

ريادة الأعمال

للشركات



CORPORATE
ENTREPRENEURSHIP

الدكتور
يوسف الصفدي



ريادة الأعمال للشركات

Corporate Entrepreneurship

الدكتور

يوسف الصفدي

أستاذ مساعد جامعة إربد الأهلية
قسم ريادة الأعمال



الطبعة الأولى

2021

السلطة الأردنية (الاسم)

رقم الايداع لدى دائرة المكتبة الوطنية : (2021/3/1699)
الصفدي، يوسف أحمد

ريادة الأعمال للشركات / يوسف أحمد الصفدي - عمان: دار وائل للنشر والتوزيع ،
2021 .

(450) ص

ر.ا. : (2021/3/1699)

الوصفات: / ادارة الأعمال // الادارة التنظيمية // الادارة التنفيذية // ادارة الموارد
البشرية // الادارة /

* يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن
رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

رقم التصنيف العشري / ديوي : 659.1
(ردمك) 978-9957-91-831-6



دار وائل للنشر والتوزيع

* الأردن - عمان - شارع الجمعية العلمية الملكية - مقابل البوابة الشمالية للجامعة الأردنية
هاتف : 00962-6-5335837 - فاكس : 00962-6-5331661 - ص. ب (1615 - الجبيهة)
E-Mail:sales@darwael.com

جميع الحقوق محفوظة، لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو تخزينه في نطاق استعادة
المعلومات أو نقله أو إستنساخه أو ترجمته بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من الناشر.
or transmitted in any form, All rights reserved. No Part of this book may be reproduced
recording or by any , including photocopying, electronic or mechanical or by any means
without the prior permission in writing of the publisher. information storage retrieval system



إلى صغیرتی التي تكبریوماً بعد يوم إلى
مهجه قلبي وفرحي وسروري إلى الروح التي
عانقت روحي إلى القلب الذي سكب أسرارہ
في قلبي إلى طفلی ومعشوقتي وحبیبتي

سید را

الفهرس

الموضوع	رقم الصفحة
المقدمه	19
الفصل الأول	23
رياده الأعمال للشركات وإداره الشركات	25
1-1 مقدمه	25
2-1 نهج ريادي لإدارة الشركات	28
3-1 ماهيه إداره الشركات ورياده الأعمال للشركات	29
1-3-1 إداره الشركات	29
2-3-1 نماذج إدارة الشركات	30
3-3-1 دور مديري الشركات	31
4-3-1 إدارة الشركات الناجحة	32
5-3-1 مكونات إستراتيجية الشركة	33
6-3-1 تنفيذ الإستراتيجية	34
7-3-1 مسؤوليات مدير الشركة	35
4-1 رياده الأعمال للشركات	36
5-1 أهميه رياده الأعمال للشركات	37
6-1 الحاجه الى رياده الأعمال للشركات	38
7-1 بداية رياده الأعمال للشركات	39
8-1 التحديات مع رياده الأعمال للشركات	41
9-1 مهام رياده الاعمال للشركات	42

51	10-1 نهج الإدارة لريادة الأعمال للشركات
52	11-1 ريادة الأعمال للشركات والابتكار
52	12-1 تهيئة بيئة ريادة الأعمال للشركات
53	13-1 ريادة الأعمال للشركات مقابل إدارة الشركات
54	14-1 خطوات ريادة الأعمال للشركات لاطلاق العنان والابتكار
56	15-1 الاهداف التجارية لريادة الأعمال للشركات
60	16-1 ريادة الأعمال للشركات وتطوير الابتكار
65	18-1 مسرعات ريادة الأعمال للشركات كنموذج عمل ابتكار
66	19-1 سمات النجاح الرئيسية في رحلة ريادة الأعمال في الشركات
67	20-1 أسس ريادة الأعمال للشركات
	21-1 دعوة لريادة الأعمال للشركات
72	22-1 ريادة الأعمال للشركات: تمكين الطلاب من صعود الدرج إلى رحلة
	ريادة الأعمال
75	الفصل الثاني
75	بناء ريادة الأعمال للشركات
77	1-2 مقدمه
78	2-2 بناء ريادة الشركات هو عمل شاق
79	1-2-2 خطوات رئيسية لبناء ريادة الأعمال للشركات
82	3-2 بناء بيئة ريادية في منظمة
85	4-2 أسباب ريادة الأعمال للشركات
86	5-2 السمات الأربع اللازمة لريادة الأعمال الناجحة للشركات

