتابل وی ارسال می‌شود. اقدام شناسایی تا زمانی به طول می‌انجامد و تکرار می‌شود تا وی موفق به شناسایی برخی از این کسبوکارها شود. زمانیکه موفق به کشف کسبوکارهای مستعد شد، نمای (V1) فرم (CF23) را از کارتابل خود باز کرده و اطلاعات یک کسبوکار را در آن وارد می‌کند. سپس بر روی دکمه ثبت کلیک می‌کند. در ادامه سرویس خارجی (ES64) جستاری بر روی موجودیت (BE20) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا شریک تجاری بالقوه را ثبت نماید. پس از ثبت اطلاعات شریک تجاری بالقوه، هم کارشناس بازرگانی اقدام به برقراری ارتباط با وی می‌کند و هم نمای دیگری (V2) از فرم معرفی کسبوکار شناسایی شده (CF23) برای کارتابل وی ارسال می‌شود. زمانیکه شریک تجاری بالقوه برای همکاری، اعلام تمایل نمود؛ کارشناس بازرگانی نمای (V2) فرم (CF23) را از کارتابل خود باز کرده و با تنظیم ایمیل شریک تجاری بالقوه و متن دعوت‌نامه

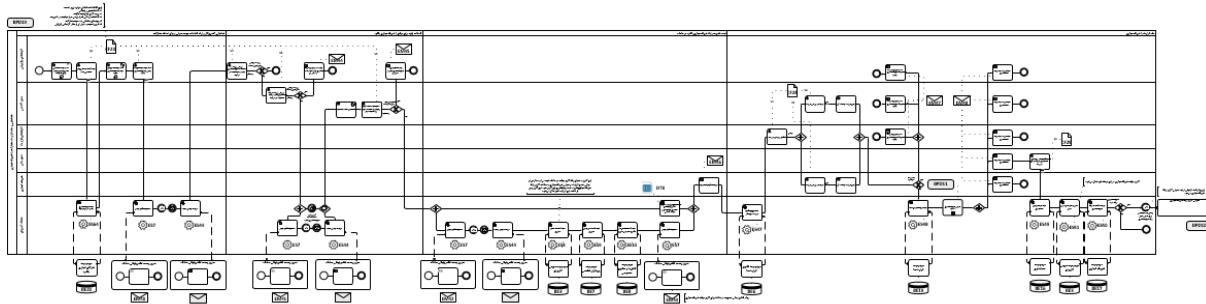
رسمی از وی در داخل همین فرم، بر روی دکمه اقدام کلیک می‌نماید. سپس سرویس خارجی (ES7) را اجرا می‌کند تا متن یک پیام ایمیل خارجی (EM40) برای دعوت به همکاری، تهیه شده و به سرور پست الکترونیکی سامانه ارسال شود تا به صندوق پست الکترونیکی خارجی شریک تجاری بالقوه شناسایی شده، ارسال شود. سپس در پی ارسال ایمیل مورد نظر، جریان فرآیند تا زمانیکه ایمیل نتیجه را از ایشان، دریافت نکند؛ متوقف می‌ماند. پس از دریافت ایمیل مورد نظر، محتوای ایمیل به عنوان پارامتر به یک سرویس خارجی (ES44) از راهه شده و اجرا می‌شود تا محتوای ایمیل وارد فرآیند شود.

۶۹ اقدامات اولیه برای توافق با شریک تجاری بالقوه: در ادامه نمای دیگری (V3) از فرم معرفی کسبوکار شناسایی شده (CF23) برای کارتابل کارشناس بازاریابی ارسال می‌شود. ایشان در این فرم، رزومه و مستندات مختلف ارائه شده توسط شریک تجاری بالقوه شناسایی شده را مورد ارزیابی قرار داده و پس از انتخاب یکی از گزینه‌های رزومه خوبی است یا رزومه خوبی نیست؛ بر روی دکمه ارائه نظر کلیک می‌نماید. چنانچه وی با رزومه موافق نباشد، فرآیند خاتمه یافته و در غیر این صورت نمای دیگری (V4) از فرم معرفی کسبوکار شناسایی شده (CF23) برای کارتابل مدیر آکادمی ارسال می‌شود. مدیر آکادمی در این مرحله نظر خود را در این نما (V4) از این فرم (CF23) اعلام می‌نماید. چنانچه وی با رزومه موافق نباشد، پیام ایمیل (EM44) برای کارتابل کارشناس بازاریابی ارسال شده و فرآیند خاتمه می‌باید و در غیر این صورت، فرآیند سرویس خارجی (ES7) را اجرا می‌کند تا متن یک پیام ایمیل خارجی (EM41) برای دعوت به جلسه مصاحبه، تهیه شده و به سرور پست الکترونیکی سامانه ارسال شود تا به صندوق پست الکترونیکی خارجی شریک تجاری بالقوه شناسایی شده، ارسال شود. سپس در پی ارسال ایمیل مورد نظر، جریان فرآیند تا زمانیکه ایمیل نتیجه را از ایشان، دریافت نکند؛ متوقف می‌ماند. پس از دریافت ایمیل مورد نظر، محتوای ایمیل به عنوان پارامتر به یک سرویس خارجی (ES44) ارائه شده و اجرا می‌شود تا محتوای ایمیل وارد فرآیند شود. در ادامه هم نمای دیگری (V5) از فرم معرفی کسبوکار شناسایی شده (CF23) برای کارتابل مدیر آکادمی ارسال می‌شود و هم ایشان برای روز جلسه در محل جلسه حاضر خواهند شد. مدیر آکادمی پس از خاتمه جلسه حضوری با شریک تجاری نمای (V5) از فرم (CF23) را که در کارتابل خود دارد باز کرده و صورت جلسه را به همراه نتیجه جلسه (توافق یا عدم توافق) در آن درج می‌نماید و سپس بر روی دکمه ارائه نتیجه کلیک می‌کند. در ادامه اگر توافق صورت نگرفته باشد؛ پیام ایمیل (EM45) برای کارتابل کارشناس بازاریابی ارسال شده و فرآیند خاتمه می‌باید و در غیر این صورت، فرآیند به مرحله بعد می‌رود.

۷۰ ثبت عضویت رابط شریک تجاری بالقوه در سامانه: در این مرحله، جریان فرآیند به دو جریان مختلف موازی تقسیم می‌شود. در جریان اول یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT8) اجرا می‌شود که به واسطه آن نوع قرارداد مورد نظر مشخص می‌شود و در جریان بعدی سرویس خارجی (ES7) اجرا می‌شود تا متن یک پیام ایمیل خارجی (EM42) برای دعوت به سامانه مکتب‌دار، تهیه شده و به سرور پست الکترونیکی سامانه ارسال شود تا به صندوق پست الکترونیکی خارجی شریک تجاری بالقوه شناسایی شده، ارسال شود. سپس در پی ارسال ایمیل مورد نظر، جریان فرآیند تا زمانیکه ایمیل نتیجه را از شریک تجاری بالقوه شناسایی شده، دریافت نکند؛ متوقف می‌ماند. پس از دریافت ایمیل مورد نظر، محتوای ایمیل به عنوان پارامتر به یک سرویس خارجی (ES44) ارائه شده و اجرا می‌شود تا محتوای ایمیل وارد فرآیند شود. سپس سه سرویس خارجی (ES8) و (ES9) و (ES10) جستارهایی بر روی سه موجودیت (BE3) و (BE7) و (BE8) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا به ترتیب اطلاعات اعتبار کاربری کاربر موقت شریک تجاری و اطلاعات پروفایل کاربری کاربر موقت شریک تجاری و تنظیمات نقش‌ها و سطوح دسترسی کاربر موقت شریک تجاری را ذخیره نمایند. در ادامه این جریان سرویس خارجی (ES7) اجرا می‌شود تا متن یک پیام ایمیل خارجی (EM43) برای اعلام عضویت این کاربر موقت شریک تجاری به وی، تهیه شده و به سرور پست الکترونیکی سامانه ارسال شود تا به صندوق پست الکترونیکی خارجی کاربر موقت شریک تجاری، ارسال شود. سپس در خاتمه هر دو جریان پیام ایمیل (EM46) به کارتابل کاربر موقت شریک تجاری ارسال می‌گردد.

۷۱ عقد قرارداد با شریک تجاری: در این مرحله سرویس خارجی (ES47) جستاری بر روی موجودیت (BE6) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا الگوی قرارداد مورد نظر را دریافت نماید. سپس جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم قرارداد (CF24) را درون کارتابل کارشناس قراردادها، ارسال می‌نماید. این فرم بر اساس الگوی دریافت شده از سرویس خارجی (ES47) تنظیم شده است و کارتابل قراردادها آن را تکمیل کرده و سپس بر روی دکمه ارسال کلیک می‌نماید. سپس کار فرآیند در دو جریان ادامه می‌باید؛ در جریان اول نمای دیگری (V2) از فرم قرارداد (CF24) درون کارتابل کاربر موقت شریک تجاری، ارسال می‌شود و در جریان دوم همان نما (V2) از فرم قرارداد (CF24) درون کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌شود. هر دوی این افراد یا نقش‌ها، اعلام رضایت از قرارداد یا عدم رضایت را

در فرم‌های خود اعلام می‌کنند و اگر با قرارداد موافق بودند، قرارداد مورد نظر را چاپ کرده و امضاء می‌کنند. در این مرحله چنانچه توافق بر سر قرارداد صورت نگرفته باشد، پیام ایمیل (EM47) برای کارتابل کارشناس بازرگانی، کارتابل کارشناس قراردادها و کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌شود و سپس فرآیند خاتمه می‌یابد. در غیر این صورت سرویس خارجی (ES48) جستاری بر روی موجودیت (BE19) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا قرارداد مورد نظر را ثبت نماید. سپس زیرفرآیند معرفی شریک تجاری (BPD11) اجرا می‌شود و سپس پیام ایمیل (EM48) برای کارتابل کارشناس بازرگانی، کارتابل مدیر آکادمی، کارتابل کاربر موقت شریک تجاری، کارتابل کارشناس قراردادها و کارتابل مدیر مالی ارسال می‌شود. سپس نمای خاصی (V1) از فرم تنظیم سرفصل‌های حسابداری (CF25) درون کارتابل مدیر مالی، ارسال می‌شود. مدیر مالی در این فرم (CF25) پس از تعیین سرفصل‌های حسابداری بر روی دکمه ثبت کلیک می‌کند. سپس سرویس خارجی (ES49) جستاری بر روی موجودیت (BE16) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا سرفصل‌های حسابداری تنظیم شده را ثبت نماید و در ادامه سرویس خارجی (ES51) جستاری بر روی موجودیت (BE3) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا کاربر موقت شریک تجاری را غیر فعال نماید و سپس سرویس خارجی (ES50) جستاری بر روی موجودیت (BE17) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا اطلاعات رابط شریک تجاری را دریافت نماید. در این مرحله اگر آخرین سرویس اجرا شده نتواند رابطی برای شریک تجاری کشف نماید، فرآیند با ارائه یک پیام خاص برای فراخوانی فرآیند معرفی کاربر رابط شریک تجاری (BPD12) به کار خود خاتمه می‌دهد و اگر سرویس ذکر شده یک کاربر را به عنوان رابط شریک تجاری، شناسایی کند، فرایند بدون هیچ فراخوانی دیگری، خاتمه می‌یابد.



