



دانشگاه تهران

مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس

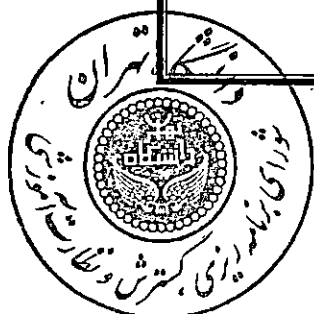
دوره: کارشناسی

رشته: مدیریت بازرگانی

دانشکده مدیریت

مصوبه جلسه مورخ ۹۹/۷/۲۷ شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه

این برنامه بر اساس آیین نامه وزارتی تفویض اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاههای دارای هیات ممیزه توسط اعضای هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت بازرگانی شده و در سیصد و نود و نهمین جلسه شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه مورخ ۹۹/۷/۲۷ به تصویب رسیده است.



مصوبه شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه تهران در خصوص برنامه درسی

رشته: مدیریت بازرگانی

دوره: کارشناسی

برنامه درسی دوره کارشناسی رشته مدیریت بازرگانی که توسط اعضای هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت بازننگری شده است با اکثریت آراء به تصویب رسید.

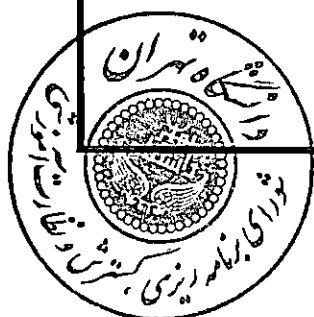
- این برنامه از تاریخ تصویب لازم الاجرا است.
- برنامه درسی بازننگری شده شده دوره کارشناسی رشته مدیریت بازرگانی از تاریخ ۹۹/۷/۲۷ جایگزین برنامه درسی دوره کارشناسی رشته مدیریت بازرگانی مصوب جلسه مورخ ۹۳/۷/۲۰ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می‌شود.
- هر نوع تغییر در برنامه مجاز نیست مگر آنکه به تصویب شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه برسد.

حسن ابراهیمی
دبیر شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

سید حسین حسینی
معاون آموزشی دانشگاه

رای صادره جلسه مورخ ۹۹/۷/۲۷ شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه در مورد بازننگری برنامه درسی رشته مدیریت بازرگانی در دوره کارشناسی صحیح است، به واحد ذیربط ابلاغ شود.

محمود نیلی احمد آبادی
رئیس دانشگاه تهران



مشخصات کلی برنامه درسی رشته مدیریت بازرگانی در مقطع کارشناسی

Bachelor Degree in Business Administration

۱- تعریف رشته

رشته مدیریت بازرگانی با هدف پرورش نیروی انسانی کارآمد، متخصص و متعهد در سطوح مدیریت، کارشناسی و مشاوره برای بخش بازرگانی کشور، اعم از شرکت‌های خصوصی و دولتی، شرکت‌های نوپا و کارآفرین، ادارات دولتی، وزارت‌های مرتبط با امور بازرگانی و صنعتی، سازمان‌های انتفاعی و سایر بخش‌های تجاری کشور طراحی و اجرا می‌شود. این رشته مهارت‌های مدیریتی برای اداره مناسب سازمان‌های ذکر شده را می‌آموزاند که طیف وسیعی از مهارت‌های شناختی، فناوری، مالی، فنی، پژوهشی، ارتباطی و حقوقی را شامل می‌شود.

این رشته از قدیمی‌ترین رشته‌های مدیریت در ایران است که با تأسیس دانشگاه تهران در سال ۱۳۳۳ و به واسطه قرارداد همکاری بین دانشگاه تهران و دانشگاه کالیفرنیا جنوبی، برای نخستین بار در کشور با هدف تربیت مدیران آشنا به امور بازرگانی برای اداره سازمان‌های دولتی و خصوصی ارائه شد. این رشته به عنوان یکی از محبوب‌ترین و پرطرفدارترین رشته‌های علوم انسانی در اغلب دانشگاه‌های دولتی، آزاد، غیرانتفاعی و پیام نور و موسسات آموزش عالی کشور ارائه می‌شود.

نظر به تحولات دائمی در عرصه تجارت و بازرگانی که متأثر از پیشرفت‌های فناوری و گسترش ارتباطات و نیز جهانی شدن امور است، رشته مدیریت بازرگانی نیز همواره در حال به روز شدن است و خود را با کاربرد فناوری‌های نوین در کسب و کار، به کارگیری نرم‌افزارهای پیشرفته رایانه‌ای برای تحلیل اطلاعات و مسلط شدن به شیوه‌های جدید تفکر و رهبری و مدیریت همواره به‌هنگام می‌سازد.

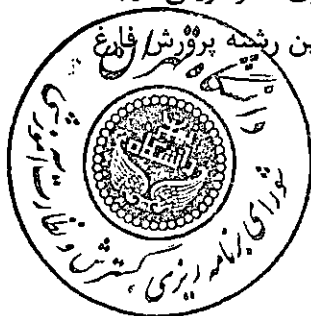
۲- هدف رشته

هدف از این رشته آشنایی دقیق با وظایف اساسی سازمان‌های بازرگانی، افزایش مهارت و توانایی دانشجویان در شناخت مسائل مبتنی بر مدیریت، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مرتبط به هر یک از این مسائل، ارزیابی راه‌حل‌های مختلف در مورد هر مسئله، تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات می‌باشد.

بخش بازرگانی سکان‌دار اقتصاد کشور است و با انجام امور صادرات و واردات و تجارت بین‌المللی و داخلی، شریان‌های اقتصادی تولید و مصرف کشور را زنده نگه می‌دارد. از این رو رشته مدیریت بازرگانی در مقطع کارشناسی با هدف پرورش و تربیت نیروی انسانی ورزیده، کارآمد، متخصص و متعهد، به روز و مسلط به دانش و مهارت‌های جدید و نیز با هدف مجهز ساختن دانشجویان به مهارت‌های نظری لازم برای تصدی سمت‌های مدیریتی، کارشناسی و مشاوره در سازمان‌های مرتبط با بخش بازرگانی کشور اجرا می‌شود.

۳- ضرورت و اهمیت رشته

بخش بازرگانی در نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران برپایه ارزش‌های اسلامی و باورهای اصیل قرآنی مبتنی بر ستایش کسب و کار و ارجمندی ثروت مشروع و مالکیت و تجارت و کارآفرینی بنا شده است. سیاست‌های کلی نظام و اسناد بالادستی مثل چشم‌انداز و برنامه‌های توسعه پنج ساله کشور همه برپایه خصوصی سازی، کارآفرینی، ایجاد ثروت، اشتغال مولد و توسعه اقتصادی از طریق صنعت و تجارت تنظیم شده‌اند. از این رو فلسفه این رشته پرورش فراغ



دانش آموختگانی است که پس از فراغت از تحصیل قادر به فعالیت در راستای توسعه اقتصادی کشور از طریق ایجاد ارتباطات تجاری سازنده و مدیریت کارآمد بنگاه‌های خصوصی باشند.

۴- نقش و توانایی فارغ التحصیلان

تغییرات شتابان فناوری نخستین تأثیرات خود را بر روی بازارها و محیط فعالیت شرکت‌ها می‌گذارد و برای بقا در بازارهای پویا و رقابتی حاصله، شرکت‌ها ناگزیرند که خود را با چنین تغییراتی تطابق دهند. رشته مدیریت بازرگانی به عنوان یکی از رشته‌های پراهمیت در پرورش دانش آموختگان وارد و مسلط به عمل در شرکت‌های بازرگانی و تجاری ناگزیر است که مرتباً خود را با نیازهای بازارها مطابقت دهد تا بتواند دانش آموختگان این رشته را با مهارت‌های مورد نیاز این شرکت‌ها آماده کند. در نتیجه، این رشته با هدف پرورش دانشجویان برای سمت‌هایی از کارشناس تا مدیر در شرکت‌های تجاری و نیز کارآفرین به پرورش مهارت‌های نظری و عملی همچون دانش از ابعاد مختلف بازار، دانش مدیریت و تحلیل و سازمان‌دهی، مهارت‌های تحلیلی، مهارت‌های ارتباطاتی، مهارت‌های نرم‌افزاری، مهارت‌های خلاقانه و فکری و طیف وسیعی از دانش و مهارت‌های ترکیبی اجرا می‌شود.

مجمع جهانی اقتصاد (World Economic Forum) ده مهارت شغلی لازم کار در سال ۲۰۲۰ را به این شرح معرفی کرده که توسط اتاق تعاون ایران نیز تایید شده است: (۱) مهارت حل مسائل پیچیده، (۲) تفکر انتقادی، (۳) خلاقیت، (۴) مدیریت افراد، (۵) هماهنگی با دیگران، (۶) هوش عاطفی، (۷) مهارت قضاوت و تصمیم‌گیری، (۸) خدمت‌گرا بودن، (۹) مهارت مذاکره کردن، (۱۰) انعطاف‌پذیری در شناخت. برنامه پیشنهادی مدیریت بازرگانی برای تقویت چنین مهارت‌هایی در دانشجویان درس‌هایی همچون حل مسائل پیچیده، شیوه‌های تفکر، فنون مذاکره و ارتباطات تجاری و مدیریت نوآوری را به عنوان درس‌های جدید در کنار به‌روزرسانی درس‌های مرتبط دیگر در نظر گرفته است. به طور خاص می‌توان مهارت‌ها و توانایی‌هایی که دانشجویان در طی این دوره کسب می‌کنند را به انواع زیر دسته‌بندی کرد:

- مهارت‌های مدیریتی همچون درک مبانی سازمان، مدیریت منابع انسانی، مدیریت رفتار سازمانی، مدیریت استراتژیک، کارآفرینی، مدل کسب و کار، مدیریت خرید، مدیریت فروش، مدیریت نوآوری؛
- مهارت‌های بازار همچون مدیریت بازاریابی، بازاریابی بین‌المللی، بازاریابی دیجیتال، تجارت الکترونیکی، مدیریت تبلیغات، تحقیقات بازار، بازرگانی بین‌المللی، تحلیل محیط کسب و کار ایران، اقتصاد خرد و کلان، شناخت بازار پول و سرمایه، آشنایی با سازمان‌های پولی و مالی، مدیریت بیمه؛
- مهارت‌های فناوری همچون کاربرد فناوری‌های نوین در کسب و کار، مدیریت شبکه‌های اجتماعی، کار با صفحه‌های گسترده و پایگاه‌های داده، کار با نرم‌افزارهای مدیریت پروژه، تحلیل داده‌های پیچیده؛ سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت؛
- دانش دینی و اخلاقی همچون مدیریت اسلامی، اخلاق حرفه‌ای و احکام اسلامی؛
- مهارت‌های مالی همچون مالی ۱ و ۲، حسابداری ۱ و ۲ و صنعتی؛
- مهارت‌های پژوهشی همچون روش تحقیق و آمار ۱ و ۲؛
- مهارت‌های فنی همچون پژوهش عملیاتی، ریاضی؛
- مهارت‌های ارتباطاتی همچون زبان تخصصی مکاتبات تجاری، فنون مذاکره و ارتباطات تجاری؛
- مهارت‌های حقوقی همچون حقوق تجارت، حقوق بازرگانی بین‌المللی.



در مجموع ترکیب این توانایی‌ها دانش آموختگان را برای ورود به بازار کار و پاسخ به نیازهای کسب و کارهای موجود آماده می‌کند و به آنها توانایی پاسخ به تغییرات شتابان بازارها از طریق مهارت‌آموزی و ارتقای مناسب مهارت‌ها را نیز می‌بخشد.

۵- طول دوره و شکل نظام

طول دوره کارشناسی حداکثر ۵ سال و شکل نظام بصورت ترمی - واحدی خواهد بود. هر واحد نظری معادل ۱۶ ساعت، واحد عملی یا آزمایشگاهی معادل ۳۲ ساعت، کارگاهی یا عملیات میدانی (بازدید علمی) معادل ۴۸ ساعت، کارورزی یا کار عرصه معادل ۶۴ ساعت و کارآموزی معادل ۱۲۰ ساعت در طول یک نیمسال تحصیلی تدریس می‌شود. برنامه درسی دوره کارشناسی شامل ۲۲ واحد دروس عمومی، ۳۶ واحد دروس پایه، ۳۳ واحد دروس اصلی، ۳۸ واحد دروس تخصصی و ۶ واحد دروس اختیاری می‌باشد.

جمع کل واحد های درسی	نوع واحد های درسی						دوره تحصیلی
	اختیاری	تخصصی	اصلی	پایه	عمومی	جبرانی	
۱۳۵	۶	۳۸	۳۳	۳۶	۲۲	-	کارشناسی

۶- شرایط پذیرش دانشجو

مطابق با ضوابط و مقررات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می‌باشد.



فصل دوم

جدول درس‌ها



جدول شماره ۱: جدول دروس عمومی رشته مدیریت بازرگانی مقطع کارشناسی

ردیف	نام درس	تعداد واحد			تعداد ساعات			پیشنیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	زبان فارسی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸	
۲	زبان انگلیسی	۳	-	۳	۴۸	-	۴۸	
۳	تربیت بدنی	۰/۵	۰/۵	۱	۸	۱۶	۲۴	
۴	ورزش ۱	-	۱	۱	-	۳۲	۳۲	
۵	دانش خانواده و جمعیت	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۶	دروس عمومی معارف اسلامی*	۱۲	-	۱۲	-	-	-	
جمع کل		۲۰/۵	۱/۵	۲۲				

*دروس عمومی معارف اسلامی طبق جدول پیوست

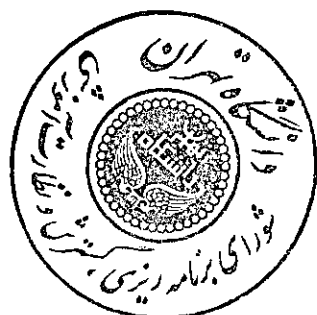
ردیف	گروه	عنوان درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیشنیاز
			نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	مبانی نظری اسلام ۴ واحد	اندیشه اسلامی ۱ (مبدأ و معاد)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۲		اندیشه اسلامی ۲ (نبوت و امامت)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۳		انسان در اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۴		حقوق اجتماعی و سیاسی در اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۵	اخلاق اسلامی ۲ واحد	فلسفه اخلاق (با تکیه بر مباحث تربیتی)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۶		اخلاق اسلامی (مبانی و مفاهیم)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۷		آیین زندگی (اخلاق کاربردی)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۸		عرفان عملی در اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۹	انقلاب اسلامی ۲ واحد	انقلاب اسلامی ایران	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۰		آشنایی با قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۱		اندیشه سیاسی امام خمینی (ره)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۲	تاریخ و تمدن اسلامی ۲ واحد	تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۳		تاریخ تحلیلی صدر اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۴		تاریخ امامت	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۵	آشنایی با منابع اسلامی ۲ واحد	تفسیر موضوعی قرآن	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
		تفسیر موضوعی نهج البلاغه	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	

۱- دروس الزامی برای مقطع کارشناسی در مجموع گرایش های پنج گانه ۱۲ واحد از ۳۲ واحد پیشنهادی است.

۲- دانشجویان از ۸ واحد پیشنهادی در گرایش مبانی نظری اسلام ۴ واحد، از ۸ واحد در گرایش اخلاق اسلامی ۲ واحد، از ۶ واحد در گرایش انقلاب اسلامی ۲ واحد، از ۶ واحد در گرایش تاریخ و تمدن اسلامی ۲ واحد و از ۴ واحد در گرایش آشنایی با منابع اسلامی ۲ واحد را برمی گزینند.



ردیف	نام درس	تعداد واحد	ساعت			پیشنیاز یا زمان ارائه درس
			جمع	نظری	عملی	
۱	ریاضیات پایه	۳	۴۸	۴۸		ندارد
۲	ریاضیات مدیریتی	۳	۴۸	۴۸		ریاضیات پایه
۳	اقتصاد خرد	۳	۴۸	۴۸		ریاضیات پایه
۴	اقتصاد کلان	۳	۴۸	۴۸		اقتصاد خرد
۵	اصول حسابداری ۱	۳	۴۸	۴۸		ندارد
۶	اصول حسابداری ۲	۳	۴۸	۴۸		اصول حسابداری ۱
۷	آمار مدیریتی ۱	۳	۴۸	۴۸		ندارد
۸	آمار مدیریتی ۲	۳	۴۸	۴۸		آمار مدیریتی ۱
۹	روش تحقیق در مدیریت	۳	۴۸	۴۸		آمار مدیریتی ۱
۱۰	مدیریت اسلامی	۳	۴۸	۴۸		ندارد
۱۱	اکسل پیشرفته و پایگاه داده	۳	۴۸	۴۸		ندارد
۱۲	احکام کسب و کار	۳	۴۸	۴۸		ندارد
	جمع	۳۶				



ردیف	نام درس	تعداد واحد	ساعت			پیشنیاز یا زمان ارائه درس
			جمع	نظری	عملی	
۱	مبانی سازمان و مدیریت	۳	۴۸	۴۸		ندارد
۲	مدیریت رفتار سازمانی	۳	۴۸	۴۸		مبانی سازمان و مدیریت
۳	مدیریت منابع انسانی	۳	۴۸	۴۸		مدیریت رفتار سازمانی
۴	مدیریت بازاریابی	۳	۴۸	۴۸		ندارد
۵	مدیریت استراتژیک	۳	۴۸	۴۸		سال سوم
۶	مدیریت خرید	۳	۴۸	۴۸		پژوهش عملیاتی ۱
۷	پژوهش عملیاتی ۱	۳	۴۸	۴۸		ریاضیات مدیریتی
۸	پژوهش عملیاتی ۲	۳	۴۸	۴۸		پژوهش عملیاتی ۱
۹	مدیریت مالی ۱	۳	۴۸	۴۸		اصول حسابداری ۲
۱۰	مدیریت مالی ۲	۳	۴۸	۴۸		مدیریت مالی ۱
۱۱	حسابداری صنعتی	۳	۴۸	۴۸		اصول حسابداری ۲
	جمع	۳۳				



کد درس	نام درس	تعداد واحد	ساعت			پیشنیاز یا زمان ارائه درس
			جمع	نظری	عملی	
۱	زبان مکاتبات تجاری	۲	۳۲	۳۲		زبان عمومی
۲	کارآفرینی	۲	۳۲	۳۲		ندارد
۳	مدل های کسب و کار	۲	۳۲	۳۲		کارآفرینی
۴	محیط کسب و کار ایران	۲	۳۲	۳۲		کارآفرینی (پیش نیاز یا هم نیاز)
۵	مدیریت تبلیغات و برند	۲	۳۲	۳۲		مدیریت بازاریابی
۶	تجارت الکترونیک	۲	۳۲	۳۲		مدیریت بازاریابی
۷	بازاریابی دیجیتال	۲	۳۲	۳۲		مدیریت بازاریابی
۸	بازاریابی بین المللی	۲	۳۲	۳۲		(۱) مدیریت بازاریابی و (۲) بازرگانی بین المللی
۹	بازرگانی بین المللی	۲	۳۲	۳۲		اقتصاد کلان
۱۰	تحقیقات بازار	۲	۳۲	۳۲		مدیریت بازاریابی
۱۱	مدیریت شبکه های اجتماعی	۲	۳۲	۳۲		ندارد
۱۲	مذاکره و ارتباطات تجاری	۲	۳۲	۳۲		ندارد
۱۳	مدیریت فروش	۲	۳۲	۳۲		مبانی سازمان و مدیریت
۱۴	حقوق بازرگانی	۲	۳۲	۳۲		مدیریت بازاریابی
۱۵	فناوری های نوین در کسب و کار	۲	۳۲	۳۲		کارآفرینی (پیش نیاز یا هم نیاز)
۱۶	بازار پول و سرمایه	۲	۳۲	۳۲		اقتصاد کلان
۱۷	سازمان های پولی و مالی	۲	۳۲	۳۲		اقتصاد کلان
۱۸	تحلیل و طراحی سیستم ها	۲	۳۲	۳۲		مبانی سازمان و مدیریت
۱۹	سیستم های اطلاعاتی مدیریت	۲	۳۲	۳۲		(۱) اکسل پیشرفته و پایگاه داده و (۲) تحلیل و طراحی سیستم ها
	جمع	۳۸				



ردیف	نام درس	تعداد واحد	ساعت			پیشنیاز یا زمان ارائه درس
			جمع	نظری	عملی	
۱	مبانی علم داده‌ها	۳	۴۸	۴۸		(۱) آمار مدیریتی ۲ و (۲) اکسل پیشرفته و پایگاه داده
۲	نرم‌افزار مدیریت پروژه	۳	۴۸	۴۸		اکسل پیشرفته و پایگاه داده
۳	حقوق بازرگانی بین‌المللی	۳	۴۸	۴۸		(۱) حقوق بازرگانی و (۲) مدیریت بازاریابی
۴	مدیریت تولید و عملیات	۳	۴۸	۴۸		پژوهش عملیاتی ۱
۵	شیوه‌های تفکر و حل مساله	۲	۳۲	۳۲		ندارد
۶	کسب‌وکار در صنایع خلاق	۲	۳۲	۳۲		کارآفرینی
۷	سمینار در مسائل بازرگانی	۲	۳۲	۳۲		سال سوم
۸	مدیریت نوآوری	۲	۳۲	۳۲		کارآفرینی
۹	مدیریت بیمه	۲	۳۲	۳۲		مدیریت مالی ۱
	جمع*	۲۲				

* جمع واحدهای اختیاری که دانشجویان باید بگذرانند ۶ واحد از میان درس‌های ارائه شده است.

** دانشجویان می‌توانند از درس‌های سایر رشته‌ها نیز به صورت اختیاری درس اخذ کنند.



فصل سوم

سرفصل درس‌ها



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	دروس پیش نیاز	
ریاضیات پایه	۳		اصلی	نظری ■	ندارد
				عملی	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری	
				عملی	
Basic Mathematics	۴۸	دارد □	اختیاری		
			ندارد ■		
			آموزش تکمیلی		
			عملی		
			سفر علمی □		
			کارگاه □		
آزمایشگاه □	سمینار □				

اهداف درس

نظر به اهمیت ریاضیات در درک مسائل مختلف، این درس در راستای آشنایی دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی با مقدمات و مفاهیم اولیه ریاضی در سطح ریاضی عمومی و تقویت توانایی آنان در به کارگیری این دانش در تحلیل و حل مسائل ارائه می‌شود.

سرفصل درس

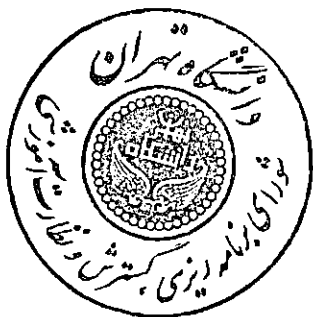
- کاربردهای ریاضیات برای دانشجویان مدیریت
- آشنایی با نظریه مجموعه‌ها: مفاهیم اولیه، عضویت، زیرمجموعه، ترکیب مجموعه‌ها، جبر مجموعه‌ها، افزایش مجموعه‌ها، حاصل ضرب دکارتی
- مجموعه‌های عددی: مجموعه اعداد طبیعی، صحیح، گویا، حقیقی و مجموعه اعداد مختلط
- آشنایی با مفاهیم، قدرمطلق، فاصله، جزء صحیح، قوانین شمارش، بسط دو جمله‌ای، شیوه‌های استدلال (ریاضی) و دستگاه‌های مختصات
- رابط و تابع: تعریف، انواع توابع (توابع مقدماتی، ساده و مرکب، زوج و فرد، پوششی، یک به یک، تابع معکوس، خطی، نمایی، لگاریتمی، مثلثاتی و معکوس مثلثاتی و کاربرد آن‌ها)
- حد و پیوستگی: تعریف حد، حد در فضای حدی، تعریف پیوستگی، انواع حدود و کاربردهای آن‌ها
- مشتق و دیفرانسیل: تعریف مشتق، مراحل مشتق‌گیری، فرمول‌های ساده مشتق‌گیری، تعریف دیفرانسیل و فرمول‌های مربوط به آن، مشتق تابع مرکب، دیفرانسیل کلی و ...
- کاربرد مشتق و دیفرانسیل: تعیین جهت تغییرات تابع، ماکزیمم و مینیمم، تحدب، تقعر و نقطه عطف

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- ریاضیات عمومی و کاربردهای آن (جلد اول)، محمد حسین پورکاظمی، نشر نی، ۱۳۹۷.
- ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت ۱، مسعود نیکوکار، انتشارات گسترش علوم پایه، ۱۳۹۸.