88	2-6 تأسيس ريادة الأعمال المؤسسية في المنظمة
91	2-7 إلهام ريادة الأعمال للشركات لتحفيز الابتكار
92	2-8 تعزيز عقلية وثقافة ريادة الأعمال للشركات
94	2-8-1 دليل من ثلاث خطوات لريادة الأعمال التجارية أو ريادة الأعمال الداخلية
95	2-8-2 اختبار جيد مكون من ثلاثة أسئلة لاستخدامه في تعريف الابتكار
96	2-9 تصاميم لريادة الأعمال للشركات
98	2-10 ريادة الأعمال في الشركات كعملية إدارة تغيير مستمرة
100	2-11 بيئة التعلم كإطار عمل لريادة الأعمال الناجحة للشركات
103	2-12 تعلم ريادة الأعمال الموجهة للشركات
105	2-13 تنظيم التعلم ملامح تحفيز السلوك الريادي
107	2-14 بناء ثقافة ريادة الأعمال الداخلية للشركات
109	2-15 اللبنيات الأساسية لريادة الأعمال الداخلية للابتكار المؤسسي
113	الفصل الثالث
113	أشكال وأنواع ريادة الأعمال للشركات
115	3-1 مقدمه
116	3-2 أشكال ريادة الأعمال للشركات
121	3-3 النماذج الأربعة لريادة الأعمال للشركات
123	3-4 تصنيف هام لرواد الأعمال في ريادة الأعمال للشركات
128	3-5 أنواع من الفرص التجارية لرواد الأعمال
130	3-6 أنواع الأعمال نموذج الشركة
136	3-7 أمثله على ريادة الأعمال للشركات

139	8-3 مجال ريادة الأعمال في الشركات
141	9-3 المهارات الأساسية المطلوبة لنجاح ريادة الأعمال للشركات
148	10-3 رأس المال الاستثماري للشركات الريادية
149	11-3 ريادة الأعمال للشركات في القطاع العام
150	1-11-3 تعريف رياده الاعمال في شركات القطاع العام
150	2-11-3 ابتكار القطاع العام
151	3-11-3 الابتكار وريادة الأعمال في القطاع العام
152	12-3 نموذج ريادة الأعمال للشركات في القطاع العام.
152	1-12-3 البيئة الداخلية للقطاع العام
154	2-12-3 البيئة الخارجية للقطاع العام
155	13-3 عملية ريادة الأعمال في القطاع العام
155	1-13-3 المراحل الثلاثة المميزة التالية لعملية ريادة الأعمال في القطاع العام
156	14-3 معوقات أمام ريادة الأعمال في القطاع العام
158	15-3 تجاوز الحواجز أمام ريادة الأعمال في القطاع العام
161	الفصل الرابع
161	إستراتيجية ريادة الأعمال للشركات
163	1-4 مقدمه
164	2-4 ماهيه إستراتيجيه رياده الأعمال للشركات
164	1-2-4 إستراتيجية ريادة الأعمال للشركات
166	3-4 ريادة الشركات والتفكير التنظيمي
167	4-4 ريادة الأعمال للشركات أولوية استراتيجيه

169	4-5 أهمية إستراتيجيات رياده الأعمال للشركات
170	4-6 السلوك الاستراتيجي وريادة الأعمال للشركات
172	4-7 ريادة الأعمال للشركات والأنواع التنظيمية
173	4-8 إطار لتخطيط رياده الأعمال في الشركات
173	4-8-1 خمس فئات في ريادة الأعمال للشركات
176	4-9 التكتيكات الإستراتيجية لرياده الأعمال في الشركات
178	4-10 إستراتيجيه العلامة التجارية لريادة الأعمال في الشركات
180	4-11 تصنيف استراتيجيات نمو العلامة التجارية
183	4-12 تناسب إستراتيجية ريادة الأعمال الخارجية للشركات وإستراتيجية ريادة الأعمال الداخلية للشركات
186	4-13 ملائمة إستراتيجية ريادة الأعمال الداخلية وأداء الشركة
188	4-14 ريادة الشركات والإدارة الإستراتيجية
188	4-15 إستراتيجية ريادة الأعمال المتطورة للشركات
190	4-16 بيئات الاختيار لرياده الأعمال للشركات
192	4-16-1 الاستجابة لبيئات الاختيار المتغيرة
193	4-17 توجيه استراتيجيه ريادة الأعمال في القطاع العام نحو القيمة العامة
194	4-18 نموذج لإستراتيجية ريادة الأعمال في القطاع العام
195	4-19 كيف تساعد ريادة الأعمال للشركات في مشاركة الموظفين
197	4-20 المستفيدون من برامج ريادة الأعمال للشركات
200	4-21 ريادة الأعمال الاستراتيجية: الابتكار سعياً وراء ميزة تنافسية
203	الفصل الخامس
203	هيكله إطار عمل ريادة الأعمال للشركات

