

موضوعات خاصة في الإدارة

(تجميع لتعاريف المنهج)

المحاضرة الأولى : التعليم التنظيمي والمنظمة المتعلمة

المصطلح	تعريفه
مفهوم التعلم التنظيمي (Organizational Learning)	عملية استثمار خبرات وتجارب المنظمة والأفراد العاملين بها ورصد المعلومات الناجمة عن هذه الخبرات في ذاكرة المنظمة ثم مراجعتها من حين لآخر والاستفادة منها لحل المشكلات التي تواجهها.
مفهوم التعلم التنظيمي لـ (senge)	هي الاختبار والمراجعة المستمرة للخبرات وتحويلها إلى معرفة .
مفهوم التعلم التنظيمي لـ (Popper & Lipshitz)	عبارة عن آلية التعلم التي تتبناها المنظمة وتجعلها جزءاً من ثقافتها التنظيمية.
مفهوم التعلم التنظيمي لـ (سايمون)	هو الوعي بالمشكلات التنظيمية والنجاح في تحديدها من قبل أفراد التنظيم.
مفهوم التعلم التنظيمي لـ (كريس أرجريس)	هو العملية التي يتم من خلالها كشف الأخطاء وتصحيحها.

مفهوم المنظمة المتعلمة:

المصطلح	تعريفه
مفهوم المنظمة المتعلمة عند (سينج)	١/ هي المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يتعلم. ٢/ هي المنظمة التي يوسع فيها الأفراد باستمرار من قدراتهم على خلق النتائج التي يريدونها
مفهوم المنظمة المتعلمة عند (كارفن)	هي الماهرة في خلق واكتساب وتحويل المعرفة وفي تعديل سلوكها لتعكس المعرفة والرؤيا الجديدة.
مفهوم المنظمة المتعلمة عند (سيجرمان)	هي المنظمة التي تمتلك طاقة للتحسين المستمر لفاعليتها ولأعضائها.

نماذج المنظمة المتعلمة :

١/ نموذج بيتر سينج: وهو مبتكر فكرة المنظمة المتعلمة ووضع لها خمس

اسس وهي ”””

١/ التفكير التنظيمي	وهو القدرة على تكوين رؤية واضحة للعلاقات المتداخلة للنظام.
٢/ التميز الذاتي	وهو مدى توافر براعة شخصية تعزز الدوافع الذاتية للتعلم المستمر عن كيفية تأثير أفعالنا على البيئة المحيطة.
٣/ النماذج الذهنية	وهي مدى الانفتاح المطلوب للعاملين.
٤/ الرؤية المشتركة	وهي التزام العاملين حول الرؤية المؤسسية وكيف ينظرون إلى مستقبل المنظمة بشكل مشابه.
٥/ التعلم الجماعي	وهو القدرة على العمل بروح الفريق.

٢ / نموذج مارسك وواتكنز: قدمت كل من مارسك و واتكنز نموذجاً متكاملًا

للمنظمة المتعلمة مكون من سبعة أبعاد وهي:

١. خلق فرص للتعلم المستمر .
٢. تشجيع الاستفهام والحوار .
٣. تشجيع التعاون والتعلم الجماعي .
٤. تمكين العاملين لجمعهم نحو رؤية مشتركة .
٥. إنشاء أنظمة لمشاركة المعرفة والتعلم .
٦. ربط المنظمة بالبيئة الخارجية .
٧. القيادة الإستراتيجية .

٣ / نموذج ماركواردت: وقد توصل ماركواردت إلى نموذج للمنظمة المتعلمة

يتكون من خمس أنظمة وهي :

١/التعلم ٢/التنظيم ٣/الأفراد ٤/المعرفة ٥/ التقنية.