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	دروس پیش نیاز	
ریاضیات مدیریتی	۳		اصلی	نظری ■	ریاضیات پایه
				عملی	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری	
				عملی	
Managerial Mathematic	۴۸	اختیاری	نظری		
			عملی		
	آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■		
			سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □

اهداف درس

آشنایی با کاربرد فنون و روش‌های محاسبات ریاضی در مسائل مدیریتی

سرفصل درس

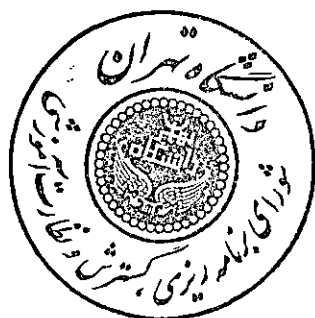
- توابع چند متغیره، مشتقات جزئی، دیفراسیل کامل و قاعده زنجیری
- کاربردهای مشتقات جزئی در تعیین ماکزیمم و مینیمم توابع
- بردارها و جبر برداری
- ماتریس، جبر، ماتریس‌ها و تبدیل خطی
- دترمینان و روش‌های محاسبه آن
- معکوس ماتریس و روش‌های معکوس کردن ماتریس‌های مربع، ماتریس‌های مقدماتی و تبدیل ماتریس‌ها
- معادلات خطی و روش‌های حل معادلات خطی (حذفی، دستور کرامر و تبدیلات ماتریسی)
- مقادیر ویژه و بردارهای ویژه
- انتگرال و روش‌های انتگرال گیری، قواعدی برای تقریب زدن انتگرال‌های معین
- کاربردهای انتگرال در حل مسائل مدیریتی
- معادلات دیفرانسیل ساده و کاربردهای آن در مسائل مدیریتی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- ریاضیات عمومی و کاربردهای آن (جلد دوم)، محمد حسین پور کاظمی، نشر نی، ۱۳۹۷.
- ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت ۲، مسعود نیکوکار، انتشارات گسترش علوم پایه، ۱۳۹۸.



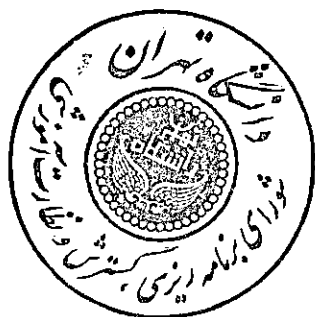
عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز
اقتصاد خرد	۳			عملی	ریاضیات پایه
			نظری		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		اصلی		
			عملی		
Microeconomics	۴۸		تخصصی		
			نظری		
			عملی		
			اختیاری		
آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■			
		سفر علمی □	کارگاه □		
		آزمایشگاه □	سمینار □		

اهداف درس

اقتصاد خرد شاخه‌ای از علم اقتصاد است که نحوه تصمیم‌گیری خانوارها و بنگاه‌ها برای تخصیص بهینه منابع را بررسی می‌کند. از آنجا که مدیر بنگاه‌های بازرگانی باید با مکانیسم تصمیم‌گیری خانوارها و بنگاه‌ها آشنا باشد، این درس پایه‌های لازم را برای این‌گونه تحلیل‌ها آماده می‌نماید. افزایش قدرت تحلیل پدیده‌های اقتصادی و بالا بردن مهارت تصمیم‌گیری برای بنگاه‌های اقتصادی از اهداف این درس است. بررسی برخی مفاهیم در اقتصاد اسلامی نیز از جمله مباحث این درس است.

سرفصل درس

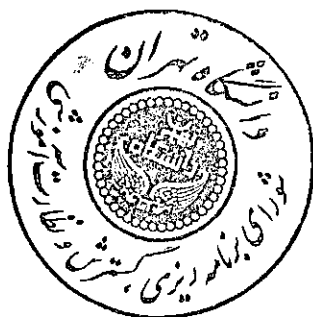
- آشنایی با علم اقتصاد
 - تعریف علم اقتصاد (آشنایی با مفاهیم کمیابی، تخصیص، بهینه و ...)
 - منحنی امکانات تولید
 - تقسیم‌بندی‌های مختلف از علم اقتصاد
 - اقتصاد خرد و کلان
 - اقتصاد اثباتی و هنجاری
 - نظام‌های اقتصادی
 - دیدگاه‌های اسلام درباره سؤالات اصلی مطرح در علم اقتصاد
- تقاضا، عرضه و تعادل
 - تقاضا: تعریف تقاضا، عوامل موثر بر تقاضا، جابه‌جایی تقاضا، حالت‌های خاص
 - عرضه: تعریف عرضه، عوامل موثر بر عرضه، جابه‌جایی عرضه، حالت‌های خاص
 - تعادل: تعریف تعادل، تغییر نقطه تعادل، قیمت‌های سقف و کف، انواع تعادل
- رفتار مصرف‌کننده
 - مطلوبیت کل، نهایی و رابطه آن‌ها
 - منحنی‌های بی‌تفاوتی
 - خط بودجه
 - تعادل مصرف‌کننده
 - تغییر در تعادل مصرف‌کننده
 - کاربردهای منحنی‌های بی‌تفاوتی
 - تبیین رفتار مصرف‌کننده مسلمان



- رفتار تولید کننده
 - تابع تولید، تولید نهایی، تولید متوسط، تولید کل و رابطه آنها
 - مراحل تولید، بازدهی به مقیاس
 - منحنی‌های بی‌تفاوتی تولید
 - خط هزینه یکسان
 - تعادل تولیدکننده، تغییر در تعادل تولید کننده
 - کاربردهای مدیریتی
 - دیدگاه اسلام در مورد تولید و رفتار تولیدکننده مسلمان
- هزینه
 - تفاوت مفهوم هزینه از دید حسابداری و تصمیم‌گیری مدیران
 - تقسیم‌بندی هزینه‌ها: هزینه‌های کوتاه مدت و بلند مدت
 - شکل‌های مختلف منحنی‌های هزینه
 - رابطه تابع تولید و هزینه
 - نقش دین در کاهش هزینه‌ها
- بازار رقابت کامل
 - تقسیم‌بندی بازارها
 - ویژگی‌های بازار رقابت کامل
 - تعادل کوتاه‌مدت بنگاه رقابتی کامل
 - تعادل بلندمدت بنگاه رقابتی کامل
 - انحراف از دخالت در بازار و پیامدهای آن
 - دیدگاه اسلام درباره بازارها و معاملات
- بازار انحصار کامل
 - تعریف انحصار کامل فروش و منبع انحصار
 - تعادل بنگاه انحصاری در کوتاه مدت و بلندمدت
 - کنترل دولت بر انحصارگر
 - مقایسه بازار رقابتی کامل با انحصار
 - دیدگاه اسلام درباره انحصار
- بازارهای انحصار چندقطبی و قیمت‌گذاری در بازارهای با قدرت انحصاری
- اقتصاد اطلاعات، نظریه بازی‌ها، اقتصاد رفتاری
- بررسی دیدگاه‌های اسلام در زمینه اقتصاد خرد در جامعه اسلامی

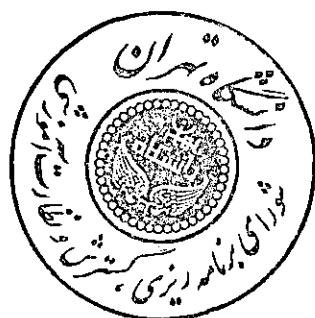
ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		



منابع

- تئوری و مسائل اقتصاد خرد، دومینیک سالواتوره، ترجمه حسن سبحانی، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۸۳.
- مبانی علم اقتصاد، محسن نظری، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۳.
- اقتصاد خرد (رشته مدیریت)، محسن نظری، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۵.
- تحلیل اقتصادی؛ نظریه و کاربرد (اقتصاد خرد)، اوئن فیلیپس و چارلز موریس، ترجمه اکبر کمیجانی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۴.



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز
اقتصاد کلان	۳			اصلی	عملی
			تخصصی		نظری
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت			اختیاری	عملی
			Macroeconomics		۴۸
آموزش تکمیلی عملی	ندارد ■	سفر علمی □			
	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □		

اهداف درس

تصمیمات هر کسب و کار و شرکت تجاری تحت تاثیر محیطی است که در آن فعالیت می‌کند. متغیرهایی خارج از کنترل مدیران بنگاه، مثل رکود و رونق اقتصادی، نرخ ارز، نرخ بهره و ... بر عملکرد بنگاه‌ها اثر می‌گذارند. اقتصاد کلان شاخه‌ای از علم اقتصاد است که اقتصاد ملی، منطقه‌ای و جهانی را از حیث ساختار، رفتار و عملکرد مورد مطالعه قرار می‌دهد و شاخص‌هایی مثل تولید ناخالص داخلی، نرخ بیکاری، درآمد ملی، شاخص قیمت، قدرت خرید، مصرف، تورم، پس‌انداز، سرمایه‌گذاری را مطالعه می‌کند. انتظار می‌رود دانشجویان با گذراندن این درس با کارکرد اقتصاد در محیط کلان آشنا شوند و تأثیراتی که این متغیرها بر روی کسب و کارها می‌گذارند را تحلیل کنند.

سرفصل درس

- آشنایی با علم اقتصاد
 - اهداف اقتصاد کلان، منابع جامعه و تخصیص بهینه آن‌ها
 - نقش سیاست‌گذاران کلان در تحقق اهداف
 - اهداف و سیاست‌های کلان از دید اسلام
 - نحوه استفاده مدیر بنگاه از اقتصاد کلان
- نحوه انجام فعالیت‌های اقتصادی در سطح کلان
 - عاملین اقتصادی و وظایف آن‌ها در سیستم کلان
 - تعادل اقتصاد در سطح کلان
- حسابداری ملی
 - شاخص‌های اندازه‌گیری فعالیت‌های اقتصادی
 - رابطه شاخص‌های فعالیت‌های اقتصادی با یکدیگر
 - رفاه اقتصادی و شاخص‌های کلان
- شاخص قیمت‌ها
 - تعریف، انواع شاخص قیمت‌ها
 - کاربردهای شاخص قیمت در مدیریت
 - وضعیت شاخص‌های قیمت در اقتصاد ایران
- بازار پول و سیاست‌های پولی
 - تعاریف پول، وظایف پول، تاریخچه تکامل شکل پول



- عرضه پول: پایه پولی، ضریب تکاثر پول
- تعادل بازار پول، تغییر در تعادل بازار پول
- سیاست‌های پولی و ابزارهای آن
- تاثیرگذاری سیاست‌های پولی بر بنگاه‌های اقتصادی
- بررسی نحوه تنظیم سیاست‌های پولی در ایران
- اقتصاد بین‌الملل
 - تجارت بین‌المللی: دلایل و منافع تجارت، مزیت مطلق و مزیت نسبی، اتحادیه‌های تجاری
 - مالیه بین‌الملل: تقاضای ارز، عرضه ارز، تغییرات نرخ ارز
 - وضعیت تجارت خارجی در ایران، بازار ارز و تحولات آن در اقتصاد ایران
- تئوری‌های تورم و بیکاری
 - تورم: تعاریف، انواع، علل و سیاست‌های آن
 - بیکاری: تعاریف، انواع و علل
 - سیاست‌های مبارزه با تورم و بیکاری
- تئوری‌های مصرف و سرمایه‌گذاری
 - مصرف: تئوری‌های مصرف، تئوری‌های مصرف در سیاست‌گذاری
 - سرمایه‌گذاری: انواع سرمایه‌گذاری، تئوری‌های سرمایه‌گذاری
 - وضعیت مصرف و سرمایه‌گذاری در ایران
 - دیدگاه اسلام در مورد مصرف
- بررسی دیدگاه‌های اسلام در زمینه اقتصاد کلان جامعه اسلامی

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- اقتصاد کلان، فریدون تفضلی، نشر نی، ۱۳۹۱، ویراست سوم.
- اقتصاد کلان رشته مدیریت، محسن نظری، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۵.
- اقتصاد کلان، سید محمد طبیبیان، انتشارات بازتاب، ۱۳۷۹.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز
اصول حسابداری ۱	۳			اصلی	عملی
			نظری		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	عملی	
				نظری	
			اختیاری	عملی	
				نظری	
Principles of Accounting (1)	۴۸	دارد □	ندارد ■	سمینار □	
		کارگاه □	آزمایشگاه □		
		سفر علمی □			

اهداف درس

هدف اصلی اولین درس حسابداری، آشنایی دانشجویان با مفاهیم و روش‌های حسابداری و نقش حسابداری در تهیه اطلاعات مفید در سازمان است. در این درس دانشجویان با نحوه نگارش دفاتر قانونی (دفتر روزنامه و دفتر کل) در واحدهای خدماتی و بازرگانی آشنا شده و تهیه صورت‌های مالی به عنوان خروجی سیستم حسابداری را فرا می‌گیرند. همچنین در این درس به تفصیل در مورد برخی اقلام صورت‌های مالی (شامل موجودی مواد و کالا، حساب‌ها و اسناد دریافتنی، دارایی‌های ثابت مشهود و دارایی‌های نامشهود) بحث می‌شود.

سرفصل درس

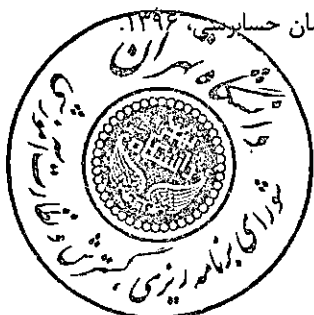
- اصول طرز عمل حسابداری
- مراحل مختلف حسابداری
- تکمیل مراحل مختلف حسابداری
- حسابداری کالا و معاملات صندوق
- تهیه گزارش‌های دوره‌ای
- دیون و مطالبات
- موجودی کالا
- پیش‌پرداخت‌های هزینه، پیش دریافت‌های درآمد، هزینه‌ها و درآمدهای ثبت نشده
- دارایی‌های ثابت و دارایی‌های غیرمادی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- تئوری حسابداری (جلد اول)، رضا شباهنگ، انتشارات سازمان حسابرسی، ۱۳۹۴، چاپ سیزدهم.
- اصول حسابداری (۱)، چارلز هورن گرن، والتر هاریسون و مایکل رابینسون، ترجمه ایرج نوروش و غلامرضا کرمی، انتشارات صفار، ۱۳۸۳.
- مبانی حسابداری مالی (جلد اول)، احمد بدری و حمید حقیقت، نشر نص، ۱۳۸۹.
- اصول حسابداری ۱ (جلد اول)، مصطفی علیمدد و نظام‌الدین ملک‌آرایی، نشریه ۷۸ و ۸۶ انتشارات سازمان حسابرسی، ۱۳۹۶.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز
اصول حسابداری ۲	۳			عملی	اصول حسابداری ۱
				نظری	
				عملی	
				تخصصی	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت			اختیاری	نظری
Principles of Accounting (2)	۴۸			ندارد ■	عملی
				دارد □	سمینار □
		کارگاه □	آزمایشگاه □		
		آموزش تکمیلی عملی	سفر علمی □		

این درس به دنبال بسط دانش حسابداری دانشجویان در حوزه حسابداری مالی است و در ادامه درس حسابداری ۱، به تفصیل به چگونگی حسابداری برخی اقلام دیگر صورت‌های مالی (شامل و جداگانه، بدهی‌های جاری، بدهی‌های بلندمدت و حقوق صاحبان سهام) می‌پردازد. از دیگر اهداف این درس آشنایی دانشجویان با حسابداری شرکت‌ها و به طور خاص شرکت‌های تضامنی و سهامی است. همچنین در ارتباط با اهداف برقراری سیستم‌های کنترل داخلی، در سازمان و نحوه برخورد با مسائل اخلاقی در حسابداری بحث می‌شود.

- سیستم‌ها و کنترل‌ها، مسائل اخلاقی در حسابداری
- سیستم‌های حقوق و دستمزد
- تنظیم سیستم‌ها و ماشین‌های محاسب الکترونیکی
- اصول و مفاهیم حسابداری
- شرکت‌های تضامنی؛ تشکیل، تقسیم سود و تصفیه
- شرکت‌های سهامی؛ سازمان و عملیات
- شرکت‌های سهامی؛ حقوق صاحبان سهام، درآمد شرکت و سود سهام
- شرکت‌های سهامی؛ بدهی‌های بلندمدت و سرمایه‌گذاری

ارزشیابی

منابع

- تئوری حسابداری (جلد دوم)، رضا شباهنگ، انتشارات سازمان حسابرسی، ۱۳۹۵، چاپ نهم.
- اصول حسابداری (۲)، ایرج نوروش و فیض الله شیرازادی، نشر صفار، ۱۳۹۷.
- اصول حسابداری (۲)، جمشید اسکندری، نشر فرشید، ۱۳۹۸.



عنوان درس به فارسی		تعداد واحد		نوع واحد	پایه	نظری ■		دروس پیش نیاز		
آمار مدیریتی ۱		۳				اصلی	عملی		ندارد	
عنوان درس به انگلیسی		تعداد ساعت			تخصصی		نظری			
Managerial Statistics (1)		۴۸				اختیاری	عملی			
		آموزش تکمیلی عملی			ندارد ■					
		دارد □								
		سفر علمی □			کارگاه □		آزمایشگاه □			

اهداف درس

آشنایی با آمار و توان استفاده از آن برای ارزیابی و تحلیل یکی از مهارت‌های پایه‌ای مدیریتی و کاربردی است. هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مبانی و روش‌های آماری است که در انجام پژوهش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

سرفصل درس

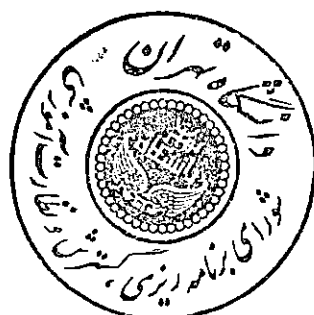
- تعریف علم آمار، آمار توصیفی و آمار استنباطی، آشنایی با مفاهیم آماری (از قبیل جامعه محدود و غیرمحدود، نمونه و ...)
- توزیع‌های فراوانی، نحوه ساختن توزیع فراوانی، توزیع‌های فراوانی کیفی
- نمودارهای آماری، هیستوگرام، پلیگون، نمودار فراوانی تجمعی، نمودار میله‌ای، ستونی و دایره‌ای و سری‌های زمانی
- شاخص‌های آماری: مرکزی، پراکندگی، چولگی و کشیدگی
- احتمال: مفهوم و منشا احتمال، مفاهیم اساسی احتمال، برخی از قوانین احتمالات، احتمال شرطی، استقلال دوپیشامد، قاعده بیر
- متغیر تصادفی: تابع جرم احتمال، تابع چگالی احتمال، تابع توزیع تجمعی، تابع توزیع توام، امید ریاضی، واریانس و کوواریانس
- توزیع‌های احتمال: مفهوم متغیر تصادفی گسسته و تابع احتمال گسسته، چندین توزیع احتمال گسسته (یکنواخت، برنولی، دو جمله‌ای، پواسون، هندسی، پاسکال، فوق هندسی، چندجمله‌ای)؛ مفهوم تصادفی پیوسته و تابع چگالی، چند توزیع احتمال پیوسته (یکنواخت، نرمال، نمایی، ارلانگ، گاما)
- تصمیم‌گیری: تصمیم‌گیری در شرایط اطمینان، تصمیم‌گیری در شرایط عدم اطمینان، تصمیم‌گیری در شرایط ریسک، تصمیم‌گیری شاخه‌ای با استفاده از قضیه بیر به منظور به هنگام کردن اطلاعات.

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- آمار و کاربرد آن در مدیریت (جلد اول)، عادل آذر و منصور مومنی، انتشارات سمت، ۱۳۹۷.
- احتمال و آمار در مهندسی و علم مدیریت، ویلیام هاینز و داگلاس مونتگمری، ترجمه محمد صالح اولیاء، انتشارات دانشگاه یزد، ۱۳۹۱.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز
آمار مدیریتی ۲	۳			اصلی	عملی
			نظری		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	عملی	
				نظری	
Managerial Statistics (2)	۴۸		اختیاری	عملی	
				ندارد ■	
		دارد □	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □
		آموزش تکمیلی عملی	سفر علمی □		

اهداف درس

آشنا کردن دانشجویان با روش‌های پارامتریک و پیش‌بینی در آمار هدف اصلی این درس است. دانشجویان با روش‌های مقایسه‌ای به ویژه در جامعه آماری (با استفاده از نمونه) نیز آشنا خواهند شد.

سرفصل درس

- نمونه و توزیع‌های نمونه‌گیری
- استنباط آماری براساس نمونه بزرگ
 - تخمین براساس نمونه بزرگ
 - آزمون فرض آماری براساس نمونه بزرگ
- استنباط آماری از نمونه کوچک
 - توزیع‌های تی استیودنت، کای‌دو، فیشر
- کاربردهایی دیگر از توزیع کای دو (آزمون استقلال، همگنی، نیکویی برازش)
- رگرسیون خطی ساده و همبستگی
- آشنایی با یکی از نرم‌افزارهای SPSS, Stat Graph, SAS, Minitab

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- آمار و کاربرد آن در مدیریت (جلد دوم)، عادل آذر و منصور مومنی، انتشارات سمت، ۱۳۹۷.
- احتمال و آمار در مهندسی و علم مدیریت، ویلیام هاینز و داگلاس مونتگمری، ترجمه محمد صالح اولیاء، انتشارات دانشگاه یزد، ۱۳۹۱.



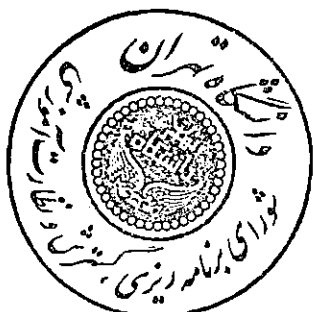
عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز
روش تحقیق در مدیریت	۳			عملی	آمار مدیریتی ۱
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت	۴۸	اختصاصی	نظری	
				عملی	
Research Method in Management	آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■	نظری	
				عملی	
				سمینار □	
				آزمایشگاه □	
سفر علمی □	کارگاه □	دارد □	ندارد ■	سمینار □	
				آزمایشگاه □	

اهداف درس

در این درس دانشجویان با روش‌شناسی کمی و کیفی آشنا شده و ضمن فراگیری فلسفه هر یک از این روش‌ها قادر خواهند شد تا پایه‌های مهارت تحقیق علمی را فرا گیرند. این درس به منظور آماده سازی دانشجویان برای انجام پژوهش‌های کاربردی و تجربی طراحی شده و دانشجویان را با روش‌های کیفی و کمی آشنا می‌سازد.

