



دانشگاه تهران



مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس

دوره: کارشناسی

رشته: مدیریت کسب و کارهای کوچک

دانشکده مدیریت

مصوب جلسه مورخ ۸۵/۱/۲۲ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

این برنامه براساس مصوبه جلسه ۶۰۶ مورخ ۸۵/۹/۱۱ شورای گسترش آموزش عالی مبنی بر ضرورت ایجاد رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک و مطابق با مواد آیین نامه واگذاری اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاهها توسط اعضای هیات علمی گروه مدیریت کارآفرینی دانشکده مدیریت تهیه و تنظیم شده و در یکصد و سی و چهارمین جلسه شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه مورخ ۸۵/۱/۲۲ به تصویب رسیده است.

مصوبه شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه تهران در خصوص برنامه درسی

رشته : مدیریت کسب و کارهای کوچک

مقطع : کارشناسی



برنامه درسی دوره کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک که توسط اعضای هیات علمی گروه مدیریت کارآفرینی دانشکده مدیریت تدوین شده است با اکثریت آراء به تصویب رسید.

- این برنامه از تاریخ تصویب لازم الاجرا است.
- هر نوع تغییر در برنامه مجاز نیست مگر آنکه به تصویب شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه برسد.

جلیل راشد محصل

دبیر شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

سید حسین حسینی

معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشگاه

رای صادره جلسه مورخ ۸۵/۱/۲۲ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه در مورد تدوین برنامه درسی رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک در مقطع کارشناسی صحیح است، به واحد ذیربط ابلاغ شود.

عباسعلی عمید زنجانی
رئیس دانشگاه





فصل اول

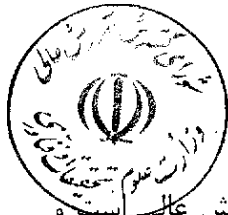
مشخصات کلی



فصل اول

مشخصات کلی

دوره کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک



۱- تعریف و هدف دوره

دوره کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک یکی از دوره‌های تحصیلی آموزش عالی است و هدف از تشکیل این دوره آموزش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز برای راه اندازی کسب و کارهای جدید و نیز نیروی مناسب برای حرکت سازمانها، اداره ها، موسسه‌ها و شرکتهای دولتی و خصوصی در مسیر کارآفرینی سازمانی با وظایف و اهداف تعریف شده در سطوح کارشناسی است. فارغ-التحصیلان "مدیریت کسب و کارهای کوچک" می‌توانند به تنهایی یا در قالب گروه های کاری به راه اندازی یک کسب و کار جدید متناسب با امکانات خود و شرایط محلی و منطقه ای خویش بپردازند یا با حضور در بخش های مختلفی چون بازاریابی و فروش، اداره امور مالی، مدیریت منابع انسانی و نظایر آن به حرکت سازمان در مسیر کارآفرینی یاری رسانند. به بیان دیگر یکی از مهمترین اهداف این دوره تأمین نیروی انسانی متخصص مورد نیاز مدیریت کسب و کارهای کوچک و فعالیت های کارآفرینی در بخش های خصوصی، عمومی و غیر دولتی است.

۲- طول دوره و شکل نظام

طول دوره کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک ۴ سال است و تمامی درس های آن در مدت ۸ نیمسال ارائه و برگزار می‌شود. طول هر نیمسال تحصیلی ۱۷ هفته می‌باشد. در این دوره علاوه بر درس های تئوری، بر جنبه‌های کاربردی درس ها تأکید ویژه‌ای شده است و یادگیری برخی دروس به طور مشخص به صورت کارگاه آموزشی یا صرفاً با حضور دانشجویان در محیط های واقعی انجام کار امکان پذیر می باشد.

۳- تعداد واحدهای درسی

تعداد کل واحدهای درسی در دوره کارشناسی مدیریت کسب و کارهای کوچک ۱۳۷ واحد به شرح زیر می‌باشد.

۱- دروس عمومی	۲۱ واحد
۲- دروس پایه	۳۹ واحد
۳- دروس اصلی	۲۷ واحد



۴۲ واحد

۸ واحد

۱۳۷ واحد

۴- دروس تخصصی

۵- دروس اختیاری

جمع



۴- نقش و توانایی

شرکت‌کنندگان در این دوره افزون بر آشنایی با مسایل نظری دانش مدیریت کسب و کارهای کوچک با زمینه‌های کاربردی و عرصه‌های عملیاتی این رشته و نیز مشکلات، محدودیت‌ها و راهکارهای غلب بر آن، در عرصه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک آشنا می‌شوند.

۵- ضرورت و اهمیت

الف. آشکار شدن هرچه بیشتر نقش و اهمیت کارآفرینی و توسعه کارآفرینی در توسعه همه جانبه کشورهای مختلف جهان
ب. حرکت کشور به سمت خصوصی سازی و ضرورت فعالیت بیشتر فارغ التحصیلان در عرصه کسب و کارهای جدید
ب- آموزش صحیح مدیریت کسب و کارهای کوچک می‌تواند در شناخت مشکلات اقتصادی و بازرگانی جامعه و کوشش در رفع آنها و بویژه حرکت سازمان‌ها در مسیر کارآفرینی موثر باشد.





فصل دوم

برنامه

(جدا اول دروس)



دوره کارشناسی رشته مدیریت کسب و کار های کوچک

دروس اصلی، تخصصی و اختیاری



جدول شماره (۱) دروس عمومی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات		
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع
۱- مبانی نظری اسلام	اندیشه اسلامی (۱) (مبدأ و معاد)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	اندیشه اسلامی (۲) (نبوت و امامت)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	انسان در اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	حقوق اجتماعی و سیاسی در اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
۲- اخلاق اسلامی	فلسفه اخلاق (با تکیه بر مباحث تربیتی)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	اخلاق اسلامی (مبانی و مفاهیم)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	آیین زندگی (اخلاق کاربردی)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	عرفان عملی اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
۳- انقلاب اسلامی	انقلاب اسلامی ایران	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	آشنایی با قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	اندیشه سیاسی امام خمینی (ره)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
۴- تاریخ و تمدن اسلامی	تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	تاریخ تحلیلی صدر اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	تاریخ امامت	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
۵- منابع اسلامی	تفسیر موضوعی قرآن	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	تفسیر موضوعی نهج البلاغه	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	جمع دروس معارف اسلامی	۱۲	۰	۱۲	۱۹۲	۰	۱۹۲
۶	زبان فارسی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۷	زبان انگلیسی عمومی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۸	تربیت بدنی (۱)	۱	-	۱	۱۶	-	۱۶
۹	تربیت بدنی (۲)	۱	-	۱	۱۶	-	۱۶
۱۰	جمعیت و تنظیم خانواده	۱	-	۱	۱۶	-	۱۶
	جمع دروس عمومی	۲۱	۰	۲۱	۳۳۶	۰	۳۳۶





جدول شماره (۲) دروس پایه

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات		
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع
۱	اقتصاد خرد	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۲	اقتصاد کلان	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۳	اصول حسابداری (۱)	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۴	اصول حسابداری (۲)	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۵	حسابداری صنعتی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۶	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۷	مبانی فناوری اطلاعات	۲	۱	۳	۴۸	۱۶	۶۴
۸	حقوق بازرگانی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۹	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۱۰	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۱۱	روش تحقیق در مدیریت	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۱۲	مبانی مدیریت اسلامی و الگوهای آن	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۱۳	مبانی کارآفرینی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
	جمع	۳۸	۱	۳۹	۶۲۴	۱۶	۶۴۰





جدول شماره (۳) دروس اصلی

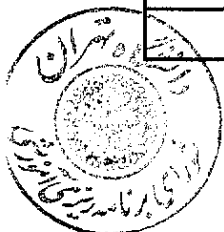
ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات		
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع
۲۵	مبانی سازمان و مدیریت	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۲۶	مدیریت رفتار سازمانی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۲۷	مدیریت منابع انسانی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۲۸	تحقیق در عملیات	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۲۹	مدیریت تولید و زنجیره تامین	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۳۰	سیستم های خرید و انبارداری	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۳۱	مدیریت مالی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
	اقتصاد کلان اصول حسابداری (۲)						
۳۲	مدیریت استراتژیک	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۳۳	بازاریابی و مدیریت بازار	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
	اقتصاد کلان و مبانی سازمان و مدیریت						
	جمع	۲۷	۰	۲۷	۴۳۲	۰	۴۳۲





جدول شماره (۴) دروس تخصصی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات		
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع
۳۴	زبان تخصصی ۴،۳،۲،۱	۴	-	۴	۶۴	-	۶۴
۳۵	کارآفرینی سازمانی و اجتماعی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۳۶	مدیریت کسب و کارهای کوچک در ایران	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۳۷	مهارت های کارآفرینی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۳۸	مدیریت نوآوری	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۳۹	محیط کسب و کار در ایران	۲	۱	۳	۳۲	۱۶	۴۸
۴۰	کسب و کار روستایی	۲	۱	۳	۳۲	۱۶	۴۸
۴۱	کسب و کار در خانه	۲	۱	۳	۳۲	۱۶	۴۸
۴۲	کسب و کار الکترونیکی	۲	۱	۳	۳۲	۱۶	۴۸
۴۳	کسب و کار در بخش خدمات	۲	۱	۳	۳۲	۱۶	۴۸
۴۴	الگوهای تصمیم گیری کارآفرینانه	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۴۵	طراحی و تدوین طرح کسب و کار	۲	۱	۳	۳۲	۱۶	۴۸
۴۶	مدیریت پروژه های راه اندازی کسب و کار	۲	۱	۳	۳۲	۱۶	۴۸
۴۷	کارآموزی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	جمع	۳۵	۷	۴۲	۵۶۰	۱۱۲	۶۷۲





جدول شماره (۵) دروس اختیاری

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات		
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع
۴۸	بازاریابی بین الملل	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۴۹	سیستم های اطلاعاتی مدیریت	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۵۰	مدیریت کیفیت	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۵۱	بهره وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸
۵۲	تحقیقات بازاریابی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
۵۳	مدیریت تکنولوژی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
۵۴	قوانین کسب و کار در کشور	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲
	جمع	۱۸	۰	۱۸	۲۸۸	۰	۲۸۸

از میان دروس اختیاری دانشجو ملزم می باشد ۸ واحد را با نظر دانشگاه در طول دوره تحصیلی بگذراند.

$$۸ + ۴۲ + ۲۷ + ۳۹ + ۲۱ = ۱۳۷$$

مجموع واحدهای دوره: ۱۳۷ واحد





فصل سوم

سرفصل دروس

الف. دروس پایه: ۳۹ واحد



اقتصاد خرد



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف

- آموزش تحلیل های اقتصادی در سطح خرد
- فهم رفتار تصمیم گیرندگان اقتصادی (اعم از عرضه کنندگان، تقاضا کنندگان، مصرف کنندگان، تولید کنندگان، سرمایه گذاران و ...)

سرفصل درس

مقدمه

- آشنایی با مبانی حاکم بر اقتصاد خرد
- آشنایی با مفاهیم و تعاریف اقتصاد خرد

فصل اول: مسایل اقتصادی

منحنی امکانات تولید- طرح سؤالات اساسی در علم اقتصاد

- ۱- چه کالاهایی تولید شوند؟
 - ۲- چگونه کالا تولید شود؟
 - ۳- چگونه کالاهای تولید شده توزیع شوند؟
- استفاده از منحنی امکانات تولید برای پاسخگویی به سوالات اصلی یاد شده

فصل دوم:

- حقوق اقتصادی (حق مالکیت) و جریان فعالیت های اقتصادی در بخش های عمومی و خصوصی
- واحدهای اقتصادی (مصرف کننده و تولیدکننده- حقیقی و حقوقی)
- جریان فعالیت های اقتصادی بین بخش های عمومی و خصوصی



فصل سوم:

- تعریف تقاضا- منحنی تقاضای فرد برای کالا- عوامل موثر در تقاضا- انتقال منحنی تقاضا
- تولید کالا و خدمات- تعریف عرضه- منحنی عرضه- عوامل موثر بر عرضه- انتقال منحنی عرضه



- تعریف بازار در اقتصاد آزاد- تعادل در بازار

فصل چهارم. مطلوبیت و منحنی‌های بی‌تفاوتی

- مفهوم مطلوبیت- مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی- اصل نزولی بودن مطلوبیت نهایی
- منحنی بی‌تفاوتی- نرخ نهایی جانشینی- درآمد مصرف‌کننده و خط بودجه- تعادل مصرف‌کننده- ارتباط منحنی تقاضا و مطلوبیت.

فصل پنجم: سازمانهای تولیدی و شیوه‌های مختلف تولید

فصل ششم: تابع تولید

- تعریف تابع تولید- قانون بازده نزولی- منحنی‌های تولید کل- تولید متوسط و تولید نهایی-
- تکنولوژی نهایی- تکنولوژی و عوامل تولید
- منحنی تولید یکسان و سطح تولید- ویژگیهای منحنی تولید یکسان

فصل هشتم: سهم عوامل تولید

- قیمت‌گذاری عوامل تولید- ارزش تولید نهایی و تقاضا برای عوامل تولید
- سهم نیروی انسانی در تولید به عنوان دستمزد یا بخشی از سود حاصله
- اجاره زمین- کرایه ماشین‌آلات و نرخ بازدهی داخلی سرمایه
- سود حاصل از کاربرد مدیریت
- مفهوم قسط و سهم هر یک از عوامل تولید.





۱. سالواتوره، دومینینگ (۱۳۷۴) تئوری و مسائل اقتصاد خرد، ترجمه حسن سبحانی، نشر نی.
۲. توریس، چارلز و فیلیپس اون (۱۳۷۱) تحلیل اقتصادی نظریه و کاربرد اقتصاد خرد، ترجمه اکبر کمیجانی و حسن سبحانی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۳. منتظر ظهور، محمود (۱۳۷۶) اقتصاد خرد/کلان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۴. محتشم دولتشاهی، طهماسب، (۱۳۷۰) مبانی علم اقتصاد (خرد و کلان)، تهران، نشر خجسته.
۵. زندی حقیقی (۱۳۷۶) فنون جدید تجزیه و تحلیل اقتصادی در کلیات علم اقتصاد، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۶. سیزده دانشمند و اقتصاددان مسلمان (۱۳۷۵) مباحثی در اقتصاد خرد نگرش اسلامی / ترجمه حسین صادقی / تهران / دانشگاه تربیت مدرس.
۷. تقوی، مهدی (۱۳۶۸) مقدمه‌ای بر تحلیل‌های اقتصاد خرد، تهران، نشر پایپروس.

۸. N. Gregory Mankiw (۲۰۰۳) Principles of Microeconomics (with Xtra!)

۹. South-Western College Pub; ۳ edition (February ۲۷, ۲۰۰۳)

۱۰. David Kreps; (۲۰۰۴), Student's Companion to Microeconomics for Managers, Norton and Company (January ۲۰۰۴)

۱۱. Richard B. McKenzie, Dwight R. Lee (۲۰۰۶), Microeconomics for MBAs : The Economic Way of Thinking for Managers, Cambridge University Press (February ۱۳, ۲۰۰۶)



اقتصاد کلان



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: اقتصاد خرد

هدف

- آموزش تحلیل های اقتصادی در سطح کلان و فهم
- تحلیل نحوه تغییر متغیر های کلان اقتصادی کشور (از جمله تولید ناخالص ملی، مصرف ملی، پس انداز، سرمایه گذاری، اشتغال، صادرات و واردات و ...) در تعامل با بازار داخلی و بین المللی
- شناخت نقش درآمد و مخارج دولت در اقتصاد کلان جامعه

سرفصل درس

فصل اول کلیات

- تعریف مفاهیم و متغیرهای کلان اقتصادی
- نقش و اهمیت اقتصاد کلان

فصل دوم: حسابداری درآمد ملی

- تعریف مفاهیم درآمد ملی و اجزای آن
- معیار اندازه گیری فعالیت های اقتصادی در جامعه (تولید ناخالص ملی)
- روش محاسبه تولید ناخالص ملی از طریق مخارج (مخارج سهمی، مخارج دولتی، مخارج سرمایه گذاری بخش عمومی، ناخالص صادرات و واردات)
- روش محاسبه تولید ناخالص ملی از طریق عوامل تولید (ذخیره استهلاک سرمایه مالیات غیر مستقیم شرکتها- دستمزد و حقوق- کرایه ماشین آلات و اجاره زمین- مخارج حاصل از فعالیت های اقتصادی)
- روش محاسبه تولید ناخالص ملی از طریق ارزش افزوده- سایر حسابهای ملی- (درآمد ملی- درآمد شخصی- درآمد قابل تصرف).



