

بسته:

راه اندازی کسب و کار





۲.....	فصل اول
۳.....	فصل دوم
۵.....	فصل سوم
۶.....	فصل چهارم
۷.....	فصل پنجم
۱۱.....	فصل ششم
۱۳.....	فصل هفتم
۱۴.....	فصل هشتم
۱۵.....	فصل نهم
۱۶.....	فصل دهم
۱۷.....	فصل یازدهم
۱۸.....	فصل دوازدهم
۲۰.....	فصل سیزدهم
۲۲.....	فصل چهاردهم

فصل اول

- متدولوژی راه‌اندازی کسب‌وکار
- تعریف مهارت‌های نرم
- تأثیر خودشناسی بر راه‌اندازی کسب‌وکار
- پلکان راه‌اندازی کسب‌وکار
- بخش‌بندی دوره
- بخش اول - مهارت‌های نرم
- بخش دوم - طراحی و مدل‌سازی کسب‌وکار
- بخش سوم - مهارت‌های تکمیلی و مدیریتی موردنیاز
- شیوه مطالعه دوره

فصل دوم

- دلیل سرگشتگی و سردرگمی شغلی و کاری
- چگونه راه خود را پیدا کنم؟
- وظیفه انسان از منظر ارسطو
- راه حل مولانا در هدف‌گذاری زندگی
- هرم موفقیت و اصول دستیابی به کامیابی
- نقش رسالت فردی در کیفیت زندگی
- عمق و معنای زندگی از منظر شخصیت‌های بزرگ
- کشف مأموریت و رسالت فردی
- تمرین‌های کشف مأموریت و رسالت فردی
- حرکت به سوی حرفه‌ای شدن
- پرسش انیشتین در خصوص شیوه زندگی
- نسخه وین دایر برای افزایش کیفیت زندگی
- نسخه استاد کدکنی در خصوص استقلال عملی
- بررسی و تحلیل استراتژیک شرایط فردی با استفاده از جدول SWOT
- انتخاب استراتژی مناسب و متناسب با شرایط زندگی و اهداف آینده
- هدف‌گذاری و تدوین اکشن پلن
- مربع حرفه‌ای شدن
- تدوین چشم‌انداز فردی
- سلامتی و موفقیت
- بررسی ابعاد انسان سالم

- مقدمه مهارت‌های ارتباطی
- مسیر یادگیری مهارت ارتباط مؤثر
- کسب زیبایی و مقبولیت از روش مهر گیاه!
- فرآیند و ارکان ارتباطات
- کلام و تمرین عملی تقویت سخنوری
- ارتباط غیرکلامی - لحن، تن صدا و آهنگ کلام
- آداب مکالمات تلفنی
- ارتباط غیرکلامی - رعایت حریم خصوصی
- نکاتی برای اولین برخورد در ارتباطات
- ارتباط غیرکلامی - زبان بدن و تکنیک‌های آن
- ریسک و ریسک پذیری

فصل سوم

- تعریف تیم و گروه
- تفاوت‌های کار گروهی و کار تیمی
- مدل تشکیل و توسعه تیم
- مزایای کار تیمی نسبت به کار فردی
- اصول مدیریت تیم و کار تیمی
- قواعد تیم‌سازی
- نقش‌های تیمی بر اساس مدل بلبین
- موانع کار تیمی
- فرآیند شکل‌گیری تیم
- فرهنگ سازمانی
- پیاده‌سازی فرهنگ سازمانی
- قواعد مدیریت تیم
- اولویت‌بندی کارها
- هدف‌گذاری اسمارت و شرح آن
- برنامه‌ریزی و اقدام عملیاتی
- تمرین برنامه‌ریزی
- معرفی نرم‌افزارهای مدیریت کار تیمی
- رهبری در تیم