فرآیند تعریف و ارائه نظرسنجی

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- ❶ متقاضی نظرسنجی (کاربری)
- ❷ کارشناس روابط عمومی (کاربری)
- ❸ سامانه مکتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

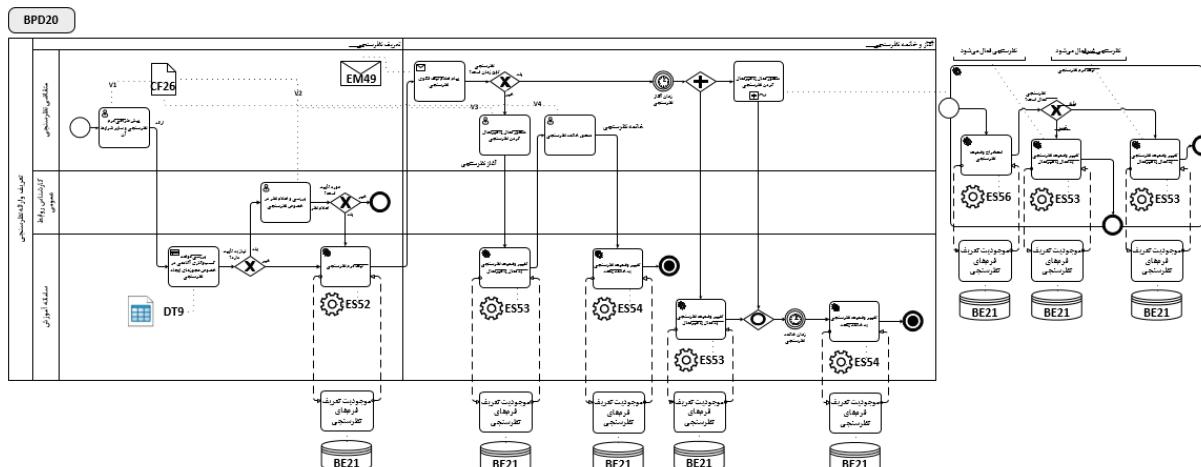
۱۰۱ تعریف نظرسنجی: ابتدا متقاضی نظرسنجی که می‌تواند یکی از اعضاء سامانه باشد بر روی دکمه تعریف و ارائه نظرسنجی کلیک می‌کند. سپس نمای خاصی (V1) از فرم طراحی نظرسنجی (CF26) برای کارتابل وی ارسال می‌شود. ایشان پس از باز کردن این فرم، تعریف شرایط عمومی نظرسنجی و تعریف تک به تک سوالات آن را آغاز می‌کنند. در انتهای این فرم و پس از خاتمه تعریف نظرسنجی، بر روی دکمه ارائه کلیک می‌کنند. در ادامه، جریان فرآیند یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT9) قرار دارد که مشخص می‌کند آیا نظرسنجی طراحی شده بر اساس قواعد این کسب‌وکار، نیاز به تایید دارد و یا بدون تایید نیز می‌تواند ارائه شود. چنانچه نظرسنجی طراحی شده نیاز به تایید داشته باشد، نمای دیگری (V2) از فرم طراحی نظرسنجی (CF26) برای کارتابل کارشناس روابط عمومی ارسال می‌شود تا ایشان نیز نظر خود را در این خصوص بیان دارند. چنانچه این کارشناس، ارائه این نظرسنجی را تایید نکرد، فرآیند خاتمه می‌یابد و چنانچه تایید کرد سرویس خارجی (ES52) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا نظرسنجی طراحی شده را ثبت نماید.

۱۰۲ آغاز یا خاتمه نظرسنجی: در ادامه یک پیام ایمیل (EM49) به کارتابل متقاضی نظرسنجی ارسال می‌شود. چنانچه در تعریف مشخصات نظرسنجی، نظرسنجی را به زمان وابسته شده باشد (از زمان مشخصی آغاز می‌شود و تا زمان مشخصی ادامه می‌یابد) فرآیند تا زمان تعریف

شده برای آغاز نظرسنجی، متوقف می‌ماند و پس از تحقق این زمان، جریان فرآیند دوباره ادامه پیدا می‌کند و چنانچه نظرسنجی مورد نظر وابسته به زمان نباشد (با دستور متقاضی نظرسنجی، نظرسنجی آغاز و یا خاتمه می‌یابد)، نمای دیگری (V3) از فرم طراحی نظرسنجی (CF26) برای کارتابل متقاضی نظرسنجی ارسال می‌شود تا ایشان در صورت تمایل، نظرسنجی را آغاز کنند. ایشان پس از مراجعت به این نما (V3) از این فرم (CF26) بر روی دکمه آغاز نظرسنجی کلیک می‌کنند تا سرویس خارجی (ES53) جستاری بر روی موجودیت پایگاه اطلاعاتی، اجرا نماید تا وضعیت نظرسنجی طراحی شده را به وضعیت فعلی رسانده و این وضعیت را ثبت نماید تا نظرسنجی برای دریافت نظرات سایر کاربران و کنشگران در اختیار قرار گیرد. چنانچه نظرسنجی با موقفيت در وضعیت فعلی قرار گیرد؛ نمای دیگری (V4) از فرم طراحی نظرسنجی (CF26) برای کارتابل متقاضی نظرسنجی ارسال می‌شود تا ایشان در صورت تمایل، نظرسنجی را خاتمه دهند. چنانچه متقاضی نظرسنجی این نما (V4) از این فرم (CF26) را بازکند و بر روی دکمه خاتمه نظرسنجی کلیک کند، سرویس خارجی (ES54) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا وضعیت نظرسنجی طراحی شده را به وضعیت خاتمه یافته ببرد و این نظرسنجی را از دسترس خارج کند. و سپس کل فرآیند برچیده می‌شود.

به این نکته توجه داشته باشید که اگر نظرسنجی وابسته به زمان باشد، پس از سرسید زمان آغاز نظرسنجی، دو جریان دنبال خواهد شد؛ ابتدا یک زیرفرآیند موردنی در کارتابل متقاضی نظرسنجی قرار خواهد گرفت تا در صورت تمایل بتواند قبل از رسیدن به زمان خاتمه نظرسنجی، هر چند نوبت که تمایل داشته باشد، نظرسنجی را فعلی یا غیرفعال نماید و در جریان دیگر سرویس خارجی (ES53) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا وضعیت نظرسنجی طراحی شده، به وضعیت فعلی رفته و نظرسنجی مورد نظر در دسترس قرار گیرد. سپس تا زمان سرسید خاتمه نظرسنجی، این جریان فرآیندی منتظر می‌ماند و پس از سرسید این زمان، سرویس خارجی (ES54) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا وضعیت نظرسنجی طراحی شده را به وضعیت خاتمه یافته ببرد و در نهایت کل فرآیند برچیده می‌شود.

از طرف دیگر زیرفرآیند موردنی ذکر شده در هر بار اجرا، ابتدا با اجرای سرویس خارجی (ES56) که جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید وضعیت نظرسنجی طراحی شده را تشخیص داده و سپس بر اساس وضعیت شناسایی شده با پارامترهای معکوس وضعیت فعلی، سرویس خارجی (ES53) که جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی دارد، اجرا می‌کند تا وضعیت نظرسنجی را معکوس نماید.



فرآیند شرکت در نظرسنجی

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

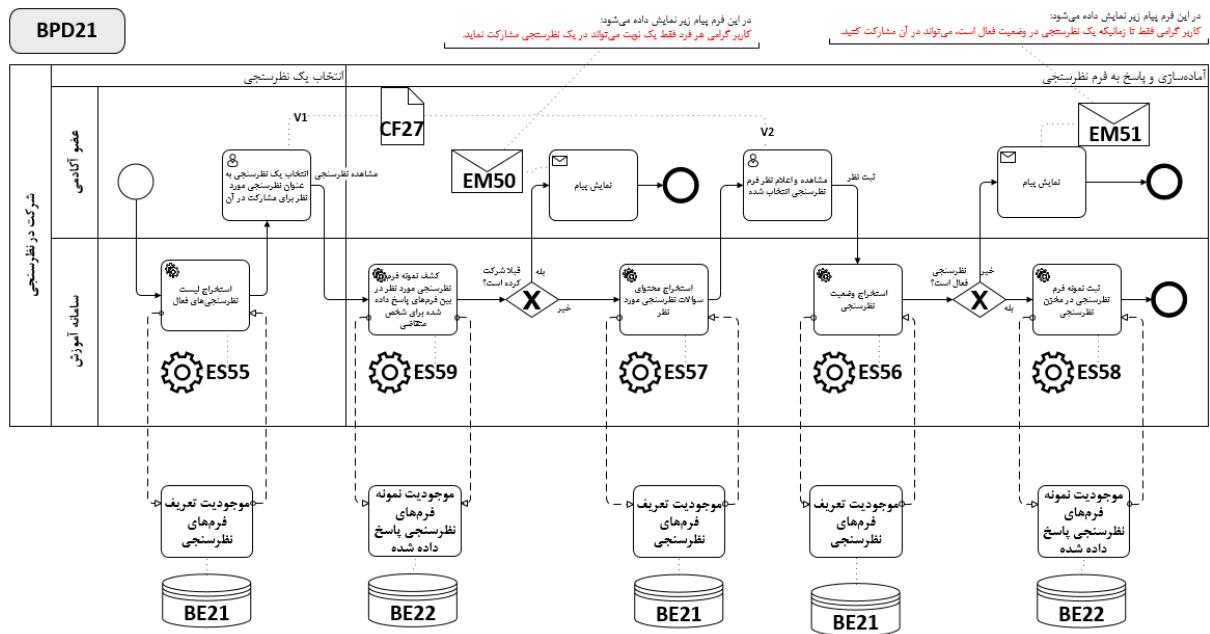
عضو آکادمی (کاربری)

سامانه مكتب‌دار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

انتخاب یک نظرسنجی: ابتدا عضو آکادمی بر روی دکمه شرکت در نظرسنجی کلیک می‌کند. سپس سرویس خارجی (ES55) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا لیست نظرسنجی‌های طراحی شده فعل را دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V1) از فرم شرکت در نظرسنجی (CF27) برای کارتابل وی ارسال می‌شود. ایشان پس از باز کردن این فرم، لیست مورد نظر را مشاهده کرده و یکی از آنها را انتخاب کرده و بر روی دکمه مشاهده نظرسنجی کلیک می‌نماید.

آماده‌سازی و پاسخ به فرم نظرسنجی: در ادامه، جریان فرآیند، سرویس خارجی (ES59) جستاری بر روی موجودیت (BE22) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا بفهمد آیا فرم پاسخ داده شده‌ای در این موجودیت (BE22) پایگاه اطلاعاتی وجود دارد که نشان دهد فرد مقاضی قبل از این نظرسنجی شرکت کرده است یا خیر. در صورتیکه فرد مورد نظر قبل از این نظرسنجی شرکت کرده باشد، پیام ایمیل (EM50) به کارتابل وی ارسال می‌شود و فرآیند خاتمه می‌یابد. چنانچه فرد مورد نظر قبل از این نظرسنجی شرکت نکرده باشد، جریان (EM50) به کارتابل وی ارسال می‌شود و فرآیند خاتمه می‌یابد. اجرا می‌نماید تا ساختار فرم نظرسنجی مورد نظر فرآیند، سرویس خارجی (ES57) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا ساختار فرم نظرسنجی مورد نظر را استخراج نماید. سپس نمای دیگری (V2) از فرم شرکت در نظرسنجی (CF27) برای کارتابل وی ارسال می‌شود. ایشان در این فرم، پاسخ نظرسنجی را تنظیم کرده و بر روی دکمه ثبت نظر کلیک می‌فرمایند. سپس جریان فرآیند، سرویس خارجی (ES56) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا وضعیت نظرسنجی مورد نظر را استخراج نماید. در ادامه، فرآیند بررسی می‌نماید که اگر نظرسنجی فعل نباشد، یک پیام ایمیل (EM51) برای کارتابل وی ارسال شود و سپس فرآیند خاتمه می‌یابد. ولیکن اگر نظرسنجی فعل باشد؛ جریان فرآیند، سرویس خارجی (ES58) جستاری بر روی موجودیت (BE22) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا فرم پاسخ داده شده مورد نظر را برای شخص پاسخ دهنده ثبت نماید و سپس فرآیند خاتمه می‌یابد.