205	1-5 مقدمه
206	2-5 الهياكل التنظيمية لريادة الأعمال في الشركات
208	3-5 الهيكل التنظيمي لريادة الأعمال
209	4-5 الهيكل التنظيمي التسويقي لريادة الأعمال في الشركات
211	6-5 أمثلة على الهياكل التنظيمية للتسويق والاتصالات
213	7-5 فلسفة التسويق لريادة الأعمال للشركات
215	8-5 أنشطة التسويق التنظيمي
216	9-5 الخطوات الثلاث لهيكل إطار عمل ريادة الأعمال للشركات
218	10-5 دورة الحياة التنظيمية - نقاط الأزمة للتطور
220	1-10-5 حتمية ريادة الأعمال للشركات : شعور دائم بالإلحاح
220	11-5 هيكل الشركة من أجل ريادة الأعمال
222	12-5 أنواع الهياكل: روابط لإستراتيجية ريادة الأعمال
224	13-5 الهياكل التي تعزز ريادة الشركات
226	14-5 عناصر لتعزيز ريادة الأعمال للشركات (Colin and Selvin) - هيكل جيد لريادة الأعمال في الشركات
227	1-14-5 مقارنة بين الهيكل العضوي والهيكل الميكانيكي
228	15-5 كيف تختلف ريادة الأعمال في الشركات
229	16-5 حقائق ريادة الأعمال للشركات فهم العملية
231	17-5 القوات التي تعمل ضد ريادة الأعمال للشركات
231	1-17-5 أسباب سوء الانظمة في الشركات
231	18-5 ريادة الأعمال للشركات وإدارة الموارد البشرية

234	5-18-1 ممارسات إدارة الموارد البشرية التي تعزز ريادة الأعمال داخل الشركة
239	الفصل السادس
239	ريادة الأعمال المؤسسية داخل وحدة المبيعات في شركة متعددة الجنسيات
241	6-1 مقدمه
243	6-2 ماهيه الشركات المتعدده الجنسيات
244	6-3 أنواع الشركات متعددة الجنسيات
245	6-4 مزايا وعيوب الشركات متعددة الجنسيات
246	6-5 وظيفة ريادة الأعمال للشركات ضمن النظرية الاقتصادية
248	6-6 نوايا ريادة الأعمال للشركات
251	6-7 ريادة الأعمال للشركات كمفهوم الإدارة
253	6-8 شركة ريادة الأعمال المتكاملة
254	6-9 إدارة التغيير للشركات الريادية
256	6-10 القاعدة النظرية للشركة متعددة الجنسيات ووحدة المبيعات
260	6-11 التوجه الريادي للشركات متعددة الجنسيات
262	6-12 قوة المبيعات في الشركة المتعددة الجنسيات
262	6-13 التوجيه الريادي لوحدة المبيعات
264	6-14 نصائح لبناء شركة متعددة الجنسيات
267	الفصل السابع
267	الأعمال الخيرية لريادة الأعمال للشركات
269	7-1 مقدمه

271	2-7 ماهيه الاعمال الخيرية لرياده الاعمال في الشركات
271	3-7 تطور العمل الخيري للشركات الرياديه الأمريكیه
274	4-7 تفعيل العمل الخيري الجديد للشركات
276	5-7 أهميه الاعمال الخيرية للشركات الخيرية
277	6-7 فوائد للأعمال الخيرية للشركات الرياديه
280	7-7 أنواع الأعمال الخيرية للشركات الرياديه
282	8-7 إستراتيجيات للمنظمات غير الربحية لزيادة الأعمال الخيرية للشركات الرياديه
283	9-7 دور الأعمال الخيرية للشركات الرياديه في تعزيز الاقتصاد
284	10-7 أهمية الأعمال الخيرية للشركات الرياديه في الأعمال الصغيره
307	1-20-7 الأخلاق والعمل الخيري
307	2-20-7 الأخلاق والعمل الخيري لريادة الأعمال
311	الفصل الثامن
311	ريادة الأعمال للشركات والرؤساء التنفيذيين والمدراء
313	1-8 مقدمه
314	2-8 ريادة الاعمال للشركات دور جديد للقادة
316	3-8 تحول الرؤساء التنفيذيين إلى رواد أعمال داخليين
322	4-8 الفرق بين الرئيس التنفيذي ورائد الأعمال
323	5-8 الرئيس التنفيذي الجديد - رئيس رواد الأعمال
326	6-8 حاجه الشركات الى الرؤساء التنفيذيين كرواد أعمال
327	7-8 الحاجه إلى رائد أعمال يتمتع بالسلطة
329	8-8 فريق أحلام الابتكار في الشركات