فصل چهارم

- اهمیت و ضرورت خلاقیت
- تمرین ساختار ذهن
- تمرین کشف تفکر غالب ذهن
- چالش ذهنی جهت کشف راه‌حل‌های پیچیده
- خروج از قواعد ساختاریافته ذهن
- بررسی عملکرد مغز و خطاهای آن
- تحلیل ساختار ذهن و مغز
- تفکر سریع و تفکر کند
- رفتار مغز در هنگام حل مسئله
- چالش مش
- ترتیب ورود اطلاعات به مغز و تأثیر آن در حل مسائل و خلاقیت
- ویژگی‌های بنیادین یک عمل خلاقانه
- رابطه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی
- درک غلط از خلاقیت
- دام هوش و هوش‌های چندگانه
- خصوصیات افراد خلاق
- فرآیند تفکر خلاق
- موانع خلاقیت
- نمودار ون خلاقیت و استراتژی خلاقیت
- پرورش خلاقیت در سازمان‌ها و مدل حال خوب و شکوفایی خلاقیت در سازمان

فصل پنجم

- جایگاه ایده در مقابل امکانات
- انواع ایده و ویژگی‌های ایده خوب
- جریان‌سازی ایده
- نظریه پیوند ضعیف و پیوند قوی
- پل زدن بین جهان‌های دوردست
- ایده‌های رنگی
- امواج رادیویی
- گفتمان ایده محور
- ادامه‌دهنده و نابودگر
- پرسش‌های ساده و نقش آن‌ها در ایده‌یابی
- کشتن ایده‌ها
- قضاوت و ایده‌یابی
- تکنیک ایده‌یابی قلب
- تکنیک ایده‌یابی حرکت لحظه‌به‌لحظه
- تکنیک ایده‌یابی گریز
- تکنیک داده‌های تصادفی
- تکنیک ترکیب بر پایه تکنیک داده‌های تصادفی
- تکنیک حل مسئله بر پایه تکنیک داده‌های تصادفی
- تکنیک ربط دادن بر پایه تکنیک داده‌های تصادفی
- تکنیک تبلیغات بر پایه تکنیک داده‌های تصادفی



- واقعیت‌های پیش روی کسب‌وکارهای ایرانی
- مسئله آب و تغییر جمعیتی در کشور
- دو ابررشد مهم اجتماعی اقتصادی
- نتایج و تأثیرات تغییر ساختار جمعیتی کشور
- نتایج و تأثیرات دیجیتالی‌شدن زندگی و کسب‌وکار
- آب و انرژی در آینده جهان و تأثیرات و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- معنای سالمند شدن جهان و تأثیرات و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- دسترسی به اینترنت فراگیر و تأثیرات و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- اینترنت اشیا و تأثیرات و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- هوش مصنوعی و تأثیرات و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- واقعیت مجازی و تأثیرات و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- ظهور انسان پلاس
- چاپگرهای چندبعدی و تأثیرات و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- تحول در زنجیره غذایی و تأثیرات و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- بیگ دیتا و فرصت‌های کسب‌وکاری آن
- مشاغل آینده و مشاغل نابودشونده
- مفهوم تصمیم‌گیری و رابطه آن با زمان حال و آینده
- اهمیت و ضرورت تصمیم‌گیری
- مکانیزم مغز در تصمیم‌گیری
- اولویت‌بندی کارها با استفاده از ماتریس آیزنهاور
- تله تصمیم
- تکنیک ۶ کلاه تفکر در بررسی و حل مسئله و تصمیم‌گیری