فرآیند دریافت گزارش نظرسنجی

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

متقاضی گزارش نظرسنجی (کاربری)

سامانه مكتب‌دار (سیستمی)

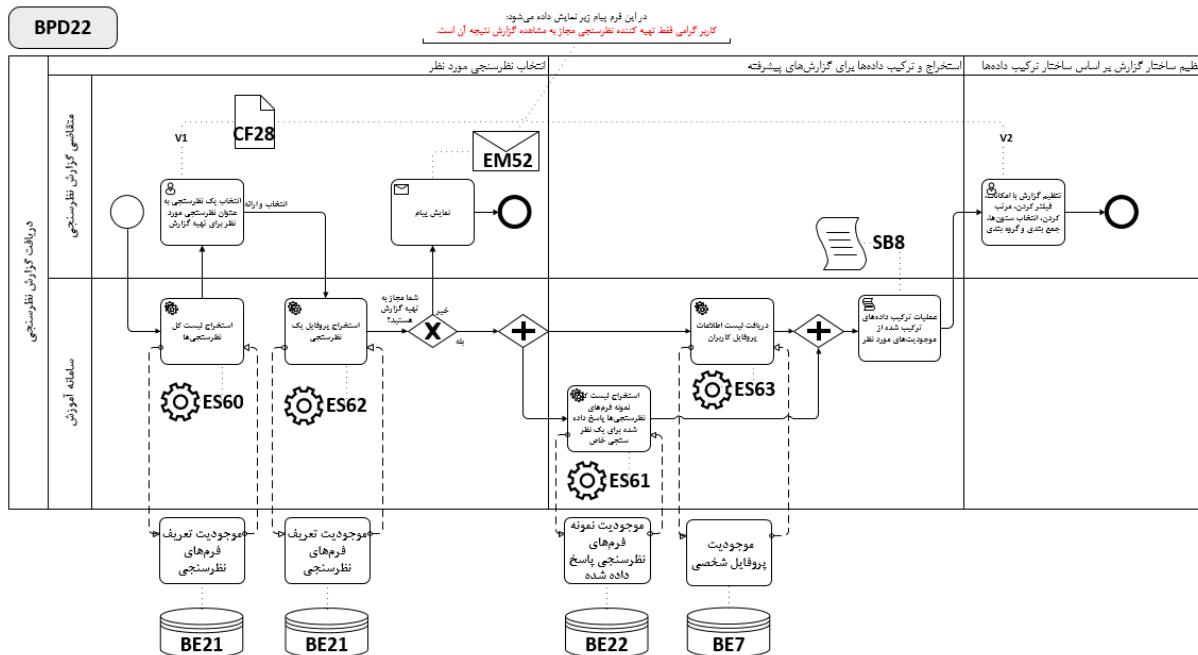
فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

انتخاب نظرسنجی مورد نظر: ابتدا متقاضی گزارش نظرسنجی بر روی دکمه دریافت گزارش نظرسنجی کلیک می‌کند. سپس سرویس خارجی (ES60) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا لیست نظرسنجی‌های طراحی شده را دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V1) از فرم گزارش نظرسنجی (CF28) برای کارتابل وی ارسال می‌شود. ایشان پس از باز کردن این فرم،

لیست مورد نظر را مشاهده کرده و یکی از آنها را انتخاب کرده و بر روی دکمه انتخاب و ارائه کلیک می‌نماید. سپس سرویس خارجی (ES62) جستاری بر روی موجودیت (BE21) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا اطلاعات پروفایل تعریف شده نظرسنجی طراحی شده مورد نظر را دریافت نماید. در ادامه، فرآیند کنترل می‌کند که آیا متقاضی مجاز به دریافت این گزارش هست یا خیر؟ اگر مجاز به دریافت این گزارش نباشد؛ پیام ایمیل (EM52) به کارت‌ابل متقاضی ارسال شده و فرآیند خاتمه می‌یابد. در غیر این صورت فرآیند به صورت موازی دو جریان مختلف را دنبال می‌کند.

۶۰ استخراج و ترکیب داده‌ها برای گزارش‌های پیشرفته: در جریان اول سرویس خارجی (ES63) جستاری بر روی موجودیت (BE7) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا اطلاعات پروفایل کاربران را دریافت نماید. در جریان دوم سرویس خارجی (ES61) جستاری بر روی موجودیت (BE22) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا اطلاعات کل فرم‌های پاسخ‌داده شده به نظرسنجی مورد نظر را دریافت نماید. سپس در ادامه فرآیند این دو جریان ترکیب شده و یک فعالیت دستوری (SB8) را اجرا می‌نماید تا عملیات ترکیب داده‌ها را انجام دهد.

۶۱ تنظیم ساختار گزارش بر اساس ساختار ترکیب داده‌ها: در ادامه نمای دیگر (V2) از فرم گزارش نظرسنجی (CF28) برای کارت‌ابل متقاضی ارسال می‌شود که محتواه گزارش را داخل خود نمایش می‌دهد.



فرآیند دریافت عضویت سامانه ایده‌نگار

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- ➊ متقاضی عضویت (کاربری)
- ➋ کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- ➌ سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

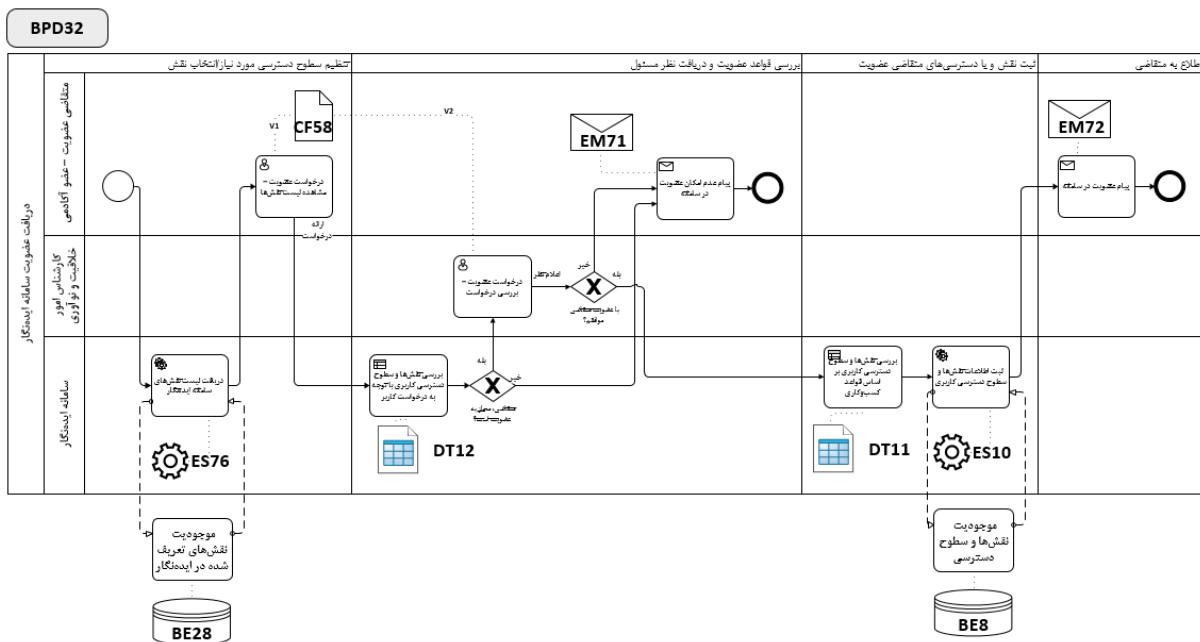
فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

۶۲ تنظیم سطوح دسترسی مورد نیاز/انتخاب نقش: ابتدا متقاضی عضویت در سامانه ایده‌نگار بر روی دکمه دریافت عضویت سامانه ایده‌نگار کلیک می‌کند. سپس سرویس خارجی (ES76) جستاری بر روی موجودیت (BE28) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا لیست نقش‌های مربوط به سامانه ایده‌نگار را دریافت نماید. سپس نمای خاصی (V1) از فرم دریافت عضویت (CF58) برای کارت‌ابل وی ارسال می‌شود. ایشان پس از دریافت این فرم، و مشاهده لیست نقش‌ها در این فرم (CF58)، نقش مورد نظر خود را انتخاب کرده و بر روی دکمه رأیه درخواست کلیک می‌نماید.

بررسی قواعد عضویت و دریافت نظر مسئول: در ادامه یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT12) بر اساس قواعد کسب‌وکاری، کنترل می‌کند که آیا شخص مقاضی مجاز به دریافت این نقش از این سامانه می‌باشد یا خیر؟ چنانچه ایشان مجاز به دریافت این نقش نباشند؛ یک پیام ایمیل (EM71) به کارتالب ایشان ارسال می‌شود تا ایشان از این موضوع مطلع شوند و در ادامه، فرآیند خاتمه می‌یابد. در غیر این صورت نمای خاصی (V2) از فرم دریافت عضویت (CF58) برای کارتالب کارشناس امور خلاقیت و نوآوری ارسال می‌شود. این کارشناس پس از دریافت این فرم، و مشاهده درخواست مقاضی موافقت ننمایند؛ یک پیام ایمیل (EM71) به کارتالب مقاضی ارسال می‌شود تا ایشان از این موضوع مطلع شوند و در ادامه، فرآیند خاتمه می‌یابد در غیر این صورت، جریان فرآیند به مرحله بعد می‌رود.

ثبت نقش و یا دسترسی‌های مقاضی عضویت: در ادامه، فرآیند یک فعالیت تصمیم‌گیری (DT11) سطوح دسترسی مربوط به این نقش را به عنوان خروجی به فرآیند اعلام می‌نماید و سپس سرویس خارجی (ES10) جستاری بر روی موجودیت (BE8) پایگاه اطلاعاتی، اجرا می‌نماید تا لیست دسترسی‌های مرتبط با نقش انتخاب شده را برای مقاضی ثبت نماید.

اطلاع به مقاضی: و در نهایت، فرآیند یک پیام ایمیل (EM72) به کارتالب مقاضی ارسال می‌نماید تا تحقق درخواست وی را به وی اعلام نماید و سپس فرآیند خاتمه می‌یابد.



فرآیند پذیرش ایده

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- عضو آکادمی مالک ایده (کاربری)
- کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- کارشناس قراردادها (کاربری)
- مدیر آکادمی (کاربری)
- سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

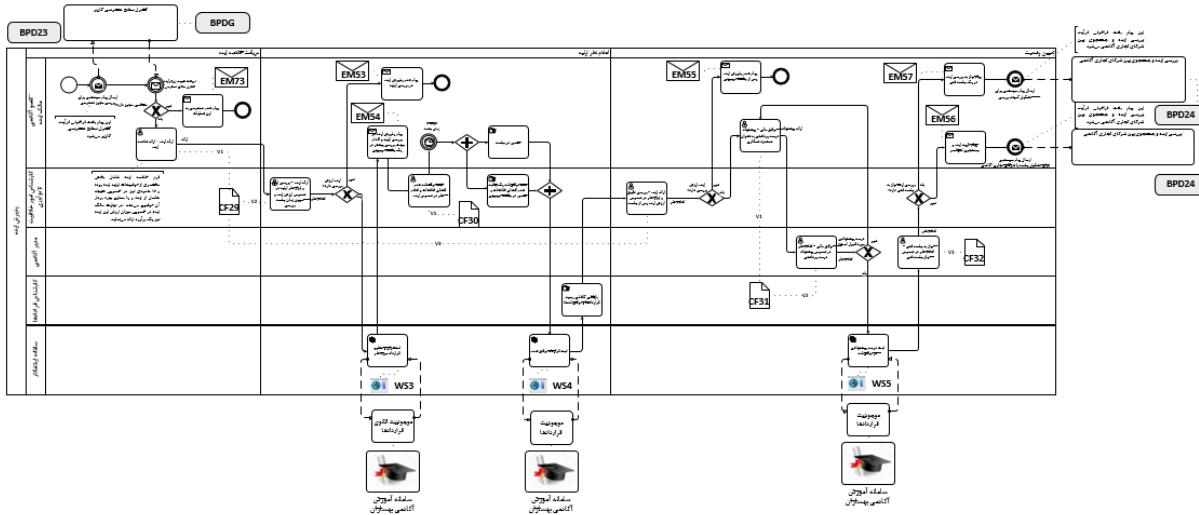
فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

دريافت خلاصه ايده: ابتدا عضو آکادمي که مالك ايده مي باشد، در سامانه ايده‌نگار بر روی دکمه ارائه ايده کليک می‌کند. سپس فرآيند (BPDG) به واسطه پيام مشخصي که شامل مشخصات اعتبار کاريри فرد مورد نظر (عضو آکادمي که مالك ايده است) است، فرآخوانی می‌شود تا دسترسی وی کنترل شود. در ادامه، فرآيند تا زمان دریافت پيامي که حاصل نتيجه بررسی مجوز دسترسی فرد مروд

نظر است، منتظر می‌ماند و پس از دریافت این پیام، بررسی می‌کند که آیا مجوز دسترسی برای وی وجود دارد یا خیر؟ در صورتیکه مجوز دسترسی وجود نداشته باشد، جریان فرآیند یک پیام ایمیل (EM73) به کارتابل فرد مورد نظر ارسال می‌شود تا بدان که به این فرآیند دسترسی ندارد. و در صورتیکه مجوز دسترسی وجود نداشته باشد، جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم ارائه ایده (CF29) را به کارتابل وی ارسال می‌نماید. مالک ایده، اطلاعات خلاصه ایده را در فرم تکمیل کرده و بر روی دکمه ارائه کلیک می‌کند.