سرفصل درس

- چیستی علم و شناخت پارادایم‌های علمی به لحاظ معرفت‌شناسی، هستی‌شناسی و روش‌شناسی به انضمام ویژگی‌های هر یک
- معرفی انواع تحقیق به همراه تبیین روش‌های کمی و کیفی تحقیق بر اساس پارادایم‌های علمی، استقرا و قیاس و بیان تفاوت‌های آنان
- معرفی مراحل عمومی پژوهش علمی در تحقیقات کمی و کیفی (شامل معرفی منابع انتخاب موضوع و معیارهای موضوع مناسب، شناخت و تبیین مسئله، طرح سوال تحقیق و ...) به انضمام تبیین اخلاق پژوهش آکادمیک
- معرفی طراحی تحقیق کمی و استراتژی‌های آن مشتمل بر:
 - معرفی فرضیه و نحوه بیان، ویژگی‌ها و انواع آن و همچنین شیوه‌های آزمون فرضیه
 - معرفی مفاهیم جامعه آماری، نمونه‌گیری و انواع روش‌های نمونه‌گیری احتمالی و غیر احتمالی
 - معرفی مفاهیم سازه و متغیر به همراه معرفی انواع متغیرها و ویژگی هر یک از آنها
 - تبیین تفاوت تعریف اسمی و عملیاتی متغیرها در تحقیق با استفاده از مفهوم نردبان انتزاع
 - معرفی انواع طیف‌های اندازه‌گیری به همراه تبیین مزایا و نقد هر یک از آنها
 - معرفی ابزار گردآوری داده‌ها در تحقیق کمی به همراه تبیین ملاحظات طراحی پرسشنامه‌ها
 - روایی و پایایی در تحقیقات کمی
 - استفاده از نرم‌افزار SPSS در تحقیقات کمی
- طراحی تحقیق کیفی و استراتژی‌های آن مشتمل بر:
 - تبیین استراتژی‌های گردآوری اطلاعات در تحقیق کیفی
 - نحوه تجزیه و تحلیل اطلاعات در روش کیفی
 - انواع کدگذاری داده‌ها در روش کیفی
 - آشنایی با روش تحلیل تم به عنوان پایه‌ای ترین روش تحلیل کیفی
 - قابلیت اعتماد و اعتبار در تحقیقات کیفی
 - معرفی شیوه‌های ارائه گزارش تحقیقات کیفی



○ آشنایی با نرم افزار MAXQDA برای تحلیل داده های کیفی

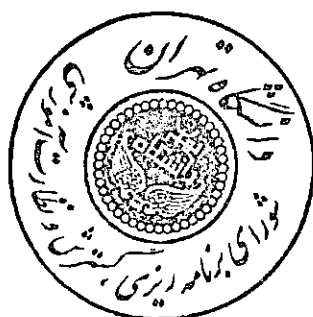
● شیوه مآخذنگاری علمی با استفاده از نرم افزارهای رفرنس دهی

ارزشیابی

پروژه	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- ساختار انقلاب های علمی، توماس کوهن، ترجمه احمد آرام، انتشارات سروش، ۱۳۹۴.
- چیستی علم، آلن چالمرز، ترجمه سعید زیبا کلام، انتشارات سمت، ۱۳۹۷.
- روش های تحقیق در علوم اجتماعی (ج ۱ و ۲)، ارل بیبی، ترجمه رضا فاضل، انتشارات سمت، ۱۳۸۱، ویراست یازدهم.
- روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی، غلامرضا خاکی، انتشارات بازتاب، ۱۳۹۰.
- روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، حسن دانایی فرد، سیدمهدی الوانی، عادل آذر، انتشارات صفار- اشراقی، ۱۳۹۸.
- روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع، سیدمهدی الوانی، حسن دانایی فرد، انتشارات صفار- اشراقی، ۱۳۹۶.
- درآمدی بر تحقیق کیفی، اووه فلیک، ترجمه هادی جلیلی، نشر نی، ۱۳۹۷.
- ضد روش: زمینه های فلسفی و رویه های عملی در روش شناسی کیفی، احمد محمدپور، انتشارات لوگوس، ۱۳۹۷.
- روش های پژوهش کیفی در مدیریت بازرگانی، مایکل مایرز، ترجمه علی مریخ نژاداصل و کامبیز حیدرزاده، انتشارات علم، ۱۳۹۵.
- اصول و مبانی روش های پژوهش کیفی، حسین خنیفر و ناهید مسلمی، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۸.
- اصول رفرنس نویسی با نرم افزار EndNote، حسن رسولی و کامران منصوری، انتشارات یاررس، ۱۳۹۴.
- آموزش کاربردی SPSS در علوم اجتماعی و رفتاری، سیدعلیرضا افشانی، انتشارات دانشگاه یزد، ۱۳۹۱.
- مدیریت اطلاعات و منابع علمی براساس برنامه کاربردی مندلی، احمد سلطانی نژاد، انتشارات دانش نگار، ۱۳۹۵.
- تحلیل داده های کیفی با استفاده از نرم افزار Maxqda 12، محسن نیازی، انتشارات آرون، ۱۳۹۷.
- Handbook of Qualitative Research, Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln, SAGE Publication, (2017), Fifth Edition.
- Theme Analysis: Procedures and Application for Psychotherapy Research, Augustine Meier, Micheline Boivin and Molisa Meier, Qualitative Research Journal, (2010).
- Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness, Satu Elo et al., Sage publication, (2014).



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز
مدیریت اسلامی	۳			اصلی	عملی
			نظری		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	عملی	
				نظری	
Islamic Management	۴۸		اختیاری	عملی	
				ندارد ■	
				دارد □	
				آموزش تکمیلی عملی	
				سفر علمی □	
		کارگاه □			
سمینار □	آزمایشگاه □				

اهداف درس

مدیریت اسلامی درسی بنیادین در رشته مدیریت در دانشگاه‌های نظام جمهوری اسلامی تلقی می‌شود و رویکردی متعالی به علم مدیریت را برای دانشجویان مسلمان و تابع نظام مقدس اسلامی فراهم می‌کند. از آنجا که بدنه اصلی علم مدیریت از غرب و کشورهای غیراسلامی و با رویکردهای اومانیستی نشأت گرفته است، این درس با ارائه رویکردی اسلامی، کمک می‌کند که به دانش آموخته شده از منابع خارجی، روح و دیدگاه بومی و اسلامی وزیده شود و دانشجوی ایرانی با الهام از مکتب انسان‌ساز اسلام دانش آموخته شده را صرف تعالی سازمان‌ها در کشور نماید. مسیر این درس به این ترتیب طراحی شده است که ابتدا دانشجویان اصول مدیریت غربی را می‌آموزند و سپس رویکرد اسلامی به مدیریت را آموخته و با اصول مدیریت علمی مقایسه می‌کنند و تمایزها و اشتراکات را در می‌یابند. در نهایت دانشجویان قادر به استفاده از اصول علم مدیریت به شیوه منطبق با مکتب اسلام خواهند بود و به عنوان مدیرانی که این اصول را با آگاهی و علم در مسیر مکتب اسلام به کار می‌برند عمل خواهند کرد. این دانشجویان با استفاده از اصول علمی در جامعه اسلامی به کارآمدی مدیریتی جامعه اسلامی کمک خواهند کرد.

سرفصل درس

- آشنایی با علم مدیریت و اصول کلی مدیریت علمی: برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، بسیج منابع، هدایت، ارتباطات، کنترل
- سطح‌بندی مدیران و مطالعه مدیران نمونه در سازمان‌ها و جامعه اسلامی
- نظریه‌های مکتب کلاسیک در مدیریت: نظریه مدیریت علمی، نظریه فرایندی، نظریه بوروکراسی
- مدیریت‌های نظام‌گرا و اقتضایی
- جنبه‌های اخلاقی مدیریت
- بررسی چالش‌ها و ناکامی‌های مدیریت غربی
- کلیات مدیریت اسلامی شامل مفهوم شناسی سازمان و مدیریت از دیدگاه اسلام، فرآیند شکل‌گیری مدیریت اسلامی و رویکردهای آن
- برنامه ریزی در مدیریت اسلامی، شامل مبانی برنامه ریزی در مدیریت اسلامی، تصمیم‌گیری و سیاستگذاری در مدیریت اسلامی
- سازماندهی در مدیریت اسلامی، شامل مبانی سازماندهی مدیریت اسلامی و مدیریت منابع انسانی در مدیریت اسلامی
- هدایت در مدیریت اسلامی، شامل مبانی رفتار و مدیریت رفتار سازمانی در سطح فردی، مدیریت رفتار سازمانی در سطح گروهی و سازمانی، رهبری سازمانی در مدیریت اسلامی
- کنترل سازمانی در مدیریت اسلامی
- بررسی اصول مدیریت اسلامی در قرآن



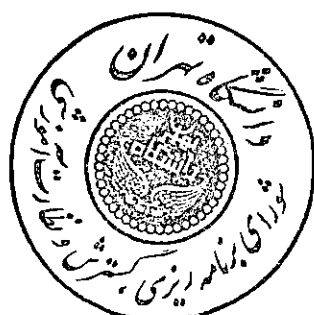
- بررسی اصول مدیریت اسلامی در نهج البلاغه
- بررسی اصول مدیریت اسلامی در احادیث معصومین
- بررسی و ارزیابی نحوه به کارگیری مدیریت اسلامی در سازمان‌های کشور

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- اصول مدیریت، علی رضاییان، انتشارات سمت، ۱۳۹۳.
- اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام، سید محمد مقیمی، انتشارات راه‌دان، ۱۳۹۸، چاپ سوم.
- مدیریت اسلامی، مدل‌ها و موانع تحقق آن در جامعه و سازمان‌ها، حسن عابدی جعفری، حمیدرضا معصومی مهر و منصوره یوسفی، انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۵، چاپ چهارم.
- مدیریت اسلامی در پرتو نهج البلاغه، عرصه عمل و اقدام، علی اصغر پورعزت، انتشارات بنیاد نهج البلاغه، ۱۳۹۳
- مدیریت اسلامی از دیدگاه نهج البلاغه، روح الله شریفی تهرانی، نشر چشم ساعی، ۱۳۹۵
- اصول و مبانی مدیریت اسلامی از نگاه امام علی (ع)، منصور هرنجی، انتشارات کلام مسعود، ۱۳۸۸
- امام علی (ع) و مدیریت اسلامی، محمد دشتی، انتشارات امیرالمومنین، ۱۳۸۶
- مدیریت اسلامی با تاکید بر شیوه‌های رهبری امام علی (ع)، محمد بخت آزمای بناب و مریم حسین زاده اقدام، نشرانتخاب، ۱۳۹۶



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز	
اکسل پیشرفته و پایگاه داده	۳		اصلی	عملی	ندارد	
				نظری		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	عملی		
				نظری		
			اختیاری	عملی		
				نظری		
Advanced Excel and Database Fundamentals	۴۸		دارد □	ندارد ■		سمینار □
آموزش تکمیلی عملی	سفر علمی □					

اهداف درس

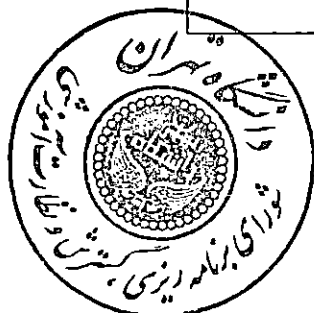
نفوذ فناوری‌های دیجیتال و تبدیل فناوری‌های ارتباطی به ابزارهای همیشه در حال کار تجارت و زندگی روزمره سبب شده است که نه فقط کار با کامپیوتر بلکه آشنایی با ابزارهای تحلیلی نیز به عنوان مهارت‌های پایه‌ای برای فارغ التحصیلان رشته‌های متفاوت از جمله مدیریت بازرگانی الزامی باشند. به طور خاص مهارت‌های موسوم به DAP یعنی دیجیتال، تحلیلی و پلتفرمی از جمله مهارت‌هایی هستند که انتظار می‌رود کارشناسان برای تحلیل داده‌های سازمانی و تجاری به آن‌ها مسلط باشند. نظر به این امر و لزوم روزآمدی دانش و مجهز بودن به نرم‌افزارهای پایه‌ای، درس اکسل پیشرفته و پایگاه‌داده درصدد ایجاد مهارت‌های پایه‌ای برای دهه سوم قرن بیست و یکم میلادی در دانشجویان کارشناسی مدیریت بازرگانی است. انتظار می‌رود با گذراندن این درس دانشجویان مهارت‌های پیشرفته کار با Excel و اصول و مبانی طراحی و کار با یکی از بانک‌های اطلاعاتی Oracle, SQL, Acces و یا بانک اطلاعاتی پیشرفته دیگری را به فراخور نیازها بیاموزند.

سرفصل درس

- کاربردهای پیشرفته اکسل
- جدول‌های Pivot و کار با داده‌های پیشرفته
- فرمول‌های اکسل
- بررسی برنامه‌های تجاری نوشته شده توسط اکسل
- مطالعه بازی بازاریابی Advances Poistioning Marketing Game روی اکسل
- آشنایی با منطق پایگاه داده
- آشنایی با پایگاه اطلاعاتی Access
- برقراری اتصال میان جدولها از طریق کلید اولیه
- شناخت انواع داده‌ها
- مدیریت بهینه جدول‌های یک بانک اطلاعاتی
- خروجی گرفتن و ساخت گزارش
- انواع کارکردهای عملیاتی و کاربردی پایگاه داده

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
			■	



منابع

- اکسل پیشرفته ۲۰۱۹ ویژه بازار کار، کامران پورفتحی، موسسه فرهنگی دیباگران تهران، ۱۳۹۷.
 - فرمول‌ها و توابع اکسل، مجید شهیدی، موسسه فرساران.
 - فرمول‌ها و توابع اکسل، بیل جلن، ترجمه امیر احسان رضایی، انتشارات مهرگان قلم، ۱۳۹۶.
 - مرجع کامل ACCESS 2016، به همراه برنامه نویسی VBA، حسین یعسوبی، انتشارات پندار پارس، ۱۳۹۶.
- توجه: با توجه به امکان به‌روزرشدن نرم‌افزار اکسل و نیز نسخه‌های جدید پایگاه‌های داده، مدرسان این درس می‌توانند منابع جدیدتر و یا به زبان اصلی را برای تدریس انتخاب کنند. فقط باید دقت شود که در این کلاس فرمول‌ها و کاربردهای پیشرفته اکسل تدریس شوند و از مبانی اولیه اجتناب شود.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری ■	دروس پیش نیاز	
احکام کسب و کار	۳		اصلی	عملی	ندارد	
				نظری		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	عملی		
				نظری		
			اختیاری	عملی		
				نظری		
	Business Legislation		آموزش تکمیلی عملی	دارد □		ندارد ■

اهداف درس

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم، کلیات و احکام فقهی و حقوقی کسب و کارها و مکاسب محرمة در فقه اسلامی، آشنایی با ابعاد معاملات و تجارت حلال و حرام در اندیشه فقهی-حقوقی و نیز شناخت مفاهیم ارزشی و اخلاق حرفه‌ای در مدیریت است.

سرفصل درس

- مفهوم‌شناسی کسب و کار، اخلاق و اخلاق اسلامی
- ارزش و اهمیت کسب و کار در اسلام؛ کسب و کار در قرآن، رابطه کار و عبادات، کار و جاد در راه خدا
- تجارت و گونه‌شناسی آن در اسلام، تجارت‌های واجب، حرام، مکروه و مستحب، رابطه تجارت و ارزش افزوده، ارزش مبادله و کنترل آن، خطرات و آفات تجارت، تقدیر معیشت، ربا در اسلام
- شناخت مکاسب محرمة، احتکار، کم‌فروشی، دروغ و قسم دروغ در معاملات، سودهای نامشروع، مال شبهه‌ناک، حرمت بیت‌المال
- آداب کسب و کار، مستحبات کسب و کار، مکروهات کسب و کار
- بررسی راهکارهای اسلامی برای بهبود کسب و کار
- قواعد فقهی حاکم بر کسب و کار، کلیات قواعد فقه مدنی و معاملاتی، قواعد فقهی حاکم بر قراردادهای، قواعد فقهی حاکم بر تجارت، قواعد فقهی حاکم بر بانک و بیمه، قواعد فقهی حاکم بر خسارات و غرامات.
- پیوند کسب و کار با اخلاق و مدیریت
- ارزش‌های اخلاقی اسلام از دیدگاه قرآن و سنت
- مسائل اخلاقی در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی
- اصول ارزش‌های اخلاقی حاکم بر مدیریت کسب و کار
- مسئولیت‌های اخلاقی در وظایف و نقش‌های مدیریتی
- مسئولیت‌های اخلاقی در تجارت داخلی و خارجی
- مسائل اخلاقی داوری اختلافات تجاری داخلی و خارجی
- مسائل اخلاقی در تبلیغات تجاری
- مسائل اخلاقی در رقابت بین سازمان‌ها و کسب و کارها، کسب رضایتمندی مشتریان
- مسائل اخلاقی و جرائم سازمان‌یافته تجاری



پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- ترجمه و شرح المکاسب؛ مکاسب محرمه، مرتضی انصاری (شیخ انصاری)، انتشارات بوستان کتاب قم، ۱۳۹۵. (بخش‌های برگزیده به انتخاب مدرس)
- مکاسب محرمه، (امام خمینی (ره))، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار الام خمینی، ۱۳۹۳.
- تحریر الوسیله (جلد دوم)، روح‌الله خمینی (امام خمینی (ره))، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س)، ۱۳۹۲.
- اجوبه الاستفتائات (جلد دوم)، سید علی خامنه‌ای.
- قواعد فقه ۱، حسین علی احمدی، دانشگاه آزاد اسلامی
- القواعد الفقهیه، حسن بجنوردی، نشر الهادی، ۱۳۷۷. (بخش‌های برگزیده به انتخاب مدرس)
- اخلاق کارگزاران در حکومت اسلامی، عبدالله جوادی آملی، مرکز نشر فرهنگی رجاء، ۱۳۶۶.
- اخلاق کارگزاران در کلام و پیام امام خمینی صدس سره الشریف، روح‌الله خمینی (امام خمینی (ره))، نشر بنیاد مستضعفان و جانبازان استان قم، مؤسسه النشر الاسلامی، ۱۳۸۲.
- سازمان‌های اخلاقی در کسب و کار، فرامرز فراملکی، نشر مجنون، ۱۳۸۶، چاپ سوم
- مدیریت ارزشی با تکیه بر ارزش‌های اسلامی، علیرضا علی احمدی و حسین علی احمدی، تولید دانش، ۱۳۸۳.
- Business Ethics, Patricia Wel and Edgard Freeman, 2003.



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	ندارد
مبانی سازمان و مدیریت	۳			عملی	
			اصلی	نظری ■	
				عملی	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری	
				عملی	
			Organizations and Management Fundamentals	۴۸	
عملی					
آموزش تکمیلی عملی	دارد □				
سفر علمی □	کارگاه □		آزمایشگاه □	سمینار □	

اهداف درس

درس مبانی سازمان و مدیریت درس پایه‌ای رشته‌های مدیریت است و زیربنای فکری دانشجویان در تحلیل و تفسیر سازمان و شیوه‌های مدیریت بر آن را تشکیل می‌دهد. در این درس دانشجویان با دیدگاه‌های متفاوت به سازمان و جنبه‌های متفاوت این پدیده مهم اجتماعی آشنا می‌شوند و اصول مدیریت و سازماندهی را می‌آموزند.

سرفصل درس

- مرور اصول مدیریت علمی و مکاتب مدیریتی
- نظریه بوروکراسی وبر
- نظریه سازمان
 - اثربخشی سازمان
 - ابعاد ساختار سازمانی
 - اندازه سازمان و محیط سازمان
 - مباحث کنترل سازمانی
 - فناوری و سازمان
- آشنایی مقدماتی با استعاره‌های سازمان
 - سازمان به مثابه ماشین
 - سازمان به مثابه موجود زنده
 - سازمان به مثابه تضاد منافع سیاسی
- بررسی اصول مدیریت و سازمان از دیدگاه اسلام
 - بررسی انتقادی سبک‌های مدیریتی و انطباق آن‌ها با تعالیم اسلامی
 - مرور شیوه‌های مدیریتی حضرت رسول اکرم و درس آموزی از آن‌ها
 - مرور شیوه‌های مدیریتی ائمه اطهار و درس آموزی از آن‌ها
 - بررسی آیات ناظر بر مدیریت و سازمان در قرآن کریم
 - بررسی شیوه‌های مدیریتی حضرت امام خمینی (ره) و درس آموزی از آن‌ها
 - بررسی شیوه‌های مدیریتی رهبر معظم انقلاب اسلامی و درس آموزی از آن‌ها



ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- مبانی سازمان و مدیریت، علی رضاییان، انتشارات سمت، ۱۳۹۶.
- تئوری‌های مدیریت، سیدرضا سیدجوادین و حسین جلیلیان، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۸
- سیمای سازمان، گرت مورگان، ترجمه اصغر مشبکی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۶، چاپ چهارم.
- سازمان‌ها و سازماندهی (دیدگاه سیستم‌های عقلایی، طبیعی و باز)، ریچارد اسکات و جرال دویس، سیدرضا سیدجوادین، بهروز پور ولی و الهام جمالی پویه، انتشارات مروارید، ۱۳۹۷.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	مبانی سازمان و مدیریت
مدیریت رفتار سازمانی	۳			عملی	
			اصلی	نظری ■	
تخصصی	عملی				
	اختیاری		نظری		
آموزش تکمیلی			عملی		
	سفر علمی □		کارگاه □	آزمایشگاه □	
دارد □			ندارد ■		
	۴۸				
عنوان درس به انگلیسی		تعداد ساعت			
Organizational Behavior Management					

اهداف درس

هدف اصلی از آموزش این درس آشنایی دانشجویان با عوامل موثر بر رفتار فردی، گروهی و سازمانی و شناسایی الگوهای مرتبط در هر حوزه جهت تجزیه و تحلیل علل این رفتارها و پیش‌بینی رفتارهای آتی و هدایت و کنترل آن‌ها می‌باشد.