- روش درست بررسی مسئله
- تمرین حل مسئله و تصمیم‌گیری با استفاده از تکنیک ۶ کلاه تفکر
- تکنیک طوفان فکری و قوانین آن
- شرایط و تعداد شرکت‌کنندگان در جلسات تصمیم‌گیری و تفکر گروهی
- ویژگی تسهیل‌گر در جلسات تصمیم‌گیری و تفکر گروهی
- فرآیند برگزاری جلسات گروهی تصمیم‌گیری
- تمرین حل مسئله و تصمیم‌گیری با استفاده از تکنیک طوفان فکری
- تکنیک استخوان ماهی
- تمرین حل مسئله و تصمیم‌گیری با استفاده از تکنیک استخوان ماهی
- تکنیک نقشه ذهن
- کاربرد نقشه ذهن
- ساختار نقشه ذهن
- شیوه طراحی نقشه ذهن
- تمرین حل مسئله و تصمیم‌گیری با استفاده از تکنیک نقشه ذهن
- اهمیت استفاده از تکنیک SWOT
- بررسی ساختار و ابعاد جدول SWOT
- معرفی و شیوه تکمیل چهار بخش جدول SWOT
- شیوه تحلیل جدول SWOT
- افزودن بخش‌های تحلیلی به جدول SWOT
- بررسی استراتژی‌های جدول تحلیلی SWOT
- شیوه تکمیل جدول تحلیلی SWOT
- انتخاب استراتژی‌های مناسب

- جدول اقدام عملیاتی
- پرکردن جدول اقدام عملیاتی برای هر استراتژی انتخاب شده
- بررسی یک نمونه جدول تحلیلی SWOT

فصل ششم

- معرفی بوم کانواس
- نقش بوم مدل کسب و کار کانواس در موفقیت کسب و کار
- اجزای بوم مدل کسب و کار کانواس
- رابطه بوم مدل کسب و کار کانواس با محیط بیرونی
- نیروهای بازار
- روندهای کلیدی
- نیروهای صنعت
- نیروهای اقتصاد کلان
- شیوه مطالعه و تکمیل بوم مدل کسب و کار کانواس
- تعریف مشتری و جایگاه آن در بوم کانواس
- بازار
- نیاز، خواسته و تقاضا در مشتری
- نزدیک بینی بازاریابی
- انواع مشتریان از منظر ماهیت حقوقی
- انواع مشتریان از منظر سابقه خرید
- انواع مشتریان از منظر روان شناسی
- پنج تکنیک روان شناسی مشتری، دیدن فلج ذهنی
- پنج تکنیک روان شناسی مشتری، برچسب زنی
- پنج تکنیک روان شناسی مشتری، اعتراف
- پنج تکنیک روان شناسی مشتری، خدمات اجتماعی

- پنج تکنیک روان‌شناسی مشتری، سورپرایز کردن
- معیارهای مؤثر بر رفتار مشتریان
- فرآیند یا سفر خرید مشتری حقیقی
- فرآیند یا سفر خرید مشتری شرکتی یا حقوقی
- یک نمونه خرید بازرگانی یک استارت‌آپ
- بخش‌بندی بازار مشتریان - معیارهای بخش‌بندی
- بخش‌بندی، چند مثال معروف
- بخش‌بندی، نکات و اهداف بخش‌بندی
- بخش‌بندی، بررسی نهایی و ورود به خط مقدم

فصل هفتم

- اهمیت و جایگاه ارزش و مزیت رقابتی
- قصه شهر پابره‌نه‌ها و کفش‌فروش کارآفرین
- تعریف ارزش و مزیت رقابتی
- مفهوم 7P بازاریابی در طراحی کسب‌وکار
- خلق ارزش با شناخت درونی - طراحی سه‌لایه محصول
- خلق ارزش با شناخت درونی - شرکت (سازمان)
- خلق ارزش با شناخت بیرونی - جدول مزیت رقابتی
- نمونه‌هایی از مزیت رقابتی (ارزش) شرکت‌های کشور
- فرمول خلق ارزش
- چند نمونه مزیت رقابتی (ارزش برتر) معروف در دنیا