٤/ نموذج العتيبي : عام (٢٠٠١م) قام العتيبي بإعداد نموذج للمنظمة

المتعلمة ويتكون من ثلاث أنظمة فرعية للمنظمة المتعلمة وهي ،،،

وله ثمانية أبعاد (هوية المنظمة / رؤيتها / استراتيجيتها / بناؤها الهيكلية / نظامها/ العاملون بالمنظمة/المهارات / أهداف العاملين)	١/نظام البناء التنظيمي
وله أربعة أبعاد (التوجه نحو التعلم بالمنظمة /إدارة المعرفة / مستويات التعلم وأنواعه / تسهيلات التعلم المتوافرة بالمنظمة)	٢/نظام التعلم
وهي القيم والمعتقدات والعادات التي تؤثر في طريقة التفكير والتصرف والتفاعل "وهي مصدر أولي لثقافة المنظمة"	٣/الثقافة الإجتماعية

٥/ نموذج مايلونين: وقد أقرح عام ٢٠٠١م نموذجا للمنظمة المتعلمة مكون

من خمسة أبعاد وهي ،،،

يقصد بها مدى سعي قيادة المنظمة الى وضع الهياكل والأنظمة والعمليات التي تساعد الأفراد لتشجيعهم على تطوير مهاراتهم.	١/الدوافع المحركة
مدى وجود رؤية تنظيمية وأهداف مشتركة تكون مرتبطة بإستراتيجية المنظمة.	٢/تحديد الهدف
للتعرف على طبيعة البيئة التنظيمية الداخلية ومدى وجود العوامل التي تساعد الأفراد على تصحيح نماذجهم الذهنية وتحسين مستوى تعلمهم الفردي والجماعي.	٣/الإستطلاع والإستفهام
مدى استخدام الأساليب المناسبة التي تمنح الأفراد فرصا للتعلم .	٤/التمكين
ويعني الاهتمام بنتائج التصرفات والأعمال التي تتلاءم مع خطط التطوير التنظيمي .	٥/ التقييم

المحاضرة الثانية : القيادة التحويلية

١/ مفهوم القيادة التحويلية:

تمت صياغة مصطلح القيادة التحويلية (Transformational Leadership) لأول مرة من قبل العالم داونتون عام ١٩٧٣. ولكن ظهوره كمدخلاً مهماً في القيادة. كان من طرف عالم الإجماع السياسي جيمس بيرنز في كتاب القيادة ١٩٧٨.

<u>المصطلح</u>	<u>التعريف</u>
القيادة عند "بيرنز"	هم أفراد يتحكمون في دوافع الأتباع لكي يتمكنوا من تحقيق أهداف القادة والأتباع
القيادة المعيارية	هي التي لا تصف كيف يتصرف القادة في الواقع بل كيف يجب عليهم ان يتصرفوا" وقد سمي بيرنز القيادة المعيارية بالقيادة التحويلية"
القيادة التحويلية عند (بيرنز)	هي عملية تحدث عندما يقوم شخص أو أكثر بالالتحام مع آخرين بطريقة تمكن القادة والتابعين من رفع بعضهم الآخر لمستويات أعلى من الأخلاق والدوافع والسلوكيات (رغبات .. وحاجات وطموحات...)
القيادة التحويلية عند (تينشي وديفانا)	هي إدراك الحاجة للتغيير وصنع رؤية جديدة من قبل القادة التحويليين داخل المنظمات.
القيادة التحويلية عند (بينس و نانس)	هي التي تعمل على تحويل التابعين إلى قادة متحكمين بقدراتهم و الى قادة للتغيير .
القيادة التحويلية عند (تروفينو)	هي القيادة التي تضع رؤية واضحة لمنظماتها وتعمل على إيجاد أنظمة منتظمة جديدة كلياً تتوافق مع متطلبات المستقبل.
القيادة التحويلية عند (تريسي)	هي العملية التي تدفع الأتباع وتنشطهم عن طريق تعزيز المثل العليا والقيم الأخلاقية.
القيادة التحويلية عند (جان كريجر)	هي التي تعمل على تحفيز التابعين بشكل أكبر من التوقعات عن طريق رفع الوعي بأهمية وقيمة أهداف محددة ومثالية والسمو بالاهتمامات الشخصية لدى التابعين لتحقيق الازدهار للمنظمة.