سرفصل درس

- مقدمه‌ای بر رفتار سازمانی
 - تعریف مبانی علوم رفتاری و رابطه این علوم با سایر رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی
 - تعریف رفتار سازمانی
 - اهداف رفتار سازمانی
 - ماهیت و دامنه رفتار سازمانی
 - سطوح تجزیه و تحلیل و مطالعه رفتار سازمانی
 - فرایند رفتار سازمانی
 - طبقه‌بندی انواع مدل‌های رفتاری
 - بررسی دیدگاه اسلام در حوزه علوم رفتاری
- شناخت رفتار انسان
 - تعریف رفتار، چگونگی شکل‌گیری رفتار، تعریف انگیزه و هدف
 - مبانی تحلیل رفتار
 - سطوح تغییر رفتار
 - فرایند تغییر رفتار
 - مقاومت در برابر تغییر
 - ادراک و اسناد (فرایندهای ادراکی، نظریه اسناد، خطاهای ادراکی و اسنادی، ادراک اجتماعی، تاثیر خطاهای ادراکی در حوزه‌های استخدام، ارزیابی عملکرد، جبران خدمات و ...)
 - تفاوت‌های فردی (شخصیت مدیریت بر خود، نگرش، احساسات، قابلیت‌های ذهنی، انواع هوش (بهره هوشی، هوش هیجانی و عاطفی، هوش تجاری و ...)
 - فرایند یادگیری (نظریه‌های یادگیری و تقویت رفتار)
 - فرایند اصلاح رفتار و هدف‌گذاری
 - تعریف انگیزش و نیاز و طبقه‌بندی فعالیت‌های انسان



- اهمیت انگیزش در اسلام و قرآن
- تشریح مدل‌های محتوایی انگیزش (مازلو، گیلرو، آلدفر، مک‌لند، مک‌گریگور، آرگریس، هرزبرگ، نظریه تجزیه و تحلیل مراوده‌ای)، و بررسی وجوه اشتراک و تفاوت نظریه‌های مذکور
- تشریح مدل‌های فرایندی انگیزش (نظریه برابری، نظریه انتظار، مل پورتر و لاولر)
- کاربردهای تئوری‌های انگیزش در سازمان (هدف‌گذاری، طراحی شغل و ...)
- رفتارهای متقابل شخصی و گروهی
 - نگاه کلی به گروه (تعریف گروه، اهمیت گروه، دیدگاه اسلام در مورد شکل‌گیری گروه و کارکردهای آن، چگونگی شکل‌گیری گروه، پویایی گروه، فرق تیم و گروه، اثربخشی کارهای تیمی)
 - رهبری در سازمان (تعریف رهبری، فرق مدیر و رهبر، تعریف قدرت و انواع آن، قدرت اخلاقی و مقایسه آن با سایر انواع قدرت، تشریح دلایل موفقیت رهبران دینی، نظریه صفات مشخصه رهبر، نظریات رفتاری رهبری، نظریات اقتضایی رهبری، رهبری اثربخش)
 - ارتباطات (تعریف ارتباطات، فرایند ارتباط، انواع ارتباط، الگهای ارتباطی، دیدگاه اسلام در مورد الگوهای ارتباط انسان، ارتباطات اثربخش، مهارهای ارتباطی، پنجره جو هری)
 - رفتارهای تعاملی و غیرتعاملی تضاد، تعارض)
- بررسی نظریه‌های رفتار سازمانی از دیدگاه اسلام
 - بررسی نمونه‌های مدیریت رفتار سازمانی اثربخش در رفتار حضرت رسول اکرم
 - بررسی نمونه‌های مدیریت رفتار سازمانی اثربخش در رفتار ائمه اطهار
 - بررسی نمونه‌های مدیریت رفتار سازمانی اثربخش در رفتار امام خمینی
 - بررسی نمونه‌های مدیریت رفتار سازمانی اثربخش در رفتار مقام معظم رهبری

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- مبانی رفتار سازمانی، استفن رایبنز، علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۹۷، چاپ چهل و پنجم.
- مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی)، آرین قلی‌پور، انتشارات سمت، ۱۳۹۶.
- مدیریت رفتار سازمانی، علی رضاییان، انتشارات سمت، ۱۳۹۸.
- مدیریت رفتار سازمانی، فرد، گروه، سازمان، ایان بروکس، ترجمه امید مهدیه و قاسم انصاری رنای، نشر کتاب مهربان، ۱۳۹۴.
- موردکاوی‌های مدیریت رفتار سازمانی، علی پیران نژاد، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۷.
- انتظار عدالت و عدالت در سازمان (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته)، علی رضائیان، انتشارات سمت، ۱۳۹۳.
- رفتار سازمانی با رویکرد اسلامی، عباس شفیعی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه



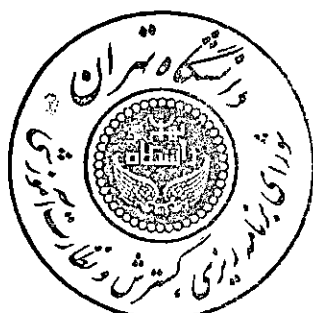
عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مدیریت منابع انسانی	۳			عملی	مدیریت رفتار سازمانی
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت	دارد □	اصلی	نظری ■	
				عملی	
			تخصصی	نظری	
				عملی	
			اختیاری	نظری	
				عملی	
Human Resource Management	۴۸	آموزش تکمیلی عملی	ندارد ■		
				سمینار □	
		سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □	

اهداف درس

نقش اساسی مدیریت در کلیه سطوح موسسات، استفاده مطلوب از منابع انسانی و مادی و کنترل منابع سازمان در جهت حصول هدف‌های معین است. کسب فایده از منابع مادی با به کار بردن شیوه‌های فنی و فناوری امکان دارد. حصول استفاده مطلوب از منابع انسانی و ایجاد روحیه همکاری و کوشش مشترک در سازمان به سهولت امکان‌پذیر نیست. مدیران باید به فلسفه و روش‌های نوین مدیریت منابع انسانی آشنا شوند لذا هدف‌های آموزش در این درس عبارتند از: ۱) آشنا کردن دانشجویان با مفاهیم اساسی مبانی نظری و روش‌های مدیریت منابع انسانی، ۲) بررسی مسائل و مشکلات مدیریت منابع انسانی جاری کشور و چگونگی استفاده از قوانین و مقررات در حوزه مدیریت منابع انسانی در حل این مشکلات، ۳) آشنایی با سیاست‌های نظام اداری کشور مرتبط با حوزه منابع انسانی و قانون مدیریت خدمات کشوری.

سرفصل درس

- تعریف مدیریت منابع انسانی و بررسی اهمیت آن از دیدگاه اسلام
- سیر تحول مدیریت منابع انسانی
- نقش‌های راهبردی و عملیاتی مدیریت منابع انسانی در سازمان
- عوامل موثر در گسترش نقش مدیریت منابع انسانی
- وظایف مدیریت منابع انسانی، تبیین و توجیه دینی و فقهی در انجام وظایف مدیریت منابع انسانی
- برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی، روش‌ها و مدل‌ها
- تجزیه و تحلیل شغل و طراحی شغل با نگاهی اسلامی
- بررسی ویژگی‌های نیروی انسانی و برنامه‌ریزی نیروی انسانی با تکیه بر انسان شناختی اسلامی
- برنامه‌ریزی نیروی انسانی با تاکید بر سیاست‌های کلی اشتغال در کشور
- جذب نیروی انسانی (کارمندیابی، انتخاب، استخدام) همراه با تشریح مواد مرتبط در قانون مدیریت خدمات کشوری
- اجتماعی سازی و جامعه پذیری از نگاه اسلامی
- آموزش و توسعه و آموزش توسعه منابع انسانی در اسلام
- مدیریت ارزیابی عملکرد و مدیریت جبران خدمات (حقوق دستمزد و پاداش)
- آشنایی با روابط کار
- معرفی حوزه‌های جدید در مدیریت منابع انسانی (مدیریت منابع انسانی الکترونیک، حسابداری منابع انسانی، جایزه سرآمدی منابع انسانی و ...)
- منابع انسانی در صنایع خلاق (گردشگری، ورزشی، رسانه)



- منابع انسانی در مشاغل خدماتی
- بررسی نمونه‌های مدیریت منابع انسانی در آیات قرآن
- نمونه‌های مدیریت منابع انسانی شایسته توسط پیامبر و ائمه اطهار
- نمونه‌های مدیریت منابع انسانی شایسته توسط حضرت امام خمینی (ره)
- نمونه‌های مدیریت منابع انسانی شایسته توسط مقام معظم رهبری

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- مبانی مدیریت منابع انسانی، سیدرضا سیدجوادین، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۲.
- مدیریت منابع انسانی (مفاهیم، تئوری‌ها و کاربردها)، آرین قلی پور، انتشارات سمت، ۱۳۹۶.
- مدیریت منابع انسانی مبتنی بر شایستگی، دیوید دبورا، ویلیام راسول، دبورا جو کینگ و لیندا کمپ، ترجمه فرشته امین و فاطمه کرمی، انتشارات انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۷.
- مدیریت منابع انسانی، اسفندیار سعادت، انتشارات سمت، ۱۳۹۸.
- مدیریت منابع انسانی، سید حسین ابطحی، انتشارات موسسه تحقیقات و آموزش و مدیریت، ۱۳۸۹، چاپ هفتم.
- مدیریت منابع انسانی در صنایع خلاق، سید مهدی شریفی، علی حاج محمدی و نفیسه انصاری، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۷.
- مدیریت منابع انسانی اسلامی، علی صیاد قبادی، عقیل صیاد قبادی، نشر پژوهشگر برتر، ۱۳۹۷.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مدیریت بازاریابی	۳			عملی	ندارد
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت	دارد □	اصلی	نظری ■	
	۴۸			عملی	
Marketing Management	آموزش تکمیلی عملی	ندارد □	تخصصی	نظری	
	سفر علمی □			عملی	
		کارگاه □	اختیاری	نظری	
				عملی	
			ندارد ■		
		آزمایشگاه □	سمینار □		

اهداف درس

آشنا کردن دانشجویان با مفاهیم اساسی مدیریت بازار و بازاریابی مشتری محور، شامل بخش‌بندی بازار، استراتژی‌های بازاریابی، بازاریابی محصولات و خدمات و سایر مفاهیم لازم برای ورود و عملکرد موفق دانشجویان در بازار.

سرفصل درس

- مبانی و اصول بازاریابی و مدیریت بازار
- برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی
- بازارشناسی و تحلیل محیط بازاریابی
- تحقیقات بازاریابی
- مدیریت اطلاعات بازاریابی
- بازارهای مصرفی و رفتار خرید مصرف کننده
- بازارهای سازمانی و رفتار خرید سازمان
- تقسیم بازار و انتخاب بازار هدف
- جایگاه یابی شرکت و محصول
- طراحی استراتژی مشتری مدار
- ارزش مشتری کالا، خدمت و برند
- توسعه محصول جدید و استراتژی‌های منحنی عمر محصول
- قیمت و قیمت‌گذاری
- کانالهای بازاریابی و تحول ارزش مشتری
- مدیریت فروش حرفه‌ای
- خرده فروشی و عمده فروشی
- ارتباطات یکپارچه بازاریابی برای اطلاع رسانی ارزش مشتری
- تبلیغات و روابط عمومی
- فروش حضوری و مشوق‌های فروش
- بازاریابی مستقیم و آنلاین



- ارتباط مستقیم با مشتری
- خلق مزیت رقابتی از طریق بازاریابی
- برنامه‌ریزی عملیاتی بازاریابی
- سازمان‌دهی فعالیت‌های بازاریابی
- اجرا و کنترل برنامه بازاریابی
- اصول حرفه‌ای، اخلاقی و اسلامی کسب‌وکار (مکاسب)
- الگوهای اسلامی مدیریت بازار
- بازاریابی جهانی
- مدیریت صادرات و واردات
- بازاریابی پایدار
- بازاریابی صنعتی سازمانی
- بازاریابی خدمات
- مدیریت ارتباط با مشتریان
- بازاریابی الکترونیکی
- مطالعات موردی و مسائل بازاریابی در بافت ایرانی - اسلامی
- دیدگاه‌های اسلامی در بازاریابی و رفتار مصرف کننده

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- مدیریت بازاریابی، فیلیپ کاتلر، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آموخته، ۱۳۹۸.
- اصول بازاریابی، گری آرمسترانگ و فیلیپ کاتلر، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آموخته، ۱۳۹۸.
- مدیریت بازاریابی، احمد روستا، داور ونوس و عبدالحمید ابراهیمی، انتشارات سمت، ۱۳۹۸.
- بازاریابی راهنمای موسسات کوچک، لن راجرز، ترجمه عباس منبخر، انتشارات کتاب ماد، ۱۳۷۵.
- راهنمای جامع برنامه‌ریزی بازاریابی، آنجلا هتن، ترجمه مسعود کرمی، انتشارات رسا، ۱۳۸۷.
- برندسازی و بازاریابی اسلامی، ساختن کسب و کار اسلامی و جهانی، پائول تمپورال، ترجمه احمد روستا و علی صالحی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی
- دیدگاه‌های اسلامی در بازاریابی و رفتار مصرف کننده (برنامه‌ریزی، به کارگیری و کنترل)، بیکرامجیت ریشی، ترجمه حسین علی سلطانی، انتشارات ادیبان روز، ۱۳۹۷
- بازاریابی اسلامی، باکر احمد السرحان، ترجمه کامبیز حیدرزاده، مریم جابری، انتشارات سیته، ۱۳۹۴



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مدیریت استراتژیک	۳			عملی	
			اصلی	نظری ■	
Strategic Management	تعداد ساعت		تخصصی	اختیاری	
	۴۸	دارد □	دارد □	ندارد ■	
					آموزش تکمیلی عملی
	سمینار □	آزمایشگاه □	کارگاه □	سفر علمی □	

اهداف درس

آشنایی دانشجویان با نظریه‌ها و تئوری‌های مدیریت استراتژیک، فنون و فرایندهای مربوط به برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌ها، روش‌های اجرایی مرتبط با استراتژی‌های سازمان و بررسی و تحلیل نمونه‌های موفق در مدیریت استراتژیک می‌باشد.

سرفصل درس

- تعاریف استراتژی و انواع آن، هدف‌بندی، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری
- فرایند مضمون‌بندی استراتژی سازمانی
- ماتریس SWOT و تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدات، نقاط قوت و ضعف
- مشخص کردن گزینه‌ها
- انتخاب و اجرای استراتژی
- آشنایی با تغییرهای استراتژیک سازمانی
- نتیجه‌های انسانی و اجتماعی (منابع انسانی)
- متغیرهای ساختاری (اندازه بازار و تقسیم‌بندی‌های اداری)
- فرهنگ سازمانی
- استراتژی‌های صنعتی
- دیدگاه منبع نگر RBV
- اتحادهای استراتژیک
- مدیریت استراتژیک از دیدگاه اسلام
 - بررسی اقدامات استراتژیک حضرت رسول اکرم در توسعه و بسط دین مبین اسلام
 - بررسی اقدامات استراتژیک ائمه اطهار در توسعه اسلام و آئین تشیع
 - بررسی اقدامات استراتژیک امام خمینی (ره) در بسط و تقویت نظام جمهوری اسلامی
 - بررسی اقدامات استراتژیک مقام معظم رهبری در تقویت و توسعه اقتدار نظام جمهوری اسلامی

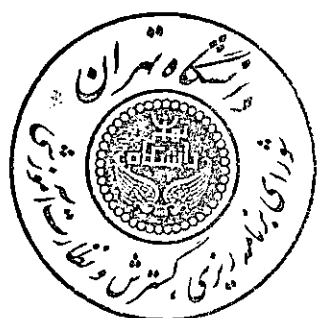
ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		



منابع

- مدیریت استراتژیک، فرد آر. دیوید، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۹۶، چاپ سی‌وپنجم.
- دستنامه مدیریت استراتژیک، هاشم آقازاده، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۸، چاپ دوم.
- تفکر استراتژیک، مفهوم، عناصر و مدل‌ها، عباس منوریان، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۷.
- مبانی مدیریت استراتژیک، جفری هریسون و کارن جان، ترجمه سید محمد اعرابی و رسول الماسی فرد، نشر مهکامه، ۱۳۹۸، چاپ چهارم.
- انسان ۲۵۰ ساله، بیانات مقام معظم رهبری درباره زندگی سیاسی-مبارزاتی ائمه معصومین علیهم السلام، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ۱۳۹۱.
- رویکرد اسلامی به مدیریت استراتژیک، رودریگو فانتین و خالق احمد، ترجمه جلیل دلخواه و سونیا صرامی، کتاب مهربان، ۱۳۹۵.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مدیریت خرید	۳			عملی	
			اصلی	نظری ■	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری	
				عملی	
Purchase Management	۴۸		اختیاری	نظری	
				عملی	
	آموزش تکمیلی عملی		دارد □	ندارد ■	
	سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □	

اهداف درس

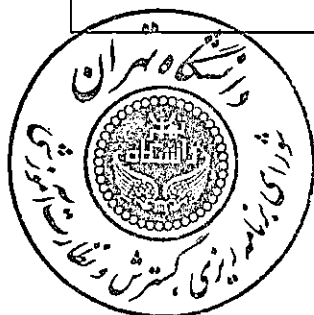
کسب دانش در مدیریت خرید و تدارکات کالاها در سازمان‌های تولیدی و بازرگانی به منظور به حداقل رساندن هزینه‌های مربوط به آن و همچنین شناخت کانالهای توزیع در داخل و خارج کشور به منظور آگاهی از مشکلات آنها و ارائه راه‌حل‌های برای بهبود آنها.

سرفصل درس

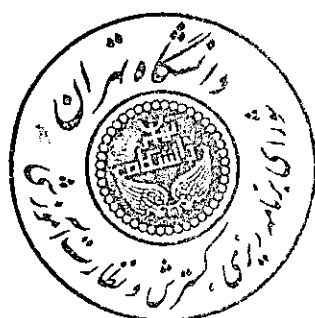
- نقش مدیریت خرید و تدارکات در بازرگانی و اقتصاد ایران
- نقش مدیریت خرید و تدارکات در یک سازمان بازرگانی و تولیدی
- کیفیت کالا، ویژگی‌های خاص و استانداردها در مدیریت خرید
- سیستم‌های خرید داخلی، تعاریف و اصطلاحات
- شناخت منابع خرید
- مناقصه و مزایده
- نکات مهم در عقد قراردادها
- چگونگی مذاکره با فروشندگان در مدیریت خرید
- مراحل خرید از خارج و روش پرداخت در تجارت بین‌المللی
- اصلاح اعتبارات اسنادی
- تجارت متقابل
- اینکوئترمز ۲۰۰۰
- انبارداری و سیستم‌های انبارداری
- کدگذاری کالاها و مدیریت موجودی انبار
- کانال‌های توزیع و انواع آنها
- مدیریت کانال‌های توزیع داخلی و خارجی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		



- سیستم‌های خرید و انبارداری، طهمورث حسنقلی‌پور، رحیم محترم قلاتی و مجید هوشمندی ماهر، نگاه دانش، ۱۳۹۹
- مدیریت خرید و انبارداری، مجید اسماعیل‌پور و طهمورث حسنقلی‌پور، انتشارات یادواره کتاب، ۱۳۸۸
- مدیریت خرید و اصول انبارداری، نادر دیبایی، انتشارات ترمه، ۱۳۹۵، چاپ نهم.
- مدیریت توزیع، کریستوفر مارتین، ترجمه احمد اخوی، چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۸۱.
- مدیریت خرید و سفارشات، سید علیرضا خرم، نشر رسا، ۱۳۹۵، چاپ چهارم.
- مدیریت خرید و سیستم‌های برنامه ریزی و کنترل انبار، علی عباسی، انتشارات ترمه، ۱۳۹۰.
- مدیریت خرید و سفارشات خارجی جامع و اصول و فنون مذاکره بازرگانی، علی عباسی، انتشارات ترمه، ۱۳۹۰.
- مدیریت خرید و انبارداری، رضا توکلی مقدم و رضا قاسمی لسکوکلایه، انتشارات راد نواندیش، ۱۳۸۵.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز	
پژوهش عملیاتی ۱	۳			عملی		
			اصلی	نظری ■		
				عملی		
			عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی
عملی						
Operational research (1)	۴۸		دارد □	اختیاری		نظری
						عملی
				ندارد ■		
						آزمایشگاه □
		آموزش تکمیلی عملی			کارگاه □	
سفر علمی □						

اهداف درس

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و روش‌های ریاضی ارائه شده برای حل مسائل مدیریتی در زمینه بهینه‌سازی و کسب دانش و مهارت در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و حل مسائل سازمانی.

سرفصل درس

- تعریف، تاریخچه ویژگی‌های پژوهش عملیاتی، مدل، انواع آن، فرایند مدل‌سازی، کلیاتی از پژوهش عملیاتی نرم و سخت
- مدل‌سازی مسائل دنیای واقعی در قالب برخی مسائل از نوع برنامه‌ریزی خطی (مدل‌های ترکیب مواد، برنامه‌ریزی تولید، سرمایه‌گذاری چند دوره‌ای، برنامه‌ریزی نیروی انسانی و ...)
- مروری بر مفاهیم برنامه‌ریزی خطی به روش ترسیمی و سیمپلکس در شکل‌های متعارف و غیرمتعارف
- بررسی موارد خاص در حل مسائل برنامه‌ریزی خطی
- آشنایی با مفاهیم مسئله ثانویه، اهمیت و ضرورت مسئله ثانویه، نحوه ساخت و ایجاد مسئله ثانویه، تفسیر اقتصادی مسئله ثانویه، بررسی و تحلیل روابط بین جدول‌های نهایی مسئله اولیه و ثانویه
- روش سیمپلکس ثانویه، بررسی و تحلیل روابط بین جدول‌های نهایی مسئله اولیه و ثانویه
- حل مسائل اولیه و ثانویه و تعیین رابطه بین آن‌ها
- آشنایی با مفهوم تحلیل حساسیت با استفاده از روش ترسیمی و تفسیر اقتصادی جدول سیمپلکس

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- تحقیق در عملیات (جلد اول)، محمدرضا مهرگان، بهروز دری و محمود صارمی، انتشارات سمت، ۱۳۹۴.
- پژوهش عملیاتی: برنامه‌ریزی خطی و کاربردهای آن، محمد رضا مهرگان، نشر سالکان، ۱۳۹۸.
- تحقیق در عملیات، عادل آذر، انتشارات سمت، ۱۳۸۳، چاپ سوم.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	پژوهش عملیاتی ۱
پژوهش عملیاتی ۲	۳			عملی	
			اصلی	نظری ■	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری	
				عملی	
Operational research (2)	۴۸		اختیاری	نظری	
				عملی	
	آموزش تکمیلی	دارد □	ندارد ■		
	عملی	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □	

اهداف درس

در ادامه درس پژوهش عملیاتی ۱، این درس با هدف توسعه دانش دانشجویان در استفاده از مفاهیم و روش‌های ریاضی برای حل مسائل مدیریتی در زمینه بهینه سازی، کسب دانش و مهارت در باب تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و حل مسائل سازمانی ارائه می‌شود.

سرفصل درس

- مروری اجمالی بر مفاهیم اساسی برنامه‌ریزی خطی و روش‌های آن
- روابط بین جداول سیمپلکس
- تحلیل حساسیت، مفاهیم و روش‌ها (در قالب روش ترسیمی و جبری، سیمپلکس) برای پارامترهای سه گانه a_{ij} , b_i , c_j
- برنامه ریزی پارامتری برای اعداد سمت راست و ضرایب تابع هدف
- مدل سازی حمل و نقل در اشکال ساده و مرکب
- حل مسائل حمل و نقل (به دست آوردن جدول موجه ابتدایی و بهبود جواب)
- مدل تخصیص، مدل سازی و روش‌های حل مسئله
- برنامه‌ریزی عدد صحیح، آشنایی با مدل صفر - یک و روش‌های حل مسئله (صفحه برش و شاخه و کران)
- آشنایی مقدماتی با مبانی ریاضی سیمپلکس روابط ریاضی جدول سیمپلکس

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- آشنایی با تحقیق در عملیات، حمدی طه، ترجمه مهدی طلوع، مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۹۴.
- پژوهش عملیاتی: برنامه ریزی خطی و کاربردهای آن، محمد رضا مهرگان، نشر سالکان، ۱۳۹۸.
- تحقیق در عملیات، عادل آذر، انتشارات سمت، ۱۳۸۳، چاپ سوم.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز	
مدیریت مالی ۱	۳			عملی		
			اصلی	نظری ■		
تخصصی	عملی					
	اختیاری		نظری			
دارد □			ندارد ■	عملی		
	آموزش تکمیلی عملی		کارگاه □	آزمایشگاه □		نظری
عملی						
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		Financial Management (1)	۴۸		سمینار □
سفر علمی □	دارد □					آزمایشگاه □

اهداف درس

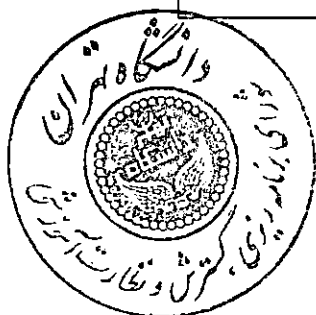
هدف این درس تعلیم روش‌ها و تکنیک‌های متداول مالی به دانشجویان است تا بتوانند با بهره‌برداری از آن در تصمیم‌گیری‌های مالی در سطح مدیران مالی موسسات انجام وظیفه نمایند. به طور کلی در اداره امور سازمان‌های بازرگانی تنها انجام شرح وظایف مربوط به مدیران مالی کافی نیست. روش‌های متداول مالی یکی از مهمترین ابزارهایی است که مدیران مالی باید بدانند تا بتوانند در حفظ و حراست و به کار گرفتن منابع مالی موسسات خصوصی یا ملی شده که جزء منابع مالی جامعه است حداکثر کارایی را داشته باشند.