اعلام نظر اولیه: در ادامه، جریان فرآیند نمای دیگری (V2) از فرم ارائه ایده (CF29) را به کارتابل کارشناس امور خلاقیت و نوآوری، ارسال می‌نماید. ایشان فرم را باز کرده و نظر خود را در آن درج می‌کنند و اگر ایده مورد نظر را با ارزش بداند، تاریخی را برای جلسه حضوری هماهنگ خواهد نمود. در نهایت بر روی دکمه اعلام نظر کلیک می‌کند. اگر ایده با ارزش نباشد، پیام ایمیل (EM53) به کارتابل مالک ایده ارسال می‌شود و فرآیند خاتمه می‌یابد و اگر ایده با ارزش باشد، جریان فرآیند به یک سرویس وب (WS3) می‌رود تا الگوی قرارداد مورد نظر (توافق‌نامه عدم افشاء اطلاعات) استخراج شود و سپس پیام ایمیل (EM54) به کارتابل مالک ایده ارسال می‌شود. در ادامه نمای خاصی (V1) از فرم قرارداد (CF30) به کارتابل کارشناس امور خلاقیت و نوآوری ارسال می‌شود تا وی قرارداد درون فرم را چاپ کرده و امضاء نماید تا در روز جلسه به مالک ایده ارائه نماید. در این مرحله، فرآیند تا زمان قرار تشکیل جلسه، متوقف می‌ماند و پس از سرسید این زمان، هر دو شخص (مالک ایده و کارشناس امور خلاقیت و نوآوری) در یک جلسه حضور به هم می‌رسانند و مالک ایده پس از دریافت توافق‌نامه عدم افشاء اطلاعات، در خصوص ایده خود توضیحات کامل را ارائه می‌نماید. از طرف دیگر سرویس وب (WS4) اجرا می‌شود تا محتوای قرارداد در پایگاه داده ذخیره شود. در ادامه رسید توافق‌نامه و یا نسخه‌ای از توافق‌نامه که توسط مالک ایده رسید شده است در بایگانی کاغذی این آکادمی نگهداری می‌شود.

تعیین وضعیت: در ادامه، جریان فرآیند نمای دیگری (V3) از فرم ارائه ایده (CF29) را به کارتابل کارشناس امور خلاقیت و نوآوری، ارسال می‌نماید. ایشان فرم را باز کرده و نظر خود به همراه مبلغ پیشنهادی بابت هزینه‌های آکادمی را در آن درج می‌کنند و در نهایت بر روی دکمه اعلام نظر کلیک می‌کند. در ادامه اگر ایده مورد نظر کارشناس با ارزش نباشد، پیام ایمیل (EM55) به کارتابل مالک ایده ارسال می‌شود و فرآیند خاتمه می‌یابد و اگر ایده با ارزش باشد، جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم توافق مالی (CF31) را به کارتابل مالک ایده، ارسال می‌نماید. مالک ایده در این فرم، پیشنهاد کارشناس امور خلاقیت و نوآوری را که در نمای (V3) از فرم ارائه ایده (CF29) درج شده بود، مشاهده کرده و پیشنهاد خود را نیز درج می‌نماید و در نهایت بر روی دکمه ارائه پیشنهاد کلیک می‌کند. در ادامه، جریان فرآیند نمای دیگری (V2) از فرم توافق مالی (CF31) را به کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌نماید. مدیر آکادمی پس از دریافت این فرم، نظر خود را در آن اعلام کرده و بر روی دکمه اعلام نظر کلیک می‌کند. در این مرحله اگر مدیر آکادمی با پیشنهاد مالی مالک ایده موافق نباشد؛ جریان فرآیند مجدد به نمای (V1) از فرم توافق مالی (CF31) در کارتابل مالک ایده می‌رود و چنانچه مدیر آکادمی با پیشنهاد مالی مالک ایده موافق باشد؛ سرویس وب (WS5) اجرا می‌شود تا رقم مورد توافق در توافق‌نامه ثبت شود. سپس جریان فرآیند نمای خاصی (V1) از فرم نیاز به جلسه فنی (CF32) را به کارتابل مدیر آکادمی، ارسال می‌نماید. مدیر آکادمی پس از دریافت این فرم، نظر خود را مشخص کرده و بر روی دکمه اعلام نظر کلیک می‌کند. چنانچه مدیر آکادمی موافق تشکیل یک جلسه فنی باشد ابتدا پیام ایمیل (EM57) به کارتابل مالک ایده ارسال می‌شود و فرآیند به گونه‌ای خاتمه می‌یابد که به واسطه یک پیام سیستمی، فرآیند (BPD24) برای بررسی ایده و جستجوی بین شرکای تجاری آکادمی ارسال شده و خاتمه می‌یابد. چنانچه مدیر آکادمی موافق تشکیل یک جلسه فنی نباشد ابتدا پیام ایمیل (EM56) به کارتابل مالک ایده ارسال می‌شود و فرآیند به گونه‌ای خاتمه می‌یابد. چنانچه مدیر آکادمی موافق تشکیل یک جلسه سیستمی، فرآیند (BPD24) برای بررسی ایده و جستجوی بین شرکای تجاری آکادمی ارسال شده و خاتمه می‌یابد.



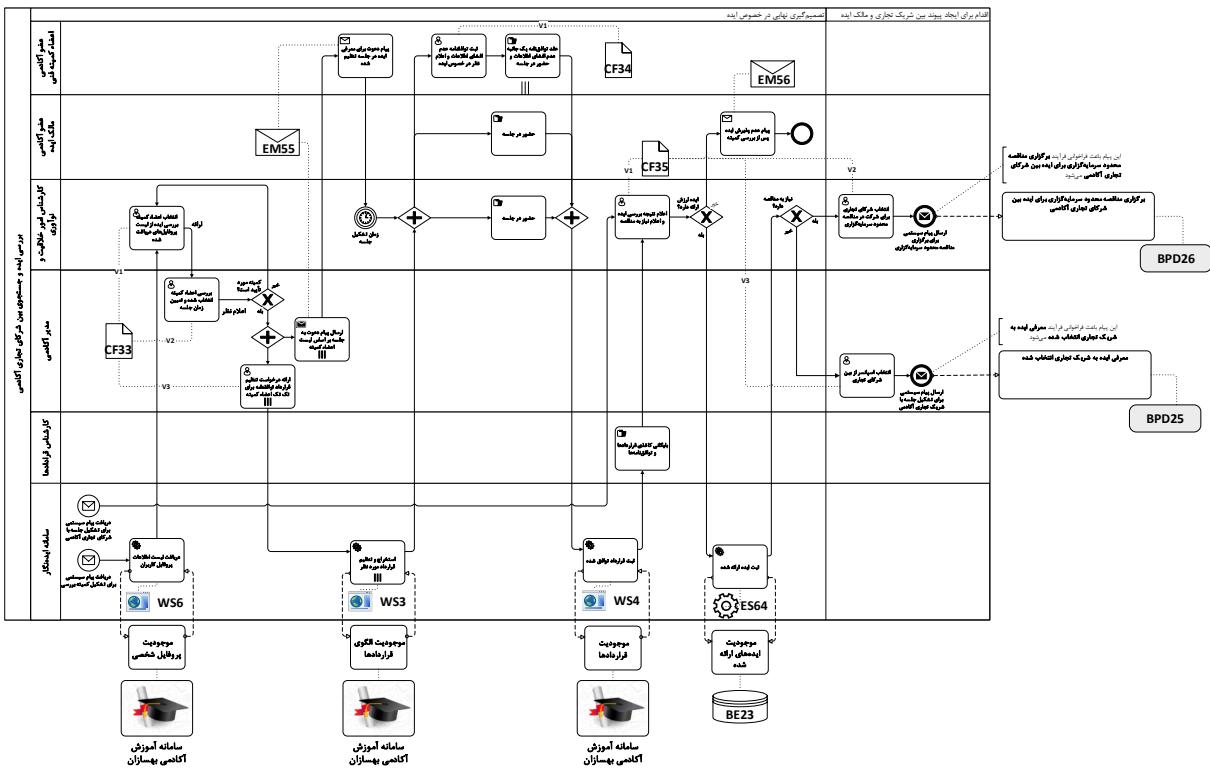
فرآیند بررسی ایده و جستجوی بین شرکای تجاری آکادمی

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- 👤 عضو آکادمی اعضاء کمیته فنی (کاربری)
- 👤 عضو آکادمی مالک ایده (کاربری)
- 👤 کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- 👤 کارشناس قرادادها (کاربری)
- 👤 مدیر آکادمی (کاربری)
- 👤 سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

- تصمیم‌گیری نهایی در خصوص ایده: ۱۱
- اقدام برای ایجاد پیوند بین شریک تجاری و مالک ایده: ۲۲



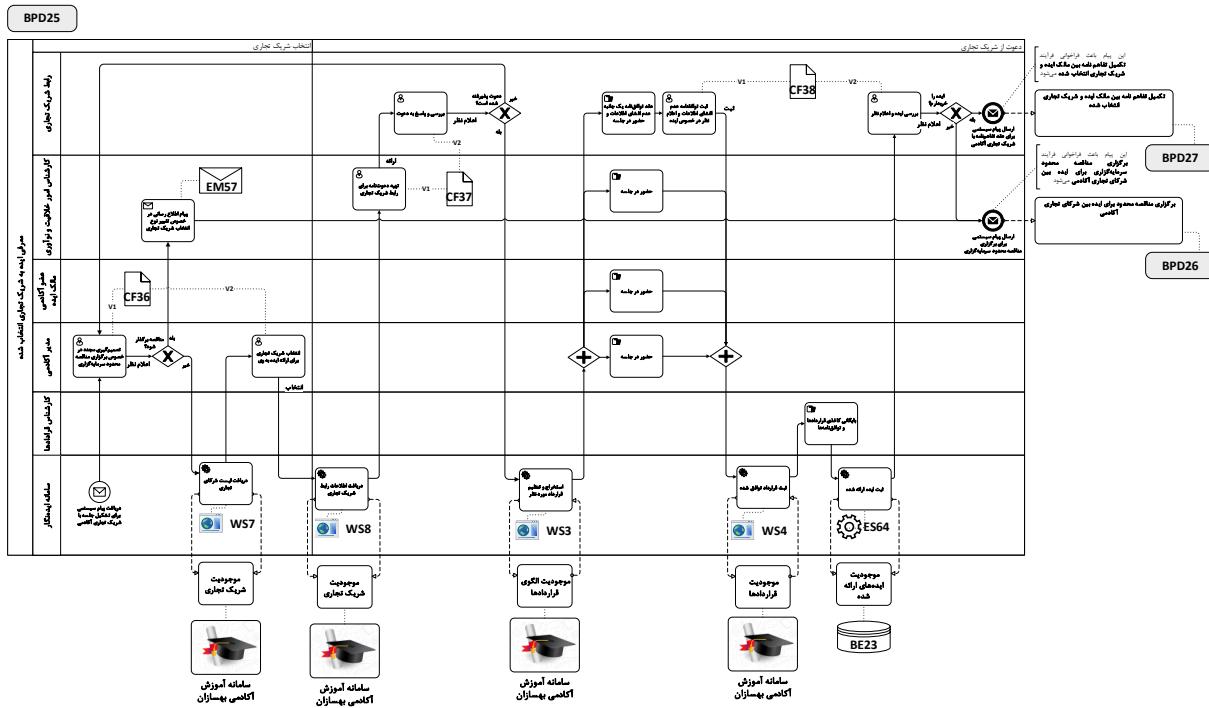
فرآیند معرفی ایده به شریک تجاری انتخاب شده

در این فرآیندها نقشهای زیر مشارکت دارند:

