

دانشگاه _ کارآفرینی _ تجارت

اولین مرکز آموزش عالی در کشور، مجهز به سیستم ارسال تیکت (پاسخگویی آنلاین)

دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۱۳ تهران



مدل کار آفرینانه مک دونالد

- + کسب و کار های کوچک (SMEs) و توسعه اقتصادی
- + تجارت بین الملل و جهانی شدن
- + مشتری مداری نوین ECRM

دانشگاه_ کارآفرینی_ تجارت

اولین مرکز آموزش عالی در کشور، مجهز به سیستم ارسال تیکت (پاسخگویی آنلاین)

دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

WWW.UAST13.IR



دانشگاه جامع علمی کاربردی
واحد ۱۳

مدیریت رفتار سازمانی چیست و از چه می‌گوید؟

«رفتار انسانها در محیط سازمان، با رفتار آنها خارج از محیط سازمان متفاوت است». به عبارت دیگر بسیاری از ما در سازمانها، شخصیت و رفتار متفاوتی را از خود به نمایش می‌گذاریم. چستر بارنارد، همچنین تاکید داشت که در تحلیل رفتار انسانها در سازمان، نمی‌توان همه انگیزه‌های انسانها را در عوامل اقتصادی خلاصه کرد.



رفتار سازمانی، بررسی رفتار انسانها در محیط سازمانی و بررسی رفتار سازمانها در محیط اقتصادی و اجتماعی است.

پیام اول برای مدیران است: اینکه بپذیرند کارکنان حق دارند به خودشان و خواسته‌ها و آرزوها و اولویت‌هایشان هم فکر کنند.

پیام دوم برای کارکنان است: سازمان برای یک هدف جمعی شکل گرفته است. اگر قرار بود هر کس زندگی شخصی و اهداف شخصی خود را داشته باشد و فقط به آنها فکر کند، دلیلی نداشت که چیزی به نام سازمان شکل بگیرد.

۱

کاری از دفتر کارآفرینی روابط عمومی و دانشجویان دانشگاه علمی و کاربردی فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۳۴۴۵۶-۹

آدرس: پالتار از میدان ولیعصر-خیابان زرتشت شرقی-پلاک ۴۵-دانشگاه علمی و کاربردی فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

دانشگاه - کارآفرینی - تجارت

اولین مرکز آموزش عالی در کشور، مجهز به سیستم ارسال تیکت (پاسخگویی آنلاین)

دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

WWW.UAST13.IR

دانشگاه جامع علمی کاربردی
واحد ۱۳

مشتری مداری نوین یا E-CRM



Electronic خلاصه شده ی عبارت ECRM به Customer Relationship Management معنای مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری است. که تمام توابع CRM را در محیط اینترنت، اینترنت و اکسترانت قابل اجرا می سازد.

تفاوت های میان ECRM و CRM تفاوت عمده ی میان ECRM و CRM در موارد زیر است:

نحوه ی ارتباط با مشتری در نرم افزار CRM ارتباط با مشتری از طریق تماس تلفنی [ارسال پیامک، ارسال ایمیل و فکس امکان پذیر است. در ECRM ارتباط با مشتری علاوه بر تمام روش های سنتی در اینترنت از طریق ایمیل، شبکه بی سیم و فن آوری PDA امکان پذیر است.

رابط کاربری سیستم در نرم افزار CRM پیاده سازی از طریق سیستم های ERP انجام می شود و تاکید بیشتر بر نقطه ی پایانی است. در ECRM پیاده سازی هم از طریق سیستم های ERP انجام می شود ولی تاکید علاوه بر بر نقطه ی پایانی بر نقطه ی آغازی هم است.

در ECRM- سیستم (ایجاد شده برای استفاده خارجی) طراحی بر اساس نیازهای مشتری. نرم افزار وب سایت طراحی شده برای استفاده در سطح سازمان.

در نرم افزار CRM - پیاده سازی، تعمیر و نگهداری از سیستم بسیار پر هزینه و زمان بر است زیرا سیستم بر روی سرورهای مختلفی قرار دارد.

دانشگاه - کارآفرینی - تجارت

اولین مرکز آموزش عالی در کشور، مجهز به سیستم ارسال تیکت (پاسخگویی آنلاین)

دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

WWW.UAST13.IR



۴ درسی که مک دونالد می‌تواند به شما بیاموزد



۱- ثباتتان را حفظ کنید.

هرکجای دنیا هم که باشید می‌توانید خاطرجمع باشید که وقتی وارد شعبه‌ای از مک دونالد می‌شوید در خصوص منو، بسته‌بندی غذا و طراحی ساختمان با تجربه‌ای آشنا روبرو خواهید شد.

۲- حضور برند خود را پایه‌ریزی کنید.

مک دونالد در پایه‌ریزی یک حضور برندی کار ممتازی انجام داده است. و رای «قوس‌های طلایی» و شعار «عاشقشم»، مک‌دونالد یک تجربه‌ی احساسی خلق کرده است که ما را به دوران کودکی مان بازمی‌گرداند. بیش‌تر ما حتی با اینکه می‌دانیم که محصولات بهتری در بازار وجود دارند، ولی پیوندی با مک‌دونالد داریم که تقریباً ناگسستنی است. دقیقاً به همین دلیل است که از بسیاری از افراد می‌شنویم که چقدر عاشق سیب‌زمینی سرخ‌کرده‌های مک‌دونالد هستند.