فصل سوم: تجارب بین‌المللی

- علت اقتصادی مبادلات تجاری
- تخصص بین‌المللی و مزیت‌ها (نسبی و مطلق و فواید حاصل از آنها تجارت آزاد در مقابل سیاست‌های حمایت از محصولات داخلی)
- تعرفه‌های ترجیحی و سهمیه‌های وارداتی



فصل چهارم: موازنه پرداخت‌ها

- نحوه تأمین منابع مالی در تجارت بین‌الملل
- موازنه پرداخت‌های بین‌المللی (صادرات و واردات مرئی و غیر مرئی)
- نحوه بازپرداخت بدهی‌های بین‌المللی
- معاملات دولتی - حرکت سرمایه
- طلا، ذخائر بین‌المللی - عدم تعادل در تجارت بین‌الملل چگونه بازگشت تعادل در تجارت بین‌الملل

منابع پیشنهادی

۱. روزبهان، محمود (۱۳۷۷) تئوری اقتصاد کلان، تهران، نشر تابان.
۲. هال، روبرت و تیلور، جان (۱۳۷۶) اقتصاد کلان، ترجمه مسعود روغنی زنجانی، تهران، انتشارات موسسه عالی پژوهشی در برنامه‌ریزی و توسعه.
۳. گرجی، ابراهیم (۱۳۷۶) ارزیابی مهم‌ترین مکاتب اقتصاد کلان، تهران، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۴. بگ، دیوید و استانکی فیشر (۱۳۷۶) اقتصاد کلان، ترجمه حمیدرضا قلی‌پور شیرسوار/ تهران/ نشر مرسا.
۵. اخوی، احمد (۱۳۷۶) اقتصاد کلان (کاربردی)، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۶. Michael K. Evans (۲۰۰۳), Macroeconomics for Managers Blackwell Publishers (October ۲۰۰۳)
۷. Knut Anton Mork (۱۹۹۱), Macroeconomics for Managers , Blackwell Publishers



اصول حسابداری (۱)

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف



- هدف اصلی آشنا ساختن دانشجویان با مفاهیم حسابداری و نقش حسابداری در تهیه اطلاعات مفید در مورد سازمانهای اقتصادی

- آشنایی با صورتهای مالی و تجزیه و تحلیل آن تصمیم‌گیری در امور بازرگانی با استفاده از اطلاعات مالی داخل و خارج سازمان

آشنایی با طرز نگهداری دفاتر حسابداری

تاکید بر کاربرد و تفسیر اطلاعات حسابداری

اطلاعات حسابداری مورد استفاده مدیران موسسات بازرگانی، سرمایه‌گذاران، بانکها، و ادارات مالیاتی می‌باشد. لذا در این برنامه نه تنها تأثیر معاملات مختلف تجاری در صورتهای مالی و مسایلی که در تفسیر اطلاعات حسابداری مورد نظر سرمایه‌گذاران و سایر افراد و موسسات است، بلکه نحوه استفاده از اطلاعات حسابداری در امر کنترل و برنامه‌ریزی عملیات بازرگانی که مورد نظر مدیریت می‌باشد نیز مورد توجه قرار گرفته است.

سرفصل درس

- اصول و طرز عمل حسابداری
- مراحل مختلف حسابداری
- تکمیل مراحل مختلف حسابداری
- حسابداری کالا و معاملات صندوق
- تهیه گزارشهای دوره‌ای
- دیون و مطالبات
- موجودی کالا
- پیش پرداختهای هزینه، پیش‌دریافتهای درآمد و هزینه‌ها و درآمدهای ثبت نشده
- داراییهای ثابت و داراییهای غیرمادی





منابع پیشنهادی

۱. هورن گرن، چارلز (۱۳۸۲) اصول حسابداری (۱) ترجمع ایرج نوروش، نشر تورمه.
۲. ابراهیمی، کاظم (۱۳۸۰) اصول حسابداری (۱)، انتشارات دانش نگار.
۳. جمشیدی، سعید (۱۳۷۸) اصول حسابداری، تهران، نشر شکوه اندیشه.
۴. Joseph Peter Simini (۱۹۹۸), Accounting Made Simple (Made Simple), Made Simple; Revised edition (February ۱, ۱۹۹۸)
۵. William G. Droms (۲۰۰۳) Finance And Accounting For Nonfinancial Managers: All The Perseus Publishing; ۵th edition (April ۲۰۰۳)
۶. J.Randall Stott, Mike Truman (۲۰۰۳), Basic Accounting (Teach Yourself Business & Professional S.), Teach Yourself; ۳Rev Ed edition (April ۳۰, ۲۰۰۳)
۷. Jay L. Jacquet, William C., Jr. Miller (۱۹۹۲), The Accounting Cycle: A Practical Guide to Accounting Basics (Fifty-Minute Series Book), Crisp Publications (September ۱۹۹۲)





اصول حسابداری (۲)

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: اصول حسابداری (۱)

هدف

این درس دنباله درس اصول حسابداری (۱) بوده و هدف آن تسلط دانشجو بر مباحث زیر است:

الف- سیستم های حسابداری

ب- اصول و مباحث حسابداری در شرکت های تضامنی

ج- اصول و مباحث حسابداری در شرکت های سهامی

سرفصل درس

- سیستم های مالی و کنترل ها
- سیستم های حقوق و دستمزد
- تنظیم سیستم ها و ماشین های محاسب الکترونیکی
- اصول و مفاهیم حسابداری
- شرکت های تضامنی: تشکیل، تقسیم سود و تصفیه
- شرکتهای سهامی: سازمان و عملیات
- شرکت های سهامی: حقوق صاحبان سهام، درآمد شرکت و سود سهام
- شرکت های سهامی: بدهی های بلندمدت و سرمایه گذاری ها
- اصول بودجه و انواع بودجه در شرکت های خصوصی
- فرایند تدوین و تحلیل گزارش های بودجه ای
- بودجه نقدی و تحلیل منابع و مصارف
- بودجه بندی سرمایه ای
- بودجه تلفیقی



منابع پیشنهادی



۱. هورن گرن، چارلز (۱۳۷۹) اصول حسابداری (۲)، ترجمه ایرج نوروش، نشر مولف.
۲. علیمدد، مصطفی (۱۳۷۸) اصول حسابداری، انتشارات سازمان حسابرسی.
۳. علیمی، حسینعلی (۱۳۷۷) اصول حسابداری، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
۴. Darrell Mullis, et al (۱۹۹۸) The Accounting Game : Basic Accounting Fresh from the Lemonade Stand , Sourcebooks (November ۱۹۹۸)
۵. William G. Droms (۲۰۰۳) Finance And Accounting For Nonfinancial Managers: All The Basics You Need to Know , Perseus Publishing; ۵th edition (April ۲۰۰۳)



حسابداری صنعتی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: اصول حسابداری (۲)



هدف

هدف از درس حسابداری صنعتی آشنا ساختن دانشجویان با ماهیت هزینه‌ها و سایر اطلاعات اقتصادی و موارد استفاده مدیریت از این اطلاعات می‌باشد. در این درس مخصوصاً روی بسط و توسعه داخلی اطلاعات مربوط به قیمت تمام شده و نحوه استفاده از آن در امر تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی و کنترل عملیات در موسسات صنعتی تاکید گردیده است.

سرفصل درس

- آشنایی اجمالی با مفاهیم هزینه
- آشنایی با عوامل هزینه و سیستم‌های مختلف محاسبه قیمت تمام شده
- آشنایی با نحوه استفاده از هزینه‌ها در ارزیابی اجرای عملیات و برنامه‌ریزی سود
- آشنایی با نحوه استفاده از هزینه‌ها در تصمیم‌گیری‌های مدیریت
- بررسی روشهای اصلی حسابداری قیمت تمام شده که در آن تاکید بیشتر بر جمع‌آوری (و نه استفاده) اطلاعات مربوط به هزینه است و عمدتاً حاوی مباحث زیر می‌باشد:
- تعیین قیمت تمام شده واحد محصول
- موجودی کار در جریان
- مواد و دستمزد: تعیین هزینه و کنترل
- هزینه‌های غیرمستقیم تولید
- بودجه‌بندی و تخصیص هزینه‌های غیرمستقیم تولید
- هزینه‌های غیر مستقیم تولید
- ثبت هزینه‌های غیرمستقیم تولید، تجزیه و تحلیل و طرز بستن ما به التفاوت هزینه‌های غیرمستقیم تخصیص یافته و واقعی.





منابع پیشنهادی

۱. آبنوس، سورن (۱۳۸۴) حسابداری صنعتی، تهران، نشر ترمه.
۲. اسکندری، جمشید (۱۳۸۳) حسابداری صنعتی ۱، تهران، نشر حفیظ.
۳. نیک نقش، ابراهیم و همکاران (۱۳۸۳) حسابداری صنعتی، تهران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
۴. هومن، احمد (۱۳۸۳) تهران، نشر مهربان نشر.
۵. گرن، هورن و همکاران (۱۳۸۳) حسابداری صنعتی با تاکید بر مسائل مدیریتی، علی پارسائیان و موسی بزرگ اصل، تهران، انتشارات ترمه.
۶. خشتوان، محمود (۱۳۸۲) تحلیل هزینه‌یابی سفارش کار و فعالیت، تهران، نشر آشنا.
۷. میهر، مایکل (۱۳۸۱) حسابداری صنعتی ۲، تهران، نشر کتاب نو.
۸. هورن، گرن (۱۳۸۱) حسابداری صنعتی با تاکید بر مسائل مدیریتی، تهران، انتشارات کتاب فرزانه.
۹. گرن، هورن و همکاران (۱۳۸۱) حسابداری صنعتی، ترجمه و اقتباس: ایرج نوروش - غلامرضا کرمی و علیرضا مهرآزین، تهران، انتشارات کتاب نو.

a. Samuel Waldo Specthrie , (۱۹۹۳) Industrial accounting, Prentice-Hall, inc (January ۱, ۱۹۹۳)

b. Samuel Waldo Specthrie (۱۹۹۷) Industrial accounting, : Complete course , Prentice-Hall (January ۱, ۱۹۹۷)



ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف

آشنایی دانشجویان علوم انسانی با مقدمات و مفاهیم اولیه ریاضی در سطح ریاضی عمومی در ارتباط با دروس رشته تحصیلی که یادگیری آنها مستلزم با این مفاهیم است.

سرفصل درس

- ۱- ریاضیات چیست؟ اهمیت، فایده و کاربرد آن در علوم انسانی
- ۲- آشنایی با نظریه مجموعه‌ها: مفاهیم اولیه، عضویت، زیرمجموعه، ترکیب مجموعه‌ها، جبر مجموعه‌ها، نمودار ون، افراز مجموعه، حاصلضرب دکارتی
- ۳- مجموعه‌های عددی: مجموعه اعداد طبیعی، صحیح، گویا، اصم، حقیقی و مجموعه اعداد مختلط
- ۴- بحثهای حاشیه‌ای: مفهوم قدر مطلق، فاصله، جزء صحیح، قوانین شمارش (تبدیل، ترتیب و ترکیب)، بسط دو جمله‌ای، شیوه‌های استدلال (قیاس، تمثیل و روش استقراء ریاضی) دستگاه‌های مختصات (دکارتی و قطبی)
- ۵- رابطه و تابع: تعریف، انواع رابطه و انواع تابع (توابع مقدماتی، توابع ساده و مرکب، تابع زوج و تابع فرد، تابع پوششی، تابع یک به یک و تابع معکوس، تابع خطی، توابع نمایی، لگاریتمی و مثلثاتی و معکوس مثلثاتی و کاربرد در آنها).
- ۶- حد و پیوستگی: تعریف حد، حد در فضای حدی، تعریف پیوستگی، انواع حدود (حد

$$\text{در صفر حد } \left(1 + \frac{1}{n}\right)^n \text{ در بی‌نهایت } \frac{\sin x}{x}$$



۷- مشتق و دیفرانسیل: تعریف مشتق، مراحل مشتق‌گیری، فرمولهای ساده مشتق-گیری، تعریف دیفرانسیل و فرمولهای مربوط به آن، مشتق تابع مرکب، دیفرانسیل کلی مشتق مرتبه n ام.

۸- کاربرد مشتق و دیفرانسیل، تعیین جهت تغییرات تابع، ماکزیمم و مینیمم، تحدب

و تقعر عطف در اثبات پیوستگی، در محاسبه حد و رفع مبهمات.



منابع پیشنهادی

- ۱- نیکوکار، مسعود (۱۳۷۷) ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت، تهران، نشر فرناز.
- ۲- پورکازمی، حسین (۱۳۷۴) ریاضیات عمومی و کاربردهای آن، تهران، نشر نی.

۳- Marguerite Fredrick, et al (۱۹۹۸) Pratical Mathematics: Consumer Applications , Amazon.com

۴- J. Tennant-Smith , (۱۹۷۳), Mathematics for the Manager , International Thomson Business Press (September ۳۰, ۱۹۷۳)



مبانی فناوری اطلاعات



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری و عملی

پیش نیاز: ندارد

هدف

- آشنایی با طرز استفاده از کامپیوتر فراگرفتن اصول برنامه‌نویسی
- چگونگی برنامه ریزی اقتصادی تجزیه و تحلیل فرصت های بازار
- برنامه ریزی تدارکات و تولید و تسهیم سرمایه و هزینه فعالیت های زنجیره ای در کسب و کار در نیل به اهداف و اجراء مدیریت نوین کسب و کار
- کارآفرینی جهت حل مسایل مدیریت، نحوه برخورد با مسایلی از قبیل پذیرش ماشین به عنوان یک وسیله در نیل به اهداف مدیریت و آشنایی مقدماتی با طرز تفکر سیستمی.

سرفصل درس

- مقدمه‌ای درباره کامپیوتر و کاربرد آن در تصمیم‌گیریهای مدیران
- علت ایجاد سیستم‌های جدید
- کامپیوتر و برنامه ریزی
- کامپیوتر و تحلیل های راهبردی برای تجزیه و تحلیل نقاط قوت ، ضعف، فرصت ها و تهدیدها
- نیاز شرکت های کارآفرینی به استفاده از کامپیوتر
- بخش دوم: کاربرد کامپیوتر در مدیریت
- بانکهای اطلاعاتی مدیریتی در صفحه گسترده‌ها





- استفاده از خدمات کامپیوتر در عملیات شرکتها
- طرح مواردی از کاربرد کامپیوتر در تحلیلهای آماری و تحقق در عملیات

منابع پیشنهادی

۱. بکشتکار ملکی، حبیب ا.. (۱۳۸۰) کاربرد کامپیوتر در مدیریت و حسابداری، تهران، انتشارات سمت.
۲. بیگی، محمد (۱۳۸۴) کاربرد کامپیوتر در مدیریت، تهران، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۳. James A. Senn , (۲۰۰۳) Information Technology : Principles, Practices, and Opportunities , Prentice Hall; ۳ edition (November ۲۱, ۲۰۰۳)
۴. Henry C. Lucas , (۲۰۰۴) Information Technology : Strategic Decision-Making for Managers, John Wiley & Sons (September ۲۹, ۲۰۰۴)



حقوق بازرگانی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: مبانی کارآفرینی



هدف:

آشنا ساختن دانشجویان با نظام روابط بازرگانی و مسئولیت های ناشی از اعمال تجاری و خصایص و تکالیف و حقوق اشخاص حقیقی و حقوقی حقوق تجارت.

سرفصل درس:

معاملات تجاری

تجار

تجار حقیقی یا طبیعی: تعریف تاجر، اشتغال به تجارت، الزامات تجار

تجار حقوقی: کلیات، تاریخچه، قرارداد شرکت، تابعیت شرکت، اقامتگاه شرکت

اقسام شرکت ها: شرکت های تجاری، شرکت های تعاونی

اسناد بازرگانی

قراردادهای بازرگانی

ورشکستگی و تصویه

منابع پیشنهادی

۱. قانون اساسی
۲. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی کشور
۳. قانون تجارت
۴. قانون کار و تأمین اجتماعی
۵. مقررات تشکیل شرکت سهامی خاص
۶. کتب حقوق بازرگانی و حقوق تجارت ایران
۷. برنامه های توسعه اول تا چهارم و سایر منابع مرتبط



آمار و کاربرد آن در مدیریت (1)



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف

هدف از این درس آشنا ساختن دانشجویان با مبانی و روشهای آماری است که در پژوهشهای کاربردی مورد استفاده قرار می گیرد.

