

# أساسيات الأعمال في ظل العولمة

2006



الدكتورة

**نبيلة عباس**

مدرس إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة الإسكندرية

الدكتورة

**نهال فريد مصطفى**

أستاذ الاستثمار والتمويل

ورئيس قسم الإدارة

كلية التجارة - جامعة الإسكندرية



# المحتوي

رقم الصفحة	الموضوع
٩	الجزء الأول
١١	- مقدمة
١٥	الفصل الأول : التعريف بمنظمات الأعمال :-
١٧	- مقدمة
١٨	- مفهوم النظام الإقتصادي .
٢١	- القوى الإقتصادية التي تؤثر على منظمات الأعمال.
٢٥	- مفهوم التدفق الدائري .
٢٨	- طبيعة منظمات الأعمال .
٣٠	- خصائص منظمات الأعمال .
٣٤	- أنواع مشروعات الأعمال.
٣٥	- أشكال الملكية في مشروعات الأعمال .
٤٥	الفصل الثاني : قطاع الأعمال في مصر والخصخصة :-
٤٧	- مقدمة
٤٨	- ظاهرة المشروعات العامة
٥٢	- الاتجاه نحو الخصخصة
٥٣	- الخصخصة معناها وأشكالها
٥٦	- الدافع إلى الخصخصة
٥٨	- مشاكل الخصخصة
٦١	- القطاع العام في مصر
٦٦	- الإصلاح الإقتصادي والخصخصة
٦٩	- خصخصة ادارة شركات قطاع الأعمال العام
٧٤	- برنامج الإصلاح الإقتصادي
٧٥	- قطاع الأعمال في مصر
٧٦	- إعادة هيكلة قطاع الأعمال العام

رقم الصفحة	الموضوع
٨٥	الفصل الثالث : المشروعات الصغيرة :-
٨٧	- مقدمة
٨٨	- أنواع المشروعات الصغيرة
٨٩	- الاتجاهات المؤثرة فى المشروعات الصغيرة
٩١	- الدور الإقتصادي للمشروعات الصغيرة
٩٣	- العقبات التى تواجه المشروعات الصغيرة
٩٤	- المبادئ
٩٦	- كيف تبدأ مشروعاً جديداً .
١١٠	- إدارة المشروع الصغير
١١٢	- حقوق الإمتياز
١١٧	الفصل الرابع : الأعمال الدولية :-
١١٩	- مقدمة
١٢١	- بيئة الأعمال الدولية
١٢٨	- أسباب قيام التجارة العالمية
١٢٩	- الأشكال المختلفة للأعمال الدولية
١٣٢	- التكتلات الإقتصادية العالمية
١٣٦	- القيود على التجارة الدولية
١٣٩	الفصل الخامس : التجارة الإلكترونية :-
١٤٩	- مقدمة
١٤٤	- أنشطة واتجاهات التجارة الإلكترونية
١٤٧	- المراحل التى مرت بها التجارة الإلكترونية
١٤٨	- منافع التجارة الإلكترونية
١٥٣	- سلبيات التجارة الإلكترونية
١٥٣	- أسباب انتشار التجارة الإلكترونية
١٥٤	- القضايا الأساسية للتسويق فى ميدان الأعمال الإلكترونية

رقم الصفحة	الموضوع
١٦٣	الجزء الثاني
١٦٥	- مقدمة
١٦٧	الفصل السادس : التسويق : المبادئ والمفاهيم الأساسية :-
١٧٢	- التسويق على المستوى الجزئي
١٧٤	- التسويق على المستوى الكلي
١٧٥	- الإستراتيجية التسويقية
١٧٨	- الأنشطة التسويقية
١٨٢	- دور التسويق في خلق المنفعة
١٨٥	- المراكز الوظيفية في التسويق
١٨٦	- تطور النشاط التسويقي
١٩١	- مفهوم القيمة للمستهلك
١٩٣	- مرحلة التوجه بالسوق
١٩٤	- الأخلاق والمسئولية الاجتماعية
٢٠١	الفصل السابع : سلوك المستهلك :-
٢٠٩	- قيمة المستهلك والعلاقات مع المستهلك
٢١٠	- أنواع القرارات الشرائية
٢١٠	- العوامل المؤثرة في سلوك الشرائي للمستهلك
٢١٧	الفصل الثامن : الإنتاج وإدارة العمليات :-
٢١٩	- مقدمة
٢٢٠	- الثورة الصناعية
٢٢٢	- التطورات في تكنولوجيا الإنتاج
٢٢٣	- التطورات في تصميم نظم الإنتاج
٢٢٥	- إدارة المواد
٢٢٩	- دورة المواد
٢٣٣	- تخطيط الاحتياجات من المواد
٢٣٨	- سياسة الشراء في الوقت المناسب
٢٤١	- الرقابة على الجودة