سرفصل درس

- اصول و فنون مدیریت مالی
 - آشنایی با مدیریت مالی، تجزیه و تحلیل گزارش‌های مالی با استفاده از نسبت‌های مالی / پیش‌بینی سود در رابطه با فعالیت تولید و فروش و استفاده از تکنیک نقطه سر به سر / پیش‌بینی نیازهای مالی؛ بودجه‌بندی، نقش بهره در تصمیمات مالی / تصمیمات سرمایه‌گذاری و تخصیص منابع مالی در شرایط معلوم و نامعلوم / خط مشی و مدیریت سرمایه در گردش / عامل بهره در تصمیم‌گیری‌های مالی / موارد استفاده از اهرم مالی، هزینه‌های سرمایه‌ای / سیاست تقسیم سود سهام و تامین مالی داخلی
- مبانی و روش‌های نظام مالی اسلامی
 - مفروضات و مبانی نظام مالی اسلامی، اصول فقهی حاکم بر نظام مالی اسلام، اصول اخلاقی حاکم بر نظام مالی اسلام، اصول اقتصادی حاکم بر نظام مالی اسلام، مدیریت ریسک و عدم اطمینان در نظام مالی اسلام
 - ابزارهای مالی اسلامی شامل اوراق قرضه، اوراق وقف، اوراق مرابحه، اوراق سلف، اوراق اجاره، اوراق جعاله، اوراق استصناع، اوراق مشارکت، اوراق مضاربه، اوراق مزارعه و مساقات و اوراق بانکی، خصوصیات بازار مالی اسلام، امتیازات بازار مالی اسلام، سازمان و مدیریت نظام مالی اسلامی
- بررسی دیدگاه‌های اسلامی بر مدیریت مالی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		



- مدیریت مالی، رضا تهرانی، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۸.
- مبانی مدیریت مالی: مفاهیم، کاربردها و نظریه‌ها (جلد اول)، هاشم نیکومرام، فریدون رهنمای رودپشتی و فرشاد هیبتی، انتشارات ترمه، ۱۳۸۷.
- مدیریت مالی (جلد اول)، ریموند نوو، ترجمه علی جهانخانی و علی پارسائیان، انتشارات سمت، ۱۳۷۸.
- مدیریت مالی نوین (جلد اول)، استفان راس، راندالف وسترفیلد و بردفورد جردن، ترجمه علی جهانخانی و مجتبی شوری، انتشارات سمت، ۱۳۹۷.
- مدیریت مالی (جلد اول)، محمود یحیی زاده فر و احمد احمدپور، انتشارات دانشگاه مازندران، ۱۳۹۲.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز	
مدیریت مالی ۲	۳			عملی	مدیریت مالی ۱	
			اصلی	نظری ■		
				عملی		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری		
				عملی		
				اختیاری		نظری
						عملی
			Financial Management (2)	آموزش تکمیلی عملی		دارد □
	سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □		

اهداف درس

هدف این درس قراردادن دانشجویان در شرایط تصمیم‌گیری و آشنایی هرچه بیشتر با مسائل واقعی مدیران مالی است.

سرفصل درس

- موارد خاص در تجزیه و تحلیل نسبت‌های مالی
- موارد خاص در مدیریت سرمایه در گردش
- تصمیمات سرمایه گذار کوتاه مدت و بلندمدت
- درس‌هایی از تاریخ بازار سرمایه
- بازده ریسک و خط بازار اوراق بهادار
- نرخ‌های بهره و ارزیابی اوراق قرضه
- ارزیابی سهام
- هزینه سرمایه
- تامین سرمایه
- اهرم مالی و سیاست ساختار سرمایه
- نقدی و سیاست تقسیم سود
- هزینه تامین سرمایه
- مدیریت وجه نقد و نقدینگی
- اعتبارات و موجودی کالا
- اجاره دارایی‌ها
- بررسی مسائل مدیریت مالی پیشرفته از منظر اسلام

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		



منابع

- مدیریت مالی نوین (جلد دوم)، استفان راس، ترجمه علی جهانخانی و مجتبی شوری، انتشارات سمت، ۱۳۹۷.
- مدیریت مالی پیشرفته، حسن قالیباف اصل، شهرام بابالویان و میرسجاد مسجد موسوی، انتشارات بورس و دانشگاه الزهراء، ۱۳۹۴، چاپ چهارم.
- مدیریت مالی ۲، مهدی تقوی، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۸.
- مبانی مدیریت مالی (جلد دوم): مفاهیم، کاربردها و نظریه‌ها، هاشم نیکومرام، فریدون رهنمای رودپشتی و فرشاد هیبتی، انتشارات ترمه، ۱۳۹۵، چاپ هفتم.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
حسابداری صنعتی	۳			عملی	اصول حسابداری ۲
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت	۴۸	اصلی	نظری ■	
				عملی	
				نظری	
				عملی	
				نظری	
				عملی	
Pricing Management	آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■		
				سمینار □	
	سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □		

اهداف درس

سیستم، مفاهیم و انواع بهای تمام شده و همچنین نحوه استفاده از آن در تحلیل برنامه‌ریزی و کنترل مورد بحث قرار می‌گیرد. علاوه بر این محاسبه بهای تمام شده در انواع سیستم‌های بهایابی (سیستم سفارش کار و سیستم مرحله‌ای) تشریح می‌گردد. همچنین در این درس به مفاهیم نوین مرتبط با بهای تمام شده نظیر بهایابی بر مبنای فعالیت (AC) و مدیریت بر مبنای فعالیت پرداخته می‌شود.

سرفصل درس

- بررسی و تحلیل مفاهیم اساسی مدیریت هزینه و نقش آن در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی
- جایگاه حسابداری بهای تمام شده و نحوه استفاده مدیران از اطلاعات آن
- مفاهیم و رفتار بهای تمام شده
- طراحی سیستم بهای تمام شده
- بهایابی سفارش کار
- بهایابی مرحله‌ای
- تخصیص بهای خدمات دواير پشتیبانی به دواير عملیاتی
- بهایابی بر مبنای فعالیت
- مدیریت بر مبنای فعالیت

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- حسابداری صنعتی (جلد اول: برنامه‌ریزی و کنترل)، نشریه شماره ۳۶ سازمان حسابرسي، ۱۳۹۶، چاپ چهل و سوم.
- حسابداری صنعتی (جلد ۱)، محمدقسیم عثمانی و علی قاسم‌زاده، انتشارات ترمه، ۱۳۸۴.
- حسابداری بهای تمام شده ۱، علیرضا مهرآذین، غلامرضا کرمی و ایرج نوروش، انتشارات کتاب نو، ۱۳۸۷.
- حسابداری صنعتی (جلد اول: مفاهیم و کاربردها در هزینه‌یابی)، عزیز عالی‌پور، نشریه شماره ۱۵۸ سازمان حسابرسي، ۱۳۹۸.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
زبان مکاتبات تجاری	۲			عملی	زبان انگلیسی عمومی
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		اصلی	نظری	
				عملی	
English for Business Correspondence	۳۲		تخصصی	نظری ■	
				عملی	
			اختیاری	نظری	
				عملی	
		دارد □	ندارد ■		
آموزش تکمیلی عملی					
سفر علمی □		کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □	

اهداف درس

این درس به تقویت توانایی دانشجویان در نگارش مکاتبات تجاری و روزمره به ویژه ایمیل، اسناد بانکی، شکایات، پاسخ به مکاتبات وارده، قراردادهای حمل و نقل و انبارداری، بیمه و سایر مکاتبات تجاری توجه دارد. انتظار می‌رود دانشجویان قادر به نگارش استاندارد انگلیسی باشند.

سرفصل درس

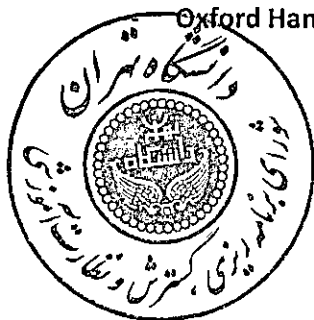
- Letters, Faxes, and Emails
- Content and Style
- Enquiries,
- Replies and Quotations
- Orders
- Payment
- Complaints and adjustments
- Credit
- Banking
- Agents and agencies
- Transportation and Shipping
- Insurance
- Miscellaneous correspondence
- Memos and reports
- Personnel appointments

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

Oxford Handbook of commercial Correspondence, A. Ashley, (2003).



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
کارآفرینی	۲			عملی	ندارد
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت	۳۲	اصلي	نظری	
				عملی	
				نظری ■	
				عملی	
				نظری	
				عملی	
Entrepreneurship	آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■		
				سمینار □	
	سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □		

اهداف درس

سیاست‌های دو دهه اخیر نظام جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر تشویق کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای خصوصی و شخصی بوده است و در این راه تلاش‌های متعدد علمی و عملی نیز صورت گرفته است. کارآفرینی و تلاش بر وسعت روزی از طریق ارائه ارزش در اسلام نیز بسیار مورد تاکید قرار گرفته است. نظر به اینکه یکی از اهداف دوره مدیریت بازرگانی آماده سازی فارغ‌التحصیلان برای ایجاد کسب و کار و توانمندسازی آن‌ها برای تاسیس و مدیریت شرکت‌های نوپا و توسعه آنهاست، این درس به عنوان یک درس تخصصی با هدف ایجاد درکی فراتر از مفاهیم پایه‌ای در دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی طراحی شده است. با چنین رویکردی، این درس پس از معرفی مفاهیم محوری کارآفرینی و مصادیق عملی کارآفرینی در سطح فردی و شرکتی، نظریه‌های مهم را به دانشجویان می‌آموزاند تا شناخت نظری مناسبی در سطح کارشناسی را در ذهن آن‌ها ایجاد کند. سپس دانشجویان از طریق نگارش یک طرح کسب و کار با هدف تاسیس یک کسب و کار نوین برپایه شناسایی فرصت، ابعاد مختلف کارآفرینی از شناسایی فرصت تا طرح و ارزیابی ایده، به کارگیری منابع، جمع‌آوری تیم، مراحل رشد کسب و کار و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی برای رشد آشنا می‌کند. انتظار می‌رود علاوه بر دانش مدیریتی کسب و کار، با گذراندن این درس دانشجویان به درک خوبی از کارآفرینی در اقتصاد اسلامی و تمایز آن با رویکردهای اقتصاد برنامه‌ریزی مرکزی و سوسیالیستی دست یافته و به اهمیت کارآفرینان به عنوان موتور محرک اقتصاد در برنامه‌های کلان نظام جمهوری اسلامی پی می‌برند. انتظار می‌رود که این درس دانشجویان را هم برای اقدامات کارآفرینی در قالب کارآفرینی فردی و تاسیس کسب و کارهای نوپا (New Venture Creation) و هم برای اقدامات کارآفرینی سازمانی (Organizational Entrepreneurship) در قالب کارشناسان و مدیران شرکت‌های بازرگانی آماده سازد.

سرفصل درس

- کارآفرینی و کسب و کار از دیدگاه در اسلام
- دیدگاه ساخت فرصت: تخریب خلاق شومپتر و کارآفرین برهم‌زننده تعادل
- کشف فرصت: دیدگاه کرزنر و کارآفرین تعادل‌ساز
- نوآوری‌های برانداز، نوآوری‌های تدریجی، نوآوری‌های تقلیدی
- تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه: گوش‌به‌زنگی کارآفرینانه، دالان فرصت، شبکه اجتماعی
- الگوریتم تشخیص فرصت کارآفرینانه: ابزار آنتونی اولویک
- مدیریت فرصت: رصد، پایش، معنابخشی، ارزیابی فرصت
- مدیریت ایده: شکل‌گیری ایده مبتنی بر فرصت
- تئوری‌های اقتصادی و غیر اقتصادی کارآفرینی
- ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری کارآفرینان



- شیوه های سنجش کارآفرینی
- مرور مدل های کسب و کار عمومی
- نگارش طرح کسب و کار
- بازاریابی و توسعه محصول کارآفرینانه
- بررسی سیاست های اقتصادی کارآفرینانه نظام جمهوری اسلامی ایران

ارزشیابی

پروژه	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

منابع برای نظریه ها:

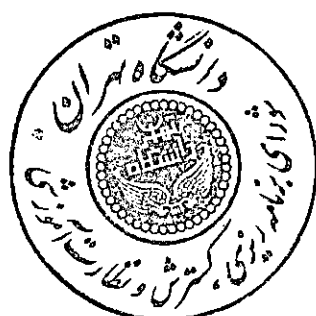
- کارآفرینی: تعاریف نظریات و الگوها، محمود احمدپور داریانی، انتشارات پردیس ۵۷، ۱۳۸۱.
- کارآفرینی چیست و چگونه می توان آن را اندازه گیری کرد؟، اورسن ینس، یورگنسن راسموس و مالچو-مولر نیکلای، ترجمه آیدین سلام زاده، انتشارات پیشبرد، ۱۳۹۸.
- کارآفرین اندیشمند، به سوی سفر کارآفرینانه، دیمو دیموو، ترجمه امیر امامی و مهتا موقر، انتشارات ادیبان روز، ۱۳۹۸.

منابع برای طرح ریزی فعالیت های عملی و کاربرگها:

- **New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century.** Spinelli, J.& Adams, R. (2014), Mc Graw Hill.
- **New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century.** Timmons, J and Spinelli, J. (2009), McGraw Hill.

منابع برای نگارش طرح کسب و کار:

- کتاب جامع طراحی و تدوین طرح کسب و کار، رضا محمدکاظمی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۹، چاپ دوم
- **How To Write A Business Plan: The fastest 10-step guide to write your first business plan,** Oliver, P. (2016), Concise Reads; 1 edition
- **How to Write a Business Plan.** McKeever, M. (2004), Nolo publishin.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مدل‌های کسب‌وکار	۲			عملی	
			اصلی	نظری	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	عملی	
Business Models	۳۲	اختیاری	نظری ■	کارآفرینی (پیش‌نیاز یا هم‌نیاز)	
			عملی		
	ندارد ■	نظری			
	دارد □	عملی			
	آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■	سمینار □	
سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □			

اهداف درس

مدل کسب‌وکار به عنوان طرحی راهبردی و هادی درباره نحوه اداره یک شرکت در فضای کسب‌وکار اهمیت بسزایی یافته است. به ویژه از سال ۲۰۱۰ با انتشار کتاب خلق مدل کسب‌وکار توسط استروالد و پیگنیور و سپس در سال ۲۰۱۱ با کتاب مدل‌های کسب‌وکار ویرتز بحث مدل‌های کسب‌وکار به جزء لاینفک هر کارگاه، کلاس، دوره و رشته مربوط به کسب‌وکار و بازرگانی بدل شده به نحوی که ابزارهای آن همچون بوم کسب‌وکار، بوم ارائه ارزش مشتری و بوم‌های آزمون فرضیات کسب‌وکار تبدیل به عناصر همیشگی کلاس‌های تحلیل کسب‌وکار شده‌اند. این درس با توجه به اهمیت بنیادین شناخت و طراحی مدل کسب‌وکار در درک شرکت‌ها و سازمان‌های تجاری و نیز تحلیل تغییرات در منطق کسب‌وکار با توجه به تغییرات شرایط محیطی به عنوان یک درس اصلی برای دانشجویان مدیریت بازرگانی ارائه شده است و انتظار می‌رود که دانشجویان بتوانند با گذراندن این درس قادر به تحلیل کسب‌وکارهای موجود در بازارهای مختلف، شناسایی نقاط قوت و ضعف آن‌ها، درک تغییرات لازم برای آن‌ها جهت تطابق با تغییرات محیطی، و طرح‌ریزی کسب‌وکارهای جدید برای پاسخ به نیازهای بازار باشند. همچنین انتظار می‌رود توان کار با ابزارهایی همچون بوم کسب‌وکار، بوم ارائه ارزش پیشنهادی به مشتری و نیز بوم‌های آزمون فرضیه‌های کسب‌وکار را حاصل کنند.

سرفصل درس

- آشنایی با مدل‌های کسب‌وکار
- آشنایی با بوم کسب‌وکار و اجزای نه گانه
- آشنایی با الگوهای مدل‌های کسب‌وکار
 - مدل‌های کسب‌وکار تفکیکی
 - مدل‌های کسب‌وکار دنباله بلند
 - مدل‌های کسب‌وکار پلتفرمی و چندوجهی
 - مدل‌های کسب‌وکار ارزش رایگان
 - مدل‌های کسب‌وکار باز
- طراحی‌های مدل کسب‌وکار
 - بینش مشتریان
 - ایده پردازی
 - تفکر تصویری



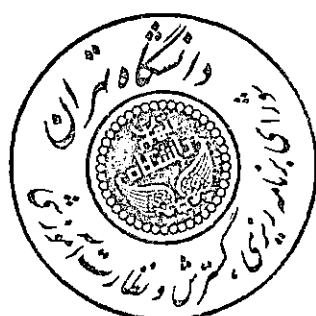
- نمونه‌سازی
- داستان‌سرایی
- سناریوپردازی
- راهبردهای مدل کسب‌وکار
 - محیط مدل کسب‌وکار
 - ارزیابی مدل کسب‌وکار
 - استراتژی اقیانوس آبی
 - مدیریت چندین مدل کسب‌وکار
- فرایندهای طراحی مدل کسب‌وکار
- دورنما در مدل کسب‌وکار
- موردکاوی و بررسی مدل‌های کسب‌وکار متنوع
- بررسی مدل‌های کسب و کار سازمان‌های موفق ایرانی و اسلامی

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- خلق مدل کسب‌وکار، الکساندر استروالدر و ایو پیگنیور، ترجمه غلامرضا توکلی، بابک وطن‌دوست، حسام‌الدین ساروقی و بهامین توفیقی، انتشارات آریانا قلم، ۱۳۹۸.
- طراحی ارزش پیشنهادی، الکساندر استروالدر، ایو پیگنیور، گرگ برنارد و آلن اسمیت، ترجمه بابک وطن‌دوست، حسام‌الدین ساروقی، مینا نجفیان و اصغر عطایی، انتشارات آریانا قلم، ۱۳۹۸.
- مدل کسب‌وکار: از مفاهیم تا اجرا، نسترن حاجی حیدری و عاطفه سادات حسینی کیا، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۵.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	کارآفرینی (پیش نیاز یا هم نیاز)
محیط کسب و کار ایران	۲			عملی	
			اصلی	نظری	
تخصصی	عملی				
	اختیاری	نظری ■			
دارد □		ندارد ■	عملی		
	آموزش تکمیلی عملی		کارگاه □	نظری	
سفر علمی □		آزمایشگاه □		عملی	
	Business Environment of Iran		۳۲	سمینار ■	

اهداف درس

درحالی که یکی از گلايه‌های بزرگ کارفرمایان از فارغ‌التحصیلان رشته‌های بازرگانی عدم آشنایی آن‌ها با محیط کسب و کار کشور می‌باشد، این درس با هدف درک صحیح دانشجویان از محیط کسب و کار کشور، نهادهای حمایتی و قانونی، فرصت‌ها و چالش‌های ناشی از فضای نهادی کشور، این نقیصه را برطرف می‌سازد و نهادهای رسمی و غیررسمی تسهیلگر کسب و کار در کشور و نیز چالش‌های پیش روی کسب و کارها را به آن‌ها معرفی می‌کند. طی این درس دانشجویان علاوه بر آشنایی با محیط‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، فناورانه و قانونی، با شاخص‌های کلیدی محیط کسب و کار آشنا شده و قابلیت تجزیه و تحلیل و درک بهتر این شاخص‌ها را به دست می‌آورند.

سرفصل درس

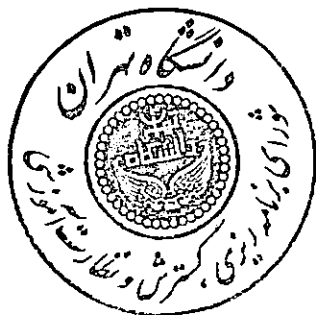
- تعاریف و تئوری‌های محیط کسب و کار
- سطوح خرد، میانی و کلان محیط کسب و کار
- محیط‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، فناورانه، و قانونی
- نهادهای رسمی و غیر رسمی در محیط کسب و کار
- دولت‌ها و بازارها
- بازیگران کلیدی محیط کسب و کار ایران
- قوانین حاکم بر محیط کسب و کار ایران
- شاخص‌های محیط کسب و کار ایران
- ابزارها، تکنیک‌ها و مدل‌های تحلیل محیط کسب و کار

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- محیط کسب و کار: نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها، محمد علی مرادی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۸، چاپ دوم.
- محیط کسب و کار، آین ورتینگتون و کریس بریتون، ترجمه حمید پاداش، بهمن خداپناه و مهدی ابراهیم زاده، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۸.



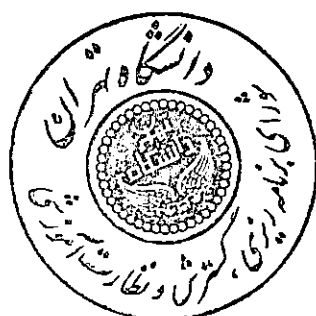
عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مدیریت تبلیغات و برند	۲			عملی	مدیریت بازاریابی
			نظری		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		اصلی		
			عملی		
Advertising and Brand Management	۳۲		تخصصی		
		نظری ■			
		عملی			
		اختیاری			
دارد □	ندارد ■	نظری	سمینار □		
		عملی			
آموزش تکمیلی	دارد □	آزمایشگاه □	سفر علمی □		
عملی	کارگاه □				

اهداف درس

تبلیغات از ارکان اصلی تجارت در جهان معاصر است و تقریباً تمام کسب و کارها چه صنعتی و چه مصرفی با تبلیغات برای شناساندن خود به مشتریان بالقوه و بالفعل سر و کار دارند. انتظار می‌رود که با گذراندن این درس دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی با اصول تبلیغات آشنا شوند، سازوکارهای تاثیر بر ذهن مخاطبان تبلیغ را بیاموزند، سه گانه مخاطب هدف، پیام تبلیغاتی و کانال تبلیغ را به خوبی تحلیل کنند و قادر به انتخاب یک راهبرد تبلیغاتی و اجرای آن در قالب یک برنامه‌ریزی تبلیغاتی باشند. علاوه بر این با توجه به اهمیت نام تجاری در تبلیغات انتظار می‌رود که دانشجویان با اصول مدیریت نام تجاری آشنا شوند و رویکردهای متنوع به نام تجاری را آموخته و در رویکردی منسجم در برنامه‌ریزی و راهبرد تبلیغات خود لحاظ کنند.