٢ / أبعاد القيادة التحويلية:

<p>_ تعني قدرة القائد على إظهار مواهب غير عادية واللجوء إلى المخاطرة بحيث يوجد في التابعين الإخلاص والتفاني والإحساس بالهدف المشترك.</p> <p>_ وتعني أيضاً إيجاد القائد لرؤية واضحة وإحساس بالرسالة العليا للمنظمة وغرس روح الفخر في نفوس أتباعه وتحقيق الثقة والاحترام من قبلهم.</p>	<p>أ / التأثير المثالي أو الكاريزما:</p>
<p>_ قدرت القائد على إيصال توقعاته العالية إلى الآخرين واستخدام الرموز لتركيز الجهود والتعبير عن الأهداف بطريقة بسيطة .</p>	<p>ب / الدفع والإلهام :</p>
<p>_ يستثير القائد التحويلي مرؤوسيه بتشجيع التفكير الإبداعي والتجديد و العقلانية وابتكار الأفكار الجديدة</p> <p>_ بنمي روح الابتكار من خلال عدم السماح بتوجيه النقد العلني في حالة الإخفاق.</p> <p>_ جعل أتباعه يتصدون للمشكلات القديمة بطرق جديدة وتعليمهم كيفية النظر إلى الصعوبات بوصفها مشكلات تحتاج حل.</p>	<p>ج / التشجيع الإبداعي :</p>
<p>_ وتعني الاهتمام الشخصي من قبل القائد بمرؤوسة وإدراك الفروق الفردية بينهم والتعامل مع كل موظف وفقاً لظروفه الخاصة والعمل على تدريبهم وإرشادهم نحو تحقيق مزيد من النمو.</p> <p>_ القائد التحويلي يعطي اهتمامه الشخصي لحاجات كل فرد لتحقيق الإنجاز والنمو من خلال سلوكه كمدرّب وناصح.</p> <p>_ يعترف بالفروق الفردية من حيث الاحتياجات والقدرة على الأداء.</p> <p>_ يمارس أسلوب الإدارة بالتواجد بان يكون قريباً من العاملين.</p> <p>_ يقوم بتفويض بعض مهامه لتنمية قدراتهم ومتابعة تلك المهام المفوضة لتوجيه المزيد من التوجيه والدعم والحاجة مع عدم إشعارهم بالرقابة.</p>	<p>د / الاهتمام الفردي :</p>

٣/ القائد التحويلي :

هو الذي يمتلك رؤية مستقبلية يسعى لتحقيقها ولديه قدرة على إقناع الآخرين عبر شخصيته الجذابة وقدرته على الإلهام والإبداع .

القائد التحويلي:

المحاضرة الثالثة: إدارة المنظمة بالذكاء "١" علاقة الإدارة بالذكاء

- أهم التحديات التي تواجه المنظمة :

تسونامي كلمة يابانية تعني المد الهائج فالمنظمات تواجه مد معرفي هائج .	١/ تسونامي المعرفة :
منذ ١٩٥٨ نظر "لونك" إلى بيئة المنظمات على أنها بيئة العاب يتبارى فيها عدد من اللاعبين "الجديد أن اللعب لم يعد في وسط الملعب بل عند نهايات أقطابه بما يعرف الصعود العاصف والهبوط العاصف .	تحدي اللعب عند نهايات الأقطاب:
استطاعت المرأة اختراق المستويات الإدارية لتصل قمة الإدارة العليا للشركات في وقت اشارة فيه الدراسات إلى أن الأداء وتقييمه من قبل الرؤساء والخاص بالمديرات هو أفضل منه لدى الرجال مثل "القدرة على التحفيز وتشجيع الاتصالات".	تحدي القيادة النسوية :
<ul style="list-style-type: none">• العقل عملية فكرية تقوم على ربط المفاهيم وبعضها ببعض وإدراك ما تشابه منها وما اختلف.• وصفت الإدارة بعقل المنظمة انطلاقا من مفاهيم العقل وممارساته مثل: التفكير، الحكمة، الرشد...• وصفت الإدارة بعقل المنظمة لأنها تحتاج الى كل ممارسات العقل التي يجب ان تكون حاضرة.	الإدارة عقل المنظمة :

• علاقة الذكاء بالإدارة :