فصل هشتم

- مقدمه و مفاهیم ارتباط با مشتری
- جایگاه ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار
- اهداف و دستاوردهای ارتباط با مشتری
- فرآیند خرید مشتری (سفر مشتری)
- انتظارات مشتری و سطح رضایت
- اهمیت و شناخت سطح انتظارات مشتری
- انواع کانال و ابزار برای ارتباط با مشتری
- ۹ تکنیک سنتی مهم در CRM
- جایگاه ارتباط با مشتری در آمیخته بازاریابی
- ارکان IMC یا ابزار یکپارچه بازاریابی
- IMC - تبلیغات
- IMC - روابط عمومی یا PR
- IMC - ترفیع یا پروموشن یا promotion
- IMC - بازاریابی مستقیم یا direct marketing
- IMC - بسته بندی
- IMC - حامی گری یا sponsorship
- IMC - فروش شخصی

فصل نهم

- مفاهیم و مقدمات بازاریابی دیجیتال
- سه میثاق برای شروع یک بازاریابی دیجیتال خوب
- چرا بازاریابی دیجیتال
- اهمیت انتخاب درست خدمات‌دهنده‌ها در فضای دیجیتال با یک نمونه
- اطلاعات آماری سال ۱۴۰۰ از فضای دیجیتال ایران
- مقدمه تکنیک‌های هشتگانه دیجیتال مارکتینگ
- مدیریت بازاریابی دیجیتال - سئو یا بهینه‌سازی برای موتورهای جستجو
- مدیریت بازاریابی دیجیتال - شبکه‌های اجتماعی
- مدیریت بازاریابی دیجیتال - تأثیرگذاران فضای دیجیتال
- تمرین - یافتن تأثیرگذاران و محتوای مرتبط
- مدیریت بازاریابی دیجیتال - بازاریابی محتوایی
- مدیریت بازاریابی دیجیتال - استفاده از تکنولوژی روز
- مدیریت بازاریابی دیجیتال - بازاریابی کلیدی
- مدیریت بازاریابی دیجیتال - بازاریابی ایمیلی
- تدوین جدول اکشن پلن بازاریابی با یک نمونه

فصل دهم

- چهار ویژگی اصلی یک سیستم توزیع موفق
- انواع روش‌های (استراتژی‌های) توزیع - محصول
- انواع روش‌های (استراتژی‌های) توزیع - خدمات
- مفهوم فروش و تفاوت نقش فروشنده به‌عنوان سفارش‌گیرنده و مشاور
- مسیر و فرآیند مهندسی شده فروش
- مقصد و هدف در مسیر فروش - مفاهیم market share و pocket share
- مبدأ و هدف فروش - هدف‌گذاری SMART
- نمونه برنامه فروش - آشنایی با تکنیک FAST و REST فروش
- مدل 2X3 افزایش اطلاعات فروشنده
- جعبه ابزار فروشنده
- تکنیک‌های مشتری‌یابی یا prospecting (بازاریابی شخصی)
- مشتری‌یابی - روش بازاریابی داغ یا شبکه ارتباطات فردی
- مشتری‌یابی - بازاریابی داغ - نمونه‌های فایل لیست مشتری
- مشتری‌یابی - روش فروش ارجاعی یا market share
- مشتری‌یابی - روش مزرعه فروش یا pocket share
- مشتری‌یابی - استراتژی اقیانوس آبی
- مشتری‌یابی - فروش سرد یا cold call
- مشتری‌یابی - فیلم گرگ وال‌استریت در باب مهارت فروش سرد
- پیش از مراجعه pre - approach و مراجعه approach
- فرآیند فروش - از مذاکره (ارائه یا presentation) تا پیگیری پس از فروش