سرفصل درس

الف- تعریف علم آمار- آمار توصیفی و آمار استنباطی

ب- آشنایی با مفاهیم آماری (از قبیل جامعه، جامعه محدود و غیرمحدود، نمونه و غیره)

طرز ارائه داده‌ها

الف- مفهوم و کاربرد زیگما

ب- توزیع‌های فراوانی- نحوه ساختن توزیع‌های فراوانی- توزیع‌های فراوانی کیفی

ج- نمودارهای آماری- هیستوگرام- پلی گن- نمودار فراوانی تجمعی- نمودار میله‌ای، ستونی و

دایره‌ای- نمودار سریهای زمانی

د- شاخص‌های مرکزی: میانگین، میانه، نما

ه- گشتاورهای مرتبه دوم و روابط آنها

و- شاخص‌های پراکندگی: دامنه- انحراف متوسط- واریانس- انحراف معیار

ز- شاخص‌های چولگی و کشیدگی

احتمال



الف- مفهوم و منشاء احتمال

ب- مفاهیم اساسی در احتمالات: آزمایش، پیشامد و فضای نمونه

ج- قوانین شمارش

د- برخی از قوانین احتمالات

و- احتمال شرطی- استقلال دو پیشامد

ز- قاعده بیز



منابع پیشنهادی

۱. صدقیانی، ابراهیم (۱۳۸۲) آمار و کاربرد آن در مدیریت، تهران، انتشارات هستان.
۲. ناصحی فر، وحید (۱۳۷۹) آمار و کاربرد آن، تهران، انتشارات ترمه.
۳. آذر، عادل و منصور مومنی (۱۳۷۸) آمار و کاربرد آن در مدیریت، تهران، انتشارات سمت.
۴. Gerald Keller, Brian Warrack (۲۰۰۲), Statistics for Management and Economics (with CD-ROM and InfoTrac), Duxbury Press; ۶ edition (July ۱, ۲۰۰۲)



آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)

هدف

آشنا کردن دانشجویان با روشهای پارامتریک و پیش‌بینی در آمار استنباطی هدف اصلی این درس می‌باشد. دانشجویان با روشهای مقایسه‌ای بخصوص دو جامعه آماری با استفاده از نمونه نیز آشنا خواهند شد.

سرفصل درس

- ۱- نمونه و توزیع‌های نمونه‌گیری
 - ۲- استنباط آماری براساس نمونه بزرگ
 - ۲و۱- تخمین براساس نمونه بزرگ
 - ۲و۲- آزمون فرض آماری براساس نمونه بزرگ
 - ۳- استنباط آماری از نمونه کوچک
- در این بخش دانشجو با کاربردهای توزیع‌های استودنت، کاری- دو و فیشر آشنا خواهد شد.
- ۴- کاربردهایی دیگر از توزیع کاری- دو (آزمون استقلال، همگنی، نیکویی برازش)
 - ۵- رگرسیون خطی ساده و همبستگی
- مدلهای پیش‌بینی (مدلهای ساده، اقتصاد سنجی، میانگین متحرک، نموهموار، میانگین نمایی، وزنی باکس و جنگینز، مدل‌های پیش‌بینی کیفی، روشهای ترکیبی)



منابع پیشنهادی

۱. صدقیانی، ابراهیم (۱۳۸۲) آمار و کاربرد آن در مدیریت، تهران، انتشارات هستان.

۲. ناصحی فر، وحید (۱۳۷۹) آمار و کاربرد آن، تهران، انتشارات ترمه.



۳. Gerald Keller, Brian Warrack ,(۲۰۰۲) , Statistics for Management and Economics (with CD-ROM and InfoTrac) , Duxbury Press; ۶ edition (July ۱, ۲۰۰۲)



روش تحقیق در مدیریت



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)

هدف

آشناسازی دانشجویان مدیریت با انواع روشهای تحقیق و زمینههای کاربردی آنها

سرفصل درس

فصل اول: مبانی روش تحقیق - مفهوم تحقیق و پیمایش - مفهوم دادهها و اطلاعات - هدف از تحقیق و پژوهش - پژوهش در علوم تجربی و علوم انسانی - روش علمی و روش فلسفی.

فصل دوم: سوال، مساله و فرضیه - فرضیه، نظریه، و قانون عملی - مساله و سوال تحقیق - ویژگیهای فرض و فرضیه - ارزیابی مساله - متغیر و انواع آن - مدل و انواع آن - نحوه انتخاب مساله و سوالهای پژوهشی.

فصل سوم: متغیرهای تحقیق - انواع متغیر (مستقل، وابسته، تعدیل کننده، کنترل) - رابطه متغیرها با یکدیگر - متغیر پیوسته و گسسته - معرفها و معرفها (واژهسازی و تعریف متغیرها) - دادهها و مقیاس آنها (سطوح کیفی دلالت دادهها بر دانش و آگاهی) - مدلسازی و تحلیل مدلها.

فصل چهارم: روشهای جمعآوری اطلاعات - انواع روشهای جمعآوری اطلاعات - روش کتابخانهای (مطالعه اسناد و مدارک) - روش مشاهده - روش پرسشنامه - روش مصاحبه - اعتبار و روایی روشهای جمعآوری اطلاعات - نحوه طبقه‌بندی و تلخیص دادههای جمعآوری شده و ابزار آن (کاربرگها و جداول) - اعتبار و روایی ابزارهای طبقه‌بندی و نمایش دادهها.



فصل پنجم: سنجش و اندازه‌گیری در تحقیق - سطوح سنجش و مقیاسهای آن - سنجش از طریق طیف‌بندی - انواع طیف - گویه‌سازی و تحلیل گویه‌ها.

فصل ششم: انواع تحقیق در مدیریت - تحقیق موردی - تحقیق میدانی - تحقیق آزمایشگاهی - تحقیق کتابخانه‌ای.



فصل هفتم: طبقه‌بندی آماری تحقیق در مدیریت - روش توصیفی - روش استنباطی - روش

پارامتریک - روش ناپارامتریک - روش علی / معلولی - روش مقایسه‌ای - روش تحلیل محتوا.

فصل هشتم: نظریه نمونه‌گیری - تعریف نمونه و ویژگی‌های آن - عوامل موثر بر تعیین اندازه

نمونه - روابط کمی برای تعیین اندازه نمونه - نحوه انتخاب عناصر نمونه (روش‌های نمونه‌گیری).

فصل نهم: تحلیل نتایج تحقیق - بررسی فرضیه‌ها و نتایج به دست آمده - استنباط آماری از

نتایج تحقیق (در صورت لزوم) - فنون تخمین آماری پارامترها - فنون آزمون فرض آماری - معرفی

فنون آماری برحسب تعداد متغیرهای هر فرضیه.

فصل دهم: طرح تحقیق - مقدمه - تعریف مساله - اهمیت و ضرورت مساله - سوالات تحقیق -

فرضیه‌های تحقیق - جامعه آماری - نمونه - نوع تحقیق - روش جمع‌آوری داده‌ها - نحوه تجزیه و

تحلیل داده‌ها - قلمرو تحقیق - محدودیتهای تحقیق - واژگان اصلی و تخصصی - منابع و مآخذ

اولیه.

فصل یازدهم: بررسی چند مورد کاربردی - نمونه تحقیقات موردی - نمونه تحقیقات میدانی -

نمونه تحقیقات آزمایشگاهی - نمونه تحقیقات کتابخانه‌ای.



منابع پیشنهادی



۱. دانایی فرد، حسن و همکاران (۱۳۸۳) روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: در مدیریت، رویکردی جامع، تهران نشر صفار.
۲. کیوی، رمون (۱۳۸۲) روش تحقیق در علوم اجتماعی (نظری و عملی)، تهران، نشر تونیا
۳. رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۲) تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی، تهران، نشر انتشار.
۴. بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۸۲) روش‌های تحقیق در علوم انسانی و اجتماعی، تهران، نشر مهربان.
۵. نوابخش، مهرداد (۱۳۸۲) روش‌های نوین پژوهش «با تاکید بر برنامه‌ریزی‌های جمعیتی، اراک، نشر پیام انگیز.
۶. سید عباس زاده، میرمحمد (۱۳۸۰) روش‌های عملی تحقیق در علوم انسانی، تهران، دانشگاه ارومیه.

۷. Mandy Van Der Velde, et al (۲۰۰۴) Guide to Management Research Methods Blackwell Publishers (February ۲۰۰۴)



مبانی مدیریت اسلامی و الگوهای آن



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف درس

آگاهی از موازین و الهام گرفتن از الگوها در جریان اعمال مدیریت و بررسی این اصول و الگوها در سیره ائمه اطهار سلام الله علیهم.

سرفصل درس

مقدمه:

الف- تبیین عنوان درس

ب- جایگاه مدیریت در نظام اسلامی

ث- جایگاه احاطه برتر آن در پژوهشهای اسلام (علوم عقلی - نقلی-تجربی)

ج- جایگاه قصص قرآن در پژوهشهای مدیریت اسلامی

اصول اسلامی مدیریت اسلامی و الگوهای آن:

۱- اصل عدم تقدم بر خدا و رسول:

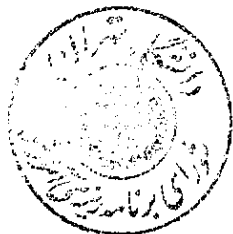
مستندات:

الگوهای آن: الف- ابراهیم و اسماعیل (ع) در حکم ذبح

ب- تقصیر یونس (ع) - اطاعت لوط و موسی

پ- علی و صلح حدیبیه

۲- اصل وحدت و هماهنگی در مدیریت و سلسله مراتب سازمانی



الگوها: علی (ع) و حفظ وحدت بعد از پیامبر - هارون (ع) و حفظ وحدت و ...

وحدت نظام مرجعیت و ولایت فقیه



۳- اصل آخرت گرایی در هدفگذاری و الگوهای آن

الگوها: موسی و قارون - فرعون و قومش - ابوذر و عثمان - سحره و فرعون

منع مشرکین از حج - عدم تعرض به مدعی اسلام - فتوای اعدام سلمان رشدی و ...

۴- اصل اعمال مدیریت بر اساس اختیار نه اجبار:

الگوها: موسی و خضر - موسی و بنی اسرائیل در فتح فلسطین

جنگ احد و پیامبر (ص) و مسلمین - ابراهیم و اسماعیل

اصحاب کربلا در شب عاشورا و

۶- اصل اعمال مدیریت بر اساس بصیرت نیروها:

الگوها.....

- مساله ارتداد

- مساله اعمال ولایت فقیه

منابع پیشنهادی:

۱. سازمان امور اداری و استخدامی کشور. مرکز مطالعات و پژوهشهای اداری، مدیریت

اسلامی اصول و مبانی، ۱۳۶۹، سازمان امور اداری و استخدامی کشور، مرکز مطالعات و

پژوهشهای اداری

۲. اصول و مبانی مدیریت اسلامی، قبادی، ۱۳۷۸، موسسه فرهنگی انتشاراتی فقه



مبانی کارآفرینی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد



هدف درس

آشنایی دانشجویان با تاریخچه، مبانی و مهارت‌های مورد نیاز برای موفقیت در فرایند کارآفرینی و

مدیریت کسب و کار

سرفصل درس

- ۱- آشنایی با تاریخچه کارآفرینی، مفاهیم کارآفرینی و انواع آن
- ۲- آشنایی با انواع کسب و کار و مبانی و اصول کسب و کار (کسب و کار در خانه، کسب و کار روستائی، کسب و کار در فناوری اطلاعات، کسب و کار در بخش خدمات)
- ۳- آشنایی با مبانی بازار و مدیریت بازار
- ۴- آشنایی با داستان های موفقیت و شکست کارآفرینان و قهرمانان توسعه
- ۵- ارزیابی، امکان سنجی و انتخاب ایده کارآفرینی
- ۶- آشنایی با چارچوب طرح کسب و کار
- ۷- طراحی جداول و محاسبات طرح کسب و کار (تمرین عملی)
- ۸- آشنایی با مراحل ثبت و تأسیس شرکت و آشنایی با انواع شرکت ها
- ۹- آشنایی با مبانی کسب و کار در اقتصاد ایران و کلیات قوانین تجارت در ایران
- ۱۰- آشنایی با تجربیات موفق کارآفرینان ایرانی
- ۱۱- آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی: کارگروهی، مدیریت منابع، مدیریت مالی، ارتباطات و ...
- ۱۲- برنامه ریزی و سازماندهی کسب و کار
- ۱۳- راه اندازی کسب و کار، تولید، کنترل کیفیت و کنترل هزینه ها





۱۴- بازاریابی، فروش و ارتباط با مشتری

منابع پیشنهادی:

دانلداف، کوراتکو، ریچارد ام. هاجتس، ترجمه ابراهیم عامل محرابی با همکاری دکتر محسن

تبرایی (۱۳۸۳)، نگرشی معاصر بر کارآفرینی مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد

- Mohanty .s.k , (۲۰۰۵) , fundamental of entrepreneurship. Printice Hall





ب. دروس اصلی: ۲۷ واحد



مبانی سازمان و مدیریت



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف

- آشنا کردن دانشجویان با مفاهیم و اصول بنیادین مدیریت در جوامع مختلف
- کاربرد اصول مدیریت در رابطه با نیازهای کشور با توجه به شرایط فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نیز شرایط جهانی و روندهای آتی ملی و بین‌المللی

سرفصل درس

بخش اول - کلیات

- تعاریف و مفاهیم مختلف مدیریت و اهمیت آن در جوامع امروز
- نظریه‌های مدیریت: نظریه مدیریت علمی، مکتب روابط انسانی، نظریه بوروکراسی
- مدیریت نظام‌گرا / سیستمی
- مدیریت اقتضایی
- نظریه نقش‌های مدیریتی

بخش دوم - فراگرد مدیریت

- نوآوری و خلاقیت در سازمان
- اهمیت، موانع خلاقیت، فراگرد خلاقیت یا پیشنهاد‌های عملی برای خلاقیت
- تصمیم‌گیری و حل مساله



• فراگرد مسأله‌یابی، انواع مسأله، فراگرد تصمیم‌گیری و حل مسأله، موانع تصمیم‌گیری



عقلایی، روشها و فنون معین تصمیم‌گیری.

• برنامه‌ریزی

انواع برنامه‌ریزی، گامهای عمده در برنامه‌ریزی، سلسله مراتب برنامه‌ها، فنون پیش‌بینی و

فنون برنامه‌ریزی

• سازماندهی

مبانی سازماندهی، انواع مختلف سازماندهی، وظایف صنف و ستاد، عدم تمرکز و تفویض

اختیار، الگوهای جدید سازماندهی، هماهنگی و مکانیزمهای آن

• بسیج منابع و امکانات

مدیریت بازاریابی، تأمین منابع مالی و سرمایه‌ای، تأمین مواد و وسایل، مدیریت منابع انسانی،

ارزشیابی و انتخاب مدیران، پرورش مدیران، تأمین و استفاده از منابع حقوقی و مقرراتی.

• هدایت

• رهبری، انگیزش و ارتباطات سازمانی

• نظارت و کنترل

فراگرد نظارت و کنترل، فنون مختلف کنترل، علل مخالفت افراد با نظارت و کنترل

منابع پیشنهادی

۱. صادقی‌پور، ابوالفضل (۱۳۸۳) مبانی سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات .
۲. الوانی، مهدی (۱۳۸۲) مدیریت عمومی، تهران، نشر نی.
۳. علاقه‌بند، علی (۱۳۸۲) مدیریت عمومی، تهران، نشر روان.
۴. سید جوادین، رضا (۱۳۸۱) مبانی سازمان و مدیریت، تهران، نگاه دانش.
۵. زارعی متین، حسن (۱۳۸۰) مبانی سازمان و مدیریت، انتشارات دانشگاه تهران
۶. رضائیان، علی (۱۳۸۰) مبانی سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات سمت.

۷. Govindarajan, s.n , (۲۰۰۵) , principles of management, printice Hall



مدیریت رفتار سازمانی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مبانی سازمانی و مدیریت



هدف

در جامعه امروزی شرکت افراد در سازمانهای مختلف اجتناب ناپذیر است. از آنجایی که هدفها و منافع افراد با هدفها و منافع سازمان و مدیریت اغلب همسو نمی‌باشد و گاهی در تضاد با هم ممکن است باشد بنابراین موضوع رفتار سازمانی و هدف آن تجزیه و تحلیل عوامل گوناگون در رابطه با علل رفتارها، پیش‌بینی رفتارهای آتی و هدایت و کنترل و تغییر رفتارها در سطح فردی، گروهی و سازمانی می‌باشد تا به این ترتیب به توان محیطی مساعد برای پیشرفت‌های شخصی و همچنین امکانات لازم برای نیل به هدفهای سازمانی را فراهم آورد.