<ul style="list-style-type: none"> • هو القدرة العقلية على التكيف للمواقف الجديدة أو القدرة على التصرف وحل المشكلات. • القدرة على التفكير والاستنتاج المنطقي والتوجه العقلي. • يتمثل في القدرة التي تلهب عمليات عقل المنظمة (الإدارة) • بالذهن المتوقد وسرعة الفهم وقوة الفطنة. 	<p>الذكاء :</p>
<p>بوصفه احد الروافد الأساسية لنظرية المعرفة "فيدلر وقد أشار "كيتلنك" أن الذكاء مع المعرفة عنصران استراتيجيان يعتمدان لإنجاز الأنشطة المنظمة وإضافة قيمة لها.</p>	<p>الذكاء ذهن متوقد للإدارة :</p>
<p>في ظروف بيئية غاية بالتعقيد المعرفي أشار "شارلس بيرو" الى أن الآلات والعمليات قد اصبحت معقدة الى الحد الذي باتت معه خبرة العلماء لا تستطيع التنبؤ بكل ما هو محتمل او ممكن.</p>	<p>الذكاء يحقق جودة صناعة القرارات:</p>
<p>أكدت الدراسات على وجود علاقة قوية بين نجاح المنظمات وسمات اداريها وقاداتها وفي مقدمتها سمة الذكاء.</p>	<p>الذكاء يمثل قوة الفطنة في بلوغ النجاح:</p>
<p>أشارت دراسة "سينديريمان" التي استطلعت آراء الخبراء "أن الذاكرة وثقت كعنصر هام من الذكاء بنسبة ٨٠ %"</p>	<p>الذكاء ذاكرة فكر الإدارة المتجدد:</p>

المحاضرة الرابعة : إدارة المنظمة بالذكاء (٢) الذكاء الإستراتيجي

١/ مفهوم الذكاء الإستراتيجي Strategic Intelligence:

وله ثلاث إتجاهات،،،

عملية أو اداة لجمع المعلومات لصالح صناع القرار	الذكاء الإستراتيجي " الإتجاه الاول" :
هو عملية منطقية لجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها وفق نظام يقود بنجاح الى نتائج حاسمة وهامة.	تعريف تريكو وزيمرمان:
وظيفة تتعامل مع كل القضايا التي تؤثر في المنظمات في المدى المتوسط والطويل.	"الإتجاه الثاني":
هو الوظيفة التي تختص بتحليل المنافسين او فهم اهدافهم المستقبلية واستراتيجياتها الحالية.	تعريف جوهانسن "Johansen" :
جزء من نظام الشخصية التي تتمتع بها قادة المنظمات .	"الإتجاه الثالث" :
هو ذكاء يتسم به قادة المنظمات عناصره :الاستشراف تفكير النظم،الرؤية المستقبلية،الشراكة،القدرة على تحفيز العاملين.	تعريف ماكوبي "Maccoby" :
أي إمكانية إسقاط حالة العالم الراهنة على المستقبل بإبصار تطوره مستقبلا .	١/استشراف "البصيرة"
القدرة على توليف ودمج العناصر أكثر من فصلها على أجزاء ثم تحليلها.	٢/التفكير بمنطق النظم:
قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها والتي ترتبط بشيء حصل سابقا وينتظر نتيجته.	٣/الرؤية المستقبلية:
قدرة القائد على إقامة تحالفات إستراتيجية. # استطاع "ستيف جوبز" إقامة شراكة بين اكزروكس وشركة أبل مكنت الأخيرة من السيطرة على سوق الحواسيب.	٤/الشراكة "Partnership" :
تعكس الدافعية قدرة القائد على دفع وتحفيز الأفراد على الإيمان بهدف عام يجمعهم تنفيذه.	٥/ الدافعية :

عناصر الذكاء الإستراتيجي

قدرة متخذ القرار على الاستجابة السريعة باعتماد الظن والتخمين المتكون من الخبرة الشخصية.	٦ / الحدس :
قدرة القادة على التفكير في نسق مفتوح وعلى إعادة تشكيل عناصر الخبرة في أشكال جديدة.	٧ / الإبداع :

المحاضرة الخامسة : إدارة الأزمات (1) "Crisis Management"

- هي خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير مستقرة ويترتب عليها تطورات غير متوقعة.
- خلل يؤثر مادياً على النظام بأكمله.
- حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قراراً ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت او ايجابية.
- موقف يواجهه صناع القرار في المنظمة وتتلاحق فيه الأحداث.
- وقوع خلل مفاجئ وخطير يضرب السلوك المعتاد لمنظومة العمل في المنظمة.
- موقف يواجهه الأفراد او الجماعة أو المنظمة ويكونون غير قادرين على ان يتغلبوا عليه باستخدام الإجراءات الروتينية.
- حدث مفاجئ غير متوقع يؤدي إلى نتائج سلبية.