331	9-8 ريادة الأعمال الهجومية والدفاعية للشركات
337	10-8 الرؤساء التنفيذيون الذين يقودون أكثر من شركة واحدة
338	11-8 الرؤساء التنفيذيين وتنمية ريادة الأعمال للشركات
341	12-8 القرار الاستراتيجي للرؤساء التنفيذيين
342	13-8 مساهمة المديرين المتوسطين في ريادة الأعمال للشركات
345	14-8 دور فريق الإدارة العليا في ريادة الأعمال للشركات
347	15-8 تأثير الملكية والحوكمة على ريادة الأعمال للشركات
349	16-8 دور مجلس الإدارة في ريادة الأعمال للشركات
356	17-8 سمات مجلس الإدارة وتأثيرها على ريادة الأعمال للشركات
358	18-8 تأثير هيكل الملكية على ريادة الأعمال للشركات
363	19-8 آثار التفاعل بين الملكية ومجلس الإدارة على ريادة الأعمال للشركات
365	20-8 دور القيادة في ريادة الأعمال الخاصة بالشركات
367	الفصل التاسع
367	ريادة الأعمال للشركات الصغيرة والمتوسطة
369	1-9 مقدمه
370	2-9 ريادة الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة أثناء البحث عن ابتكارات متقطعة
374	3-9 أبعاد ريادة الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة
375	4-9 مستوى ريادة الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم
382	5-9 ريادة الأعمال الدولية للشركات بين الشركات الصغيرة والمتوسطة: اختبار لمفهوم ستيفنسون لإدارة ريادة الأعمال

385	1-5-9 إطار عمل ستيفنسون
386	2-5-9 أبعاد سلوك الموجهين والامناء حسب اطار عمل ستيفنسون
391	6-9 مبادئ مثبتة لخطه أعمال قوية للشركات الصغيرة والمتوسطة
394	7-9 ريادة الأعمال وإدارة الأعمال الصغيرة
399	8-9 التسويق الريادي ودوره في الشركات المتوسطة الصغيره
401	1-8-9 خصائص التسويق الريادي
402	2-8-9 تطوير وتنفيذ خطة تسويق ريادة الأعمال
403	3-8-9 وظائف التسويق الريادي
404	4-8-9 مساهمه التسويق الريادي في إستراتيجيه الشركه
405	5-8-9 تسويق الواجهههناك حاجة إلى ريادة الأعمال في حالتين
405	9-9 تسويق المشاريع الصغيرة والمتوسطة والتسويق الريادي
408	10-9 تكتيكات وإستراتيجيات التسويق لريادة الأعمال
411	11-9 نموذج مقترح للتسويق الريادي في الشركات
412	12-9 الدروس الأساسية لبدء مشروع تجاري صغير أو مشروع ريادي
413	13-9 إيجابيات وسلبيات ريادة الأعمال والشركات الصغيرة
413	1-13-9 الإيجابيات
414	2-13-9 السلبيات
415	14-9 الاختلافات بين مشروع ريادة الأعمال والشركات الصغيرة
415	1-14-9 مشروع رياده الأعمال
416	2-14-9 الشركات الصغيره

417	9-15 الروافع الخمسة لريادة الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة
421	9-16 التناقض بين ريادة الأعمال وعلم الشركات
425	9-17 الفرق بين الشركات الناشئة والشركات الصغيرة
428	9-18 اللبنات الأساسية لبدء التشغيل التي يجب أن تحقق النجاح
431	المراجع