- رابط شریک تجاری (کاربری)
- کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- عضو آکادمی مالک ایده (کاربری)
- کارشناس قرادادها (کاربری)
- مدیر آکادمی (کاربری)
- سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

- انتخاب شریک تجاری:
- دعوت از شریک تجاری:



فرآیند برگزاری مناقصه محدود سرمایه‌گذاری برای ایده بین شرکای تجاری آکادمی

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

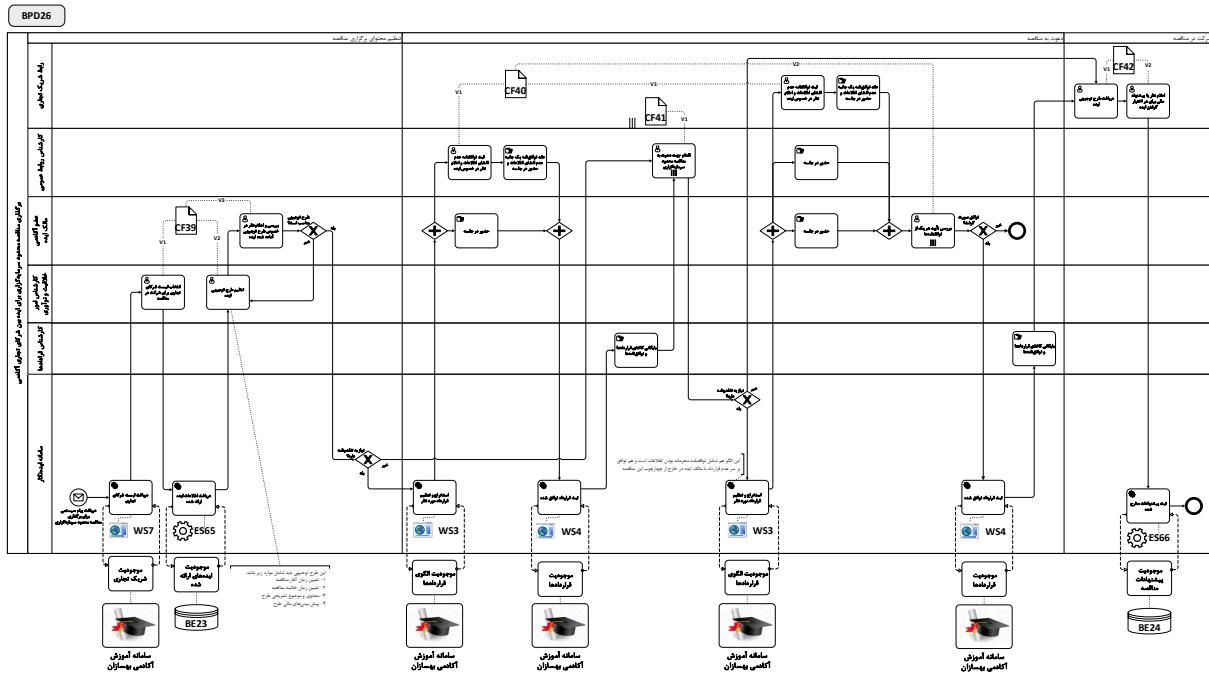
- ➊ رابط شریک تجاری (کاربری)
- ➋ کارشناس روابط عمومی (کاربری)
- ➌ عضو آکادمی مالک ایده (کاربری)
- ➍ کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- ➎ کارشناس قرادادها (کاربری)
- ➏ سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

➊ تنظیم محتوا برگزاری مناقصه:

➋ دعوت به مناقصه:

➌ شرکت در مناقصه:



فرآیند تکمیل تفاهمنامه بین مالک ایده و برنده مناقصه محدود سرمایه‌گزاری

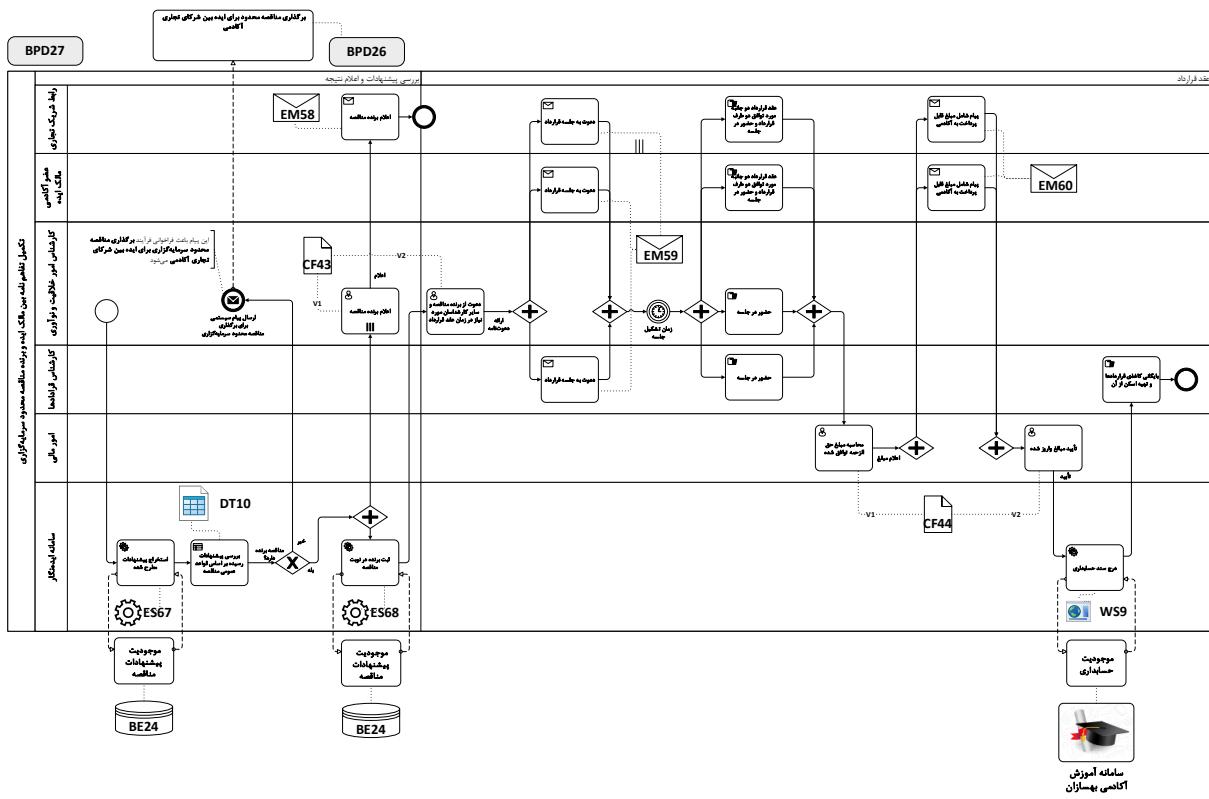
در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- رابط شریک تجاری (کاربری)
- امور مالی (کاربری)
- عضو آکادمی مالک ایده (کاربری)
- کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- کارشناس قرادادها (کاربری)
- سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

!! بررسی پیشنهادات و اعلام نتیجه:

!! عقد قرارداد:



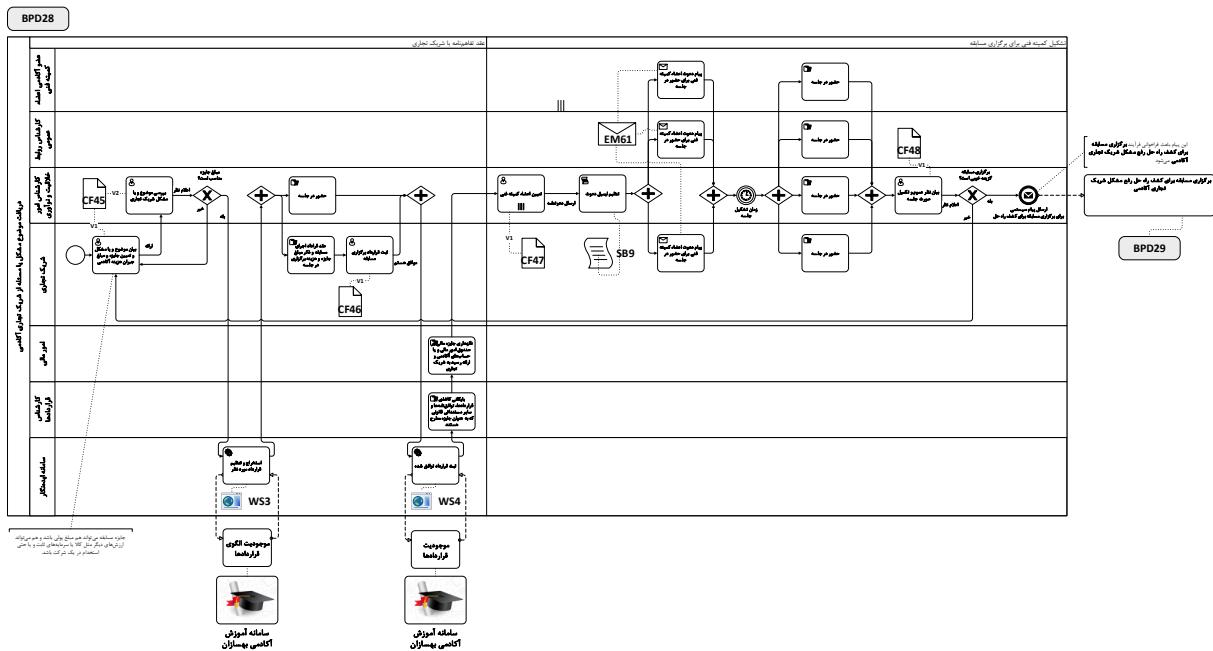
فرآیند دریافت موضوع مشکل یا مسئله از شریک تجاری آکادمی

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- عضو آکادمی اعضاء کمیته فنی (کاربری)
- کارشناس روابط عمومی (کاربری)
- شریک تجاری (کاربری)
- کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- کارشناس قردادها (کاربری)
- امور مالی (کاربری)
- سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

- !! عقد تفاهم‌نامه با شریک تجاری:
- !! تشکیل کمیته فنی برای برگزاری مسابقه:



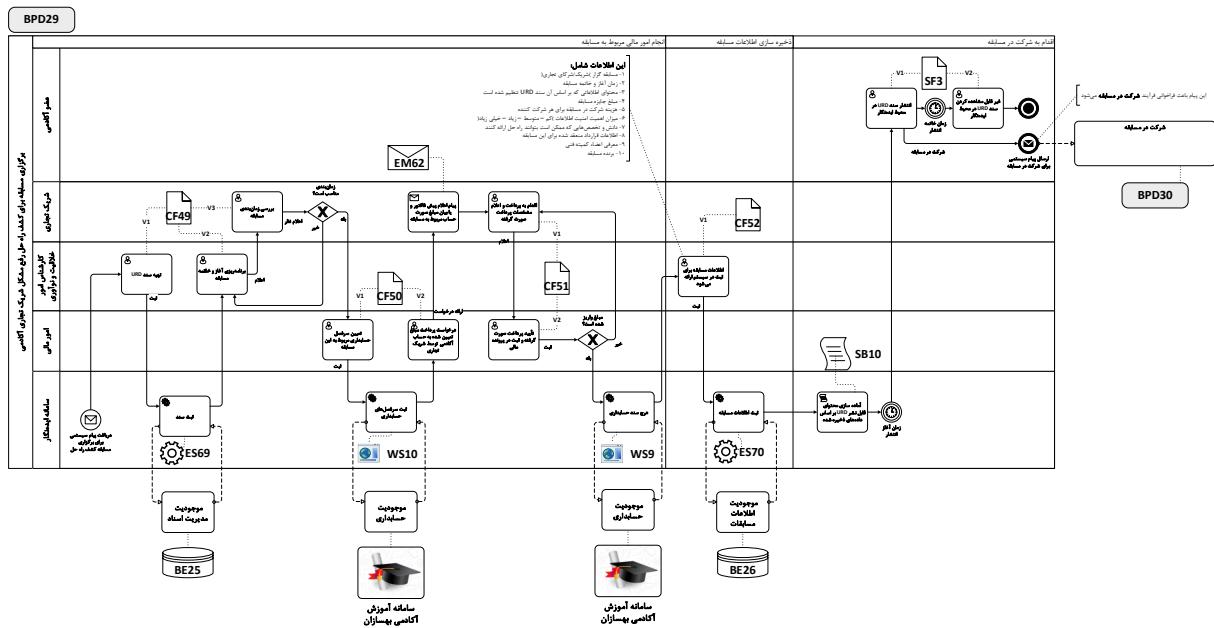
فرآیند برگزاری مسابقه برای کشف راه حل رفع مشکل شریک تجاری آکادمی