تعريف الأزمة :

المحاضرة السادسة : إدارة الأزمات (٣) "Crisis Management"

<p>هي مجموعة الاستعدادات والجهود التي تبذل لمواجهة أو الحد من الدمار المترتب على الأزمة.</p>	<p>إدارة الأزمات:</p>
<ul style="list-style-type: none">▪ هي إدارة العمليات أثناء حدوث الأزمة الحقيقية مثل عمليات الإخلاء من الحرائق....▪ الإعداد والتقدير المنظم للمشكلات الداخلية والخارجية.▪ التعامل بسرعة وكفاءة وفاعلية مع العمليات الموقفية.▪ القدرة على إدارة الشركة قبل وأثناء وبعد الأزمة.▪ نشاط هادف يقوم على البحث والحصول على المعلومات اللازمة التي تمكن الإدارة من التنبؤ بأمكان واتجاهات الأزمة المتوقعة.	<p>إدارة الأزمات:</p>
<p>افتعال الأزمات وإيجادها من عدم كوسيلة للتغطية والتمويه على المشاكل القائمة التي تواجه الكيان الإداري.</p> <p># يطلق على الإدارة بالأزمات علم صناعة الأزمات للتحكم والسيطرة على الآخرين وهو فن يهدف إلى السيطرة على الآخرين و إخضاعهم وابتزازهم.</p>	<p>الإدارة بالأزمات Management by Crisis"</p>

المحاضرة السابعة : التسويق الأخضر (1) " Green Marketing "

<ul style="list-style-type: none"> ▪ هو عملية بيع المنتجات والخدمات التي تتسم كونها صديقة للبيئة . ▪ هو مدخل إداري مبدع يهدف إلى تحقيق الموازنة ما بين حاجات الزبائن ومتطلبات البيئة وهدف الربحية. ▪ مدخل نظمي متكامل يهدف الى التأثير في تفضيلات الزبائن بصورة تدفعهم نحو التوجه إلى منتجات غير ضارة بالبيئة. ▪ تقديم مزيج تسويقي متكامل قائم على اساس الإبداع . ▪ الحفاظ على البيئة وحماية المستهلك وإرضائه وتحقيق هدف الربحية. ▪ هو وصف دقيق للرسالة التسويقية التي تعتمد عليها الشركات. ▪ يشمل كل قطاعات الاقتصاد كالسياحة والصحة والتعليم 	<p>تعريف التسويق الأخضر:</p>
<p>تسويق المنتجات التي تعتبر صديقة للبيئة وأن تكون آمنة وتتضمن عدد من الأنشطة ك تعديل المنتج وأساليب التعبئة ..</p>	<p>التسويق الأخضر عند "جمعية التسويق الأمريكية"</p>

مراحل تطور التسويق الأخضر :

<p>حيث اصبح التسويق أحد المجالات التي تمارس المنظمة من خلالها المسؤولية الاجتماعية من خلال توجيه التسويق للاهتمام بمشكلات المجتمع.</p>	<p>١/ مرحلة المسؤولية الاجتماعية والتسويق:</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ هي حركة اجتماعية تهدف الى تثبيت حقوق الأفراد والمستهلكين وتذكير المسوقين بمسئولياتهم الاجتماعية. ▪ قوة المجتمع المرتبطة مع البيئة الخارجية . 	<p>٢/مرحلة الحركة الإستهلاكية والتوجه</p>
<p># ظهر مصطلح التسويق الأخضر لأول مرة في ورشة العمل التي أقامتها جمعية التسويق الأمريكية عام ١٩٧٥م وكان من نتائجها صدور أول كتاب يعنى بالتسويق الأخضر ((الاجيائي)) .</p>	<p>مرحلة التسويق الأخضر:</p>

بداية الثمانينات تغير سلوك منظمات الأعمال في تعاملها الإنتاجي
بمراعاة الجوانب الاجتماعية.

