



**FAKULTI PENGURUSAN DAN INDUSTRI HALAL**

<b>PROGRAM</b>	<b>Diploma in Halal Product Manufacturing</b>
<b>NAMA KURSUS</b>	<b>Asas Keusahawanan</b>
<b>KOD KURSUS</b>	<b>DHM 4002</b>
<b>JAM KREDIT</b>	<b>2</b>
<b>SINOPSIS</b>	Kursus ini memperkenalkan aspek dalam keusahawanan termasuk perancangan pemasaran, operasi, pengorganisasian, dan kewangan. Subjek ini akan memberi pendedahan kepada pelajar mengenai bidang keusahawanan dalam konteks perniagaan dan pasaran ekonomi.
<b>STRUKTUR KURSUS</b>	
<b>BAB</b>	<b>TAJUK</b>
<b>1</b>	<b>Pengenalan kepada keusahawanan</b>  1.1 Definisi keusahawanan dan teori keusahawanan 1.2 Keusahawanan dari perspektif islam 1.3 Keusahawanan dari perspektif Islam 1.4 Peranan keusahawanan dalam pembangunan ekonomi Malaysia
<b>2</b>	<b>Gelagat keusahawanan dan kecekapan</b>  2.1 Motivasi keusahawanan 2.2 Karektor seorang usahawan yang berjaya 2.3 Kompetensi keusahawanan 2.4 Teori dan kompetensi keusahawanan Islam
<b>3</b>	<b>Kreatif dan Inovatif</b>  3.1 Definisi kreatif 3.2 Proses, komponen, dan teknik kreatif 3.3 Halangan kreatif 3.4 Definisi inovatif 3.5 Jenis-jenis inovatif 3.6 Kreatif dan inovatif menurut konsep Islam
<b>4</b>	<b>Peluang Perniagaan</b>  4.1 Definisi peluang perniagaan 4.2 Kaedah mencari peluang perniagaan 4.3 Faktor persekitaran 4.4 Peluang perniagaan dari perspektif Islam Haram



<b>5</b>	<b>Pembentukan Perniagaan</b>  5.1 Pengenalan pembentukan perniagaan 5.2 Perniagaan perseorangan 5.3 Perniagaan perkongsian 5.4 Perniagaan Syarikat 5.5 Pembentukan perniagaan Islam
<b>6</b>	<b>Peraturan perniagaan dan Agensi Sokongan</b>  6.1 Lesen dan Permit perniagaan 6.2 Kontrak dan perjanjian 6.3 Jenis-jenis agensi terlibat dalam perniagaan 6.4 Kemudahan infrastruktur 6.5 Bantuan pemasaran 6.6 Bantuan pembangunan dan latihan 6.7 Peraturan perniagaan menurut Islam
<b>7</b>	<b>Rancangan Perniagaan</b>  7.1. Definisi rancangan perniagaan 7.2. Kepentingan rancangan perniagaan 7.3. Format rancangan perniagaan
<b>8</b>	<b>Rancangan Pemasaran</b>  8.1 Definisi dan konsep pemasaran 8.2 Kepentingan rancangan pemasaran 8.3 Langkah untuk penyediaan rancangan pemasaran 8.4 Definisi produk, perkhidmatan dan sasaran pasaran 8.5 Pembentukan strategi pemasaran 8.6 Belanjawan pemasaran 8.7 Konsep pemasaran Islam
<b>9</b>	<b>Rancangan Operasi</b>  9.1 Komponen dalam sistem operasi 9.2 Pelan operasi 9.3 Perancangan operasi dari perspektif Islam
<b>10</b>	<b>Rancangan Pengorganisasian</b>  10.1 Definisi pengurusan 10.2 Misi dan visi perniagaan 10.3 Proses pengorganisasian 10.4 Struktur pengorganisasian 10.5 Pembahagian tugas/buruh



	10.6 Perjabatan dan struktur rasmi 10.7 Jabatan fungsian 10.8 Jabatan produk 10.9 Jabatan pelanggan 10.10 Matrik 10.11 Penyediaan pelan Pengorganisasi 10.12 Struktur ruang kerja dari perspektif Islam
<b>11</b>	<b>Rancangan Kewangan</b>  11.1 Definisi rancangan kewangan 11.2 Kepentingan rancangan kewangan 11.3 Penyediaan penyata pro forma 11.4 Belanjawan tunai 11.5 Penyata pendapatan 11.6 Kunci kira-kira 11.7 Belanjawan kewangan 11.8 Asas kewangan Islam
<b>Rujukan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sarimah Hanim Aman Shah et al, Entrepreneurship, Oxford Fajar, May 2018, ISBN: 9789834723781</li> <li>2. Sodri Ariffin et al, Introduction To Entrepreneurship, Oxford Fajar, July 2017, ISBN: 9789834722142</li> <li>3. Edited by Sodri Ariffin, Ismail Ab Wahab, Zarida Hambali, Fundamentals of Entrepreneurship, Oxford Fajar, October 2012, ISBN: 9789834705459</li> </ol>