سرفصل درس

- اصول تبلیغات
 - چیستی تبلیغات تجاری و هدف‌های آن
 - محیط تبلیغاتی، بازیگران تبلیغات
 - اصول تبلیغ در اسلام
 - ملاحظات اخلاقی در تبلیغات
- روانشناسی ذهن مصرف کننده
 - تصمیم خرید درگیرکننده و یا کم‌درگیرانه
 - طبقات ذهنی مخاطب
 - اشارتگر محصول، نمادها
- پیام‌های تبلیغاتی اثربخشی
 - عناصر آگهی و تبلیغات اثربخش
 - خلاقیت در تبلیغات
 - موسیقی، نور، تصویر، متن و عملیات ساخت آگهی‌های تبلیغاتی
 - یادگیری
- شناسایی مخاطبان هدف
 - بخش‌بندی بازار تبلیغاتی
 - شناسایی کانال‌های تبلیغاتی
 - راهبردهای اقناع مخاطب



- انتخاب کانال‌های ارسال پیام
 - رسانه‌های جمعی
 - رسانه‌های چاپی
 - رسانه‌های تخصصی
 - رسانه‌های آنلاین
 - رسانه‌های اجتماعی
- برنامه‌ریزی تبلیغات تجاری
- کارزارهای تبلیغاتی
- اصول مدیریت برند
 - مفهوم برند
 - اصطلاحات کلیدی در مدیریت برند
 - رویکردهای متنوع در مدیریت برند
- بررسی تبلیغات در اسلام
 - بررسی آیات قرآن درباره تبلیغ و ارشاد
 - بررسی اقدامات تبلیغی صورت گرفته توسط حضرت رسول اکرم
 - بررسی اقدامات تبلیغی صورت گرفته توسط ائمه اطهار

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- مدیریت برند؛ از مبانی تا پیشرفته، شهریار عزیزی، انتشارات کتاب مهربان، ۱۳۹۸.
- تبلیغات تجاری، اصول و شیوه‌های عمل، ویلیام ولز، جان برنت و ساندرا موریارتی، ترجمه سینا قربانلو، نشر مبلغان، ۱۳۹۲.
- مدیریت تبلیغات، مسعود کیماسی، علی عمویی اوجاکی و آوا شفیعی، ادبیان روز، ۱۳۹۷.
- تبلیغات و برند، احمد عسکری، انتشارات نظری، ۱۳۹۷.
- روانشناسی تبلیغات تجاری، ماکس ساترلند، ترجمه سینا قربانلو، نشر مبلغان، ۱۳۹۱.
- برنامه‌ریزی رسانه‌های تبلیغاتی با رویکردی به مدیریت نام تجاری، دونالد دبلیو، لری دی کلی و جاگن هیمر، ترجمه احمد روستا و فرزاد مقدم، انتشارات سیت، ۱۳۹۴.
- مدیریت برند؛ پژوهش، تئوری و عمل، موگنز بجیر، شارلوت اف. کنادتز و تیلده هدیگ، ترجمه لیلا غلامی و حسین نوروزی، انتشارات فوژان، ۱۳۹۵.
- اصول تبلیغ در اسلام، علی اصغر هدایت نژاد، انتشارات اسرار علم، ۱۳۹۱.
- تبلیغات دینی: ابزار و شیوه‌ها، احمد رزاقی، ناشر سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ و نشر، ۱۳۷۷.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
تجارت الکترونیک	۲			عملی	مدیریت بازاریابی
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت	نوع واحد	پایه	نظری	
				عملی	
				نظری ■	
				عملی	
Electronic Commerce	۳۲	نوع واحد	پایه	نظری	
				عملی	
				ندارد ■	
				ندارد	
آموزش تکمیلی عملی	دارد □	دارد □	آزمایشگاه □	سمینار □	
سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □		

اهداف درس

بررسی مبانی تجارت الکترونیکی و نقش آن در فرایند و عملکرد کسب و کارها و آشنا ساختن دانشجویان با مفاهیم، مدل‌ها، تکنیک‌های طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های تجارت الکترونیکی

سرفصل درس

- مقدمه‌ای بر کسب و کار الکترونیکی
- برنامه‌ریزی استراتژیک و فرایند کسب و کار
- حرکت از تجارت سنتی به تجارت الکترونیکی
- تاثیر مدیریت دانش در تجارت الکترونیکی
- انواع تجارت الکترونیکی شرکت با فرد B2C و شرکت با شرکت B2B
- تبادل الکترونیکی داده‌ها (EDI)
- مدل‌های تجارت الکترونیکی
- امنیت در تجارت الکترونیکی: رمزنگاری و امضای الکترونیکی
- زیرساخت و سیستم‌های پرداخت تجارت الکترونیکی
- نرم‌افزارهای تجارت الکترونیکی
- لایه سوکت امن SSL
- تراکنش‌های امن در تجارت الکترونیکی (SET)
- پول الکترونیکی و کیف پول الکترونیکی
- طراحی وبسایت‌های تجارت الکترونیکی
- موارد قانونی در تجارت الکترونیکی
- تجارت الکترونیکی از طریق موبایل
- مسائل جاری، نوین و تکمیلی تجارت الکترونیکی
- مسائل حقوقی عمده در تجارت الکترونیکی
- قوانین مربوط به دامنه و مربوط به نشر آنلاین در تجارت الکترونیکی

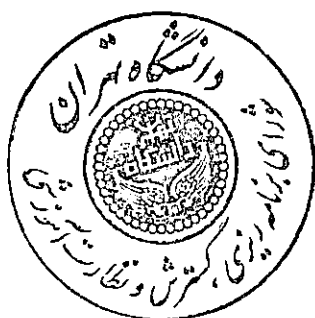
ارزشیابی



پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- اقتصاد تجارت الکترونیکی، محمود محمودزاده، روح الله نوری و پریسا یعقوبی منطری، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۹.
- کاربردهای تجارت الکترونیکی، سعید فتحی، روح الله نوری، محمدرحیم اسفیدانی، حمید اسفیدانی و محمد ابوبی اردکانی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۹.
- مدیریت راهبردی تجارت الکترونیکی، روح‌الله نوری، سعید فتحی و شهریار عزیزی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۰.
- استانداردهای تجارت الکترونیکی، محمد رحیم اسفیدانی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۹.
- تجارت الکترونیکی، محمد فتحیان و رامین مولاناپور، انتشارات آنی نگر، ۱۳۹۳.
- مبانی تجارت الکترونیکی، دیوید کینگ و افرایم توربان، ترجمه امیر مائیان و محمدرضا زندی‌منش، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۷.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
بازاریابی دیجیتال	۲			عملی	مدیریت بازاریابی
			نظری	اصلی	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		عملی		
		نظری ■	تخصصی		
Digital Marketing	۳۲	عملی		اختیاری	
		نظری			
		عملی	ندارد ■	دارد □	
		آموزش تکمیلی عملی			
			آزمایشگاه □	سمینار □	

اهداف درس

همه‌گیری شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال سبب شده است که بازاریابی در عرصه‌های دیجیتال تبدیل به یکی از مهارت‌های الزامی دانشجویان مدیریت بازرگانی شود. انتظار می‌رود دانشجویان پس از گذراندن این درس قادر به تدوین کمپین‌های بازاریابی در فضای دیجیتال و انتخاب استراتژی‌های مناسب محتوا و شلترم برای برقراری ارتباط مناسب بازاریابی با مخاطبان مورد نظر باشند.

سرفصل درس

- مبانی بازاریابی دیجیتال و استراتژی‌های بازاریابی محتوایی
- استراتژی‌های پلتفرم و توزیع و آمیخته رسانه‌ای
- بازاریابی و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی و کمپین‌های تبلیغاتی دیجیتال
- تحلیل داده‌های تجاری
- تحلیل موتورهای جستجو
- برندسازی دیجیتال
- مدیریت مشتریان آنلاین

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- سرآمدی در بازاریابی الکترونیک؛ طراحی و بهینه سازی دیجیتالی در بازاریابی، دیو چیفی، پل راسل اسمیت، ترجمه مهران رضوانی، کبری گودرزی و مجتبی صفی پور رشوانلو، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۶.
- استراتژی بازاریابی دیجیتال: رویکردی یکپارچه به بازاریابی آنلاین، سیمون کینگز نورث، ترجمه سیروس اعتضادی آملی، ۱۳۹۸.
- مدیریت بازاریابی دیجیتال، دبرا زاهای، ترجمه کامبیز حیدر زاده و رضا رادفر، نشر علم، ۱۳۹۶.
- بازاریابی دیجیتال در مراکز خرید و مال‌ها (شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌ها و برنامه‌های وفاداری)، شورای انجمن بین‌المللی مراکز خرید، ترجمه کامبیز حیدر زاده و علی مریم نژاد اصل، نشر تمدن علمی، ۱۳۹۶.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	مدیریت بازاریابی	
بازاریابی بین‌المللی	۲			عملی		
			نظری	اصلی		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		عملی	تخصصی		
			نظری ■	اختیاری		
International Marketing	آموزش تکمیلی عملی		دارد □	ندارد ■		عملی
			سفر علمی □	کارگاه □		آزمایشگاه □
			سمینار □			

اهداف درس

جهانی شدن اقتصاد و رواج الگوهای تجارت بین‌المللی اهمیت اشکال متنوع حضور در بازارهای بین‌المللی برای شرکت‌های داخلی را افزایش داده است. سیاست اقتصادی کشور ما نیز در سه دهه گذشته برپایه جداسازی از اقتصاد نفتی بوده است که در نتیجه، گسترش حضور در بازارهای منطقه و جهانی برای افزایش قدرت اقتصادی کشور و کسب درآمدهای ارزی بسیار مورد تاکید و توجه قرار گرفته است. این درس با هدف ایجاد درک مناسب از بازاریابی در بازارهای بین‌المللی برای دانشجویان مدیریت بازرگانی طراحی شده است و انتظار می‌رود دانشجویان را با تحلیل بازارهای هدف، نحوه تعامل با فرهنگ‌های متنوع، شیوه‌های گوناگون ورود به بازارهای بین‌المللی، مدیریت و سازماندهی حضور در این بازارها آشنا کند.

سرفصل درس

- مبانی بازاریابی بین‌المللی، تجارت بین‌المللی، تشکلهای اقتصادی
- تجزیه و تحلیل محیطی: مطالعات اقتصادی، مطالعات فرهنگی، مطالعات سیاسی
- تجزیه و تحلیل بازار: ارزیابی کشورها، ارزیابی رفتار مصرف کنندگان، تحقیق بازاریابی بین‌المللی
- تدوین استراتژی: استراتژی بازاریابی بین‌المللی، استراتژی‌های ورود به بازار بین‌المللی، معاملات متقابل
- برنامه‌ریزی عملیات بازاریابی: برنامه‌ریزی کالا و خدمات، قیمت گذاری، برنامه ترفیع فروش، کانالهای توزیع، صادرات کالا
- مدیریت بازاریابی بین‌المللی: سازماندهی و نیروی انسانی، برنامه‌ریزی و کنترل
- آشنایی با نمونه‌های حضور شرکت‌های ایرانی در بازارهای منطقه و جهانی و چالش‌ها و موفقیت‌های آنها
- موردکاوی نمونه‌های بازاریابی بین‌المللی در شرکت‌های جهانی
- نمونه‌های موفق بازاریابی اسلامی در کشورهای غیراسلامی
- نمونه‌های موفق بازاریابی اسلامی در کشورهای اسلامی
- موردکاوی بازاریابی بین‌المللی غذای حلال

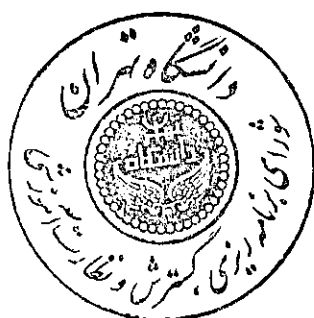
ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع



- بازاریابی بین‌المللی، محمد علی بابایی زکلیکی، انتشارات سمت، ۱۳۹۶.
- بازاریابی بین‌المللی، فیلیپ کاتئورا و جان گراهام، ترجمه هاشم نیکومرام و محمد علی عبدالوند، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۹۰.
- مدیریت بازاریابی بین‌المللی، حسین نوروزی و سهیل نجات، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۵.
-



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
بازرگانی بین‌المللی	۲			عملی	اقتصاد کلان
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت	۳۲	اصولی	نظری	
				عملی	
				نظری ■	
				عملی	
				نظری	
				عملی	
International Business	آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■		
				سمینار □	
	سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □		

اهداف درس

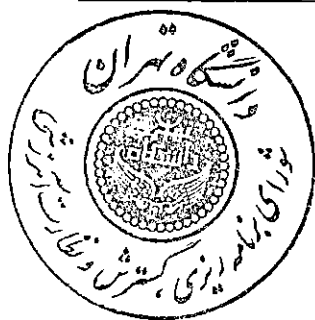
آشنایی دانشجویان با مفاهیم بازرگانی بین‌المللی و نهادهای مرتبط با بازار بین‌الملل.

سرفصل درس

- دیدگاه و نظریات بازرگانی بین‌المللی
- جنبه‌های سیاسی و نقش دولت‌ها در تجارت بین‌الملل
- پیدایش تشکلهای اقتصادی در جهان
- استراتژی‌های بازرگانی در عرصه جهانی
- مدیریت تولید و عملیات در قلمرو جهانی
- مفاهیم و محدودیت‌های بازرگانی بین‌المللی
- جایگاه شرکت‌های فراملی و چشم‌اندازهای آینده
- استراتژی‌های ورود به بازار بین‌المللی
- اینکوترمز و اصطلاحات بازرگانی
- موافقتنامه‌های بین‌المللی
- ابزارهای سیاست بازرگانی
- دیدگاه اسلام بر تجارت بین‌المللی
- بررسی احکام اسلام در تجارت میان مسلمین و غیرمسلمین
- بررسی و ارزیابی تجارت بین‌المللی میان کشورهای اسلامی و غیراسلامی
- الگوهای مذاکرات بازرگانی بین‌المللی از دیدگاه اسلام

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		



- کتاب جامع بازرگانی بین‌الملل، هاشم آقازاده و احسان سلطانی‌فر، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۷، چاپ دوم.
- بازرگانی بین‌المللی، نظریه‌ها و کاربردها، محمد حقیقی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۶.
- بازرگانی بین‌الملل، تئوری‌ها و کاربردها (با رویکرد مدیریت صادرات و واردات)، رحیم محترم و رضا نصیری سوادکوهی، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۶، چاپ دوم.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
تحقیقات بازار	۲			عملی	مدیریت بازاریابی
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت	دارد □	اصلی	نظری	
				عملی	
				نظری ■	
				عملی	
				نظری	
				عملی	
				ندارد ■	
Market Research	۳۲	دارد □	کارگاه □	سفر علمی □	سمینار □

اهداف درس

درس تحقیقات بازاریابی به دانشجویان مدیریت بازرگانی شیوه بررسی بازار و چگونگی انجام پژوهش در بازار برای شناسایی فرصت‌های بازار و استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی بازاریابی را می‌آموزاند. در حقیقت این درس مکمل درس نظری بازاریابی و مدیریت بازار است و کمک می‌کند که دانشجویان نظریه و اجرا را با هم بیاموزند و بتوانند آنچه در درس بازاریابی آموخته‌اند را برای شناسایی واقعی بازار به کار گیرند.

سرفصل درس

- اهمیت و کلیات تحقیقات بازاریابی
- محیط شناسی در بازاریابی
- پژوهش‌های کاربردی در حوزه محصول، قیمت، توزیع و پخش، تبلیغات
- سایر حوزه‌های پژوهش‌های بازار
- تحقیقات بازاریابی و فرصت‌یابی در بازار
- سیستم‌های اطلاعاتی بازاریابی و منابع اطلاعاتی
- شناخت سازمان تحقیقات بازاریابی
- فرایند تحقیقات بازاریابی
- راهکارهای شناسایی موضوع و تعریف مسئله
- انواع طرح‌های تحقیق و نحوه تعریف طرح تحقیق بازاریابی
- روش‌های گردآوری اطلاعات
- مبانی سنجش و اندازه‌گیری و روش‌های تحلیل
- تهیه گزارش تحقیق بازاریابی
- مسائل اخلاقی در تحقیقات بازاریابی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		



منابع

- تحقیقات بازاریابی (نگرشی کاربردی)، داور ونوس و عبدالحمید ابراهیمی، انتشارات سمت، ۱۳۸۸، چاپ نهم.
- تحقیقات بازاریابی، نارش کی مالهوترا، ترجمه کامبیز حیدزاده و بهار تیمورپور، انتشارات مهربان نشر، ۱۳۹۷.
- تحقیقات بازاریابی، زهره دهدشتی شاهرخ، انتشارات سمت، ۱۳۸۹.
- قضایایی در بازاریابی و مدیریت بازار، داور ونوس، انتشارات سمت، ۱۳۸۷، نوبت چاپ ششم.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	ندارد
مدیریت شبکه‌های اجتماعی	۲			عملی	
			اصلی	نظری	
تخصصی	عملی				
	اختیاری		نظری ■		
دارد □			عملی		
	آموزش تکمیلی عملی		نظری		
سفر علمی □		عملی			
	دارد □	ندارد ■	آزمایشگاه □	سمینار □	

اهداف درس

شبکه‌های اجتماعی تبدیل به یکی از عناصر دائمی ارتباطات روزمره و تجاری ما شده‌اند و فعالیت کسب‌وکارها نیز بر روی این شبکه‌ها بسیار زیاد است به نحوی که مفاهیمی مثل تجارت اجتماعی و Social Commerce بر روی شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته‌اند. این درس دانشجویان را با مبانی اساسی شبکه‌های اجتماعی آشنا می‌کند و آن‌ها را به دانشی فراتر از کاربردهای روزمره آن‌ها مجهز می‌سازد. این درس با محوریت قراردادن پلتفرم‌ها به عنوان بسترهای مبادله ارزش توسط ذینفعان، اشکال جدید کسب‌وکارهای نوظهور در جهان همچون اقتصاد اشتراکی و جمع‌سپاری منابع، دانشجویان را برای استفاده تجاری و کارآفرینانه از این شبکه‌های اجتماعی آماده می‌کند و همچنین به آن‌ها توانایی تحلیل شبکه‌های اجتماعی نوپدید آینده را می‌دهد.

سرفصل درس

- آشنایی با نسل‌های وب ۱ تا ۳؛ وب شناختی، وب ارتباطی و وب هم‌آفرین
- آشنایی با مفهوم پلتفرم و تغییر از زنجیره ارزش به شبکه ارزش
- آشنایی با مفاهیم شبکه؛ حجم شبکه، اثرات بیرونی، انواع روابط ذینفعان در شبکه، نقطه جوش شبکه.
- مدل موشکی و مراحل رشد پلتفرم‌ها
- استراتژی‌های توسعه پلتفرم‌ها و مدل‌های کسب‌وکار آن‌ها
- آشنایی با امکان‌پذیری‌های شبکه‌های اجتماعی
- تحلیل کسب‌وکارهای پلتفرمی و شبکه‌های اجتماعی
- حاکمیت پلتفرمی و مدیریت شبکه‌های اجتماعی
- مسائل اخلاقی و اسلامی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	
		نوشتاری	عملکردی
		■	

منابع

- درآمدی بر مدیریت شبکه‌های اجتماعی و کسب‌وکارهای پلتفرمی، داتیس خواجه‌نیا، انتشارات ادیبان روز، ۱۳۹۸.
- مدیریت رسانه‌های اجتماعی، ایمی وان‌لوئی، ترجمه طاهر روشندل ارتباطی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۶.



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مذاکره و ارتباطات تجاری	۲			عملی	ندارد
			نظری		
Negotiaon and Business Communication	۳۲		اصلی	عملی	
			تخصصی	نظری ■	
				عملی	
			اختیاری	نظری	
		عملی			
دارد □	ندارد ■	سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □

اهداف درس

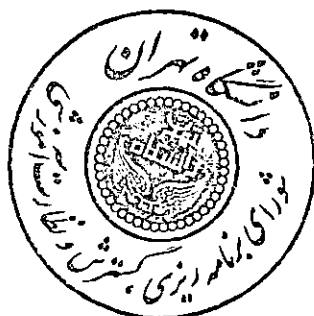
مهارت‌های مذاکره و ارتباطات اثربخش از مهم‌ترین مهارت‌های کارشناسان بازرگانی و تاجران و افراد فعال در حوزه‌های بازرگانی است که به قراردادهای تجاری موفق می‌انجامد. در بسیاری از دانشگاه‌ها و مدارس کسب‌وکار همپای تدریس نظری درس‌های کسب‌وکار و بازرگانی، به آموزش عملی نحوه ارتباط، آداب معاشرت و تعامل نیز پرداخته می‌شود. این درس به دانشجویان نحوه برقراری ارتباطات تجاری، اصول و فنون مذاکره و اقناع، زبان بدن، رعایت اتیکت و نحوه انجام آداب در مذاکرات تجاری بین‌الملل را می‌آموزاند و آن‌ها را به مهارت‌های رفتاری لازم برای ارتباط اثربخش و قراردادهای موفق مجهز می‌کند.

سرفصل درس

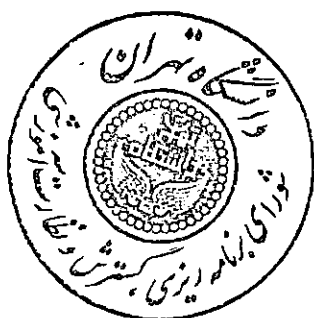
- اصول ارتباطات تجاری
- اصول و فنون مذاکره
- ارتباطات اقناعی
- اتیکت و آداب معاشرت در ارتباطات تجاری بین‌المللی
- زبان بدن
- مسائل فرهنگی در ارتباطات تجاری
- بررسی نمونه‌های موفق و ناموفق ارتباطات تجاری
- رعایت مسائل اسلامی در ارتباطات تجاری
- مسائل اخلاقی در ارتباطات تجاری
- بررسی نمونه‌های موفق اجرای فنون مذاکره توسط نمایندگان کشورمان در صحنه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی بین‌المللی
- بررسی نمونه‌های موفق ارتباطات تجاری توسط تاجران و مدیران شرکت‌های کشورمان در بازارهای بین‌المللی
- بررسی چالش‌های اجرای ارتباطات تجاری اثربخش و مذاکره موفق

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■	■	



- مذاکرات در معاملات تجاری، ایرج زینال زاده، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۸.
- فنون مذاکره در قراردادهای تجاری بین‌الملل، چارلز چاترچی، ترجمه محمدابراهیم گوهریان و اردوان پورجاماسب، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۶.
- فنون مذاکره: اصول، کاربردها و ترفندها، محمدرضا شعبانعلی، نشر نص، ۱۳۹۸، چاپ پنجم.
- زبان بدن در مذاکره: بررسی رفتار غیرکلامی بومی در جلسات مذاکره، بویا ودایع، انتشارات نسل نواندیش، ۱۳۹۵.
- اصول مذاکره و فن بیان: تکنیک‌های طلایی فن بیان، ارتباطات، مذاکره و زبان بدن، امیر شفیع، ناشر کلید آموزش، ۱۳۹۸.
- اتیکت: ۱۱۰ نکته بسیار کاربردی از آداب معاشرت مدرن، زهرا احمدی و حسین شیرمحمدی، انتشارات نوآوران سینا، ۱۳۹۷.
- فنون اقناع، سید مهدی شریفی، ته‌مین به‌ختیاری، سعید ابراهیمی و علی حاج محمدی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۹.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	مبانی سازمان و مدیریت
مدیریت فروش	۲			عملی	
			اصلی	نظری	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری ■	
				عملی	
Sale Management	۳۲		اختیاری	نظری	
				عملی	
		ندارد ■		دارد □	
		آموزش تکمیلی عملی		سفر علمی □	کارگاه □

اهداف درس

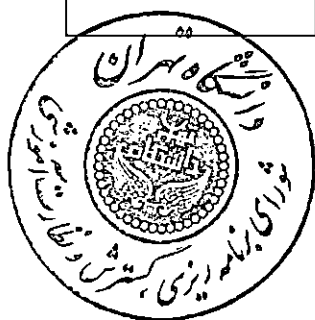
در سازمان‌های بازرگانی و تجاری، فروش عملیات کلیدی است که منجر به ایجاد درآمد و کسب منابع مالی می‌شود. در حقیقت تلاش‌های بازاریابی شرکت که مبتنی بر ارائه ارزش به مشتریان است با فروش تبدیل به دریافت ارزش برای شرکت می‌شود و بدون مدیریت فروش، اقدامات مربوط به مدیریت تبلیغات و مدیریت بازاریابی به نتیجه نمی‌رسند. این درس با هدف ایجاد آشنایی و تسلط به فرایندهای فروش در سازمان‌های بازرگانی و نحوه مدیریت بخش و سازمان فروش ارائه می‌شود و انتظار می‌رود دانشجویان با گذراندن این درس به درک مناسبی از فرایند فروش و مدیریت بخش فروش دست یابند.