#مع ٢٠٠٩م بدأت المناداة بضرورة التحول الاقتصادي التقليدي إلى
الاقتصاد الأخضر بإقامة مشاريع صديقة البيئة تعتمد على مصادر بديلة
للطاقة.

المحاضرة الثامنة : التسويق الأخضر (٣) " Green Marketing "

<ul style="list-style-type: none">• هو ذلك الشخص الذي يحمل قلقا تجاه البيئة ويقوم بشراء المنتجات التي تكون صديقة للبيئة وفي الغالب منتجات طبيعية.• وهو ذلك الفرد الذي يكون مهتم بالبيئة وملتزم بالقضايا التي تتناولها وله الاستعداد للتحويل من منتج لآخر.	سلوك المستهلك الأخضر:
هم المستهلكون الخضر الحقيقيون او الأخضر الغامق اللذين يتميزون بامتلاك وعي عال ويؤمنون بشدة القيم الاجتماعية .	نماذج المستهلك الأخضر: ١/الخضر شديد الإخلاص
المستهلكون الخضر المتأخرون فهم ليسوا فاعلين في مجال القضايا البيئية ولكنهم على استعداد لدفع مبالغ إضافية.	٢/المشتررون الخضر
ويطلق عليهم الأخضر الفاتح ويصنفون كبراعم لأنهم قد يرغبون بالانخراط في نشاطات بيئية من وقت لآخر.	٣/ البراعم
يصنفون بالأخضر الأسمر وليس لديهم اهتمام بمشكلات البيئة ولا يؤمنون بان لديهم دور في حماية البيئة.	٤/المتدمرون
يصنفون بالمستهلك الأسمر فهم يبتعدون عن اللون الأخضر تماماً.	٥/اللامبالون

المحاضرة التاسعة : التسويق الإلكتروني " Electronic Marketing "

هو كافة الأنشطة التي تنفذ من خلال الإنترنت لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الأرباح.	مفهوم التسويق الإلكتروني يعرف " Mark Sceant "
تعرفه بأنه وظيفة تنظيمية ويتمثل بمجموعة من العمليات التي تحدد لخلق الاتصال وتسليم القيمة للزبون وتتم من خلال أدوات ووسائل الكترونية.	جمعية التسويق الأمريكية
• هو التسويق عبر الإنترنت ويسمى بالتسويق الرقمي	التسويق الإلكتروني
هي كيان واسع يتعامل مع كامل النظام المعقد الذي يشمل الأعمال التي تستخدم الوسط الإلكتروني.	الأعمال الإلكترونية
هي جزء من الأعمال الإلكترونية التي تتم بواسطة الوسط الإلكتروني والتي تتضمن صفقات تجارية (عمليات البيع والشراء).	التجارة الإلكترونية
جزء من الأعمال الإلكترونية التي تتضمن الوسط الإلكتروني لانجاز الأهداف التسويقية للمنظمة.	التسويق الإلكتروني

المحاضرة العاشرة : إدارة الأعمال متعددة الثقافات

<ul style="list-style-type: none"> • هي مجموعة القيم والعادات والتقاليد والمعتقدات السائدة في مجتمع ما . • مجموعة المعارف والمعتقدات والفنون والقوانين والقيم والعادات والقدرات التي تميز مجموعة بشرية عن أخرى . 	تعريف الثقافة
هي الشركات التي تمتلك موارد بشرية من خلفيات وخبرات متنوعة اذا ما احسن ادارتها وتوظيف كامل قدراتها وإمكانياتها .	الشركات متعددة الثقافات " Multicultural Companies "
#الغموض وعدم الارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة غير مألوفة . # وهي الدهشة والاستغراب وللارتياح والإحباط الناتجة كم الفجوة الحاصلة بين مجموعة القيم والأعراف والمعتقدات التي يحملها فرد ومجموعة القيم والأعراف والمعتقدات الخاصة بثقافة جديدة يتعامل معها .	الصدمة الثقافية " Culture Shock "

المحاضرة الحادية عشرة : الشركات العائلية " Family Business "