سرفصل درس

بخش اول - مقدمه‌ای بر علوم رفتاری

- تعریف و مبانی علوم رفتاری، رابطه علوم رفتاری با سایر رشته‌های علوم انسانی و

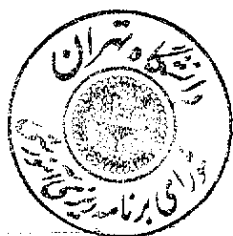
اجتماعی

- اهداف رفتار سازمانی
- سطوح تجزیه و تحلیل رفتار سازمانی
- فرد و سازمان در کار تعامل میان فرد و سازمان، تاثیر سازمان در فرد

بخش دوم - شناخت رفتار انسان

- تعریف رفتار، چگونگی شکل‌گیری رفتار، انگیزه و هدف، شدت انگیزه)

- مبانی تحلیل رفتار



- ادراک (فرایند ادراک، خطاهای ادراکی، کامیابی فراخود، نظریه اسناد)
- شخصیت (تفاوت‌های فردی، نظریه‌های شخصیت، ابعاد شخصیت)
- فراگرد یادگیری (نظریه‌های یادگیری و تقویت، مقتضیات تقویت)
- اصلاح رفتار و هدفگذاری



بخش سوم - انگیزش و نیازها

- نظریه‌های نیاز (محتوای انگیزش): سلسله مراتب نیازهای مزلو، گریوز، الدفر، مک کله‌لند
- محیط انگیزشی: مطالعات هائورن، نظریه X و Y مک گریگور، مطالعات آرجریس، نظریه بلوغ و عدم بلوغ آرجریس، نظریه انگیزش، بهداشت روانی هرزبرگ، تجزیه و تحلیل مرآوده‌ای.
- نظریه‌های شناختی (فراگرد انگیزش): نظریه انتظار، نظریه برابری تلفیق و بکارگیری نظریه‌های انگیزشی

بخش چهارم - رفتار متقابل شخصی و رفتار گروهی

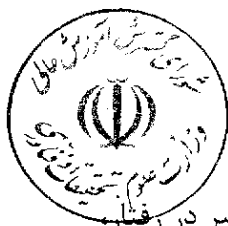
- نگاه کلی بر گروه و پویایی گروه (تعریف گروه، اهمیت مطالعه گروه، انواع گروه، گروه رسمی و غیررسمی، چگونگی شکل‌گیری گروه (نظریه همنز)، پویایی گروه‌های غیررسمی.
- رفتار تعاملی و تضاد (تضاد درون فردی، تضاد متقابل شخصی، رفتار متقابل گروهی و تضاد، و تضاد سازمانی).
- رهبری در سازمان: تعریف رهبری، رهیافت صفات مشخصه نسبت به رهبری، رهیافتهای رفتاری، نسبت به رهبری (پیوستار رهبری تاتنوم و اسمیت، مطالعات میشیگان. مطالعات دانشگاه ایالتی اوهایو، سبک مدیریت، سیستمهای مدیریتی لیکرت)، رهیافتهای اقتضایی، نظریه اقتضایی رهبری فیدلر، نظریه رهبری مسپر
- هدف، نظریه رهبری وضعی (چرخه حیات) هرسی و بلانچارد.



• ارتباطات شخصی

• اهداف ارتباطات سازمانی، روشهای ارتباط، فرآیند اساسی ارتباط، ارتباطات از روی

تمایل.



بخش پنجم - تلفیق فرد، گروه و سازمان

• نیروهای تغییر، مقاومت در برابر تغییر، فراگرد تشخیص سطوح تغییر در رفتار

• فراگرد تغییر رفتار، رهیافت جدید نسبت به تغییر سازمانی.

منابع پیشنهادی

۱. سید جوادین، سید رضا (۱۳۸۳) مدیریت رفتار سازمانی، تهران، انتشارات نگاه دانش.

۲. رابینز، استیفن پی (۱۳۸۲) مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی.

۳. حقیقی، محمد علی (۱۳۸۰) مدیریت رفتار سازمانی، تهران، انتشارات ترمه.

۴. T Matteson Michael , Konopaske Robert, M Ivancevich John
۵. (۲۰۰۴)MP Organizational Behavior and Management , McGraw-Hill/Irwin; ۱ edition (September ۲۵, ۲۰۰۳)
۶. Henry L. Tosi, John R. Rizzo, Neal P. Mero ,(۲۰۰۰) Managing Organizational Behavior Blackwell Publishers; ۴th edition (March ۲۰۰۰)



مدیریت منابع انسانی



تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: مبانی سازمان و مدیریت

هدف

نقش اساسی مدیریت در کلیه سطوح موسسات استفاده مطلوب از منابع (انسانی و مادی) و هدایت و کنترل منابع سازمان در جهت حصول هدفهای معین است. کسب فایده از منابع مادی با بکار بردن شیوه‌های فنی و تکنولوژی امکان دارد. حصول استفاده مطلوب از منابع انسانی و ایجاد روحیه همکاری و کوشش مشترک در سازمان به سهولت امکان پذیر نیست بلکه برای این مقصود مدیران باید به فلسفه و روشهای نوین مدیریت منابع انسانی آشنا شوند، لذا هدفهای آموزش در این درس عبارتند از:

- آشنا کردن دانشجویان با تکنیکها و روشهای اصول مدیریت منابع انسانی
- بررسی مسایل و مشکلات مدیریت منابع انسانی جاری کشور و چگونگی استفاده از اصول و روشهای مدیریت منابع انسانی در حل این مشکلات.
- آشنایی با مقررات و قوانین استخدامی کشور.

سرفصل درس

- تعریف مدیریت منابع انسانی و هدفهای آن - نقش اساسی سازمان امور استخدامی و عوامل موثر در تعیین محل و موقع سازمان امور استخدامی.
- تجزیه شغل (تهیه شرح شغل - مشخصات شغل - عوامل شغل)، چگونگی استفاده از تجزیه شغل در مدیریت منابع انسانی.
- برنامه‌ریزی نیروی انسانی - منابع کارمندیابی (درون سازمانی و برون سازمانی)، روشهای پیش‌بینی نیروی انسانی مورد نیاز، بررسی مدل‌های برنامه‌ریزی نیروی انسانی.

• آموزش کارکنان

• پرورش و توسعه مدیران





- نظام جبران خدمت کارکنان
- نظام ارزیابی عملکرد کارکنان
- انضباط
- روابط کار
- مباحث نوین در مدیریت منابع انسانی

منابع پیشنهادی

۱. ابطحی، حسین (۱۳۸۰) مدیریت منابع انسانی، تهران، انتشارات موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.

۲. سید جوادین، سید رضا (۱۳۸۰) مدیریت منابع انسانی، تهران، انتشارات فیروز.

۳. Raymond Andrew Noe, John R. Hollenbeck, Barry Gerhart, Patrick M. Wright, (۲۰۰۵) , Human Resource Management : Gaining a Competitive Advantage with OLC card McGraw-Hill/Irwin; ۵ edition (January ۲۵, ۲۰۰۵)

۴. Robert L. Mathis, John H. Jackson ,(۲۰۰۴), Human Resource Management (with InfoTrac), South-Western College Pub; ۱۱ edition (December ۲۱, ۲۰۰۴)

۵. Gary Dessler, (۲۰۰۴), Human Resource Management , Prentice Hall; ۱۰ edition (November ۱۱, ۲۰۰۴)

۶. Jac Fitz-Enz , (۲۰۰۱), How to Measure Human Resource Management , McGraw-Hill; ۳ edition (December)



تحقیق در عملیات



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت

هدف

آشنایی دانشجویان با تکنیکهای کمی تحقیق در عملیات و روش های کمی تصمیم گیری در مدیریت

سر فصل درس

- تعریف، تاریخچه، ویژگیهای تحقیق در عملیات، مدل، انواع آن، فرآیند مدلسازی
- مدلسازی مسایل دنیای واقعی در قالب مسایل برنامه ریزی خطی، مدل های حمل و نقل ساده و مرکب، مدل های تخصیص
- مروری بر مفاهیم برنامه ریزی خطی
- حل مسایل برنامه ریزی خطی به روش ترسیمی و سیمپلکس
- بررسی موارد استثنایی در حل مسایل برنامه ریزی خطی
- حل مسایل اولیه و ثانویه و تعیین رابطه بین آنها
- آشنایی با مفهوم تحلیل حساسیت

منابع پیشنهادی

۱. مهرگان، محمد رضا (۱۳۸۳) پژوهش عملیاتی پیشرفته، تهران، نشر کتاب دانشگاهی.

۲. Frederick S. Hillier, Gerald J. Lieberman , (۲۰۰۲) , Introduction to Operations Research McGraw-Hill Science/Engineering/Math; ۷ edition (March ۲۲, ۲۰۰۲)
۳. Wayne L. Winston (۲۰۰۳) Operations Research : Applications and Algorithms Duxbury Press; ۴ edition (July ۲۵, ۲۰۰۳)



مدیریت تولید و زنجیره تأمین (SCM)

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: مبانی سازمان و مدیریت



هدف

آشنایی دانشجویان با مفاهیم اساسی مدیریت تولید و نحوه بکارگیری تکنیکهای مختلف در طراحی افزایش میزان تولید به لحاظ کمی و کیفی چگونگی تأمین مواد و قطعات مصرفی در کسب و کار با در نظر گرفتن نقش نیروی انسانی، برنامه ریزی تولید عنوان عوامل اساسی

سر فصل درس

- مفاهیم مدیریت، مدیرتولید و برنامه ریزی تولید
- مفاهیم زنجیره تأمین و مدیریت آن در فعالیت های تولید
- آشنایی با استانداردهای ایزو و اهمیت آن در مدیریت تولید
- کاربرد کامپیوتر در طرح ریزی کنترل تولید و ایجاد شبکه زنجیره تأمین
- اهمیت تولید در اقتصاد جامعه، کارایی و بهره‌وری
- جایگاه تولید در سازمان و طبقه‌بندی آن بر اساس روشهای تولید، نوع کالا، جریان

عملیات

- تولید براساس پیمان کاری، مونتاژ
- تولید پیوسته - ناپیوسته
- مهندسی معکوس در فرآیند تولید
- انواع جریان کار و استقرار
- توازن خط تولید
- برنامه ریزی مواد برای مؤسسات خدماتی و تولیدی



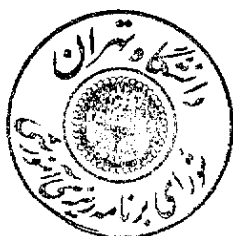


- پیش‌بینی تقاضا و رابطه آن با سرعت تولید
- تجزیه و تحلیل ارزش و کاربرد نقطه سر به سر
- حمل و نقل مواد
- کنترل موجودی در سیستم‌های تولیدی
- مدیریت خرید و تدارکات

منابع پیشنهادی

۱. سیدی، سید مسعود (۱۳۸۱) مدیریت تولید، تهران، انتشارات کوشامهر.
۲. و محمد فاریابی (۱۳۸۱) مفاهیم اساسی مدیریت تولید و عملیات، تهران، انتشارات صفار/ اشراقی.
۳. جعفر نژاد، احمد (۱۳۸۰) مدیریت تولید و عملیات، تهران، انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

۴. Martinich Joseph S (۲۰۰۱), Production and operation management: An Applied Modern Approach, Wiley; ۱ edition
۵. Marion E. Haynes, (۲۰۰۱), Project Management: A Practical Guide for Success (۵۰ Minute Books), Publisher: Crisp Learning; ۲rd edition (June ۱۵, ۲۰۰۲)



سیستم های خرید، انبارداری و توزیع

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: تصمیم گیری و تحقیق در عملیات



هدف

آشنا کردن دانشجویان با طراحی و اجرای انواع سیستم های خرید و انبارداری

سرفصل درس

- نقش مدیریت خرید و تدارکات در کسب و کارهای کوچک
- کیفیت کالا، ویژگی ها و استانداردها در خرید
- شناخت منابع عرضه کالا، نکات مهم در عقد قرارداد خرید
- روش های مذاکره با فروشندگان
- زمان مناسب در خرید
- ارزش کاربردی و ارزش ظاهری کالا
- خرید تجهیزات و ماشین آلات و تفاوت آن با خرید کالاهای مصرفی
- تصمیم گیری در مورد خرید یا ساخت قطعات و کالاها
- نکات مهم در قراردادهایی که یک طرف آن دولت است
- ساختار توزیع درایران
- روش های انبارداری
- روشهای خرید کالا و خدمات از خارج
- مراحل و فرایندهای اداری خرید از خارج



منابع پیشنهادی

۱. حسن قلی پور، طهمورث (۱۳۸۴) مدیریت خرید و انبارداری، تهران، انتشارات یادواره کتاب.



۲. کاظمی، بابک (۱۳۸۲) انبارداری و مدیریت انبارها، تهران، نشر پیشرو.
۳. Masterman . j.w.e , (۲۰۰۲), An introduction to building procurement system , UK ; spon press
۴. Kovas . A. (۲۰۰۴) , enhancing procurement practices, USA; springer.





هدف

هدف این درس تعلیم روشها و تکنیک های متداول مالی به عنوان مهمترین ابزارهای مدیریت مالی به منظور حراست و بکار گرفتن منابع مالی مؤسسات خصوصی یا شرکت های دولتی. هدف دیگر این درس همچنین آشنایی دانشجویان با مبانی بودجه ریزی، تامین مالی و سرمایه گذاری و روش های تامین مالی و تکنیک های تجزیه و تحلیلی و انتخاب گزینه های تامین مالی است.

سرفصل درس

- آشنایی با مدیریت مالی
- تجزیه و تحلیل گزارشهای مالی با استفاده از نسبتهای مالی
- پیش بینی نبود در رابطه با فعالیت تولید و فروش و استفاده از تکنیک نقطه سر به سر
- پیش بینی نیازهای مالی
- نقش بهره در تصمیمات مالی
- تصمیمات سرمایه گذاری و تخصیص منابع مالی در شرایط معلوم/ نامعلوم

بودجه بندی

- بودجه بندی سرمایه ای و شناخت جریان های نقدی
- تعریف و اهمیت بودجه بندی سرمایه ای
- فرایند بودجه بندی سرمایه ای
- انواع تصمیمات بودجه بندی سرمایه ای
- طرح توسعه و تولید محصولات جدید
- جریان های نقدی طرح ها
- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط اطمینان
- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط سهمیه بندی سرمایه ای
- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط نامطمئن





- مبانی سرمایه گذاری و تامین مالی
- انواع روش های تامین مالی
- روشهای تامین مالی و چرخه حیات کسب و کار
- معیارهای انتخاب منابع تامین مالی
- هزینه سرمایه و تصمیمات تامین مالی شرکت
- تکنیک های تصمیم گیری سرمایه گذاری
- تصمیمات ساختار سرمایه
- تجزیه و تحلیل ریسک اجزاء سرمایه
- تامین مالی ترکیبی
- روش فرانشیز در تامین مالی کارآفرین

- تجزیه و تحلیل هزینه منفعت
- خط مشی و مدیریت اقلام سرمایه در گردش
- عامل بهره در تصمیم گیری های مالی
- موارد استفاده از اهرم مالی
- هزینه های سرمایه ای
- سیاست تقسیم سود سهام و تامین مالی داخلی
- مدیریت ریسک

منابع پیشنهادی

۱. نوروش، ایرج (۱۳۸۳) مدیریت مالی (۱) تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۲. فدایی نژاد، محمد اسماعیل (۱۳۸۳) اصول بودجه بندی سرمایه ای، تهران، انتشارات سمت.

