

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

* کارآفرینی *

جلسه پنجم کارآفرینی

مدرس : استاد آزاده نادری

دانشگاه فنی و حرفه ای کشور

آموزشکده فنی و حرفه ای دختران نجف آباد (سمیه)

تکنیک واژه تصادفی:

در این روش ارتباطی اجباری بین موضوع مورد نظرویک واژه که بطور تصادفی از فرهنگ لغات یا چیزهایی که اطرافمان می بینیم برقرار می کنیم انتظار می رود هنگام تلاش برای برقراری چنین ارتباطی ایده ها و نظرات جدیدی راجع به موضوع بدست آوریم.

اما اگر موفق نشویم می توانیم واژه تصادفی دیگری را امتحان کنیم .

مثلا موضوع : تلویزیون

واژه تصادفی : پنیر



با کمی تامل و دقت در حالات، صفات، مزایا، معایب، وضع ظاهری و ترکیبات پنیر میتوان گفت :

پنیر دارای سوراخهایی می باشد پس تلویزیون هم میتواند دارای سوراخ هایی باشد.

تصویر چند کانال بطور همزمان روی صفحه .

پنیر دارای سطح مسطح است پس سطح شیشه تلویزیون هم می تواند مسطح باشد.

پنیر بریده شده ضخامت کمی دارد پس LCD هم میتواند ضخامت کمی داشته باشد.



تکنیک "چه می شود اگر...؟"

برای خلاق شدن باید فکر انسان ها از قالب های ذهنی شرایط موجود عاداتها و پیش فرض های موجود و...

آزاد شود تا بتواند به موضوع از ابعاد و زوایای مختلف بنگرد و ایده های جدیدی به ذهن خطور کند .

بر این اساس تکنیک "چه می شود اگر...؟" طراحی شده است تا کمک به آزاد سازی فکر کند .

در این روش توصیه میشود برای یافتن ایده های جدید یا راه حل خلاق مسئله از گروه سوالات "چه میشود اگر...؟" استفاده نمود .



❖ مثلا در موضوع مداد پاکن :

❖ چه می شود اگر:

❖ مداد پاکن خوراکی باشد ؟

❖ مداد پاک کن را کیلویی می فروختند؟

❖ کنار مداد پاک کن یک فن جهت مکش آشغال های آن بود ؟

❖ پاک کردن توسط اسپری انجام می شد؟



تکنیک طوفان فکری:

این تکنیک یک روش گروهی است.

هنگامی که چند نفر بخواهند راجع به مسئله یا موضوعی فکر کنند و راه حل های مختلفی بیابند از این روش استفاده می شود.

از این افراد خواسته می شود تا نظرشان را راجع به آن موضوع مطرح کنند. نظرات مطرح شده در جایی مثل تخته وایت برد نوشته می شود، پس از طرح نظرهای مختلف مسئول گروه نظرها را دسته بندی و اولویت بندی می کند و در نهایت راه حل های ممکن از میان جوابهای مختلف بیرون کشیده می شود.



در استفاده از این تکنیک چهارقاعده زیر باید رعایت شود:

(۱) هیچ گونه قضاوتی درباره هیچ پیشنهادی صورت نمی گیرد، و فقط افراد تشویق می شوند تا ایده های مختلف و زیادی را مطرح نمایند.

- (۲) از کلیه ایده های پوچ و غیر عملی استقبال می شود.
- (۳) کمیت ایده ها هدف اصلی است زیرا به کیفیت می انجامد.
- (۴) ایده ها را می توان تر کیب ، اصلاح و انتخاب کرد.

فصل سوم :



* بازار یابی *

تعریف بازاریابی :

هنر پیدا کردن مشتریان بالقوه برای محصولات یا خدمات خود به ساده ترین روش ممکن را بازاریابی گویند .



تعریف انجمن بازاریابی:

بازاریابی فرایند برنامه ریزی و تحقق یک ایده ، قیمت گذاری ، تبلیغات و ترویج کالا ، خدمت و یا عقاید و اندیشه هاست به نحوی که مبادله ای ایجاد نماید که اهداف فردی و سازمانی توسط این مبادله ارضاء شود .



بطور کلی بازاریابی موارد زیر را در بر می گیرد :

تعیین مشتریان بالقوه و شناسایی نیاز و خواسته آنها .

عناصر بازاریابی یا 4p:

بازاریابی را با چهار عنصر اصلی آن که در زبان انگلیسی با

P

شروع شده و به آن

4p

می گویند معرفی می کنند :

قیمت یا Price :

قیمت محصول باید در حدی باشد که مشتریان فکرکنند ارزش خریدن را دارد . این موضوع به معنی ارزان بودن محصول نیست .



ارتقاء و توسعه ، تبلیغات یا Promotion :

محصول باید توسعه و گسترش یابد ، بطوری که مشتریان بالقوه از موجود بودن آن اطلاع پیدا کنند .



مکان یا Place :

محصول باید در محلی مناسب عرضه شود تا مشتریان بتوانند به راحتی به آن دسترسی پیدا کنند.



با آرزوی موفقیت و پیروزی روزافزون...