## رقم الصفحة

## الموضوع

- ٢٤٣ - إدارة الإنتاج والعمليات
- ٢٤٤ - تخطيط الإنتاج
- ٢٤٤ - تحديد خط سير العمليات
- ٢٤٥ - الجدولة
- ٢٤٦ - الإرسال
- ٢٤٧ - المتابعة والرقابة
- ٢٤٩ - الفصل التاسع : إدارة الموارد البشرية :-
- ٢٥١ - أولاً : مفهوم العلاقات الإنسانية :-
- ٢٥١ - مقدمة
- ٢٥١ - محددات طبيعة العلاقات الإنسانية
- ٢٥٢ - نظرية الدافعية
- ٢٥٧ - نظرية التوقع
- ٢٥٨ - الأنماط الإدارية
- ٢٦٠ - أساليب الدافعية
- ٢٦٢ - ثانياً : إدارة الموارد البشرية :-
- ٢٦٣ - تخطيط الموارد البشرية
- ٢٦٥ - اختيار وتعيين العاملين الجدد
- ٢٦٧ - التدريب
- ٢٦٨ - تقييم أداء العاملين
- ٢٦٩ - الأجور والحوافز والمزايا العينية
- ٢٧١ - الفصل العاشر : الشراء :-
- ٢٧٢ - مقدمة
- ٢٧٢ - أهمية وظيفة الشراء
- ٢٧٦ - قرارات الشراء الرئيسية
- ٢٨٢ - مسئوليات إدارة الشراء
- ٢٨٩ - سياسة الشراء في الوقت المناسب
- ٢٩٢ - إدارة تكاليف الشراء
- ٢٩٤ - قياس وتقييم الأداء في مجال الشراء

رقم الصفحة

الموضوع

٢٢٩	الفصل الحادي عشر : أساسيات التمويل :-
٣٠١	- مقدمة
٣٠٢	- هدف الإدارة المالية
٣٠٣	- وظائف المدير المالي
٣٠٨	- إبطان دراسة الوظيفة المالية
٣٠٨	- التخطيط للمالي والرقابية
٣١٣	- تقييم الأداء باستخدام النسب المالية
٣١٦	- الأطراف التي تهتم بالنسب المالية
٣١٧	- أنواع النسب المالية
٣٢٧	- اختيار النسب المالية
٣٢٨	- متطلبات التخطيط للمالي الجيد
٣٣٠	- أدوات التخطيط والتنبؤ المالي
٣٣٢	- إعداد للميزانية التقديرية النقدية
٣٣٤	- تحليل التعادل
٣٣٧	الفصل الثاني عشر : نظم وتكنولوجيا المعلومات
٣٣٩	- مقدمة
٣٤٠	- أساسيات للمعلومات
٣٤٩	- قيمة المعلومات
٣٤٤	- تقدير قيمة المعلومات
٣٤٥	- نظام للمعلومات الإدارية
٣٤٥	- تصميم نظام للمعلومات الإدارية
٣٤٧	- تحسين نظام للمعلومات الإدارية
٣٤٧	- أنواع المعلومات الإدارية
٣٥٣	- نجاح تطبيق نظم المعلومات
٣٥٥	- تكنولوجيا المعلومات
٣٥٦	- مفهوم الحاسب الآلي
٣٥٧	- مكونات الحاسب الآلي ووظيفته

رقم الصفحة	الموضوع
٣٥٩	- التطور في نظم الحاسب الآلى
٣٦١	- شبكات عمل الحاسب الآلى
٣٦٧	الفصل الثالث عشر : إدارة رأس المال العامل :-
٣٧١	- أهداف السياسات المرتبطة بإدارة رأس المال العامل
٣٧٢	- العوازل التى تحدد حاجة المشروع إلى رأس المال العامل
٣٧٣	- إدارة رأس المال العامل
٣٧٥	- مكونات رأس المال العامل
٣٧٨	- إدارة الأصول المتداولة :-
٣٧٨	أولاً : إدارة النقدية
٣٨٢	ثانياً : إدارة الإستثمارات المؤقتة
٣٨٧	ثالثاً : إدارة الذمم
٣٩٧	رابعاً : إدارة المخزون
٤٠٧	* المراجع
٤١٣	* المحتويات