۲. Shim.j.k&siegel .J.G, (۲۰۰۰) , financial management , usa ,barrons education series .Inc



مدیریت استراتژیک



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مبانی سازمان و مدیریت

هدف درس

آشنایی دانشجو با متغیرهای استراتژیک در سازمانها و نحوه سیاستگذاریها، هدف‌بندیها، برنامه‌ریزیها، و تصمیم‌گیریهای استراتژیک در سطح مدیریت سازمانهای صنعتی

سر فصل درس

بحث اول: تعریف استراتژی، آشنایی با عناوین و مفاهیم ذی ربط

- استراتژی و تاکتیک
- هدف‌بندی
- سیاستگذاری
- برنامه‌ریزی
- تصمیم‌گیری

بحث دوم: فرآیند مضمون بندی استراتژی سازمانی

- تجزیه و تحلیل فرصتها و تهدیدها، نقاط قوت و ضعف
- مشخص کردن گزینه‌ها یا بدیلها
- انتخاب و اجرا

بحث سوم: آشنایی با متغیرهای استراتژیک سازمانی

- متغیرهای انسانی و اجتماعی (منابع انسانی)
- متغیرهای ساختاری (اندازه سازمان و تقسیم بندیهای اداری)



• بازارها و محیط‌های سازمانی (بازار رقابتی، بازار کار و اشتغال، بازار عرضه‌کنندگان، دولت و نهادهای دولتی)

• تکنولوژی و تولید (تراکم سرمایه، انتخاب و انتقال تکنولوژی، فرآیند تولید).

• فرهنگ سازمانی (ارزشها، آداب و رسوم، سنتها، اسطوره‌ها)



بحث چهارم: مدیریت بهره‌وری

منابع پیشنهادی

۱. پیرنیا، احمد (۱۳۸۲) مدیریت برنامه‌ریزی سیستم‌های استراتژیک، تهران، انتشارات انستیتو

ایزایران.

۲. شمس، عبدالحمید (۱۳۸۲) مدیریت استراتژیک و استراتژی‌های صنعتی و تجاری، تهران،

انتشارات موسسه آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.

۳. هانگ، جی دیوید و توماس ال. ویلن (۱۳۸۱) ترجمه محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، انتشارات

دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۴. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, S. Michael Camp, Donald L. Sexton (۲۰۰۲) Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset (Strategic Management Society), Blackwell Publishers (May ۲۰۰۲)

۵. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, (۲۰۰۴) Strategic Management: Competitiveness and Globalization, Concepts and Cases (with CD-ROM and InfoTrac), South-Western College Pub; ۶th edition (February ۱۳, ۲۰۰۴)

۶. Fred David, (۲۰۰۴), Strategic Management: Concepts and Cases, Prentice Hall; ۱۰th edition (July ۲۳, ۲۰۰۴)

۷. Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones (۲۰۰۴) Strategic Management: An Integrated Approach, Not Avail; ۶th Bk&Cdr edition (August ۴, ۲۰۰۴)



بازاریابی و مدیریت بازار

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: اقتصاد کلان، مبانی سازمان و مدیریت



هدف:

آشنا کردن دانشجویان با مفاهیم کلی مدیریت بازار و کاربرد آن در رابطه با بیمه و نیازهای جامعه در جهت خود کفایی و رفع نیازهای مادی و معنوی و با توجه به شرایط موجود از نظر فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و اقتصادی

سر فصل درس

- ۱- مفاهیم مدیریت بازار (دید داخلی سازمان)
- ۲- انواع مختلف بازار و محیط بازاریابی (دید خارجی سازمان)
- ۳- تقسیمات بازار و نیازهای مختلف خریدار
- ۴- رفتار خریدار
- ۵- اندازه گیری کمی بازار و پیش بینی فروش
- ۶- اهداف بازرگانی و سازمان بازاریابی
- ۷- برنامه ریزی بازاریابی عمومی و بازاریابی بیمه مخصوص
- ۸- نحوه تصمیم گیری در زمینه بازاریابی
- ۹- تحقیقات بازاریابی و آشنایی با روش های تجزیه و تحلیل
- ۱۰- سیستم بازاریابی و انواع مدل های بازاریابی
- ۱۱- چگونگی ایجاد خلاقیت در مدیریت بازاریابی
- ۱۲- بازاریابی الکترونیک
- ۱۳- بازارهای رقابتی





منابع پیشنهادی

۱. روستا، احمد (۱۳۸۳) مدیریت بازاریابی، تهران، سمت.
 ۲. ونوس، داور و همکاران (۱۳۸۳) مدیریت بازاریابی، تهران، انتشارات سمت.
 ۳. شریعت، سیدطاهر و رضا رنجبران (۱۳۸۳) بازاریابان خیره، تهران، انتشارات رهنما.
 ۴. کاتلر، فیلیپ (۱۳۸۲) مدیریت بازاریابی، تهران، نشر فرا.
 ۵. رنجبران، حسین (۱۳۸۲) بازاریابی و مدیریت بازار، تهران، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
 ۶. محمودیان، محمود (۱۳۸۲) مدیریت تبلیغات از دید بازاریابی، تهران، انتشارات حروفیه.
 ۷. بلوریان، محمد (۱۳۸۰) بازاریابی و مدیریت بازار، تهران، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
۸. Stuton .D. klein . I , . zyman .s (۲۰۰۳) , enterprise markrting management : the new science of marketing , John wiley & sons
۹. Ssand huse. R.,(۲۰۰۰) , marketing , barrons educational series





ج. دروس تخصصی: ۴۲ واحد



زبان تخصصی (۱، ۲، ۳ و ۴)

تعداد واحد: ۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: زبان انگلیسی عمومی



هدف

آشنایی دانشجویان با متون مدیریت به زبان اصلی به ویژه متون کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای

کوچک

سرفصل درس

سرفصل‌های این درس متناسب با تشخیص استاد از میان کتب و مقالات معتبر انتشار یافته به زبان

انگلیسی؛ در زمینه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک انتخاب می‌شود.



کارآفرینی سازمانی و اجتماعی



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: مبانی کارآفرینی

اهداف درس

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم کارآفرینی در درون سازمان ها و کسب مهارت تنظیم و اجرای برنامه های کارآفرینانه در سازمان های مختلف
- آشنا نمودن دانشجویان با مفاهیم، تعاریف و الگوهای کارآفرینی اجتماعی بویژه در سازمان- های بخش عمومی و سازمان های غیر دولتی

سرفصل درس

۱. کارآفرینی سازمانی

- فرایند کارآفرینی سازمانی
- عوامل پشتیبانی کننده کارآفرینی
- ورود سازمان به فعالیتهای مخاطره آمیز
- تشخیص و ارزیابی امکان سنجی فرصتهای کارآفرینی در سازمان
- چارچوب تدوین طرح امکان سنجی کارآفرینی سازمانی
- موانع کارآفرینی سازمانی
- آسیب شناسی کارآفرینی سازمانی
- نتایج و پیامدهای کارآفرینی سازمانی
- مشخصات ساختاری، فرهنگی و رفتاری سازمان کارآفرین:
- ساختار سازمانی کارآفرین
- فرهنگ سازمانی کارآفرین
- رفتار سازمانی در سازمان کارآفرین

۲. کارآفرینی اجتماعی

- مفاهیم و تعاریف
- ویژگی های کارآفرینان اجتماعی
- مسائل بین المللی کارآفرینان اجتماعی



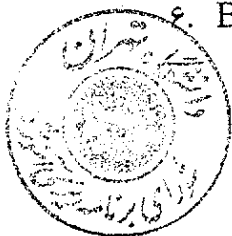


- مزیت سازمانهای داوطلب در کارآفرینی اجتماعی
- کارآفرینی و توسعه محلی
- ماهیت کارآفرینی اجتماعی
- اشکال کارآفرینی اجتماعی (مجازی، جهانی، چند قومی، نوظهور و...)
- توسعه فرایندهای کارآفرینانه در موقعیت‌های غیرمنتظره و نامتعارف
- فرایندهای تغییر بر مبنای کارآفرینی در جوامع
- تحلیل‌های مقایسه‌ای از اشکال اقتصادی، اجتماعی یا شهروندی کارآفرینی
- مطالعات تجربی و نظری کارآفرینی اجتماعی یا نوع دوستی خطر پذیرانه
- راه‌کارهای کارآفرینی - محور برای تغییر خطرپذیری عمومی، فرهنگی، اجتماعی و شهروندی
- روندهای تاریخی تفکر کارآفرینانه و عمل در حوزه جهانی
- کارآفرینی اجتماعی: تعاریف، مفاهیم
- کارآفرینی اجتماعی و توسعه پایدار
- کارآفرینی اجتماعی: خدمات اجتماعی، مسئولیت اجتماعی و ...
- نوع دوستی و کارآفرینی اجتماعی
- کارآفرینی در بخش عمومی
- کارآفرینی در سازمان های غیر دولتی
- نهادهای اجتماعی کارآفرین

منابع پیشنهادی

۱. مقیمی، محمد (۱۳۸۳) کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۲. هادیزاده، اکرم و فرج‌ا... رحیمی فیل آبادی (۱۳۸۴) کارآفرینی سازمانی، تهران، نشر جانان.
۳. رایت، راجر کارت (۱۳۸۳) سازمان های کارآفرین، ترجمه علی پارسائیان، تهران، نشر ترمه.
۴. Jeffrey R. Cornwall, Baron Perlman (۱۹۹۰) organizational Entrepreneurship, Richard D Irwin.
۵. Jeffrey R. Cornwall (۱۹۹۸) Organizational Entrepreneurship. Amazon
۶. Baon, robert & freze, mechael (۲۰۰۶) psychology of Entrepreneurship. .

Amazon



مدیریت کسب و کارهای کوچک در ایران

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: مبانی کارآفرینی



هدف درس

آشنایی هرچه بیشتر دانشجویان با مبانی مدیریت کسب و کارهای کوچک و شرایط حاکم بر سازمان در این نوع سازمان ها در راستای توسعه کسب و کارهای کوچک در ایران

سرفصل درس

- کسب و کارهای کوچک و انواع آن
- انواع تعاریف و دسته بندی ها از کسب و کارهای کوچک
- نقش کسب و کارهای کوچک در اقتصاد
- نقش کسب و کارهای کوچک در اقتصاد ملی
- نقش کسب و کارهای کوچک در اقتصاد جهانی
- چرخه حیات کسب و کارهای کوچک در سه سال آغازین رشد
- نقش کارآفرین در مراحل مختلف شکل گیری، رشد و بلوغ کسب و کارهای کوچک
- راهکارهای تامین منابع در کسب و کارهای کوچک
- برنامه ریزی تخصیص منابع و برنامه ریزی استراتژیک در کسب و کارهای کوچک، موانع و

راهکارها

- جذب و تخصیص سرمایه گذاری مخاطره آمیز در کسب و کارهای کوچک
- آیا همه کسب و کارهای کوچک باید به کسب و کارهای متوسط و بزرگ تبدیل شوند؟
- تامین خدمات تخصصی ستادی مانند آموزش، تحقیق و توسعه، تحقیقات بازار و ...
- هدایت و رهبری در کسب و کارهای کوچک
- روش های کنترل و نظارت در کسب و کارهای کوچک





منابع پیشنهادی

۱. سیاست های ۲۰ کشور منتخب در توسعه صنایع کوچک و متوسط سازمان صنایع کوچک، انتشارات کارآفرینان پگیر ۱۳۸۰
۲. طالبی، کامبیز، فریدون آذر هوش، مرتضی ایمانی راد (۱۳۸۴) استراتژی های توسعه صنایع کوچک و متوسط در ایران، سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد، یونیدو، سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی، ترجمه علی شقاقی.
۳. تولید منابع انسانی برای صنعت کوچک و متوسط در منطقه آسیا و اقیانوسیه (۱۳۸۰) ترجمه و تدوین، وزارت صنایع، سازمان صنایع کوچک ایران، نشر کارآفرینان بصیر.
۴. روبرت .د. هیسریچ، مایکل .پی. پی. ترنر (۱۳۸۳) کارآفرینی، ترجمه سید علیرضا فیض بخش، جلد اول - موسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
۵. Justin Gooderl Longenecker Carlos W. Moore J. William Petty Bill Petty, (۲۰۰۱) ,Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis
Seashellbooks.com, Inc.
۶. Leon A. Wortman, (۲۰۰۰) Successful Small Business Management, River City Books, LLC(Vancouver, WA, U.S.A.)
۷. H. N Broom (۲۰۰۲), Small business management Frugal Media Corporation,(Austin, TX, U.S.A.).
۸. Dan Steinhoff (۲۰۰۲),Small business management fundamentals (McGraw-Hill series in management) SnowLionBooks (Lakewood, CO, U.S.A.).
۹. Forrest H Frantz (۲۰۰۳),Successful small business management, Goodale Enterprise(Mesick, MI, U.S.A.).
۱۰. JIM KARAS (۲۰۰۴),The Business Plan for the Body,Frugal Media Corporation, (Austin, TX, U.S.A.).



مهارت های کارآفرینی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مدیریت رفتار سازمانی

هدف درس

آشنایی دانشجویان با مقدمات و ضرورت های کار تیمی و علاقه مند نمودن آنان به همکاری در قالب تیم های کاری در سازمان، با توجه به ضعف کار تیمی در فرهنگ جامعه و سازمان های کشور.

سرفصل درس

- کار تیمی، ضرورت و اهمیت آن
- شناخت تیم و کار تیمی
- نقش و اهمیت کار تیمی در جهان امروز
- روش های تفکر و اندیشه گروهی
- کار گروهی و ساختارهای و گروه های غیر رسمی
- نقش ساختارهای اجتماعی در موفقیت و شکست کار تیمی
- نقش یادگیری گروهی در سازمان های یادگیرنده
- ویژگی های تیم های کارآمد (هدف شفاف و متعالی، ساختار نتیجه محور، انتخاب افراد شایسته و مناسب، امنیت جمعی، فضای همکاری، استانداردهای تعالی، شناسایی و حمایت از بیرون، رهبری اصول گرا)
- مراحل ایجاد و توسعه تیم و شرایط حاکم بر هر مرحله
 ۱. مرحله آغازین
 ۲. مرحله توسعه
 ۳. مرحله طوفانی
 ۴. مرحله تثبیت و اجرا
- آسیب شناسی کار تیمی
- موانع فرهنگی و تاریخی کار تیمی در کشور
- تاثیر تکنولوژی اطلاعات (IT) و دنیای مجازی بر کار تیمی



- راهکارهای ارتقاء کار تیمی
- مهارت‌های رهبری در سازمان های کارآفرین پیشرو
- مهارت های تجزیه و تحلیل بازار و طراحی استراتژی مبتنی بر رقابت
- مهارت های جذب سرمایه گذاری مخاطره آمیز



مدیریت جلسات

فنون و مهارت های مذاکره

مدیریت زمان

- راهکارهای اثربخشی مدیریت زمان
- راهکارهای کارایی مدیریت زمان

منابع پیشنهادی

۱. لنچونی، پاتریک (۱۳۸۲) پنج دشمن کار تیمی، تهران، نشر فرا.
۲. اصغرپور، محمد جواد (۱۳۸۲) تصمیم‌گیری گروهی و نظریه بازی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۳. کزازی، ابوالفضل (۱۳۸۲) چگونه تیم‌های کاری را رهبری کنیم، تهران، انتشارات موسسه آموزش و پژوهش برنامه‌ریزی.
۴. حائری زاده خیریه بیگم و همکاران (۱۳۸۱) یادگیری از طریق همیاری، تهران، نشر نی.
۵. وتن، دیوید. ای و کیم اس کمرون (۱۳۸۱) تیم سازی، ترجمه بدرالدین اورعی یزدانی، تهران، انتشارات موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
۶. David E. Rye Craig R. Hickman (۲۰۰۳), Starting Up: An Interactive Adventure That Challenges Your Entrepreneurial Skills (Newnan, GA, U.S.A.).
۷. Kravetz, Stacy; Inouye, Amy; Anderson, Gillian, (۲۰۰۱) Girl Boss: Running the Show Like the Big Chicks: Entrepreneurial Skills, Stories, and Encouragement for Modern Girls, Pacific Book Exchange, LLC (Alameda, CA, U.S.A.).



۸. Flexman, Nancy A.; Scanllan, (۲۰۰۱), Running Your Own Business: How to Evaluate and Develop Your Entrepreneurial Skills, Catnap Books,(Cobleskill, NY, U.S.A.).



مدیریت نوآوری



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مبانی کارآفرینی

هدف درس

آشنایی دانشجویان با مفاهیم اساسی و روش‌های نوآوری در فعالیت‌های اقتصادی و سازمانی و نیز آگاه نمودن آنان از موانع خلاقیت و نوآوری در سازمان و روش‌های کاهش اثر این موانع.