فصل یازدهم

- آشنایی با جریان‌های درآمدی و جایگاه آن در مدل کسب‌وکار
- ادامه آشنایی با جریان‌های درآمدی - دلیل پرداخت مشتری
- تمرین آشنایی با مدل‌ها و جریان‌های درآمدی
- ادامه آشنایی با جریان‌های درآمدی - نحوه پرداخت
- ادامه آشنایی با جریان‌های درآمدی - شاه‌رگ جریان درآمدی
- جریان‌های درآمدی - مدل پیش پرداختی
- جریان‌های درآمدی - نرخ ساعتی
- جریان‌های درآمدی - نمونه‌های موفق دنیا با مدل نرخ ساعتی
- جریان‌های درآمدی - اجاره
- جریان‌های درآمدی - اجاره - ویدئو قصه کارآفرین عباس برزگر
- جریان‌های درآمدی - اعطای مجوز
- جریان‌های درآمدی - محصول مصرفی
- جریان‌های درآمدی - تبلیغات
- ساختار هزینه‌ها
- رابطه ساختار هزینه‌ها و دیگر خانه‌های بوم کانوناس
- شناسایی هزینه‌های اصلی
- مقدمه‌ای بر حساب و کتاب
- بررسی مفاهیم مهم مرتبط با هزینه
- بررسی مفاهیم مهم مرتبط با درآمد و سود
- بررسی مفاهیم مهم مرتبط با سرمایه و دارایی

فصل دوازدهم

- بررسی اهمیت بخش سمت چپ بوم مدل کسب و کار کانواس
- تعریف و بررسی انواع فعالیت‌های کلیدی
- ارتباط فعالیت‌های کلیدی با دیگر خانه‌های بوم کانواس
- نمونه‌های مهم فعالیت‌های کلیدی
- هدف‌گذاری اسمارت و فعالیت‌های کلیدی
- جدول اقدام عملیاتی و فعالیت‌های کلیدی
- تعریف منابع کلیدی
- انواع منابع کلیدی
- رابطه منابع کلیدی و دیگر خانه‌های بوم کانواس
- شرکای کلیدی و تعریف آن
- انواع شرکای کلیدی
- رابطه شرکای کلیدی و دیگر خانه‌های بوم کانواس
- اهداف انتخاب شرکای کلیدی
- مزایای بهره‌مندی از شرکای کلیدی
- برون‌سپاری و مفهوم آن
- مزایای برون‌سپاری
- انواع شراکت
- انواع برون‌سپاری
- معایب و خطرات برون‌سپاری
- چه موقع برون‌سپاری کنیم؟



- چه موقع برون سپاری نکنیم؟
- شخص حقیقی شخص حقوقی
- ویژگی‌های شخص حقوقی
- آشنایی با اساسنامه شرکت و ارکان آن
- سهام‌داران و حقوق مالی و غیر مالی آن‌ها
- تفاوت سهام ممتاز و سهام عادی
- ویژگی‌های سهام ممتاز
- هیئت‌مدیره و مدیرعامل
- انواع شرکت‌ها از منظر قانون
- شرکت سهامی خاص و عام
- شرکت مسئولیت محدود و تعاونی
- قرارداد و تعریف آن
- مهم‌ترین و اصلی‌ترین فواید قرارداد
- زمان و مکان انعقاد قرارداد و مشخصات کامل طرفین
- موضوع قرارداد و محل اجرای قرارداد
- مبلغ قرارداد، نحوه پرداخت و مدت قرارداد
- تعهدات طرفین
- جرائم دیرکرد و تضامین
- موارد فسخ، فورس ماژور، روش‌های حل اختلاف و شیوه ابلاغ و اخطار
- نسخ قرارداد و ضمائ آن
- بررسی متن یک نمونه قرارداد واقعی
- تقسیم سهام در استارت‌آپ

فصل سیزدهم

- نمونه ۱ - طراحی یک کسب‌وکار آنلاین و B2B
- نمونه ۲ - طراحی یک کسب‌وکار فیزیکی و B2C
- بررسی وضعیت اغلب کسب‌وکارها و استارت‌آپ‌های
- بررسی ۲۰ دلیل عمده شکست کسب‌وکارها و استارت‌آپ‌ها
- دلیل ۱: عدم نیاز بازار به محصول و ایده
- ارزیابی ایده و محصول جهت پایین آوردن ضریب شکست
- بررسی تکنیک ترک مکانیکی در ارزیابی ایده و محصول
- بررسی تکنیک پروتوتایپ و پیش‌نمونه‌سازی در ارزیابی ایده و محصول
- پرسش‌های مهم در پیش‌نمونه‌سازی که باید به آن‌ها پاسخ داد
- بررسی نمونه‌های موفق ارزیابی ایده و محصول
- تکنیک در جعلی جهت ارزیابی ایده و محصول
- MVP و مفهوم آن
- داوری بازار
- مدل MVP و به‌کارگیری آن
- تمرکز MVP بر چه چیزی است؟
- MVP چه چیزی نیست
- دلیل ۲: مشکلات مالی
- دلیل ۳: انتخاب نادرست اعضای تیم و مدیریت تیم
- دلیل ۴: ناتوانی در برابر رقبا
- دلیل ۵: قیمت‌گذاری نادرست