المقدمة

في اقتصاد السوق الحر اليوم ، يجب أن تظل المنظمات نشطة وديناميكية من خلال التكيف والتعديل وإعادة تعريف نفسها باستمرار،و مع تطور الشركات ، فإنها تواجه تغييرًا في متطلبات الإدارة ، من حيث تنوع طبيعة العمليات وتعقيدها. مع مرور الوقت ، يتم تعديل وإدخال إجراءات وهياكل وقواعد جديدة ، والتي تميل إلى تدمير منهجي لروح المبادرة في المنظمة. نظرًا لبيئة الأعمال المعولمة شديدة التنافسية ، يُقال إن ريادة الأعمال للشركات هي المصدر الأساسي للميزة المستدامة في الشركات اليوم. حيث يمكن للشركات الكبيرة التي تطبق ثقافة ريادة الأعمال أن تحصل على العديد من الفوائد لمساعدتها على الاستفادة من الابتكار والقدرة على المنافسة في هذا السوق العالمي. إذا تم تشجيع الشركة على المخاطرة ، يُسمح للموظفين بأن يكونوا مبدعين ومبتكرين ، ويصبح من الأسهل إنشاء منتجات جديدة للسوق. ريادة الأعمال للشركات تجلب المعرفة حيث يعمل كل فرد في المنظمة لتحقيق نفس الهدف. هذا يخلق المعرفة وفهم القيمة بين جميع الأعضاء. وبالتالي فإن المنظمة تطور قاعدة معرفية مستمرة للمعلومات التي تؤدي إلى سلوك ابتكاري متزايد ومستنير في صنع القرار والمخاطرة. يؤدي ذلك إلى زيادة تنافسية الشركة وقدرتها على استخدام هذه المعرفة للتغلب على المنافسة في الأداء لكي تصبح اللاعب الأول في السوق.

من هنا جاء كتاب ريادة الأعمال للشركات ليكون مرجعاً أساسياً في كيفية الابتكار والقدرة على المنافسة في هذا السوق او الاسواق بشكل عام وكيفية خلق فرص جديده وكيفية التعامل مع المخاطر التي تواجه هذه الشركات .

يتضمن هذا الكتاب تسعة فصول :حيث تناول الفصل الاول ماهيه إداره الشركات ورياده الأعمال للشركات، بداية ريادة الأعمال للشركات،أهميه ريادة

الأعمال للشركات ، الحاجة الى رياده الأعمال للشركات، مهام رياده الاعمال للشركات، التحديات مع رياده الأعمال للشركات، رياده الأعمال للشركات وتطوير الابتكار، أسس رياده الأعمال للشركات.

في الفصل الثاني تناول الكتاب كيفية بناء رياده الأعمال للشركات ،حيث أن بناء رياده الشركات هو عمل شاق، الخطوات الرئيسية لبناء رياده الاعمال للشركات، بناء البيئة الريادية في المنظمة، إلهام رياده الأعمال للشركات لتحفيز الابتكار، بيئة التعلم كإطار عمل لرياده الأعمال الناجحة للشركات، اللبنة الأساسية لرياده الأعمال الداخلية للابتكار المؤسسي.

في الفصل الثالث تناول الكتاب أشكال وأنواع رياده الأعمال للشركات ، النماذج الأربعة لرياده الأعمال للشركات، تصنيف هام لرواد الأعمال في رياده الأعمال للشركات، أنواع من الفرص التجارية لرواد الأعمال، أنواع الأعمال نموذج الشركة، مجال رياده الأعمال في الشركات، رياده الأعمال للشركات في القطاع العام.

في الفصل الرابع كان الحديث عن إستراتيجيه رياده الأعمال للشركات ، ماهيه إستراتيجيه رياده الأعمال للشركات، رياده الشركات والتفكير التنظيمي، رياده الأعمال للشركات أولوية إستراتيجية، أهميه إستراتيجيات رياده الأعمال للشركات، التكتيكات الإستراتيجيه لرياده الأعمال في الشركات، إستراتيجيه العلامة التجارية لرياده الأعمال في الشركات، تناسب إستراتيجية رياده الأعمال الخارجية للشركات وإستراتيجية رياده الأعمال الداخلية للشركات، ملائمه إستراتيجية رياده الأعمال الداخلية وأداء الشركة، إستراتيجية رياده الأعمال المتطورة للشركات.

أما في الفصل الخامس فلقد تناول الكتاب هيكله إطار عمل رياده الأعمال للشركات، الهياكل التنظيمية لرياده الأعمال في الشركات، الهيكل التنظيمي التسويقي لرياده الاعمال في الشركات، الخطوات الثلاث لهيكله إطار عمل رياده الأعمال للشركات ،دورة الحياة التنظيمية - نقاط الأزمة للتطور، هيكله الشركة من أجل رياده

الأعمال، عناصر لتعزيز قيادة الأعمال للشركات هيكل جيد لريادة الأعمال في الشركات.