سرفصل درس

- مفاهیم اساسی (ذهن، مغز، شناخت، خلاقیت، استدلال، قیاس، استنتاج و ...)
- خلاقیت و حل خلاق مساله (تعاریف و مفاهیم)
- الگوهای تفکر (تحلیلی، باتوالی، بین فردی، خلاق)
- تفکر تمام مغزی و حل خلاق مساله
- ویژگی‌های افراد خلاق (نقش هوش، سن، تجربه و ... در خلاقیت)
- تکنیک‌ها و روش‌های افزایش خلاقیت
- موانع تفکر خلاق و راهکارهای غلبه بر آن
- تکنیک‌های تبدیل ایده به خلاقیت‌های کاربردی
- برنامه ریزی خلاق
- آشنایی با تکنیک‌های مشتری مدار کردن خلاقیت‌ها
- طراحی استراتژی‌های توسعه کسب و کار بر اساس خلاقیت
- تمرین‌ها و بازی‌های عملی
- ارتباطات و حل خلاق مساله
- خلاقیت در سازمان‌ها





- نوآوری ثمره خلاقیت
- الگوهای پرورش خلاقیت و نوآوری در سازمان (TRIZ)
- مدل نوآوری در سازمان
- عوامل تسهیل کننده نوآوری در سازمان
- مدیریت تحول
- استراتژی نوآوری
- مدیریت پیاده سازی نوآوری در کسب و کارهای کوچک
- مدل سازی نوآوری و استراتژی مربوط به آن در کسب و کارهای کوچک
- مدیریت نوآوری در سازمان های کارآفرین
- نقش ساختارهای اجتماعی در توسعه خلاقیت و نوآوری در سازمان
- موانع نوآوری در سازمان
- موانع نوآوری در سازمان های دولتی
- بررسی پژوهش های انجام شده در ایران

منابع پیشنهادی

۱. المیلر، ویلیام (۱۳۸۴) مترجمین علیرضا مهاجری، مریم فتاحی زاده نسل چهارم R&D، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
۲. ضمدآقایی، جلیل (۱۳۸۳) خلاقیت/ جوهره کارآفرینی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران (مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران).
۳. علی احمدی، علیرضا (۱۳۸۲) استراتژی رقابت و نوآوری در کسب و کار، تهران، انتشارات تولید دانش.
۴. حائری زاده، خیریه بیگم و محمد حسین لیلی (۱۳۸۱) تفکر خلاق در حل خلاقانه مساله، تهران، نشر نی.
۵. لوائیز، گرت (۱۳۸۱) پرورش خلاقیت در سازمان، ترجمه و انتشار گروه کارشناسان ایران.
۶. قاسم زاده، حسن (۱۳۸۱) آموزش کاربردی خلاقیت و حل خلاق مساله، تهران، انتشارات قصیده سرا.
۷. فیض بخش، علیرضا (۱۳۸۱) درباره خلاقیت، تهران، انتشارات باران.
۸. داریانی، احمدپور (۱۳۸۱) ۱۰۱ تکنیک خلاقیت، تهران، دانشگاه امیرکبیر.





۹. صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۰) تکنیک های خلاقیت، تهران، انتشارات سازمان مدیریت دولتی.

۱۰. سلیمی (۱۳۸۳) فنون تریز (تکنیک نوین خلاقیت و نوآوری) تهران، انتشارات بامداد.

۱۱. قاسم زاده، حسن (۱۳۸۱) آموزش کاربردی خلاقیت و حل خلاق مساله، تهران، انتشارات قصیده سرا.

۱۲. فیض بخش، علیرضا (۱۳۸۱) درباره خلاقیت، تهران، انتشارات باران.

۱۳. Ronald S. Jonash Tom Sommerlatte (۲۰۰۴), The Innovation Premium: How Next Generation Companies Are Achieving Peak Performance and Profitability, (Grand Rapids, MI, U.S.A.).



محیط کسب و کار در ایران

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری، عملی

پیش‌نیاز: اقتصاد کلان، مبانی کارآفرینی



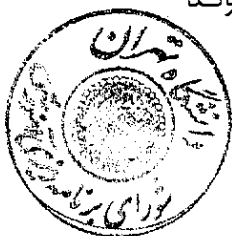
هدف درس

آشنایی دانشجویان با محیط کسب و کار در ایران و به واقع انواع موانع تاریخی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کارآفرینی در ایران (به عنوان محیط و بستر رشد و پرورش کارآفرینان و فعالیت های کارآفرینی) و بررسی و شناخت راهکارهای رفع یا تضعیف اثر این موانع در کشور، به منظور توسعه کارآفرینی و فرهنگ آن در جامعه

کار عملی درس: در این درس استفاده از مطالعات موردی، بویژه مطالعات موردی بومی و نیز تهیه گزارشی از شرایط حاکم بر کسب و کار در ایران (در محدوده یکی از اصناف یا انواع کسب و کار رایج در کشور) و دسته بندی و ارائه تجارب و یافته های حاصل از این تحقیق توسط دانشجو الزامی است.

سرفصل درس

- نگاهی به تاریخ ایران و موانع تاریخی در مسیر کارآفرینی
- پیشینه فعالیت های اقتصادی در جامعه ایران
- بررسی موانع فرهنگی و اجتماعی حاکم بر فعالیت های اقتصادی کشور
- باورهای فرهنگی نادرست و راهکارهای مقابله با آن
- موانع سیاسی موجود در مسیر توسعه کارآفرینی و راهکارهای برطرف نمودن آن
- آموزش و توسعه منابع انسانی با محوریت کارآفرینی
- نقش و تاثیر آموزش و پژوهش در توسعه کارآفرینی
- نقش دولت در رفع موانع کارآفرینی در کشور
- تاریخ و پیشینه اقتصاد ایران با تاکید بر عوامل تعیین کننده موثر بر آن
- مفاهیم رشد و توسعه اقتصادی و معیارهای اندازه گیری آن
- چگونگی شکل گیری کسب و کارهای کوچک در ایران (تاریخچه شکل گیری و روند رشد آن)



- ضرورت تدوین سیاستهای توسعه اقتصادی در راستای توسعه شکل گیری و رشد شرکت های کوچک و متوسط
- بررسی مقدماتی مدل‌های رشد
- مالکیت معنوی و توسعه خلاقیت ها و ایده های نو
- برنامه ریزی توسعه- مفاهیم و اهداف کلی
- ارتباط بودجه و برنامه، با توجه به تجربه ایران و در ارتباط با ساخت نظام برنامه ریزی کشور



- موانع موجود در مسیر توسعه اقتصادی کسب و کارهای کوچک در ایران
- آسیب شناسی نظام اقتصادی کنونی کشور
- ضرورت انعطاف پذیری استراتژی های برنامه ریزی در کشورهای در حال توسعه با توجه به تقابل نیروهای موجود در سطح بین المللی.
- مالکیت دولتی / خصوصی، تعامل ها و تعارض ها
- اشتغال، کارآفرینی و نقش محیط های کسب و کار در توسعه فراگیر
- نقش دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی در توسعه کارآفرینی در کشور
- نقش نهادهای جامعه مدنی در توسعه کارآفرینی در کشور
- نقش سازمان ها و نهادهای مسئول راه اندازی، حمایت و توسعه کسب و کارهای کارآفرینی در ایران.

- آسیب شناسی کسب و کارهای کوچک در ایران با توجه به سیاست های اقتصادی ایران
- یافته های صاحب نظران در زمینه ایجاد اشتغال در امریکا، انگلستان و سایر کشورهای توسعه یافته
- رشد بنگاه و ایجاد اشتغال (رویکرد اقتصادی، رویکرد اجتماعی و رویکرد مدیریتی)
- رشد بنگاه و ایجاد اشتغال در ایران





منابع پیشنهادی

۱. فقیهی، ابوالحسن و حسن دانایی فرد (۱۳۸۴) بوروکراسی و سیاست در ایران، تهران، نشر رسا.
۲. ربیعی، علی (۱۳۸۳) زنده باد فساد، تهران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳. خسروشاهی، کاظم (۱۳۸۳) یادداشتهای کارآفرینی - برما چه گذشت، تهران، انتشارات کتاب فرزانه.
۴. نخجوانی، احمد (۱۳۸۲) اقتصاد ایران، تهران، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
۵. سیاست های ۲۰ کشور منتخب در توسعه صنایع کوچک و متوسط سازمان صنایع کوچک، انتشارات کارآفرینان پیگیر ۱۳۸۰
۶. طالبی، کامبیز، فریدون آذر هوش، مرتضی ایمانی راد (۱۳۸۴) استراتژی های توسعه صنایع کوچک و متوسط در ایران، سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد، یونیدو، سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی، ترجمه علی شقاقی.
۷. روبرت. د. هیسریچ، مایکل پی. پی. ترنر (۱۳۸۳) کارآفرینی، ترجمه سید علیرضا فیض بخش، جلد اول - موسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
۸. هیأت نویسندگان (۱۳۷۸) مقدمه ای بر کارآفرینی، ترجمه سیامک نطاق، سازمان بهره وری ایران.
۹. سید جوادین، سید رضا (۱۳۸۰) مدیریت منابع انسانی - تهران، انتشارات فیروز.
۱۰. Birch, D (۱۹۷۹). The Job Creation Process. Cambridge.
۱۱. Birch. D (۱۹۸۷). Job Creation in America. New York, Free Press.
۱۲. Storey, D.J. (۱۹۸۷). The Performance of Small Firms: Profits, Jobs and Failures. London Wolfeboro, N.H., Croom Helm.
۱۳. Storrey, D. J. (۱۹۹۴). Understanding the Small Business Sector . London ,International Thomson Business Press.
۱۴. Wren, C. and D.J.Storey (۲۰۰۰). Evaluating the Effect of Soft Business Support upon Small Firm Performance.



کسب و کار روستایی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری، عملی

پیش‌نیاز: مبانی کارآفرینی



هدف درس

آشنایی دانشجویان با انواع کسب و کار در مناطق روستایی و کسب مهارت در راه اندازی کسب و کار روستایی

کار عملی درس: در این درس استفاده از مطالعات موردی، بویژه مطالعات موردی بومی و نیز تهیه گزارشی از کسب و کار روستایی در ایران (در محدوده یکی انواع کسب و کار روستایی رایج در کشور) و دسته بندی و ارائه تجارب و یافته های حاصل از این تحقیق توسط دانشجو الزامی است.

سرفصل درس

- مقدمه ای بر کسب و کار روستایی
- تعاریف و مفاهیم اساسی در کسب و کار روستایی
- مدیریت کسب و کار روستایی
- مدیریت، آب، خاک و طبیعت
- برنامه ریزی توسعه محلی
- آشنایی با فرهنگ روستایی
- منابع اقتصادی (آب، زمین و ...)
- مسائل محیط زیست در روستا
- روش های تأمین مالی در کسب و کار روستایی
- مدیریت زنجیره تأمین در روستا
- تحلیل سیستم های کسب و کار روستایی
- تدوین طرح کسب و کار روستایی
- مروری بر کسب و کار کشاورزی و دامداری
- بازاریابی کسب و کار روستایی
- مسائل انبارداری، توزیع و فروش در کسب و کار روستایی
- صنایع تکمیلی و تبدیلی
- حمایتها و خدمات مورد نیاز کسب و کار روستایی
- نقش خانواده در کسب و کار روستایی





- استراتژی توسعه کسب و کار روستایی
- چگونگی خلق فرصت های کسب و کار روستایی
- خوشه های تولیدی و صنایع روستایی
- آسیب شناسی صنایع و کسب و کار روستایی

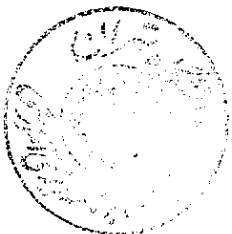
منابع پیشنهادی

۱. طالب، مهدی (۱۳۸۴)، جامعه شناسی روستایی با تاکید بر ابعاد تغییر و توسعه در جامعه روستایی ایران

۲. نیک خلق، علی اکبر (۱۳۸۲)، جامعه شناسی روستایی، چاپخس

۳. کلانتری، خلیل، جامعه شناسی روستایی (رشته اقتصاد کشاورزی)، (۱۳۸۲)، دانشگاه پیام نور

۴. Jonathan Reuvid (۲۰۰۴) A Guide to Rural Business: Opportunities and Ideas for Developing Your Country Enterprise (۲۰۰۴), (Dalmellington, ., United Kingdom).



کسب و کار در خانه



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری، عملی

پیش‌نیاز: مبانی کارآفرینی

هدف

آشنایی دانشجویان با فرصت‌های کسب و کار خانگی و کسب مهارت شروع و اداره کسب و کار در خانه

کار عملی درس: در این درس استفاده از مطالعات موردی، بویژه مطالعات موردی بومی و نیز تهیه گزارشی از شرایط حاکم بر کسب و کار خانگی در ایران (در محدوده یکی از انواع کسب و کار خانگی رایج یا کسب و کارهای خانگی جدید در کشور) و دسته‌بندی و ارائه تجارب و یافته‌های حاصل از این تحقیق توسط دانشجو الزامی است.

سر فصل درس

- مقدمه ای بر کسب و کار خانگی
- پیشینه کسب و کار در خانه
- نقش، ضرورت و اهمیت توسعه کسب و کار در خانه در توسعه اقتصادی و رفاه
- محدودیت‌های قانونی کسب و کار در خانه
- مجوزهای لازم
- تیم حرفه ای و متخصص کسب و کار در خانه
- ایجاد کارگاه در محل زندگی
- شناسایی و انتخاب فرصت کسب و کار در خانه
- بازاریابی برای کسب و کار خانگی
- تبلیغات و بازاریابی



- ارتباطات عمومی

- تکنیک های برای فروش حرفه ای

- شبکه سازی و ارتباطات در کسب و کارهای خانگی



• ثبت و حفظ اسناد و مدارک در مورد کسب و کار خانگی

• حسابداری کسب و کار در خانه

• مبانی مربوط به مالیات

• مدیریت ارتباط با مشتری در کسب و کار خانگی

• سیاست های حمایتی از کسب و کار خانگی

• آموزش لازم برای مدیریت کسب و کار خانگی

• کسب و کارهای خانگی - الکترونیکی

منابع پیشنهادی

۱. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۴) کسب و کار خانگی، تهران، انتشارات محراب قلم.

۲. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۴) کارآفرینی در کسب و کارهای اینترنتی، تهران، انتشارات

محراب قلم.

۳. Tyler G. Hicks (۲۰۰۲) , ۱۹۹ Great Home Businesses You Can Start (and Succeed in) for Under \$۱۰,۰۰۰,(۲۰۰۲), (Seattle, WA, U.S.A.).

۴. Barbara Brabec (۲۰۰۳) ,Homemade Money: How to Select, Start, Manage, Market and Multiply the Profits of a Business at Home(۲۰۰۳) , www. Home business Activativ, Bookseller: Frugal Media Corporation,(Austin, TX, U.S.A.).

۵. www. Home business foundation

۶. www. Home business & family business

۷. www. family business



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری، عملی

پیش نیاز: مبانی فناوری اطلاعات و مبانی کارآفرینی



هدف

آشنایی با منافع، روش ها و محدودیت‌های کسب و کار الکترونیک در ایران و جهان

کار عملی درس: در این درس استفاده از مطالعات موردی، بویژه مطالعات موردی بومی و نیز تهیه گزارشی از شرایط حاکم بر کسب و کار الکترونیکی در ایران (در محدوده یکی از انواع کسب و کار الکترونیکی موجود در کشور) و دسته بندی و ارائه تجارب و یافته های حاصل از این تحقیق توسط دانشجو الزامی است.

سرفصل درس

- مقدمه ای بر کسب و کار الکترونیکی
- اقتصاد دیجیتال
- کسب و کار الکترونیکی (سوابق و پیشینه)
- عوامل و شرایط زمینه ساز کسب و کار الکترونیکی
- مبانی تجارت الکترونیک
- مقدمه ای بر تکنولوژی های کسب و کار الکترونیک
- مشتری تجارت الکترونیک
- مباحث اخلاقی و قانونی کسب و کار الکترونیک
- تجارت B2B
- خرده فروشی الکترونیک
- تبادلات تجاری: کارت های خرید و نحوه پرداخت

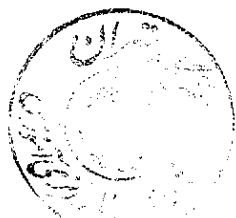




- پیگیری الکترونیکی مشتریان
- مباحث امنیتی، استراتژی ها و منابع
- ارتباطات پویا با مشتریان و همکاران
- تقاضای خدمات الکترونیکی مشتریان
- آگاهی های رقابتی
- خدمات اینترنتی
- اینترنت و وب سایت ها
- مدل های تجاری اینترنتی
- خدمات سنتی و الکترونیکی
- طراحی و تحویل خدمات الکترونیک
- ساختار محصول خدمات الکترونیکی
- ساختار فرایند خدمات الکترونیکی
- مقدمه ای بر طراحی وب تجارت الکترونیک
- آشنایی با ابزار طراحی وب: HTML, YTL, JAVA, etc
- استراتژی های طراحی مرتبط با امنیت و خصوصی سازی
- روند های طراحی وب: آمادگی برای آینده
- بازاریابی کسب و کار الکترونیکی
- منابع بازاریابی الکترونیک
- راهکارهای توسعه کسب و کار الکترونیکی
- موانع حقوقی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی موجود در مسیر توسعه کسب و کار الکترونیکی در کشور

منابع پیشنهادی

1. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۴) کارآفرینی در کسب و کارهای اینترنتی، تهران، انتشارات محراب قلم.