- دلیل ۶: محصول به درد نخور و دوست نداشتنی
- دلیل ۷: توجه نداشتن به مدل کسب و کار
- دلیل ۸: بازاریابی و فروش ضعیف
- دلیل ۹: نادیده گرفتن مشتریان
- دلیل ۱۰: ارائه محصول در زمان نامناسب
- دلیل ۱۱: ازدست دادن تمرکز
- دلیل ۱۲: ناهماهنگی تیم با سرمایه گذار
- دلیل ۱۳: چرخش بد و مفهوم Pivot
- دلیل ۱۴: کاهش اشتیاق
- دلیل ۱۵: راه اندازی کسب و کار در جغرافیای نامناسب
- دلیل ۱۶: عدم جذب سرمایه
- دلیل ۱۷: مسائل حقوقی و قانونی
- دلیل ۱۸: نداشتن شبکه ارتباطی مناسب
- دلیل ۱۹: خستگی
- دلیل ۲۰: عدم تشخیص نیاز به چرخش
- نشانه های شکست کسب و کار

فصل چهاردهم

- تعریف کارآفرینی و انواع آن
- استارتاپ و ویژگی‌های منحصربه‌فرد آن
- انواع مراکز حمایت‌کننده استارتاپی
- تعریف شتاب‌دهنده، مرکز رشد و استارتاپ استودیو
- فرآیند رشد استارتاپ در شتاب‌دهنده
- تفاوت شتاب‌دهنده و مرکز رشد و استارتاپ استودیو
- سرمایه‌گذار فرشته و سرمایه‌گذار خطرپذیر
- تفاوت مراکز حمایت از استارتاپ
- خدمات شتاب‌دهنده‌ها
- اولویت شتاب‌دهنده‌ها در جذب استارتاپ‌ها
- عوامل مهم و تأثیرگذار در انتخاب شتاب‌دهنده برای پیوستن به آن
- معرفی برخی بازیگران استارتاپی ایران
- بررسی نقشه اکوسیستم استارتاپی ایران
- معرفی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری
- معرفی صندوق نوآوری و شکوفایی
- معرفی پارک فناوری پردیس
- معرفی مرکز شرکت‌های دانش‌بنیان
- تعریف شرکت‌های دانش‌بنیان
- معرفی برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق
- تعریف شرکت‌های خلاق

- اهمیت ارائه درست به سرمایه‌گذار
- شیوه ارائه دقیق و درست به سرمایه‌گذار
- ساختار و چیدمان یک ارائه خوب
- بررسی ارائه استارت‌آپ airbnb به سرمایه‌گذار
- ساختار صفحه معرفی
- ساختار صفحه بیان مشکل و مسئله
- ساختار صفحه بیان راه حل
- ساختار صفحه بازار هدف
- ساختار صفحه محصول و خدمت
- ساختار صفحه اندازه بازار
- ساختار صفحه تحلیل رقبا
- ساختار صفحه مزیت رقابتی
- ساختار صفحه مدل درآمدی
- ساختار صفحه نقشه راه و اقدامات کلیدی
- ساختار صفحه اعضای تیم
- ساختار صفحه کشش
- ساختار صفحه تاریخچه کسب‌وکار
- ساختار صفحه زمان صحیح
- ساختار صفحه ارتباط با ما