در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- عضو آکادمی (کاربری)
- شریک تجاری (کاربری)
- کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- امور مالی (کاربری)
- سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

- !! انجام امور مالی مربوط به مسابقه:
- !! ذخیره‌سازی اطلاعات مسابقه:
- !! اقدام به شرکت در مسابقه:



فرآیند شرکت در مسابقه

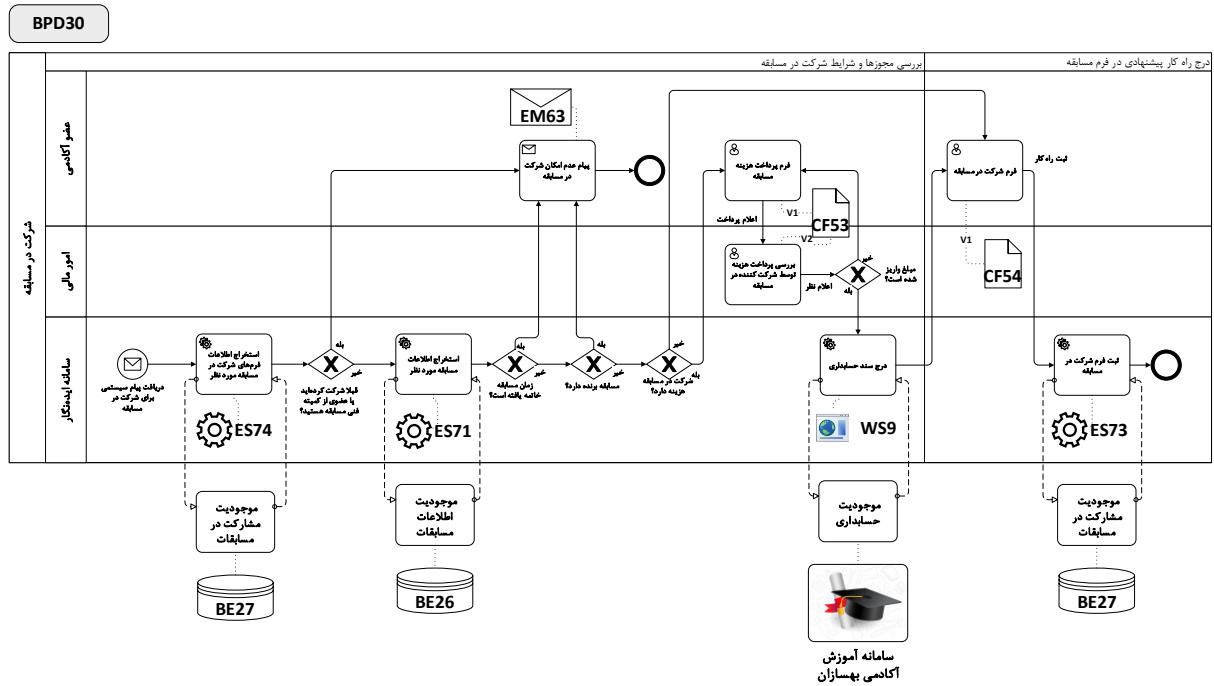
در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- عضو آکادمی (کاربری)
 - امور مالی (کاربری)
 - سامانه ایده‌نگار (سیستم)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

بررسی مجوزها و شرایط شرکت در مسابقه: !!

!! درج راهکار پیشنهادی در فرم مسابقه:



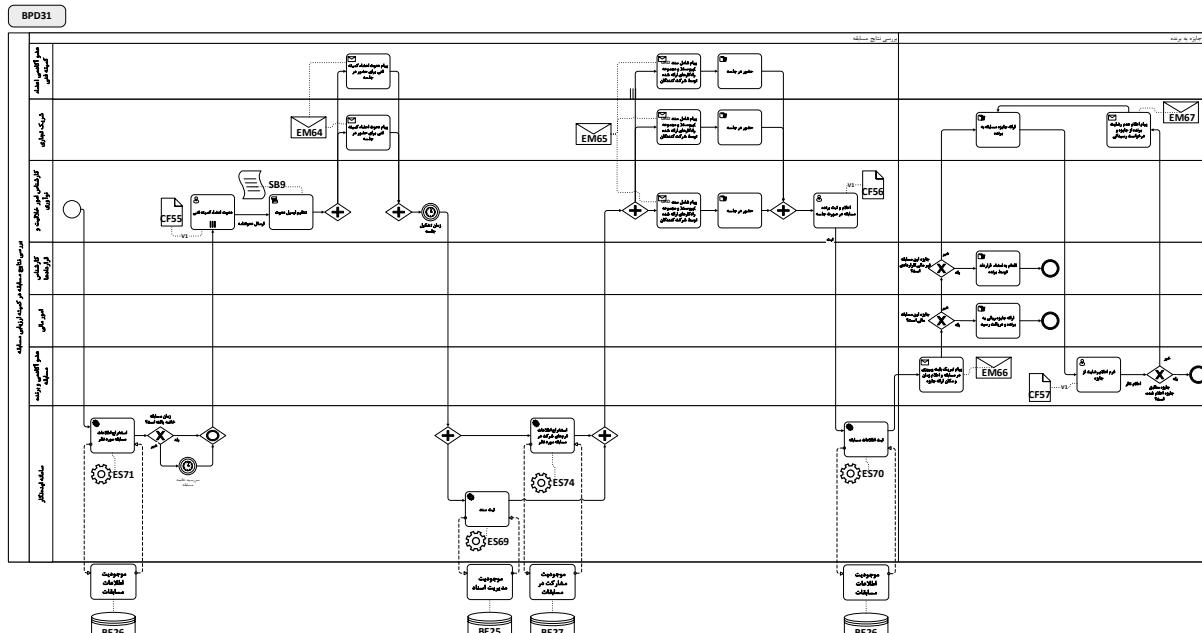
در این فرآیند نقش‌های زیر مشارکت دارند:

- عضو آکادمی اعضاء کمیته فنی (کاربری)
- شریک تجاری (کاربری)
- کارشناس امور خلاقیت و نوآوری (کاربری)
- کارشناس قردادها (کاربری)
- امور مالی (کاربری)
- عضو آکادمی و برنده مسابقه (کاربری)
- سامانه ایده‌نگار (سیستمی)

فازهای این فرآیند به قرار زیر می‌باشند:

بررسی نتایج مسابقه:

ارائه جایزه به برنده:



مرجع طراحی ساختارهای فرمال سیستم (داده‌های فرمال)

ساختار ایمیل‌ها یا پیام‌های فرآیند تهیه فیلم آموزشی

EM1	EM2	EM3	EM4
<p>از: کارشناس تولید محتوی به: کارشناس اینفورماتیک رونوشت: خالی رونوشت مخفی: خالی پیوست: خالی عملکردهای فعل: خالی موضوع: درخواست فیلم جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] محتوی: با سلام، لطفاً بروزی بفرمایید که قابل معرفت به فیلم آموزشی جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] نهیه نشده است. بر اساس روال تعیین شده اقدام نمایید.</p>	<p>از: کارشناس تولید محتوی به: کارشناس اینفورماتیک، مدربن، کارشناس روابط عمومی، کارشناس برنامه‌ریزی تحقیصی رونوشت: خالی رونوشت مخفی: خالی پیوست: خالی عملکردهای فعل: خالی موضوع: تتبیغ بروزی وجود فیلم جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] محتوی: با سلام، پس از بروزی به عمل آمده منحصر شد که ناتایی این یام قابل معرفت به فیلم آموزشی جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] نهیه نشده است.</p>	<p>از: کارشناس تولید محتوی به: کارشناس اینفورماتیک، مدربن، کارشناس روابط عمومی، کارشناس برنامه‌ریزی تحقیصی رونوشت: خالی رونوشت مخفی: خالی پیوست: فیلم آموزشی (قابل قابل پیوست) عملکردهای فعل: خالی موضوع: درخواست تشکیل جلسه چهت طراحی فیلم جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] محتوی: با سلام، لطفاً در تاریخ [تاریخ] تشکیل جلسه چهت طراحی فیلم جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] بهم رسانید. محتوی: با سلام، پس از تلاش همکاران فیلم آموزشی جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] نهیه شده و به پیوست لاراه گردیده است. لطفاً در نزدیکترین زمان ممکن این قابل را در کلیه بخش‌های مرطبه و بر اساس قواعد آنلاین منتشر نمایید.</p>	<p>از: مدیر آکادمی به: کارشناس اینفورماتیک رونوشت: خالی رونوشت مخفی: خالی پیوست: فیلم آموزشی (قابل قابل پیوست) عملکردهای فعل: خالی موضوع: درخواست نشر فیلم جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] محتوی: با سلام، پس از تلاش همکاران فیلم آموزشی جلسه آموزشی [اکد جلسه آموزشی] نهیه شده و به پیوست لاراه گردیده است. لطفاً در نزدیکترین زمان ممکن این قابل را در کلیه بخش‌های مرطبه و بر اساس قواعد آنلاین منتشر نمایید.</p>

EM5	EM6	EM7
<p>از: سامانه آموزش</p> <p>به: مقاضی عضویت [نام نمایشی کاربر]</p> <p>رونوشت: خالی</p> <p>رونوشت مخفی: خالی</p> <p>پیوست: خالی</p> <p>عملکردهای فعل: باسخ، پاسخ به همه، ارسال، پایگاهی، حذف</p> <p>موضوع: درخواست تأیید اطلاعات هوشی آنام نمایشی کاربر</p> <p>محتوی: با سلام، لطفاً با کلیک بر روی لینک زیر، اطلاعات هوشی خود را تأیید نمایید تا روال ضمیوه شما تکمیل شود.</p> <p>ذکر: این لینک فقط تا مدت ۳ دقیقه معتبر می‌باشد و اگر تا این مدت موفق به مراعجه به آن تشدید، هرچنان که عضویت را مجدد آغاز نمایید.</p> <p>[بیومندی که کاربر را به یک صفحه اختصاصی چهت تأیید هوشی، هدایت می‌کند]</p>	<p>از: سامانه آموزش</p> <p>به: مقاضی عضویت [نام نمایشی کاربر]</p> <p>رونوشت: خالی</p> <p>رونوشت مخفی: خالی</p> <p>پیوست: خالی</p> <p>عملکردهای فعل: باسخ، پاسخ به همه، ارسال، پایگاهی، حذف</p> <p>موضوع: تبریک ضمیوه در سامانه آموزش برای نمایشی کاربر</p> <p>محتوی: با سلام از اینکه سامانه آموزش را انتخاب کردید، سپاهگزاریم و امیدواریم که پویم لایق این اعتماد پاکشیدم و این سی نیازهای شما را بهترین کیفیت پاکشکو خواشم در آمده برای ورود به سامانه بر روی لینک زیر کلیک کنید.</p> <p>[بیومندی که کاربر را به یک صفحه ورود به سامانه، هدایت می‌کند]</p>	<p>از: سامانه آموزش</p> <p>به: [عضو سامانه]</p> <p>رونوشت: خالی</p> <p>پیوست: خالی</p> <p>عملکردهای فعل: خالی</p> <p>موضوع: تبریک ضمیوه در سامانه آموزش برای [عضو سامانه]</p> <p>محتوی: با سلام از اینکه سامانه آموزش را انتخاب کردید، سپاهگزاریم و امیدواریم که پویم لایق این اعتماد پاکشیدم و این سی نیازهای شما را بهترین کیفیت پاکشکو خواشم.</p>

ساختار ایمیل‌ها یا پیام‌های فرآیند ورود به سامانه مکتبدار

EM8
<p>از: سامانه آموزش</p> <p>به: [کاربر عضو]</p> <p>رونوشت: خالی</p> <p>رونوشت مخفی: خالی</p> <p>پیوست: خالی</p> <p>عملکردهای فعل: خالی</p> <p>موضوع: خوش‌بینی</p> <p>محتوی: با سلام، [کاربر عضو آیه سیستم آموزش خودش] امیدید.</p>