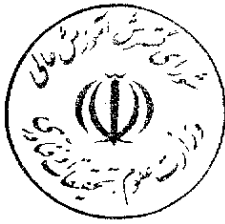
۲. احمدی، حسین و م. ویرجینیاری (۱۳۸۱) تجارت الکترونیکی، تهران، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.

۳. زرگر، محمود (۱۳۸۰) مدل های راهبردی و راهکارهای تجارت در اینترنت، تهران، موسسه انتشارات بهینه.

۴. Craig Fellenstein Ron Wood (۲۰۰۱) Exploring E-Commerce, Global E-Business and E-Society Frugal Media Corporation, (Austin, TX, U.S.A.).
۵. Don Tapscott Ravi Kalakota Marcia Robinson (۲۰۰۳) E-Business: Roadmap for Success (Addison-Wesley Information Technology Series) (St. Petersburg, FL, U.S.A.).



کسب و کار در بخش خدمات



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری، عملی

پیش نیاز: مبانی کارآفرینی

هدف

- آشنایی دانشجویان با طراحی کسب و کار در بخش خدمات
- کسب مهارت مدیریت مشتریان، فرایندها، روش های توسعه و بهبود پروژه های خدماتی.

کار عملی درس: در این درس استفاده از مطالعات موردی، بویژه مطالعات موردی بومی و نیز تهیه گزارشی از شرایط حاکم بر کسب و کار در بخش خدمات در ایران (در محدوده یکی از اصناف یا انواع کسب و کار خدماتی رایج در کشور) و دسته بندی و ارائه تجارب و یافته های حاصل از این تحقیق توسط دانشجو الزامی است.

سر فصل درس

• طراحی کسب و کار خدماتی

توسعه خدمات جدید

اتوماسیون در خدمات

طرح تفصیلی (نقشه) خدمات

نگرش های اصلی طراحی سیستم خدمات

نگرش خط تولید به خدمات

نگرش مشتری به عنوان کمک تولید کننده

نگرش تماس مشتری

نگرش نشر اطلاعات

• تسهیلات حمایت کننده خدمات

محیط فیزیکی خدمات

طرح تسهیلات

آرایش و نحوه استقرار تسهیلات





روانشناسی محیطی و تشخیص موقعیت

● محل تسهیلات خدمات

مسائل مربوط به محل

برآورد تقاضای جغرافیایی

تکنیک های مکان یابی تسهیلات

بررسی های مربوط به محل

سیستم اطلاعات جغرافیایی

شناخت مشتریان

خدمات یعنی خلق ارزش اندازه گیری رضایت مشتریان

مدیریت شکایت های مشتریان

وفادار کردن مشتریان

کارکنان خدمات و مشتریان

مدیریت خدمات در آینده

● مواجهه خدماتی

تسلط سازمان خدماتی بر مواجهه خدماتی

تسلط کارکنان تماس بر مواجهه خدماتی

تسلط مشتری بر مواجهه خدماتی

سازمان خدماتی

کارکنان تماس

مشتری

خلاصه مواجهات خدماتی

جهت گیری خدماتی مشتری

زنجیره سود خدمات

● مدیریت پروژه های خدماتی

● کاربردهی برنامه ریزی خطی در خدمات

● پیش به سوی خدمات در کلاس جهانی

● رشد و گسترش

استراتژی های رشد و توسعه

اعطای نمایندگی

توسعه چند ملیتی

استراتژی های خدمات جهانی



- آشنایی با ماهیت و ویژگی های خاص فعالیت های خدماتی در مقایسه با فعالیت های تولیدی



- آشنایی با بخش خدمات در ایران
- روند ایجاد کسب و کارهای کوچک در بخش خدمات در ایران و جهان
- ایجاد کسب و کار در بخش خدمات پشتیبانی صنایع بزرگ
- ایجاد کسب و کار ناشی از فرایند خصوصی سازی و مقررات زدایی در کشور و شرایط حاکم بر این بازار
- جستجو و تحلیل ایده های کسب و کار در بخش خدمات
- پیش بینی آینده بازار کسب و کارهای خدماتی در ایران

منابع پیشنهادی

۱. هور ویتز، ژاک (۱۳۸۰) هفت کلید استراتژی خدمات، ترجمه محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
۲. فینز سیمونز، جینرای و موناچی فیتز سیمونز (۱۳۸۲) مدیریت خدمات، ترجمه محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
۳. Sandi Wilson (۲۰۰۱) Be the Boss: Start and Run Your Own Service Business , (Seattle, WA, U.S.A.).
۴. Steven Albrecht (۲۰۰۲) Service, Service, Service: The Growing Business' Secret Weapon : Innovative and Proven Ideas for Getting and Keeping Customers (Adams Business Advis) (Corvallis, OR, U.S.A.).
۵. Jan Melnik (۲۰۰۱) How to Start a Home-Based Secretarial Services Business , River City Books, LLC (Vancouver, WA, U.S.A.).



الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینانه



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مبانی کارآفرینی

هدف درس: آشنایی با الگوها و نظریه‌های تصمیم‌گیری و الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینانه

سرفصل درس

- مفاهیم و تعاریف
- الگوها و مدل‌های رایج تصمیم‌گیری
- دیدگاه‌های نوین در تصمیم‌گیری
- فرایند و تکنیک‌های تصمیم‌گیری خلاقانه
- فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینانه
- الگوهای تصمیم‌گیری در کارآفرینی فردی
- الگوهای تصمیم‌گیری در کارآفرینی سازمانی
- تجزیه و تحلیل تصمیم‌های کارآفرینانه (مطالعات موردی)

منابع پیشنهادی

۱. الوانی، مهدی (۱۳۸۲) تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری، تهران، انتشارات سمت.
۲. اصغرپور، محمد جواد (۱۳۸۲) تصمیم‌گیری گروهی و نظریه بازی‌ها با نگرش "تحقیق در عملیات" تصمیمات گروهی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۳. صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۳) خلاقیت/ جوهره کارآفرینی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران (مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران).
۴. علی احمدی، علیرضا (۱۳۸۲) استراتژی رقابت و نوآوری در کسب و کار، تهران، انتشارات تولید دانش.
۵. حائری زاده، خیریه بیگم و محمد حسین لیلی (۱۳۸۱) تفکر خلاق در حل خلاقانه مساله، تهران، نشر نی.



۶. نوایز، گرت (۱۳۸۱) پرورش خلاقیت در سازمان، ترجمه و انتشار گروه کارشناسان ایران.
۷. قاسم زاده، حسن (۱۳۸۱) آموزش کاربردی خلاقیت و حل خلاق مساله، تهران، انتشارات
قصیده سرا.



۸. فیض بخش، علیرضا (۱۳۸۱) درباره خلاقیت، تهران، انتشارات باران.

۹. Humphrey. Jon Carter. Brian Dakin. Wayne Griffiths(۲۰۰۱)
Entrepreneurial Decision Making, Seaview Books
(Merseyside, MSY, United Kingdom).





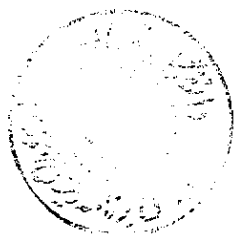
هدف درس

آشنایی دانشجویان با مراحل طراحی اولیه یک کسب و کار و کسب مهارت تدوین طرح کسب و کار

کار عملی درس: در این درس استفاده از مطالعات موردی، بویژه مطالعات موردی بومی و نیز تهیه گزارشی از انواع طرح های کسب و کار در وزارت صنایع، مسابقات و جشنواره های ایران و دسته بندی و ارائه تجارب و یافته های حاصل از این تحقیق توسط دانشجو الزامی است.

سرفصل درس

- مقدمه‌ای بر طرح کسب و کار
- فواید و کاربردهای طرح کسب و کار
- آرمان‌های کارآفرینی
- جستجوی، غربال و انتخاب ایده
- مطالعات امکان‌سنجی فنی
- مطالعات امکان‌سنجی مالی
- مطالعات امکان‌سنجی قانونی
- مطالعات امکان‌سنجی اجتماعی - فرهنگی - سیاسی
- انتخاب مکان کسب و کار
- طراحی ساختار فعالیت‌های کسب و کار
- طراحی ساختار سازمانی کسب و کار
- تأسیس سازمان کسب و کار
- تدوین سیاستهای تولید و عرضه
- بازاریابی و برنامه‌ریزی بازار
- استراتژی‌های قیمت‌گذاری
- برنامه‌ریزی عرضه و فروش
- بازخورد از بازار
- تحقیق و توسعه

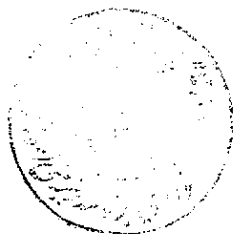




- برنامه‌ریزی تأمین مالی
- ملاحظات اجتماعی و اخلاقی کسب و کار
- چارچوب تدوین طرح کسب و کار

منابع پیشنهادی

۱. روح‌الامین گرگابی، محسن (۱۳۸۳) کتاب کار تدوین طرح کسب و کار، اصفهان، انتشارات دانش‌پژوهان.
۲. سلطانی فرد، مسعود (۱۳۸۳) طراحی طرح کسب و کار، تهران، انتشارات مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
۳. William Phd Lasher (۲۰۰۵) The Perfect Business Plan (Made Simple), Frugal Media Corporation (Austin, TX, U.S.A.).



مدیریت پروژه راه اندازی کسب و کار

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری، عملی



پیش نیاز: طراحی و تدوین طرح کسب و کار

هدف درس

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و حیطه های اساسی مدیریت پروژه، در مدیریت پروژه های راه اندازی

کسب و کار

کار عملی درس: در این درس استفاده از مطالعات موردی، بویژه مطالعات موردی بومی و نیز تهیه گزارشی از شرایط حاکم بر انواع پروژه های راه اندازی کسب و کار در کشور و دسته بندی و ارائه تجارب و یافته های حاصل از این تحقیق توسط دانشجو الزامی است.

سرفصل درس

- مدیریت پروژه، مفاهیم بنیادین
- پیشینه شکل گیری دانش مدیریت پروژه
- برنامه ریزی و زمان بندی در پروژه های راه اندازی کسب و کار
- مدیریت منابع در پروژه های راه اندازی کسب و کار
- مدیریت محدوده در پروژه های راه اندازی کسب و کار
- مدیریت ریسک در پروژه های راه اندازی کسب و کار
- مدیریت هزینه در پروژه های راه اندازی کسب و کار
- مدیریت کیفیت در پروژه های راه اندازی کسب و کار
- انسجام و جامعیت بخشیدن به حیطه های مختلف مدیریت پروژه در پروژه های راه اندازی کسب و کار

منابع پیشنهادی

۱. اندرلون، ارلینگ و همکاران (۱۳۸۲) مدیریت پروژه در راستای هدف، ترجمه بهروز داداش-زاده و همکاران تهران، انتشارات ترمه.



۲. مارتین، یاآلا و کارین تیت (۱۳۸۲) مدیریت پروژه، ترجمه محسن زکائی، تهران، انتشارات آدینه.



۳. گلشنی، مجتبی (۱۳۸۲) برنامه‌ریزی و کنترل پروژه، تهران، نشر زمان.

۴. Arnold S. Goldstein (۲۰۰۳), Starting on a Shoestring (Small Business Management Series) Goodale Enterprise (Mesick, MI, U.S.A.).

۶. Edward N Rausch (۲۰۰۲), Financial management for small business, Second Time Books Inc.(Holiday, FL, U.S.A.).



کارآموزی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: عملی



پیش نیاز: کارآفرینی سازمانی و مدیریت کسب و کارهای کوچک

هدف

- طراحی مطالعات موردی برگرفته از کسب و کارهای کوچک فعال در ایران (از طریق بررسی میدانی)
- بررسی و تحلیل مسائل کسب و کارهای کوچک در زمینه برنامه ریزی اقتصادی
- طبقه بندی و تحلیل مسائل کسب و کارهای کوچک فعال در کشور
- بررسی و تحلیل روش های جذب سرمایه و تأمین نیازهای مالی
- بررسی و تحلیل روش های توسعه بازارها و ماندگاری در بازار
- بررسی و تحلیل مطالعات موردی مرتبط با هریک از مسائل دسته بندی شده

سرفصل درس

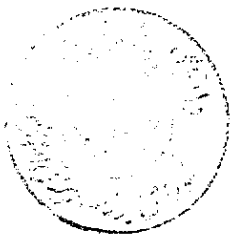
استاد این درس پس از چند جلسه راهنمایی دانشجویان در انتخاب و تعیین موضوع تحقیق هر یک از آنان، برنامه ای جهت راهنمایی و نظارت بر پیشبرد این پژوهش ها تدوین و اجرا می نماید.

در این درس دانشجو در یکی از دروس تخصصی کسب و کار که به آن علاقمند است طرح کسب و کار خود را در آن موضوع نوشته و در یکی از واحدها / سازمانهای فعال در آن زمینه کار عملی انجام می دهد و ضمن تهیه گزارش کتبی، رضایت نامه محل کار را به دانشگاه تحویل می دهد. این درس زیر نظر یکی از اساتید گروه راهنمایی می شود.





د. دروس اختیاری: ۸ واحد



بازاریابی بین‌المللی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: بازاریابی و مدیریت بازار



هدف

کسب دانش در بازاریابی بین‌المللی به منظور پیشنهاد راه‌حل‌هایی برای افزایش صادرات کالاهای غیر نفتی که در حال حاضر در صد کمی از کل صادرات را تشکیل می‌دهد و صدور مطلوب‌تر فرآورده‌های نفتی تا حد مورد نیاز جامعه کنون کشور.

سر فصل درس

۱- تعریف بازاریابی بین‌المللی و دلایل لزوم آن

۲- اهمیت اوضاع و احوال اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشورهای مختلف در بازاریابی

بین‌المللی

۳- سیاستهای تولیدی در بازاریابی بین‌المللی

۴- سیاستهای قیمت‌گذاری در بازاریابی بین‌المللی

۵- سیاستهای تبلیغاتی، تشویقی و ترغیبی در بازاریابی بین‌المللی

۶- کانالهای توزیعی در بازاریابی بین‌المللی

۷- روابط عمومی در بازاریابی بین‌المللی

۸- تأمین منابع مالی و بیمه برای توسعه بازاریابی بین‌المللی

۹- تحقیقات بازاریابی بین‌المللی

۱۰- تعیین و مشخص نمودن بازارهای خارجی

۱۱- برنامه‌ریزی بازاریابی برای صادرات کشور



۱۲- سازمانهای لازم در بازاریابی بین‌المللی و کنترل هماهنگی آنها

۱۳- ارتباطات بین‌المللی

۱۴- نقش دولت در بازارهای بین‌المللی



منابع پیشنهادی

۱. میرابی، وحیدرضا (۱۳۸۲) بازاریابی بین الملل (در هزاره سوم) تهران، نشر اندیشه‌های گوهریار.
 ۲. زری باف، مهدی (۱۳۸۲) مدیریت بازاریابی جهانی، تهران، نشر گسترش علوم پایه.
 ۳. پورمقیم، جواد (۱۳۸۰) تجارت بین الملل، نظریه ها و سیاست بازرگانی، تهران، نشر نی.
 ۴. کیگان، وارن جی (۱۳۸۰) بازاریابی جهانی، تهران، نگاه دانش.
۵. Philip R. Cateora, John L. Graham (۲۰۰۴) International Marketing , Irwin Professional Pub; ۱۲th Pkg edition (March ۲۰۰۴)
۶. Michael R. Czinkota, Illka A. Ronkainen (۲۰۰۲) International Marketing South-Western College Pub; ۱ edition (June ۷, ۲۰۰۲)



سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مبانی فناوری اطلاعات



هدف

آشنا ساختن دانشجویان با انواع گوناگون سیستم‌های اطلاعاتی (سیستم پردازش و ستد، سیستم اطلاعات حسابداری، سیستم اطلاعات بازاریابی، سیستم اطلاعاتی برنامه‌ریزی مواد، سیستم اطلاعاتی نیروی انسانی، سیستم اطلاعاتی مدیریت، سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری، سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری گروهی، سیستم پشتیبانی مدیر عالی، سیستم پشتیبانی خبره، سیستم پشتیبانی گروه کاری) و نحوه استفاده از آنها.