سرفصل درس

- توصیف فروش و نقش راهبردی آن در سازمان‌ها
- فرایند مدیریت فروش
- مسئولیت مدیر و کارکنان فروش
- سازماندهی عملیات فروش و شبکه توزیع
- ویژگی‌های لازم برای کارکنان فروش
- توسعه نیروی فروش
- آشنایی با رفتار خرید خریداران
- مسائل فرهنگی در فروش
- مدیریت خدمات و ارتباطات پس از فروش
- فنون مذاکرات فروش
- هدایت نیروی فروش
- ارزیابی اثربخشی و عملکرد نیروی فروش
- آشنایی با فرایند قیمتگذاری و مدیریت قیمت
- روانشناسی قیمت
- فروش بین‌المللی

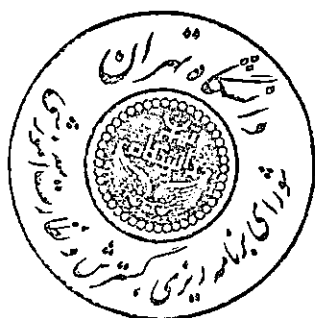
ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	
		نوشتاری	عملکردی
		■	



منابع

- مدیریت فروش، عبدالحمید ابراهیمی و هرمز مهران، انتشارات سمت، ۱۳۹۶.
- فروش و مدیریت فروش، دیوید جابر، جی اف لنکستر، ترجمه هلنا صابری، محمد نظریان و مهدی علی‌رحیمی، انتشارات اندیشه احسان، ۱۳۹۷
- مدیریت فروش، تحلیل و تصمیم‌گیری، توماس اینگرام، ریموند لافورج، ریمو آیولا، چارلز شوپکر و مایکل ویلیامز، ترجمه حسین وظیفه‌دوست و مونا مشیری، کتاب مهربان، ۱۳۹۶.
- مدیریت فروش و فروش حضوری با نگرش بازار ایران، پرویز درگی، انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۴.
- مدیریت فروش، کستلبری وایتز نانر، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان و فاطمه نورانی، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۴.
- قیمت‌گذاری صحیح، چارچوب قیمت‌گذاری موفق‌ترین شرکت‌های سودآور، تیم اسمیت، ترجمه محسن نظری، سارا آقا بابایی، الهام مهرجو، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۸
- قیمت‌گذاری سودآور، مارلین جنسن، ترجمه محسن نظری و نکیسا رضایی، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۷



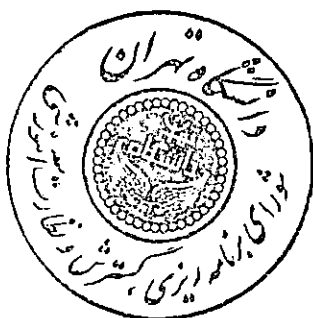
عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
حقوق بازرگانی	۲			اصلی	عملی
			تخصصی		نظری
۳۲	اختیاری			نظری ■	
			عملی		
Business Law	آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■	نظری	
				عملی	
				سفر علمی □	
		کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □	

اهداف درس

آشنا ساختن دانشجویان با نظام روابط بازرگانی و مسئولیت‌های ناشی از اعمال تجاری و خصائص و تکالیف و حقوق اشخاص حقیقی و حقوقی، حقوق تجارت با رویکرد تطبیقی و اسلامی.

سرفصل درس

- مبانی حقوق بازرگانی
- مبانی و مفاهیم معاملات تجاری با رویکرد اسلامی
- انواع تاجر:
 - تاجر حقیقی: تعریف تاجر، اشتغال به تجارت، الزامات تاجر
 - تاجر حقوقی: کلیات تاریخچه، قرارداد شرکت، تابعیت شرکت، اقامتگاه شرکت
- اقسام شرکت‌ها:
 - شرکت‌های تجاری قائم به شخص (شرکت‌های شخصی)
 - شرکت‌های تجاری قائم به سرمایه (شرکت‌های سرمایه‌ای)
 - شرکت‌های مختلط
 - شرکت‌های تعاونی
- اسناد بازرگانی با رویکرد اسلامی: چک، سفته، برات، اوراق قرضه، اوراق سهام و سایر
- قراردادهای بازرگانی با رویکرد اسلامی:
- بیع جاری: قواعد کلی و عناصر تشکیل دهنده
- انعقاد و اجرای قرارداد تجاری
- ودیعه و وثیقه تجاری
- حق العملکاری و دلالی و قرارداد حمل و نقل
- ورشکستگی
- شرایط و حکم ورشکستگی
- دادگاه ذیصلاح برای صدور حکم ورشکستگی
- متقاضیان صدور حکم ورشکستگی
- ویژگی‌ها و محتویات حکم ورشکستگی
- اعتراض به حکم ورشکستگی



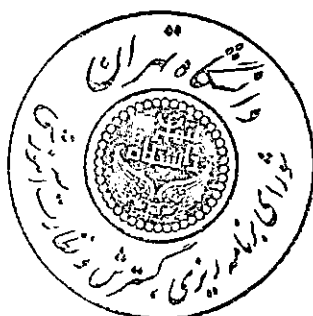
- تصفیه
- اقدامات تأمینی
- دعوت بستانکاران و بدهکاران
- اداره اموال و وصول مطالبات ورشکسته
- تشخیص دیون و مطالبات
- فروش اموال
- مباحث جاری و تکمیلی بازرگانی تطبیقی و اسلامی

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- حقوق بازرگانی، محمدکاظم عمادزاده، نشر آموخته، ۱۳۸۴، نوبت چاپ سوم.
- حقوق بازرگانی، سید مهدی حسینی مجد، انتشارات سیمیا، ۱۳۸۹.
- حقوق بازرگانی بین‌المللی، مسعود طارم سری، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۹.
- حقوق تجارت، محمد علی عبادی، انتشارات گنج دانش، ۱۳۸۵.
- حقوق تجارت: اسناد تجاری، محمود عرفانی، انتشارات میزان، ۱۳۸۵.
- حقوق تجارت: شرکت‌ها، حسن حسینی، انتشارات میزان، ۱۳۹۸، چاپ دوم.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	کارآفرینی
فناوری‌های نوین در کسب‌وکار	۲			عملی	
			اصلی	نظری	
				عملی	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری ■	
				عملی	
			Application of New Technologies in Business	۳۲	
عملی					
آموزش تکمیلی عملی	ندارد ■				
سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □		

اهداف درس

فناوری‌های نوین به طور شتابانی معرفی می‌شوند و شیوه تجارت و کسب‌وکار را دائماً متحول می‌کنند. در سال‌های اخیر فناوری‌هایی همچون رمزارزها، اینترنت اشیا، فناوری‌های مبتنی بر بلاکچین و بسیاری دیگر از تحولات بر تجارت و کسب‌وکارها تاثیر انقلابی گذاشته‌اند. هدف از این درس آشنایی با فناوری‌های روز کسب‌وکار و نیز برانگیختن اشتیاق دانشجویان برای مطالعه و آموختن درباره جدیدترین فناوری‌ها و تاثیر آن‌ها بر کسب‌وکار است. علاوه بر منابع معرفی شده، انتظار می‌رود که از منابع معتبر اینترنتی روز درباره فناوری‌های نیز استفاده شود.

سرفصل درس

- رمزارزها و فناوری‌های پرداخت
- بلاکچین و فناوری‌ها
- اینترنت اشیا
- فناوری‌های ارتباطی و نسل‌های جدید مخابرات
- موردکاوی کاربردهای فناوری‌های نوین در تجارت
- شناسایی فرصت‌های ناشی از فناوری‌های نوین برای کسب‌وکارهای کوچک

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- انقلاب بلاکچین؛ چطور فناوری پشت بیت کوین پول کسب‌وکار و جهان را تغییر می‌دهد، دان تاپ اسکات و الکس تاپ اسکات، ترجمه مازیار معتمدی، شبکه راه پرداخت، ۱۳۹۷.
- بلاکچین، آشنایی با مفاهیم بنیادین، جواد عباسی، نشر مهربان نشر ۱۳۹۷.
- ارزهای دیجیتال: بیت کوین، بلاکچین و مفاهیم پایه، پیمان اخوان، نشر آتی نگر، ۱۳۹۷.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
بازار پول و سرمایه	۲			عملی	
			اصلی	نظری	
تخصصی	عملی				
	اختیاری		نظری ■		
دارد □			ندارد ■	عملی	
	نظری				
Money and Capital Markets	آموزش تکمیلی عملی	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت				
32					

اهداف درس

با توسعه صنعتی و تجاری کشورمان، بازارهای مالی نیز توسعه یافته و متنوع شده‌اند و امروزه بازرگانان و سرمایه‌گذاران با انواع گوناگون بازارها اعم از بورس اوراق بهادار، بورس‌های کالا، بانک، بازار ارز و سایر اشکال تامین مالی و سرمایه‌گذاری مواجهند. از آنجا که آشنایی با بازارهای مالی و سرمایه از دانش‌های الزامی دانشجویان مدیریت بازرگانی است، این درس با هدف ایجاد یک شناخت مناسب از بازارهای متفاوت پولی (بازارهای مالی کوتاه مدت) و سرمایه‌ای (بازارهای مالی بلند مدت) ارائه می‌شود. انتظار می‌رود با گذراندن این درس دانشجویان به درک مناسبی از نهادهای فعال در بازار پول و سرمایه کشور و ابزارهای رایج آن برسند.

سرفصل درس

- آشنایی با بازارها و نهادهای مالی و کارکرد آنها
- بازارهای مالی با بازدهی ثابت و متغیر
- بازارهای کوتاه مدت و بلند مدت، بازارهای اولیه و ثانویه، بازارهای مالی آتی و آتی
- آشنایی با انواع بازارهای مالی:
 - بورس و اوراق بهادار
 - بازار سهام و اوراق قرضه
 - ارکان بازار سرمایه
 - استراتژی‌های معاملات در بازار سرمایه
 - بازارهای خارج از بورس
 - بازار کالا
 - بازار ارز
 - بازارهای مالی بین‌المللی
- بررسی بازارهای پولی: بانکها، اتحادیه‌های اعتباری و تعاونی‌ها، شرکت‌های تامین مالی، صندوق‌های بازنشستگی، نهادهای مالی غیربانکی
- بررسی بازارهای سرمایه: بورس، شرکت‌های کارگزاری، معامله‌گران، شرکت‌ها و مشاوران سرمایه‌گذاری، موسسات سرمایه‌گذاری، شرکت‌های مدیریت سبد سرمایه‌گذاری، شرکت‌های رتبه‌بندی
- بررسی بازارهای تامین اطمینان: شرکت‌های بیمه، نهادهای مالی خریدار دیون و اسناد دریافتی، نهادهای مالی تامین راهبردهای تقلیل و توزیع ریسک، مشاوران مالی و سرمایه‌گذاری با بازده ثابت و نسبی
- توسعه مالی، عمق مالی و نقدشوندگی بازارهای مالی



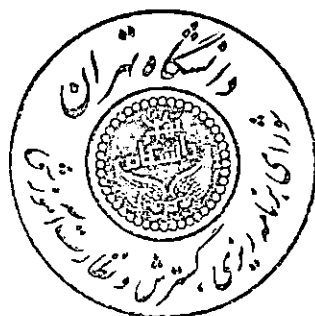
- اصول و مبانی بانکداری
- بانکداری اسلامی
- ارکان نظام بانکداری در ایران، انواع بانکهای تجاری و تخصصی و بانکداری بدون ربا
- بانک مرکزی و وظایف آن
- مبانی و کلیات ارز و ابزارهای ارزی، شامل منابع و مصارف ارزی، معاملات ارزی، حواله‌های بانکی بین‌المللی، قراردادهای فروش بین‌المللی، اینکوترمز، تجارت بین‌المللی کالا و خدمات، اعتبارات اسنادی، اسناد قابل حمل و ضمانت‌های ارزی
- کنترل و حسابرسی بانکی و نظارت بر بازارهای مالی
- پولشویی و قوانین مرتبط با آن
- بررسی‌های فقهی و اسلامی مربوط به بازارهای پول و سرمایه
- بررسی نمونه‌های موفق بانکداری اسلامی
- بررسی نمونه‌های موفق اجرای احکام اسلام در بازارهای پول و سرمایه معاصر

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- پول، ارز و بانکداری، میشیگن فردریک، ترجمه علی جهان خانی و علی پارساییان، انتشارات سمت، ۱۳۹۲.
- بازار پول و سرمایه، محمد قجر، منوچهر حاضر و مهرداد بنداری، انتشارات هوشمند تدبیر، ۱۳۹۵، چاپ پنجاه و پنجم.
- اصول بانکداری، محمود بهمنی و مهدی غفاری، موسسه عالی بانکداری ایران، ۱۳۹۶، چاپ سوم.
- بانکداری الکترونیکی، حسین عباسی نژاد و میا مهرنوش، انتشارات سمت، ۱۳۸۶.
- پول، ارز و بانکداری، مجتبی زمانی فراهانی، انتشارات ترمه، ۱۳۸۹.
- مبانی فقهی بازار پول و سرمایه، سید عباس موسویان و حسن بهار قراملکی، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۱.
- بانکداری اسلامی، سید کاظم صدر، محمد ولیمقدم زنجانی، سرور ملکان، سیدعلی اصغر هدایتی، سیمین عبدالعلی زاده، علی یاسری و سعید جمشیدی، انتشارات زعیم، ۱۳۸۸.



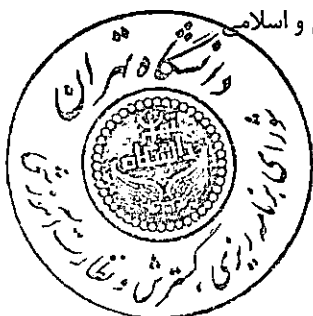
عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	دروس پیش نیاز	
سازمان‌های پولی و مالی	۲		اصلی	نظری	اقتصاد کلان
				عملی	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری ■	
				عملی	
Monetary and Financial Organizations	۳۲		اختیاری	نظری	
				عملی	
			دارد □	ندارد ■	
		آموزش تکمیلی عملی			
سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □		

اهداف درس

بررسی نقش موسسات پولی و مالی بین‌المللی و اسلامی در تامین نیازهای سازمان‌های بازرگانی و امور سرمایه‌گذار و آشنا نمودن دانشجویان با فعالیت‌ها و مسائل جاری سازمان‌های فعال در بازارهای پولی و سرمایه بین‌المللی و اسلامی. این درس به عنوان مکملی بر درس بازارهای پولی و مالی طرح شده است.

سرفصل درس

- مبانی سازمان‌های پولی و مالی
- مشخصات و کارکردها سازمان‌های پولی و مالی بین‌المللی
- تحلیل روابط سازمان‌های پولی و مالی بین‌المللی و اسلامی با یکدیگر و با ایران
- آشنایی با صندوق بین‌المللی پول International Monetary Fund
- آشنایی با بانک جهانی World Bank
- آشنایی با موافقنامه عمومی تعرفه و تجارت GATT
- سازمان تجارت جهانی World Trade Organization
- آشنایی با فدرال رزرو و سازمان‌های مالی و پولی آمریکا
- آشنایی با بانک مرکزی اروپا و سازمان‌های مالی و پولی اروپایی و اتحادیه تجارت آزاد اروپا
- آشنایی با بازارهای مالی آسیایی و آسه‌آن
- سازمان همکاری‌های اقتصادی کشورهای آسیا و اقیانوسیه (اپک)
- پیمان تجارت آزاد آمریکای شمالی (نفتا)
- قرارداد کشورهای کامله الوداد
- آشنایی با سازمان همکاری‌های اقتصادی (اگو)
- آشنایی با اوراق بهادار نیویورک، لندن، ژاپن و سایر بورس‌های جهانی
- پس اندازها و تمرکز منابع مالی جامعه
- کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد (آنکتاد)
- بانک توسعه اسلامی
- بیمه لویدز
- بازار فارکس
- روش‌های تشکیل سرمایه، محاسبه هزینه سرمایه و انتخاب منبع تامین مالی از سازمان‌های بین‌المللی و اسلامی



- مشخصات بازارهای پولی و مالی در کشورهای در حال توسعه بین‌المللی و اسلامی
- بانکداری بین‌المللی خارجی: اینکوترمز و تجارت بین‌المللی کالا و خدمات، اعتبارات اسنادی، اسناد حمل، ضمانتنامه‌های ارزی
- مسائل جاری در امور بانکی و مالی بین‌المللی و اسلامی
- سازمان بانک: ستاد و صف بانک و روابط آن‌ها
- مدیریت استراتژیک و عملیاتی بانکی
- کنترل و حسابرسی بانکی

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- سازمان‌های پولی و مالی بین‌المللی با نگرشی بر ادغام‌های اقتصادی منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای، اصغر مشبکی، جهاد دانشگاهی دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۹۴، نوبت چاپ چهارم.
- سازمان‌های مالی و پولی بین‌المللی، مهدی ابراهیمی نژاد، انتشارات سمت، ۱۳۹۸.
- سازمان‌های پولی و مالی بین‌المللی، سعید شیرکوند، انتشارات کویر، ۱۳۹۴.
- سازمان‌های پولی، مالی و اقتصادی بین‌المللی، علی تک روستا، انتشارات دانشکده امور اقتصادی، ۱۳۹۳.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
تحلیل و طراحی سیستم‌ها	۳			اصلی	عملی
			تخصصی		نظری
اختیاری	عملی				
	ندارد	نظری			
دارد		عملی			
	آموزش تکمیلی	نظری			
سفر علمی		عملی			
	سمینار	آزمایشگاه	کارگاه	سفر علمی	

اهداف درس

آشنا کردن دانشجویان با ضرورت تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم و همچنین شناخت مفاهیم سیستم، تفکر سیستمی، رویکرد سیستمی، نظریه عمومی سیستم‌ها، علوم کنترل و ارتباطات و کاربرد هر یک از آنها در سازمان و سرانجام آشنایی با محتوای فراگردها و تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم هدف این درس می‌باشد.

سرفصل درس

- نگاهی کلی به سیستم‌ها و مبانی سیستم
- علم کنترل و ارتباطات
- شناخت خرده سیستم‌ها و ساده‌سازی الگوی تعاملی آن‌ها
- سازوکار تداوم حیات سازمان‌ها در محیط‌های پویا
- مقدمه‌ای بر تجزیه و تحلیل و طراحی نظام‌یافته سیستم
- شناخت بافت سازمانی
- فنون نظام‌یافته تجزیه و تحلیل و طراحی
- طراحی و برنامه‌ریزی سیستم
- طراحی مفهومی سیستم جدید
- طراحی تفصیلی سیستم جدید
- استقرار، ارزیابی و نگهداری سیستم

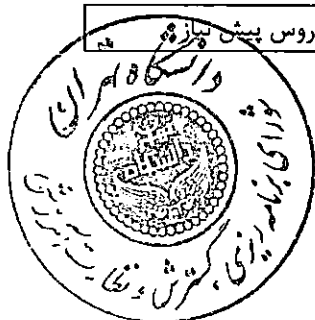
ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم‌ها، علی رضاییان، انتشارات سمت، ۱۳۹۷.
- تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم‌ها، شمس‌السادات زاهدی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۹۸.

عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
--------------------	------------	----------	------	------	---------------



۱) اکسل پیشرفته و پایگاه داده، ۲) تحلیل و طراحی سیستم‌ها	عملی			۲	سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت	
	نظری	اصلی			تعداد ساعت	عنوان درس به انگلیسی
	عملی	تخصصی		۳۲		Management Information Systems
	نظری ■				اختیاری	
	عملی	ندارد ■		دارد □		
	نظری				کارگاه □	
	عملی	آزمایشگاه □				
			سمینار □			

اهداف درس

هدف از این درس آشنا ساختن دانشجویان با انواع گوناگون سیستم‌های اطلاعاتی شامل سیستم پردازش داد 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 و سیستم پشتیبانی گروه کاری و سایر اشکال سیستم‌های اطلاعاتی مدیریتی است.

سرفصل درس

- تحلیل و طراحی سیستم‌ها
- اطلاعات و فناوری اطلاعات
- سیستم پردازش داد و ستد
- انواع سیستم‌های اطلاعاتی
- پایگاه داده‌ها
- ایجاد و اجرای سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت
- کاربردهای سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- مبانی سیستم‌های اطلاعات مدیریت، جیمز ابراین و جورج ماراکس، ترجمه امیر مانیان، مهدی فتاحی و بهاره واثق، نشر نگاه دانش، ۱۳۹۵.
- سیستم اطلاعاتی مدیریت (مبانی نظری، طرح، توسعه و اجرا)، دیلو. اس. جوادکار، ترجمه احمد سرداری، سمت، ۱۳۹۸.
- سیستم‌های اطلاعات مدیریت، احمد علی یزدان پناه و آناهیتا حاجی باشی، نشر ادیبان روز، ۱۳۹۵.
- مدیریت فناوری اطلاعات از مبانی زیرساخت تا فناوری‌های دیجیتال، سعید روحانی، احد زارع رواشان و ساینه رتبه‌ای، نشر ادیبان روز، ۱۳۹۸.