<p>١ . الشركة التي ينظر لها رئيسها التنفيذي ومديرها ورئيسها على انها شركة عائلية. ٢ . اكثر من (٥٠) من اسهم التصويت العادية مملوكة لأفراد أكبر مجموعة عائلية تمتلك الشركة. ٣ . أن ينحدر (٥١) أو اكثر من فريق الإدارة من أكبر مجموعة عائلية تمتلك الشركة. ٤ . ان تكون الشركة مملوكة للجيل الثاني من أفراد العائلة.</p>	<p>تعريف الشركات العائلية ل "ويستهد وكاولينغ"</p>
<p>#التعريف الواسع : لا يتم اعتبار الأجيال في الشركة _تعتبر الشركة عائلية إذا كانت: أكثر من (٥٠) من اسهم التصويت مملوكة لعائلة واحدة أكثر من (٥٠) من فريق الإدارة ينحدر من العائلة التي تمتلك الشركة. #التعريف الضيق فقط شركات الجيل الثاني أو ما بعده : _تعتبر شركة عائلية إذا كنت : أكثر من (٥٠) من اسهم التصويت مملوكة لعائلة واحدة. أكثر من (٥٠) من فريق الإدارة ينحدر من العائلة التي تمتلك الشركة . الشركة مملوكة للجيل الثاني أو ما بعده من أعضاء العائلة.</p>	<p>تعريف الشركات العائلية ل " هالشوف "</p>
<p>هي الشركة التي يمتلكها أفراد عائلة واحدة وأكثر ويتحمل أفراد العائلة العبء الأكبر من الإدارة وتنشأ عادة من خلال رب العائلة "المؤسس" وغالباً تبدأ الشركة العائلية بممارسة المؤسس لحرفة أو مهنة أو خدمة...</p>	<p>الشركة العائلية:</p>

المحاضرة الثانية عشر: حوكمة الشركات " Corporate Governance "

<p>لا يوجد تعريف موحد متفق عليه بين كافة الاقتصاديين والقانونيين ومن أهم التعاريف :</p> <ul style="list-style-type: none">▪ هو نظام متكامل للرقابة المالية وغير المالية الذي عن طريقه يتم إدارة الشركة والرقابة عليها.▪ هو مجموعة من الطرق التي يمكن من خلالها أن يتأكد المستثمرون من تحقيق ربحية معقولة.▪ هو مجموعة من القواعد والحوافز التي تهدي بها إدارة الشركات لتعظيم ربحية الشركة وقيمتها على المدى البعيد لصالح المساهمين.▪ مجموعة من القوانين والقواعد والمعايير التي تحدد العلاقة بين إدارة الشركة من ناحية وحملة الأسهم وأصحاب المصالح أو الأطراف المرتبطة بالشركة مثل حملة السندات ..العمال..الداننين...	<p>تعريف حوكمة الشركات</p>
<p># تعبير واسع يتضمن القواعد وممارسات السوق التي تحدد كيفية اتخاذ الشركات وخاصة شركات الاكتتاب العام لقراراتها .والشفافية التي تحكم عملية اتخاذ القرار فيها .</p>	<p>حوكمة الشركات</p>

المحاضرة الثالثة عشر : المسؤولية الاجتماعية

تعريف المسؤولية الاجتماعية ل " Druker"	هي التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.
تعريف المسؤولية الاجتماعية ل " Holms"	هي التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طرق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية.
تعريف المسؤولية الاجتماعية :	هي واجب والالتزام من جانب منظمات الأعمال تجاه المجتمع بشرائحه المختلفة آخذة بعين الاعتبار التوقعات بعيدة المدى لهذه الشرائح ومجسدة إياها بصور عديدة يغلب عليها طابع الاهتمام بالعاملين والبيئة شرط أن يكون هذا التوجه طوعاً ومتجاوزاً للالتزامات المنصوص عليها قانوناً.

هذا عمل بسيط نرجوا ان ينفج الله به وأن يكتب لنا ولكم التوفيق والنجاح

إن اصبنا فمن الله وإن أخطئنا فمن انفسنا والشيطان

دمتم بود ،،،

ابوتركي

عبادي