سر فصل درس

بخش اول - درآمدی بر مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی

روندها در مدیریت و فعالیتی سازمانی، کارکردهای سیستم‌های اطلاعاتی، محیط سیستم‌های اطلاعاتی، اطلاعات و دیدگاه‌های سیستمی، تعریف و انواع اطلاعات، انواع اطلاعات حسابداری، انواع اطلاعات مدیریت، تفاوت اطلاعات داده، ویژگیهای اطلاعات، چرخه حیات داده

بخش دوم - اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی کامپیوتری

منابع اطلاعات، کنترل در سیستمها، عناصر ضروری کنترل، سیستم‌های اطلاعاتی و کنترل سازمانی، سیستم‌های پردازش داد و ستد، مدیریت انواع گوناگون، منابع انسانی و پردازش اطلاعات، مدیریت و نیازهای اطلاعاتی، ساختار سازمانی و سیستم‌های اطلاعاتی، استراتژیهای پردازش اطلاعات، نرم‌افزار برای سیستم‌های اطلاعاتی، انواع نرم‌افزارهای کامپیوتری، نرم‌افزارهای کامپیوترهای شخصی



بخش سوم - سیستمهای پردازش داد و ستد

انواع پرونده‌ها و پردازش پرونده، محتوای سلسله مراتبی پرونده‌ها، روشهای ذخیره‌سازی و بازاریابی اطلاعات، روشهای پردازش، رویه‌های پردازش داده و ستد، فهون تعیین اعتبار ورودیهای سیستم، کنترل عددی مدیریت پایگاه‌های اطلاعاتی، چگونگی طراحی پایگاه‌های اطلاعاتی، تأثیر انواع گوناگون مدلها بر طراحی پایگاه‌های اطلاعاتی، چگونگی اداره پایگاه‌های اطلاعاتی، انتقال اطلاعات و شبکه‌ها، عناصر انتقال اطلاعات و ارتباطات، شبکه‌های ارتباطی، شبکه‌های پردازش غیر متمرکز.



بخش چهارم - انواع سیستمهای اطلاعاتی

سیستمهای پردازش داد و ستد، سیستمهای معمول داد و ستد، سیستمهای اطلاعاتی مدیریت، ارتباط سیستم اطلاعاتی مدیریت با سیستم پردازش داد و ستد، گزارشهای سیستمهای اطلاعاتی، سیستمهای اطلاعاتی بازاریابی، سیستمهای اطلاعاتی برنامه‌ریزی مواد، سیستمای اطلاعاتی برنامه‌ریزی نیروی انسانی، سیستمهای پشتیبانی تصمیم‌گیری، مختصات سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری، سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری، سیستمهای پشتیبانی خبره، سیستمهای پشتیبانی گروه کاری.

منابع پیشنهادی

۱. جودکار، دبلیو. اس (۱۳۸۲) سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، ترجمه احمد سرداری، تهران، انتشارات سمت
۲. صراف‌زاده، اصغر و علی پناهی (۱۳۸۰) سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، تهران، انتشارات میر.

۳. James A. O'Brien, George Marakas (۲۰۰۵), Management Information Systems McGraw-Hill/Irwin; ۷ edition (January ۱۴, ۲۰۰۵)
۴. Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon (۲۰۰۳), Management Information Systems, Prentice Hall; ۸ edition (February ۲۰, ۲۰۰۳)



مدیریت کیفیت



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مبانی سازمان و مدیریت

هدف

آشنایی دانشجویان با مفاهیم، الگوها و راهکارهای مدیریت کیفیت و بهره‌وری، مدل‌های رایج مدیریت کیفیت در جهان

سرفصل درس

- مفاهیم سیستم
- طراحی و ایجاد سیستم مدیریت بر اساس فرایند
- تحلیل و بازنگری در فرایندهای سازمانی
- اندازه‌گیری و مدیریت فرایندها
- کارت امتیاز متوازن
- رابطه‌ی مهندس مجدد و مدیریت فرایند
- آشنایی با سیستم‌های مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۱-۲۰۰۰
- تشریح نیازمندی‌های سیستم مدیریت کیفیت (الزامات عمومی، الزامات مربوط به مستندات، مسئولیت مدیریت، مسئولیت/ اختیار و انتقال اطلاعات، بازنگری مدیریت، مدیریت منابع، پدیدآوری محصول، اندازه‌گیری/ تحلیل و بهبود).
- مستندات سیستم مدیریت کیفیت
- پیامدهای اجرای سیستم مدیریت کیفیت در ایران (نقاط قوت و نقاط ضعف در مرحله اجرا)
- آشنایی با مدل‌های تعالی سازمانی
- مدل EFQM

منابع پیشنهادی

۱. شاکری، شهرام (۱۳۸۲) آشنایی با مدیریت فرایند و سیستم‌های مدیریت کیفیت، تهران، انتشارات کیومرث.
۲. رحمان زاده هروی (۱۳۸۲) فرایند گرایی و استاندارد، تهران، انتشارات تک رنگ.



۳. لامعی ابوالفتح (۱۳۸۲) مدیریت جامع کیفیت، اصول کاربرد و درسهایی از.....، تهران، انتشارات طب نوین.



۴. کانجی، جی کی (۱۳۸۱) ۱۰۰ روش کاربردی در استقرار مدیریت کیفیت جامع، تهران انتشارات فرا.

۵. پورشمس، محمدرضا (۱۳۸۱) راهنمای استقرار استانداردهای iso ۹۰۰۰/۲۰۰۰، تهران، موسسه خدمات فرهنگی رسا.

۶. David L. Goetsch, Stanley B. Davis (۲۰۰۲) Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Services (۴th Edition) -- Prentice Hall; ۴ edition (April ۱۷, ۲۰۰۲)

۷. Donna C.S. Summers (۲۰۰۴), Quality Management : Creating and Sustaining Organizational Effectiveness -, Prentice Hall (April ۲۶, ۲۰۰۴)



بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مدیریت استراتژیک

هدف

آشنایی دانشجویان با تجزیه و تحلیل جامع نسبت بین ستاده به داده در سازمانهای صنعتی و بازرگانی

سر فصل درس

- مفاهیم بهره‌وری،
- بازدهی و رابطه بین آنها
- تعیین عناصر (ستاده و داده) بهره‌وری
- روابط بین کنترل بهره‌وری و بهره‌وری جزئی و نیروی انسانی،
- بخش ارقام ستاده از تولید
- رابطه بین بهره‌وری و درجه ظرفیت- کار
- تعیین ظرفیت و انواع آن، حداکثر، نرمال، واقعی
- تعیین درجه کار و رابطه بین بهره‌وری و ظرفیت،
- کنترل بهره‌وری در داخل سازمان،
- مقایسه بهره‌وری با سایر سازمانها از نظر زمان، ارقام ستاده واقعی، ویژگیهای مقایسه، انتخاب قطعه زمان، انتخاب سازمان،
- عناصر مؤثر بر کنترل بهره‌وری،
- ویژگیهای عوامل داخلی و خارجی سازمان،
- تفاوت‌های پدید آمده از میزان کار، قیمت، روش تولید و فعالیتها، نمونه‌های کاربردی،



- تعیین نسبت‌های بهره‌وری استاندارد واقعی و مقایسه آنها،
- سنجش بهره‌وری فیزیکی و پولی،
- افزایش بازدهی مواد و مواد خام، تجهیزات و ماشین آلات، اصول سنجش بهره‌وری، مطالعات

جامع بهره‌وری



- بهره‌وری نیروی انسانی، افزایش کارایی نیروی کار،

منابع پیشنهادی

۱. بدون نام (۱۳۸۰) مدیریت بهره‌وری و کیفیت، تهران، انتشارات کارآفرینان بصیر.
 ۲. طاهری، شهنام (۱۳۸۰) بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها، تهران، نشر هوای تازه.
 ۳. کاظمی، عباس (۱۳۸۱) بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها، تهران، نشر سمت.
 ۴. ابطحی، حسین (۱۳۸۲) بهره‌وری، تهران، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- Donald Wetmore (۲۰۰۱) The Productivity Handbook :New ways of leveraging your time, information, and communications. Publisher: Random House Reference (August ۹, ۲۰۰۵)



تحقیقات بازاریابی

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: بازاریابی و مدیریت بازار

هدف درس



- ایجاد توان تجزیه و تحلیل و بررسی آموخته‌های دانشجویان در گرایش مدیریت بازاریابی
- آگاهی دانشجویان از مفهوم، اهمیت و راهکارهای پژوهش و تجزیه و تحلیل در بازار و مراحل آن،
- برخورداری از مهارت تدوین و اجرای استراتژی بازاریابی، تقویت مهارت‌های تبلیغات و فروش،
- ایجاد توانایی در دانشجویان در کاربرد الگوها و نظریات بازاریابی و ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی در سازمانها و شرکتهای

سر فصل درس

- شناخت محصول و کاربردهای مختلف آن،
- بررسی عوامل طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و نقش هر یک در تولید و عرضه

محصول مورد نظر

- آشنایی با نحوه ساخت محصول در مورد کالاهای صنعتی
- تعیین هدف برای انجام تحقیقات بازار بر مبنای شناخت مسائل و مشکلات موجود
- تحقیقات بازار به منظور معرفی یک کالای جدید به بازار
- تهیه برنامه انجام تحقیقات بازار تعدیل برنامه تحقیقات بازار بر مبنای تجربیات حاصل از انجام یک تحقیق آزمایشی و مقدماتی
- انواع پرسشنامه (survey Pilot) نمونه‌گیری، تهیه پرسشنامه برای کالاهای صنعتی و

مصرفی

- نحوه گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه‌های حضوری، جمع‌بندی یافته‌ها
- تجزیه و تحلیل و تفسیر یافته‌ها،



• نحوه تهیه گزارشات بازاریابی.

• انجام تحقیقات بازار به منظور تهیه یک طرح تولیدی و نحوه ارائه آن.

• بازاریابی الکترونیک و تحقیقات بازار



منابع پیشنهادی

۱. واکر، اورویل سی و همکاران (۱۳۸۳) استراتژی بازاریابی، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲. ساترلند، ماکس (۱۳۸۰) روان شناسی تبلیغات تجاری، ترجمه سینا قربانلو، تهران، انتشارات مبلمان.
۳. کاتلر، فیلیپ (۱۳۸۳) دایره المعارف بازاریابی از A تا Z، ترجمه عبدالحمید ابراهیمی و همکاران، انتشارات آن.
۴. اگسیلوی، دیوید (۱۳۸۰) رازهای تبلیغات، ترجمه کورش حمیدی و علی فروزانفر، تهران، انتشارات مبلغان.

۵. Alvin C. Burns, Ronald F. Bush (۲۰۰۵) Marketing Research and SPSS ۱۱.۰, Fourth Edition. Publisher: Prentice Hall; ۴ edition (December ۱۲, ۲۰۰۲)



مدیریت تکنولوژی



تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: مدیریت تولید و زنجیره تامین

هدف:

با توجه به سرعت فزاینده پیشرفت فنون و تکنولوژی در عصر حاضر و نیز کشورهای در حال توسعه به دستیابی و انتقال این متون از خارج ضروری به نظر می‌رسد نحوه انتقال و دستیابی به تکنولوژی خارجی مورد بررسی قرار گرفته و روشی انتخاب گردد که مطمئناً ما را قادر به تبلور فنی ملی نماید.

سرفصل درس

- ۱- مفهوم تکنولوژی و منظور از افعال
- ۲- سازمان لازم جهت بررسی افعال
- ۳- ساختار و توان صنعتی موجود کشور (یا شرکت صنعتی) برای جذب تکنولوژی
- ۴- نقش آموزش و مهارت نیروی انسانی
- ۵- جغرافیای سیاسی انتقال
- ۶- روابط سیاسی و اثرات آن در انتخاب و انتقال تکنولوژی
- ۷- نقش تکنولوژی خارجی در وابستگی صنعتی و اقتصادی
- ۸- بررسی اثرات R&D (تحقیق در توسعه) در شرکتهای صنعتی در جذب تکنولوژی
- ۹- تاثیر استانداردهای بین‌المللی در ترغیب تولیدکنندگان برای جذب تکنولوژی خارجی.
- ۱۰- اثرات جذب تکنولوژی برتر در رقابت بین‌المللی و داخلی
- ۱۱- عوامل و مراحل انتقال
- ۱۲- روشهای انتقال
- ۱۳- محدودیتهای انتقال
- ۱۴- چگونگی انتقال تکنولوژی در ایران
- ۱۵- پروژه بررسی تکنولوژی انتقال یافته به ایران در صنایع و نگرشی بر میزان جذب اثرات آن در رشد و توسعه توان صنعتی ملی



قوانین کسب و کار در کشور

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد



هدف درس

آشنایی دانشجویان با حقوق بازرگانی و انواع قوانین و ضوابط حاکم بر راه‌اندازی و توسعه کسب و کار در کشور (از قانون اساسی تا ضوابط و تأسیس مؤسسات خاص مانند مؤسسات فرهنگی هنری یا بانک‌های خصوصی) همچنین آشنایی دانشجویان با نظام روابط بازرگانی و مسؤولیت‌های ناشی از اعمال تجاری و خصایص و تکالیف و حقوق اشخاص حقیقی و حقوقی طبق قانون تجارت ایران

سرفصل درس

- نگاهی به قانون اساسی (مروری بر اصول مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی در کشور)
- مروری بر قوانین برنامه‌های پنج‌ساله با تأکید بر قانون برنامه پنج‌سال چهارم و پیگیری قوانین مربوط به خصوصی سازی در این برنامه‌ها
- قانون تجارت (بررسی روند تغییرات و اصول اساسی موجود در این قانون)
- معاملات تجاری
- تجار
- تجار حقیقی یا طبیعی: تعریف تاجر، اشتغال به تجارت، الزامات تجار
- تجار حقوقی: کلیات، تاریخچه، قرارداد شرکت، تابعیت شرکت، اقامتگاه شرکت
- اقسام شرکتهای: شرکتهای تجاری، شرکتهای تعاونی
- اسناد بازرگانی
- قراردادهای بازرگانی
- ورشکستگی و تصویه
- قانون کار و تأمین اجتماعی (بررسی و تحلیل اصول قانون کار و تأمین اجتماعی)



- مقررات تشکیل شرکت‌های سهامی خاص (تأسیس، افزایش سرمایه، ورود شریک جدید، انحلال و...)
- قوانین و مقررات بانکی کشور (بانک‌های دولتی، بانک‌های خصوصی و شرایط حاکم بر هر یک)
- قانون تشکیل شرکت‌های تعاونی و سیاست‌های دولت در این زمینه
- ضوابط تأسیس موسسات فرهنگی هنری و سیاست‌های دولت در این زمینه
- قانون تأسیس شرکت‌های بیمه خصوصی
- قوانین تأسیس سایر موسسات خصوصی خاص



منابع پیشنهادی

۱. قانون اساسی
۲. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی کشور
۳. قانون تجارت
۴. قانون کار و تأمین اجتماعی
۵. مقررات تشکیل شرکت سهامی خاص
۶. کتب حقوق بازرگانی و حقوق تجارت ایران
۷. برنامه‌های توسعه اول تا چهارم و سایر منابع مرتبط



منابع پیشنهادی



۱. خلیل، طارق (۱۳۸۱) ترجمه پیام متن، تهران، انتشارات ...

۲. Robert A. Burgelman, Clayton M. Christensen, Steven C Wheelwright (۲۰۰۴) Strategic Management of Technology and Innovation ,McGraw-Hill/Irwin; ۴ edition (October ۲۴, ۲۰۰۳)

۳. Danny Samson (۲۰۰۲) Technology Management:Text and International Cases, Norma Harrison. McGraw-Hill/Irwin; ۱ edition (November ۲, ۲۰۰۱)