في الفصل السادس تناول الكتاب ريادة الأعمال المؤسسية داخل وحدة المبيعات في شركة متعددة الجنسيات، ماهية الشركات المتعددة الجنسيات، أنواع الشركات المتعددة الجنسيات، مزايا وعيوب الشركات المتعددة الجنسيات، وظيفة ريادة الأعمال للشركات ضمن النظرية الاقتصادية، القاعدة النظرية للشركة متعددة الجنسيات ووحدة المبيعات، التوجه الريادي للشركات متعددة الجنسيات، نصائح لبناء شركة متعددة الجنسيات.

في الفصل السابع تناول الكتاب الأعمال الخيرية لريادة الأعمال للشركات، ماهية الأعمال الخيرية لريادة الأعمال في الشركات، تطور الأعمال الخيرية لريادة الأعمال في الشركات، تفعيل العمل الخيري الجديد للشركات، أهمية الأعمال الخيرية للشركات الخيرية، أنواع الأعمال الخيرية للشركات الخيرية، إستراتيجيات للمنظمات غير الربحية لزيادة الأعمال الخيرية للشركات الريادية، دور الأعمال الخيرية للشركات الريادية في تعزيز الاقتصاد وتنمية المجتمع ، التوصيات للشركات ومديريها التنفيذيين ومجالس الإدارة التي تفكر في البرامج الخيرية الجديدة أو المكثفة، الخطوات الأساسية للبرنامج الخيري للشركات الريادية الناجحة، وكيفية خلق ثقافة خيرية في مشروعك الصغير.

في الفصل الثامن تناول الكتاب ريادة الأعمال للشركات والرؤساء التنفيذيين والمدراء، ريادة الأعمال للشركات دور جديد للقادة، تحول الرؤساء التنفيذيين إلى رواد أعمال داخليين، الفرق بين الرئيس التنفيذي ورائد الأعمال، الرئيس التنفيذي الجديد - رئيس رواد الأعمال، حاجة الشركات الى الرؤساء التنفيذيين كرواد أعمال، الرؤساء التنفيذيون الذين يقودون أكثر من شركة واحدة، الرؤساء التنفيذيين وتنمية ريادة الأعمال للشركات، مساهمة المديرين المتوسطين في ريادة الأعمال للشركات،

دور فريق الإدارة العليا في قيادة الأعمال للشركات، تأثير الملكية والحوكمة على قيادة الأعمال للشركات ، دور مجلس الإدارة في قيادة الأعمال للشركات، سمات مجلس الإدارة وتأثيرها على قيادة الأعمال للشركات، دور القيادة في قيادة الأعمال الخاصة بالشركات.

أخيراً، الفصل التاسع فلقد تناول الكتاب قيادة الأعمال للشركات الصغيرة والمتوسطة، قيادة الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة أثناء البحث عن ابتكارات متقطعة، أبعاد قيادة الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة، مستوى قيادة الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، قيادة الأعمال الدولية للشركات بين الشركات الصغيرة والمتوسطة: اختبار لمفهوم ستيفنسون لإدارة قيادة الأعمال، إطار عمل ستيفنسون، أبعاد سلوك الموجهين والامناء حسب اطار عمل ستيفنسون، مبادئ مثبتة ل خطة أعمال قوية للشركات الصغيرة والمتوسطة، قيادة الأعمال وإدارة الأعمال الصغيرة، التسويق الريادي ودوره في الشركات المتوسطة والصغيرة، تسويق المشاريع الصغيرة والمتوسطة والتسويق الريادي، تكتيكات وإستراتيجيات التسويق لريادة الأعمال، نموذج مقترح للتسويق الريادي في الشركات، الدروس الأساسية لبدء مشروع تجاري صغير أو مشروع ريادي، إيجابيات وسلبيات قيادة الأعمال والشركات الصغيرة، الاختلافات بين مشروع قيادة الأعمال والشركات الصغيرة، الروافع الخمسة لريادة الأعمال في الشركات الصغيره والمتوسطة، الفرق بين الشركات الناشئة والشركات الصغيرة، اللبانات الأساسية لبدء التشغيل التي يجب أن تحقق النجاح.

والله ولي التوفيق