ساختار فرم‌ها یا موجودیت‌های کسب‌وکاری فرآیند تهیه فیلم آموزشی



ساختار فرم‌ها یا موجودیت‌های کسب‌وکاری فرآیند ورود و حضور متقاضی در کلاس



ساختار فرم‌ها یا موجودیت‌های کسب‌وکاری فرآیند ورود و حضور مدرس در کلاس



ساختار فرم‌ها یا موجودیت‌های کسب‌وکاری فرآیند دریافت عضویت سامانه مکتب‌دار



ساختار فرم‌ها یا موجودیت‌های کسب‌وکاری فرآیند ورود به سامانه مکتب‌دار



مرجع طراحی موجودیت‌های داده‌ای فرآیند (داده‌های فرآیندی و سراسری)

ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند تهیه فیلم آموزشی

POM	GOM
فیلد: کد جلسه آموزشی (شناسه)	فیلد: تاریخ روز (تاریخ)
فیلد: تاریخ تشكیل جلسه تصمیمگیری (تاریخ و زمان)	فیلد: شناسه ماشین سرویس گیرنده (شناسه)
فیلد: نتیجه جلسه تصمیمگیری (بیان)	فیلد: کاربر جاری (شیء)
فیلد: تأیید وجود فیلم (منطقی)	
فیلد: تأیید کیفیت فیلم خام (منطقی)	
فیلد: تأیید کیفیت فیلم نهایی (منطقی)	
فیلد: تأیید نیاز به جلسه طراحی مجدد (منطقی)	

ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند ورود و حضور متقاضی در کلاس

POM	GOM
فیلد: کد جلسه آموزشی (شناسه)	فیلد: تاریخ روز (تاریخ)
فیلد: نام کاربری مدرس (متغیر)	فیلد: شناسه ماشین سرویس گیرنده (شناسه)
فیلد: ام کاربری متقاضی آموزش (متغیر)	فیلد: کاربر جاری (شیء)
فیلد: دارای مجوز دسترسی (منطقی)	
فیلد: تأیید هوت (منطقی)	
فیلد: تأیید ثبت حضور متقاضی آموزش (منطقی)	
فیلد: تأیید حضور مدرس (منطقی)	

ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند ورود و حضور مدرس در کلاس

POM	GOM
فیلد: کد جلسه آموزشی (شناسه)	فیلد: تاریخ روز (تاریخ)
فیلد: نام کاربری مدرس (متغیر)	فیلد: شناسه ماشین سرویس گیرنده (شناسه)
فیلد: نام کاربری متقاضی آموزش (متغیر)	فیلد: کاربر جاری (شیء)
فیلد: دارای مجوز دسترسی (منطقی)	
فیلد: تأیید هوت (منطقی)	
فیلد: تأیید ثبت حضور (منطقی)	
فیلد: تأیید حضور مدرس (منطقی)	

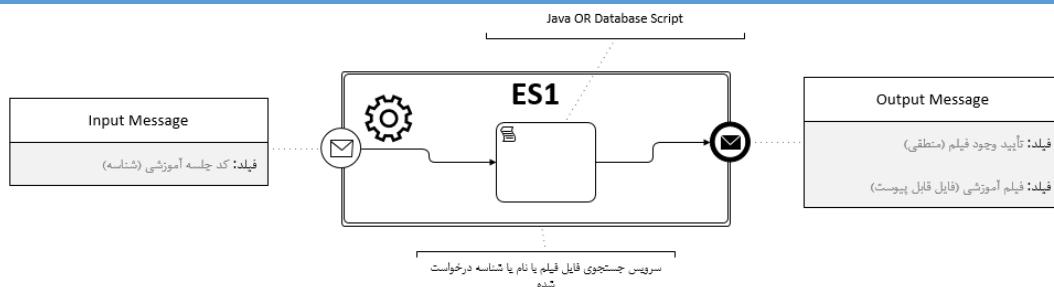
ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند دریافت عضویت سامانه مکتب‌دار

POM	GOM
فیلد: نام نمایشی کاربر (متغیر)	فیلد: تاریخ روز (تاریخ)
فیلد: شناسه نقش کاربری (شناسه)	فیلد: شناسه ماشین سرویس گیرنده (شناسه)
فیلد: تصدیق درخواست (منطقی)	فیلد: کاربر جاری (شیء)

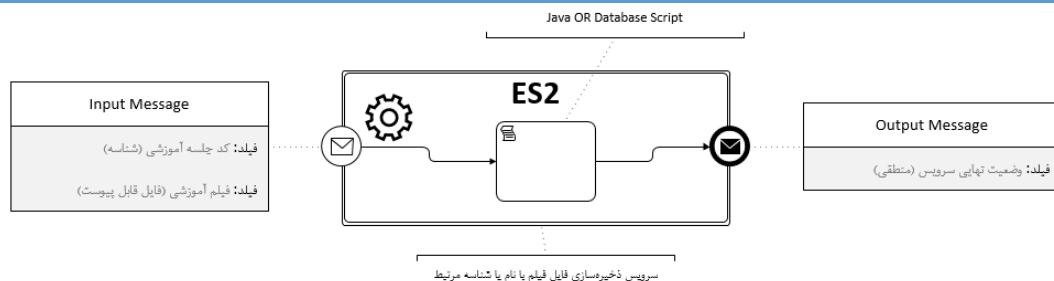
ساختار POM و ساختار GOM مورد استفاده در فرآیند ورود به سامانه مکتب‌دار

POM	GOM
فیلد: نام اختباری کاربری (متغیر)	فیلد: تاریخ روز (تاریخ)
فیلد: نام نمایشی کاربر (متغیر)	فیلد: شناسه ماشین سرویس گیرنده (شناسه)
فیلد: سطح دسترسی (ساختار ایستی)	فیلد: کاربر جاری (شیء)
فیلد: تأیید هوت (منطقی)	
فیلد: متن لاغ (متغیر)	

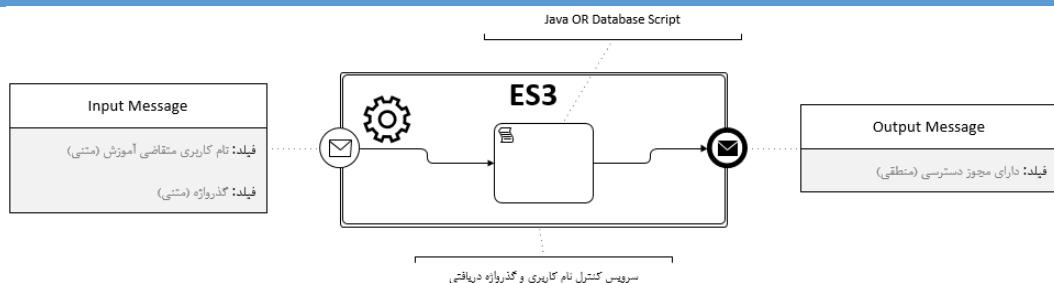
ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES1



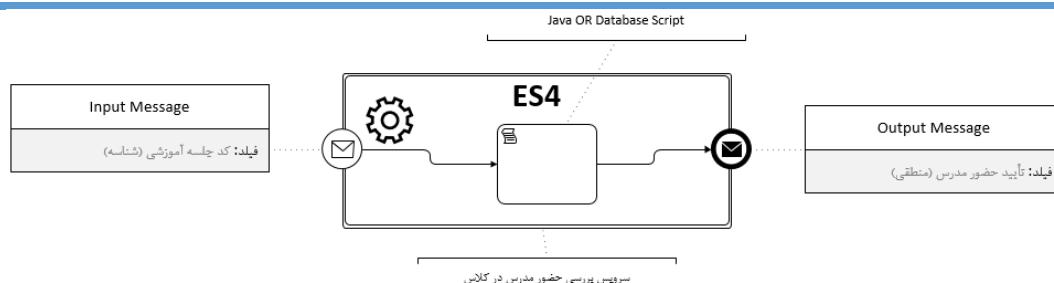
ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES2

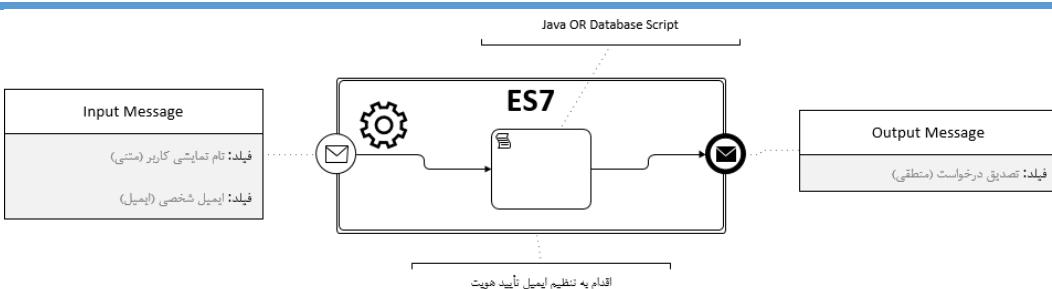
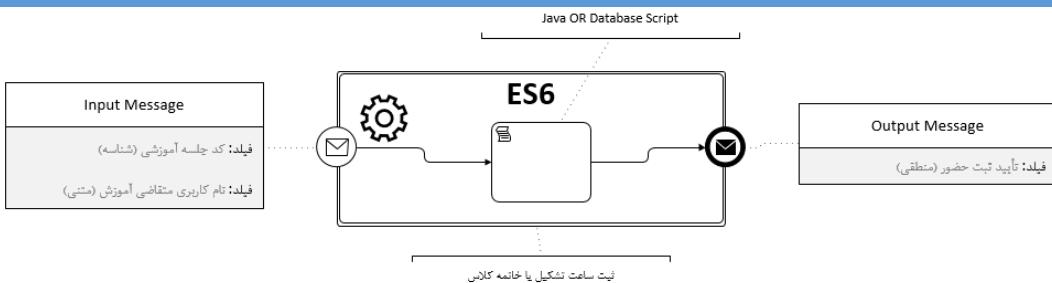
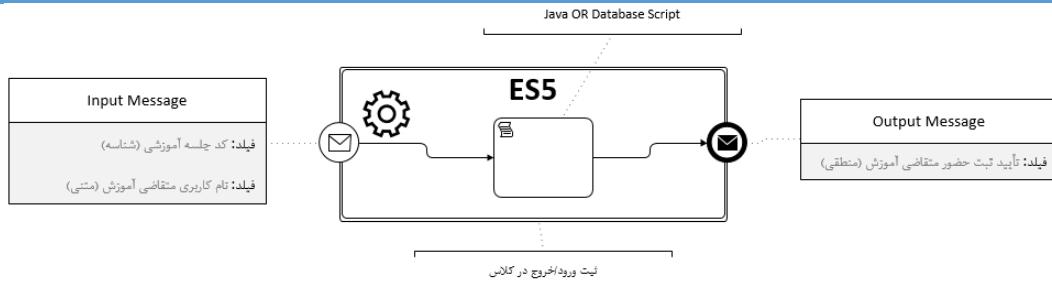


ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES3

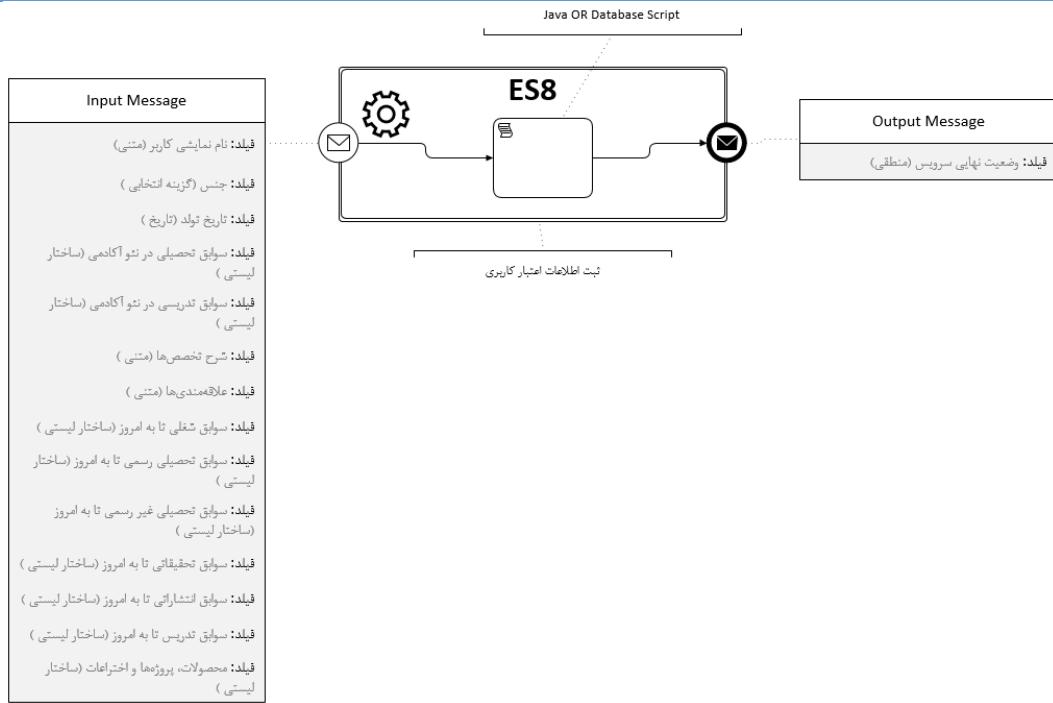


ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES4

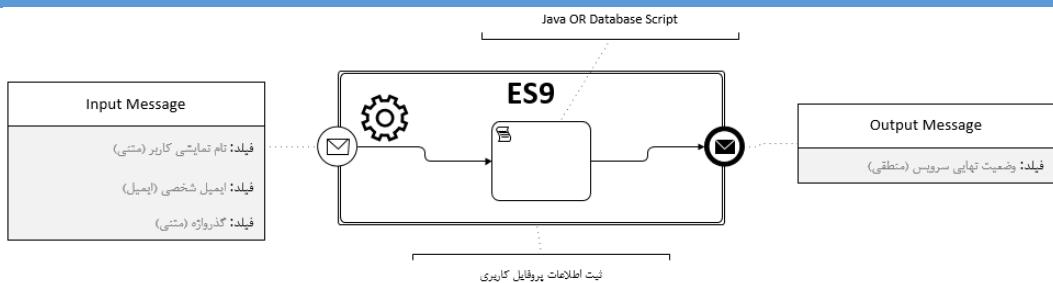




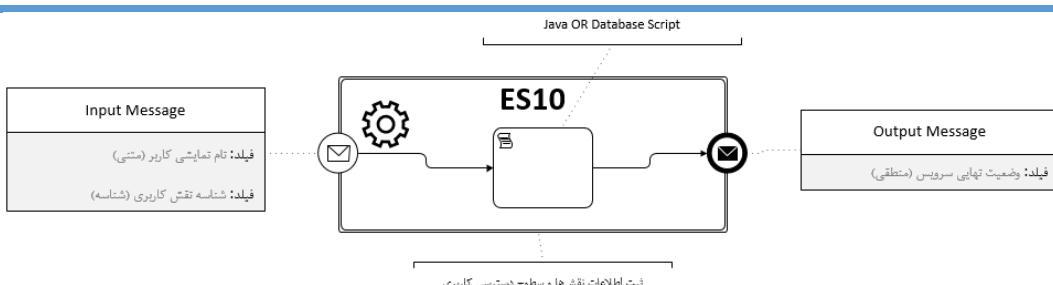
ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES8



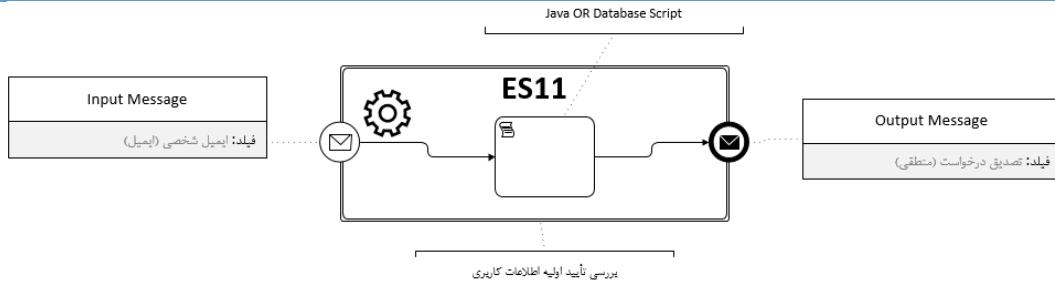
ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES9



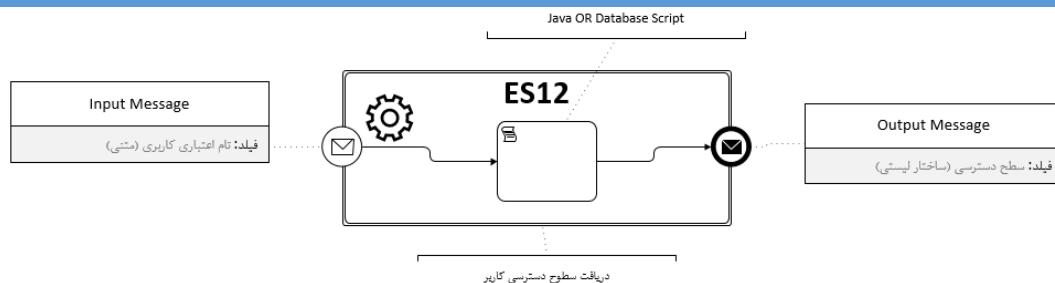
ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES10



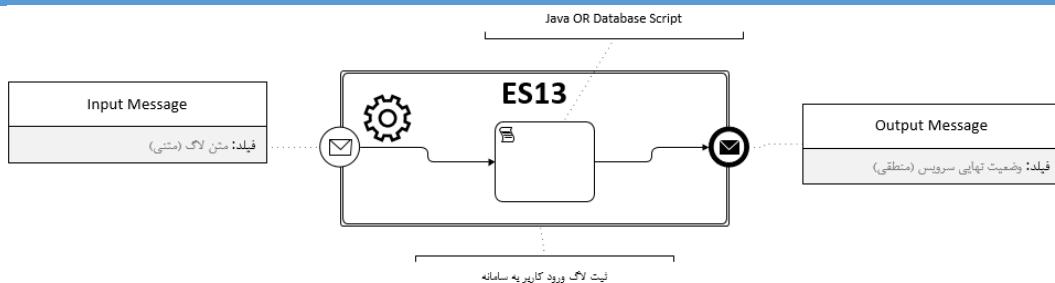
ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES11



ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES12



ساختار پیام‌های ورودی و خروجی سرویس ES13



مرجع طراحی موجودیت‌های داده‌ای سیستم

ساختار موجودیت داده BE1

ساختار موجودیت داده BE2

ساختار موجودیت داده BE3

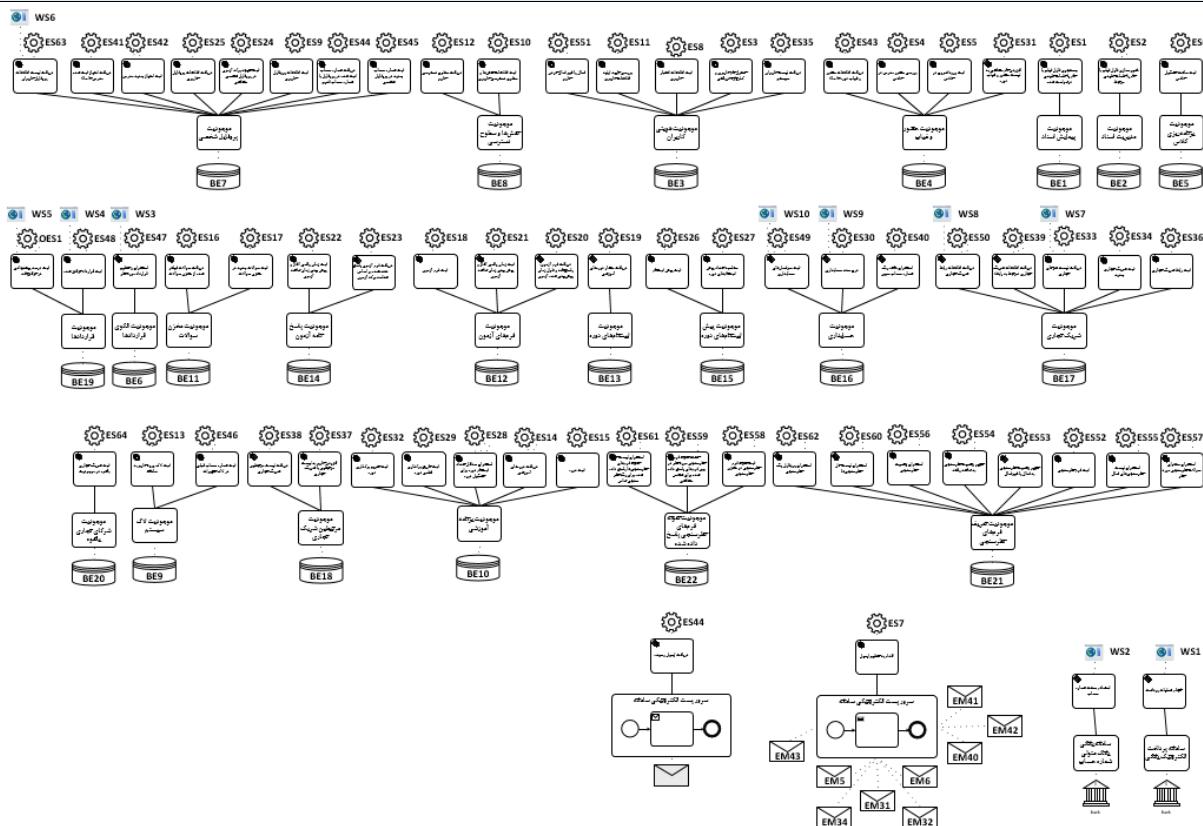
ساختار موجودیت داده BE4

ساختار موجودیت داده BE5

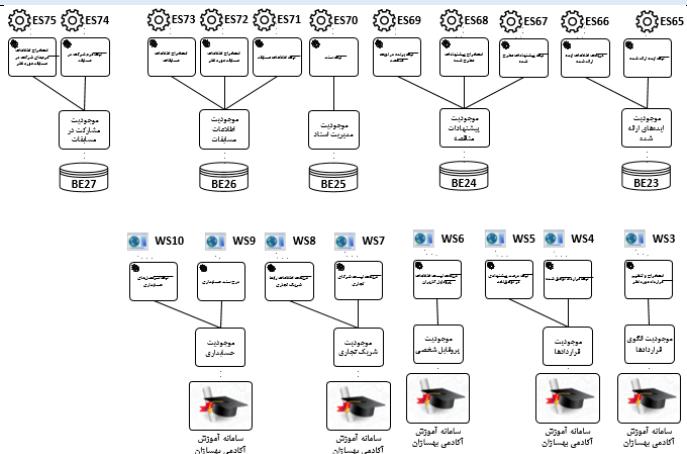
بررسی نقشها و سطوح دسترسی کارهای بر اساس قواعد کسبوکاری			
شرح	نقش	گروه	C +
R1		کاربران	۱
R2		مدربین	۲
R3	شرکای تجاری		۳
R4	مناقصیان آموزش		۴
R5	کارشناسان		۵
			۶
			۷

قواعد ارتباط بین نقشها و سطوح دسترسی			
شرح	سطح دسترسی	نقش	C +
جدال دسترسی سالم دسترسی به بروقابیل و ارائه درخواست عضویت و یا ارائه درخواست شرکت در کلاس	LA	R1	۱
جدال دسترسی سالم دسترسی به بروقابیل و ارائه درخواست عضویت و یا ارائه درخواست شرکت در کلاس	LA	R2	۲
دسترسی به تعریف رنوس مطالب کلاس و تعریف آزمون، ورود به کلاس و آغاز آزمون	LL	R2	۳
			۴
			۵
			۶
			۷

موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه مکتب‌دار



موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه ایده‌نگار



موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه کاسپکار

موجودیت‌های داده‌ای و انواع سرورهای وابسته و غیر وابسته به آنها سامانه کاردار