۳

کاری از دفتر کارآفرینی روابط عمومی و دانشجویان دانشگاه علمی و کاربردی فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۳۴۴۵۶-۹

آدرس: بالاتر از میدان ولیعصر - خیابان زرتشت شرقی - پلاک ۴۵ - دانشگاه علمی و کاربردی فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

دانشگاه - کارآفرینی - تجارت

اولین مرکز آموزش عالی در کشور، مجهز به سیستم ارسال تیکت (پاسخگویی آنلاین)

دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

WWW.UAST13.IR



دانشگاه جامع علمی و کاربردی
واحد ۱۳

۳- ریسک کنید.

با اینکه مک دونالد ثبات را سرلوحه‌ی کار خود قرار داده است ولی با این حال از خطر کردن و تغییر منوهایش هراسی ندارد. منوی ابتدایی مک‌دونالد تنها شامل همبرگر، چیزبرگر، سیب زمینی و انواع شیک‌ها و نوشیدنی‌ها می‌شد. در طول سال‌ها، مواردی چون آیتم‌های صبحانه، Happy Meal، McNuggets، McRibس به این زنجیره اضافه شده‌اند.



به علاوه، مک‌دونالد براساس علاقه‌ی افراد محلی و بومی، دست به عرضه‌ی آیتم‌های منطقه‌ای زده است.

بزرگترین وفق‌پذیری شرکت در سال ۱۹۷۵ اتفاق افتاد. یک شعبه‌ی مک‌دونالد که نزدیک یک پایگاه نظامی در آریزونا بود، برای اولین بار شعبه‌ی پارکینگی خود را تاسیس کرد تا به سربازانی که اجازه نداشتند با لباس نظامی وسیله‌ی نقلیه‌ی خود را ترک کنند، خدمت رسانی کند.

۴- خود را با ذائقه‌ی متغیر مشتری وفق دهید.

دلیل این که مک‌دونالد حاضر به ریسک کردن است، این است که می‌داند وفق‌پذیری با نیازهای مشتریان امری حیاتی است. برای مثال، این شرکت گزینه‌ی Super Size خود را حذف کرد و به ارائه‌ی گزینه‌های سالم‌تری پرداخت چرا که افراد بیشتری نسبت به سلامتی خود حساس شده‌اند.

دانشگاه - کارآفرینی - تجارت

اولین مرکز آموزش عالی در کشور، مجهز به سیستم ارسال تیکت (پاسخگویی آنلاین)

دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

WWW.UAST13.IR



تجارت بین الملل



ساده ترین تعریفی که از تجارت بین الملل می توان ارائه داد، همان روابط تجاری بین کشورها است که به شکل صادرات و واردات انجام می شود. در واقع حتی پیشرفته ترین کشورها هم برای تامین نیازهای خود به دیگران نیاز دارند.

نظریه ارزش های بین المللی استوارت میل

در این نظریه نفع کشوری که دارای مزیت های بیش تری است، بیش تر خواهد بود. اگرچه در این نظریه سود اقتصادی افزایش می یابد؛ اما کشورهایی که دارای مزیت نسبی هستند، قوی تر شده و کشورهایی که ضعیف تر هستند، روز به روز فقیر تر خواهند شد.

نظریه های تجارت بین الملل

در مورد تجارت بین الملل نظریات مختلفی وجود دارد، برخی طرفدار آزادی و برخی طرفدار دخالت دولت ها در تجارت هستند. آدام اسمیت طرفدار تقسیم کار و داوید طرفدار آزادی در فعالیت های بین المللی است.

آدام اسمیت می گوید بهتر است تمامی موانع برای هر کاری برداشته شود و هم چنین این محقق طرفدار تخصص است. اسمیت می گوید هر کشوری قبل از ورود به بازار تخصصی خود لازم است، تخصص و نیازمندی های مورد نیاز را کسب کند.

دانشگاه_ کارآفرینی_ تجارت

اولین مرکز آموزش عالی در کشور، مجهز به سیستم ارسال تیکت (پاسخگویی آنلاین)

دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۱۳ تهران

WWW.UAST13.IR



دانشگاه جامع علمی کاربردی
واحد ۱۳

مدیریت کسب و کارهای کوچک (SME)



کسب و کار کوچک (SME):

کلیه بنگاههای کوچک و متوسط اعم از بنگاه های صنعتی، خدماتی، بازرگانی و کشاورزی است و معمولاً بر اساس عوامل متعدد از جمله تعداد نیروی انسانی شاغل یا میزان سرمایه در گردش به بنگاه های small، micro، medium تقسیم می شوند.

شاخص تعیین SME ها در ایران و برخی کشورها :

تعداد نیروی انسانی شاغل یکی از معیارهای قرار گرفتن بنگاه در SME ها می باشد. در ایران کسب و کارهای زیر ۱۰۰ نفر نیروی کار به عنوان بنگاه کوچک و متوسط تلقی می شود. در ایالات متحده امریکا بنگاه های کمتر از ۵۰۰ نفر پرسنل را شرکت کوچک و در آلمان شرکت های بین ۱۰ تا ۵۰۰ نفر را بنگاه متوسط می نامند.

نشریه انجمن علمی

دانشگاه _ کارآفرینی _ تجارت

اولین مرکز آموزش عالی در کشور، مجهز به سیستم ارسال تیکت (پاسخگویی آنلاین)



دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۱۳ تهران



دانشگاه جامع علمی کاربردی
مرکز علمی کاربردی فرهنگ و هنر ۱۳ تهران