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز			
مبانی علم داده‌ها	۳		اصلی	عملی				
				نظری				
				عملی				
				تخصصی				
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعات		دارد □	اختیاری		نظری ■	(۱) آمار مدیریتی ۲، ۲ اکسل پیشرفته و پایگاه داده	
۴۸	آموزش تکمیلی عملی			ندارد ■		عملی		
						سفر علمی □		کارگاه □
		Fundamentals of Data Science						

اهداف درس

پلتفرم‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی، ابزارهای هوشمند، ارتباطات سیار و تنوع کنش‌های روزانه ما سبب شده است که در دنیایی به سر ببریم که روزانه حجم‌های کثیر چندین ترابایتی داده تولید شود و از این رو عصر اطلاعات و عصر کلان‌داده‌ها نام گیرد. این داده‌ها که سرشار از اطلاعات ارزشمند درباره رفتار، سلیقه‌ها و گرایش‌ها هستند برای کسب‌وکارها و شرکت‌های تجاری و نیز دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی منابع بزرگ درک از مشتریان و مخاطبان هستند و در نتیجه دانش تحلیل کلان‌داده تبدیل به یکی از پرتقاضاترین مشاغل مورد نیاز شرکت‌ها شده است و از این رو مراجع معتبری مثل هاروارد بیزنس ریویو داده‌کاری را به عنوان یکی از شغل‌های قرن کنونی معرفی کرده‌اند. نظر به اهمیت آشنایی با علوم داده و تحلیل اطلاعات پیچیده، این درس برای درک دانشجویان مدیریت بازرگانی از پیچیدگی‌های کار با داده‌ها و آشنایی مقدماتی با روش‌هایی مثل یادگیری ماشین، کاوش داده و بصری‌سازی داده‌ها طرح شده است و انتظار می‌رود که دانشجویان با گذراندن این درس و آشنایی با مقدمات نرم‌افزارهای اساسی به اصول اولیه این رشته موردتقاضا و مهم در عصر کنونی مجهز شوند و هم توانایی کار با داده‌کارهای درون شرکت‌ها یا فعالیت‌های بازرگانی را به دست آورند و هم خود در صورت تمایل با گذراندن دوره‌هایی دانش خود را توسعه دهند. علاوه بر این با درک جایگاه تحلیل اطلاعات قادر به استقرار زیرساخت‌های جمع‌آوری و تحلیل و تفسیر داده‌ها در سازمان‌های خود گردند تا بنگاه‌های تحت مدیریت آنها به هوشمندی کسب‌وکار بیشتری تحت پایش مداوم اطلاعات و تحلیل روندها دست یابند.

سرفصل درس

- آشنایی با داده، اطلاعات، دانش و هوش تجاری
- آشنایی با علم داده، هوش مصنوعی، داده‌کاوی و یادگیری ماشینی
- آشنایی با عناوین تخصصی و مشاغل مهندس داده، تحلیلگر داده و دانشمند داده
- آشنایی با پروژه‌های هوش تجاری شامل چارچوب و مراحل و انتخاب ابزارهای مناسب
- آشنایی با پروژه‌های علم داده
- آشنایی با پایگاه دانشی مدیریت داده‌ها (DMBOK)
- مفاهیم و تکنیک‌های داده‌کاوی
- معرفی نرم‌افزارهای داده‌کاوی همچون Knime و Rapidminer
- معرفی نرم‌افزارهای پایتون یا R (به انتخاب مدرس)



- انجام یک پروژه عملی یادگیری ماشین شامل جمع‌آوری و شناخت داده و تشخیص داده‌های پرت و از دست رفته، کاهش ابعاد و توزیع نرمال و مصورسازی داده‌ها، طرح سؤال روی داده‌ها و اجرای یادگیری ماشین

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- داده‌کاوی کاربردی، محمد صنیعی آبادی، سینا محمودی و محدثه طاهر پرور، انتشارات نیاز دانش، ۱۳۹۱.
 - مفاهیم و تکنیک‌های داده‌کاوی، ژیاوی هان، میشلین کمبر و ژان پی، ترجمه مهدی اسماعیلی، انتشارات نیاز دانش، ۱۳۹۸.
- ویراست سوم.



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
نرم افزار مدیریت پروژه	۳			اصلی	
			تخصصی		
تعداد ساعت	۴۸			اختیاری	
عنوان درس به انگلیسی		Microsoft Project	دارد □		
آموزش تکمیلی عملی	سفر علمی □			کارگاه ■	
		سمینار □			

اهداف درس

گسترش حجم فعالیت‌ها در شرکت‌های بازرگانی و صنعتی سبب شده است که بخش عمده فعالیت‌ها در قالب پروژه‌ها انجام شوند. علاوه بر این، تنوع فعالیت‌ها حتی در بخش شرکت‌های کوچک نیز سبب شده است که مدیریت کارهای گروهی، زمان بندی فعالیت‌ها، برآورد زمان انجام فعالیت‌ها و در مجموع مدیریت پروژه تبدیل به یک فعالیت اساسی و محوری برای شرکت‌ها شود. نظر به این امر نرم‌افزار مدیریت پروژه تبدیل به یکی از نرم‌افزارهای کلیدی مورد استفاده در شرکت‌ها شده است و مسلط بودن بر آن هم مورد تقاضای اغلب کارفرمایان است و هم برای ایجاد کسب‌وکارهای مستقل و یا فعالیت در سطوح مختلف مورد نیاز دانشجویان است. از این رو درس نرم‌افزار مدیریت پروژه با هدف آشنا ساختن دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی با نحوه به کارگیری این نرم‌افزار جهت مدیریت و سازماندهی فعالیت گروهی در قالب پروژه طرح شده است. انتظار می‌رود که در پایان این درس، دانشجویان بتوانند با استفاده از این نرم‌افزار، فعالیت‌های اساسی برای مدیریت پروژه را به طور بهینه انجام داده و مدیریت کنند. با ملاحظه احتمال عدم تجهیز مراکز به آزمایشگاه و سایت کامپیوتر برای اجرای این نرم‌افزار، درس به صورت نظری تدوین شده است ولی برای آزمون نهایی بخشی از ارزشیابی دانشجویان می‌تواند در قالب اجرای عملی صورت گیرد.

سرفصل درس

- معرفی مفهوم پروژه و مدیریت کردن پروژه به طور کلی، آشنایی با مسائل غیرنرم‌افزاری
- آشنایی با محیط نرم‌افزار MS Project
- نحوه ورود اطلاعات و سازمان‌دهی فعالیت‌ها
- تعریف و تخصیص منابع
- نحوه بهینه سازی جزئیات فعالیت، منبع و تخصیص‌ها
- شیوه‌های نمایش و چاپ مشخصات پروژه
- نحوه ارائه اطلاعات پروژه روی شبکه
- انتشار و صدور پروژه روی سایر نرم‌افزارها
- پیگیری پیشرفت پروژه
- گزارش‌گیری از پروژه
- عیب‌یابی و برطرف کردن مشکلات پروژه
- کار عملی و طرح‌ریزی کامل یک پروژه در قالب فردی یا تیمی



ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
بخشی از ارزشیابی این درس می‌تواند از طریق اجرای پروژه در نرم‌افزار و آزمون عملی مهارت‌های دانشجو صورت گیرد.	■	■		توصیه می‌شود از ابتدای ترم دانشجویان با یک یا چند پروژه آغاز کنند و طی ترم مهارت‌های پردازش و پیشبرد کار را فرا گیرند.

منابع

- مدیریت پروژه: راه‌حل‌های حرفه‌ای برای چالش‌های روزانه، دانشکده کسب و کار هاروارد، ترجمه هومن درخشانیان، هادی درخشانیان، انتشارات آریانا قلم، ۱۳۹۷، چاپ چهارم.
- آموزش جامع و کاربردی (Microsoft project 2016) مقدماتی، روح‌الله همایون‌زاده و رضا همایون‌زاده، نشر دیباگران تهران، ۱۳۹۶.
- آموزش گام به گام MS project 2016، مجید سبزه‌پروز، فرشاد سعیدی و یاشار نورپور، ناشر دانشگاهی کیان، ۱۳۹۴، چاپ دوم.

توجه: با توجه به امکان به‌روزشدن این نرم‌افزار، مدرسان این درس می‌توانند منابع جدیدتر و یا به زبان اصلی را برای تدریس انتخاب کنند.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز	
حقوق بازرگانی بین المللی	۳			عملی		
			اصلی	نظری		
				عملی		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		تخصصی	نظری		(۱) حقوق بازرگانی، (۲) مدیریت بازاریابی
				عملی		
				اختیاری		
عملی						
International Business Law	آموزش تکمیلی عملی		دارد □	ندارد ■		
		کارگاه □		آزمایشگاه □		
					سفر علمی □	

اهداف درس

نظر به اهمیت حضور در بازارهای بین المللی و درگیر شدن شرکت های ایرانی در تجارت جهانی، درک از سازوکارهای حقوقی انجام معاملات تجاری و شیوه های حل اختلاف و مراجع قانونی ناظر بر اجرای این قوانین و حل اختلاف ضروری است. این درس دانشجویان را با حقوق تجارت بین المللی، کنوانسیون ها، اصطلاحات تجاری بین المللی، تامین مالی بین المللی، سرمایه گذاری خارجی و بیمه بین الملل و سایر موارد لازم در تجارت بین المللی آشنا می کند.

سرفصل درس

- تجارت بین الملل، تعاریف مفاهیم و عبارات حقوق تجارت بین الملل
- منابع حقوق تجارت بین المللی
- یکسان سازی مقررات ناظر به حقوق تجارت بین الملل
- سازمان تجارت جهانی و کنوانسیون بین المللی کالا
- تنظیم قراردادهای بین المللی
- اصطلاحات تجاری بین المللی (اینکوترمز)
- روش های پرداخت بین المللی و تامین مالی بین المللی
- ضمانتنامه های بین المللی و بیمه بین الملل
- تجارت متقابل
- سرمایه گذاری خارجی
- حل و فصل اختلافات تجاری بین المللی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- حقوق تجارت بین الملل، عبدالحسین شبروی، انتشارات سمت، ۱۳۹۸، ویراست دوم.
- حقوق بازرگانی بین المللی، مسعود طارم سری، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، ۱۳۸۹.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مدیریت تولید و عملیات	۳			اصلی	
			تخصصی		
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت			اختیاری	
Operation and Production Management	۴۸	نظری ■			
	آموزش تکمیلی عملی	ندارد ■	عملی		
	سفر علمی □	دارد □	آزمایشگاه □		
	کارگاه □	سمینار □			

اهداف درس

آشنایی دانشجویان با مفاهیم اساسی مدیریت تولید و نحوه به کارگیری تکنیک‌های مختلف در طراحی و افزایش میزان تولید به لحاظ کمی و کیفی با در نظر گرفتن نقش نیروی انسانی.

سرفصل درس

- مفاهیم اساسی در مدیریت تولید و عملیات
- دیدگاه نظام‌مند در فعالیت‌های تولیدی
- طبقه‌بندی تولید براساس روش‌های تولید، نوع کالا، جریان عملیات
- تولید پیوسته و ناپیوسته
- انواع جریان کار و استقرار
- توازن خط تولید
- برنامه‌ریزی مواد برای موسسات خدماتی و تولیدی
- پیش‌بینی تقاضا و روش‌های مختلف پیش‌بینی پذیری
- تجزیه و تحلیل ارزش، و کاربرد نقطه سر به سر
- حمل و نقل مواد
- کنترل موجودی در سیستم‌های تولیدی

ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- مدیریت تولید و عملیات نوین، احمد جعفرزاد، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۷.
- مدیریت تولید، سید مهدی الوانی و نصرالله میرشفیعی، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۹۸.
- مدیریت تولید و عملیات، هاید متقی، انتشارات کیومرث، ۱۳۸۳.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
شیوه‌های تفکر و حل مسئله	۲			عملی	ندارد
				نظری	
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت			عملی	
				نظری	
Problem Solving and Thinking Methods	۳۲			عملی	
				نظری ■	
				عملی	
آموزش تکمیلی عملی	دارد □	ندارد ■			
سفر علمی □	کارگاه □	آزمایشگاه □	سمینار □		

اهداف درس

مهارت حل مسائل پیچیده و چندلایه‌ای که فرد در کسب‌وکار و سازمان‌ها و زندگی کاری و اجتماعی با آن‌ها مواجه می‌شود از مهم‌ترین مهارت‌های لازم برای دانش‌آموختگان مدیریت بازرگانی و اساساً هر دانش‌آموخته‌ای است که بتواند در برابر چنین مسائلی متعددی به بهترین شکل عمل کند. این مهارت به قدری اهمیت دارد که توسط سازمان علمی، فرهنگی و تربیتی سازمان ملل متحد (یونسکو) به عنوان یکی از مهارت‌های اصلی زندگی در قرن کنونی شناخته شده است. این درس توانایی و مهارت تفکر با دقت حول مسئله و برگزیدن یک رویکرد مناسب برای مواجهه با آن و سپس برگزیدن مدل و الگوی مناسب برای حل آن را در دانشجویان تقویت می‌کند. علاوه بر این شیوه‌های متنوع تفکر را که برای بررسی انواع مسئله به کار می‌روند به دانشجویان می‌آموزاند و نشان می‌دهد که برای هر مسئله‌ای به تناسب آن می‌تواند از شکل یا اشکال متنوعی از تفکر استفاده کرد. انتظار می‌رود پس از گذراندن این درس دانشجویان قادر باشند به شکل مناسب‌تری مسائل کاری و شخصی خود را تحلیل کرده و از مدل‌های کارآمدی برای حل آن‌ها استفاده کنند.

سرفصل درس

- شیوه‌های تفکر: تفکر خلاق، تفکر انتقادی، تفکر طراحی، تفکر واگرا و همگرا، تفکر قیاسی و استقرایی، تفکر سیستمی
- تعریف مسئله و شناسایی انواع مسئله
- دیدگاه مکاتب فلسفی بر حل مسئله
- نظریه‌های مرتبط با مهارت حل مسئله
- فرایند و شیوه‌های مسئله‌یابی
- الگوها و مدل‌های حل مسئله
- فرایند حل خلاق مسائل
- انواع مدل‌های حل مسئله شامل شش عنصری، حل مبتنی بر تصمیم‌گیری، مدل سیریدیم و سایر مدل‌های نوین
- تکنیک‌های حل مسئله
- محدودیت‌ها و موانع حل خلاق مسئله
- مهارت‌های حل خلاقانه مسائل
- نمونه‌های مطالعاتی برای حل مسائل سازمانی



ارزشیابی

پروژه	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- انواع تفکر (به همراه مهارت‌های آموزش تفکر)، احمد سلحشوری، انتشارات دانشگاه بوعلی سینا، ۱۳۹۰.
- تفکر خلاق، حل مشکل و تصمیم‌گیری، توماس ال. ساعتی، ترجمه مجید عزیزی و رضا نقدی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۲، چاپ دوم.
- مهارت‌های حل مسئله، خسرو امیرحسینی، انتشارات عارف کامل، ۱۳۹۶، چاپ سوم.
- ۱۰۱ تکنیک حل خلاق مسئله: راهنمای اندیشه‌های نو برای کسب‌وکار، جیمز ام هیگینز، ترجمه محمود احمدپور داریانی، نشر شرکت چاپ و نشر بین الملل، ۱۳۹۵، چاپ دهم.
- مهارت حل مسئله و تصمیم‌گیری، سمیرا میرزاپور و حسین بهرامی، انتشارات ادبیان روز، ۱۳۹۴.
- راهنمای تفکر نقادانه، پرسیدن سئوال‌های به جا، ام. نیل براون و استیوارت ام. کیلی، ترجمه کورش کامیاب، انتشارات مینوی خرد، ۱۳۹۸، ویراست سوم، چاپ پنجم.



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
کسب و کار در صنایع خلاق	۲			اصلی	عملی
			تخصصی		نظری
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت			اختیاری	عملی
Business in Creative Industries	۳۲	ندارد ■	نظری ■		
			عملی		
	آموزش تکمیلی عملی	دارد □	آزمایشگاه □	سمینار □	
	سفر علمی □	کارگاه □			

اهداف درس

یکی از مزیت‌های برجسته کشور ما در صنایع خلاق است، به شکلی که در دوران تحریم که صنعت و تجارت کشور تحت تاثیر قرار گرفته است، صنایع خلاق به عنوان صنعت نجات بسیار به کمک اقتصاد کشور آمده است. این صنایع که کمتر سرمایه‌بر هستند و بیشتر بر جوهر خلاقیت و نوآوری‌های انسانی و فرهنگی بنا شده‌اند، فرصت‌های مناسبی برای فعالیتهای تجاری و کارآفرینی در اختیار دانشجویان مدیریت بازرگانی قرار می‌دهند. همچنین بخش قابل توجهی از صنایع خلاق ناشی از همگرایی بین صنایع ارتباطی، اطلاعاتی، هنری و فرهنگی هستند که سبب می‌شوند اهمیت این صنایع برای ارزش‌آفرینی در سایر صنایع نیز افزون شود، به شکلی که در بسیاری از کشورهای پیشرفته صنایع خلاق هم به عنوان زمینه اصلی کسب و کارها و هم به عنوان مکمل سایر صنایع مورد توجه شایسته‌ای قرار گرفته‌اند تا حدی که صنایع خلاق را به عنوان پیشران توسعه معرفی کرده‌اند. صناعی همچون فیلم و انیمیشن و بازی‌های رایانه‌ای و محتوای رسانه‌ای، گردشگری، هنرهای بومی و سنتی، از جمله نمونه‌های کسب و کارهای صنایع خلاق هستند. با توجه به اینکه در سال‌های اخیر و با رشد زیست‌بوم صنایع خلاق در کشور، توجه بیشتری نیز از سوی نهادهای متولی به این صنایع حاصل شده است، این درس دانشجویان را با فرصت‌های کسب و کار در این صنایع و ملاحظات آن آشنا می‌کند تا با راه‌اندازی کسب و کارهای صنایع خلاق در توسعه اقتصادی کشور اثرگذار باشند.

سرفصل درس

- صنایع فرهنگی: تاریخچه و انواع آن
- تبیین نسبت صنایع فرهنگی و صنایع خلاق
- مفهوم کلیدی در صنایع خلاق: توجه، خلاقیت، هم‌آفرینی، طراحی، سرگرمی، سیستم‌های پیچیده، همگرایی، جهانی‌سازی، دانش، سواد دیجیتال و اثر شبکه و ...
- تبیین تفاوت‌ها و شباهت‌های صنایع فرهنگی و خلاق
- معرفی انواع صنایع خلاق
- تبیین ویژگی‌های کلی صنایع خلاق مشتمل بر: بازار دو و سه طرفه، مدیریت استعدادها و ...
- تبیین ویژگی نیروهای انسانی در صنایع خلاق
- اقتصاد صنایع خلاق (اقتصاد نهادی و اقتصاد تکاملی)
- معرفی مدل‌های کسب و کار صنایع خلاق
- کارآفرینی در صنایع خلاق با استفاده از استراتژی‌های پلتفرمی مشتمل بر: معرفی پلتفرم‌ها، انواع آن، استراتژی‌های آن و ...



- بازاریابی در صنایع خلاق مشتمل بر: نقش بازاریابی در صنایع خلاق، ارزش آفرینی مشتری در صنایع خلاق، تجزیه و تحلیل ارزش مشتری در صنایع خلاق و ...
- قانون گذاری و مقررات زدایی صنایع خلاق

ارزشیابی

پروژه	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
		■		

منابع

- سازمان صنایع خلاق درآمدی ساختاری، پرویز حاجی زاد، مهدی محمدی و یوسف کمالیان مهریزی. انتشارات پژوهشکده حکمت.
- آشنایی با صنایع خلاق از تئوری تا عمل، رزاموند دیوس و گاتی سیتورسون، ترجمه سعید شوال پور و مجید فروزان مهر، انتشارات آفتاب گیتی، ۱۳۹۷
- صنایع فرهنگی، صنایع خلاق، نیکنام حسین پورسی سخت و سهیلا کیاسی، انتشارات فرهنگ مانا، ۱۳۹۲.
- مدیریت منابع انسانی در صنایع خلاق، سید مهدی شریفی و علی حاج محمدی و نفیسه انصاری، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۷.
- **Introducing the Creative Industries: From Theory to Practice**, Rosamund Davies, Gauti Sigthorsson, (2013).
- **A Research Agenda for Creative Industries**, Stuart Cunningham and Terry Flew, (2019).
- **Creative Industries and Economic Evolution**, Jason Potts, (2011).
- **Key Concepts in Creative Industries**, John Hartley, Jason Potts, Terry Flew, Stuart Cunningham, Michael Keane and John Bank, (2012).
- **The Creative Industries: Culture and Policy**, Terry Flew, (2011).
- **Creative Industries**, John Hartley, (2005).
- **Marketing In Creative Industries: Value, Experience and Creativity**, Gabriele Troilo, (2015).
- **Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective**, C. Henry . (2007).
- **Creative Economy and Culture, Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries**, John Hartley, Wen Wen, Henry Siling Li, (2015).



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز این درس در سال سوم اخذ می‌شود
سمینار در مسائل بازرگانی	۲			عملی	
			اصلی	نظری	
Seminar in Business Affairs	تعداد ساعت			۳۲	
		اختیاری	نظری ■		
	دارد □		ندارد ■	آموزش تکمیلی عملی	
		سفر علمی □			
	کارگاه □	آزمایشگاه □			

اهداف درس

هدف این درس ایجاد توان تحلیل مسائل مربوط به مدیریت بازرگانی و کاربرد الگوها و نظریات بازاریابی و ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی در سازمان ها و شرکت ها و ایجاد توانایی در دانشجویان جهت کاربرد اصول و چارچوب های اسلامی در بازاریابی سازمان ها و شرکت ها و ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی سازمان ها و شرکت ها مبتنی بر آموزه های اسلامی است.

سرفصل درس

- بررسی مسائل روز در زمینه امور بازرگانی و تجارت
- بررسی عوامل تاثیرگذار طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در تولید و عرضه محصولات
- آشنایی با نحوه ساخت محصول در مورد کالاهای صنعتی و تعیین هدف برای انجام تحقیقات بازار
- تجزیه و تحلیل مسائل و مشکلات خاص بازاریابی با تاکید بر مشکلات داخلی
- انجام تحقیقات بازار به منظور تهیه طرح تولیدی و ارائه سمینار در تحقیقات بازار
- تجزیه و تحلیل مسائل بازاریابی اسلامی، شامل بازاریابی اسلامی، برند اسلامی، مشتری مسلمان، تجاری سازی در اسلام، آمیخته بازاریابی اسلامی، اخلاق اسلامی در تجارت، بازار حلال، بازارهای مجازی اسلامی، قوانین اسلامی و بازاریابی در عمل، رسانه ها و ارتباط اسلامی، مد و لباس اسلامی، مکاسب و بازاریابی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- مدیریت بازاریابی، فیلیپ کاتلر، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آموخته، ۱۳۹۸.
- اصول بازاریابی، گری آرمسترانگ و فیلیپ کاتلر، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آموخته، ۱۳۹۸.
- مدیریت بازاریابی، احمد روستا، داور ونوس و عبدالحمید ابراهیمی، انتشارات سمت، ۱۳۹۸.



عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	کارآفرینی			
مدیریت نوآوری	۲			عملی				
			اصلی	نظری				
تعداد ساعت	۳۲			عملی				
		Innovation Management	آموزش تکمیلی عملی	دارد □		ندارد ■	نظری ■	
عملی								
سفر علمی □	کارگاه □						آزمایشگاه □	سمینار □

اهداف درس

این درس به آشنا ساختن دانشجویان با نوآوری به عنوان یک مزیت رقابتی برای کسب و کارها می‌پردازد و انواع نوآوری و شیوه‌های اجرای نوآوری در کسب و کارها را بیان می‌کند.

سرفصل درس

- نوع‌شناسی نوآوری: نوآوری‌های بنیادین، تدریجی، تقلیدی
- نوآوری‌های باز و خلق مشترک نوآوری
- نوآوری در محصول، در خدمت، نوآوری در فرایند
- نظام‌های ملی نوآوری

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی		پروژه
		نوشتاری	عملکردی	
		■		

منابع

- افق‌های جدید در نوآوری باز، هنری چسبرو، ویم ونه‌اوربک و جویل وست، ترجمه مرتضی اکبری، حمید پاداش و علی نیکونستی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۷، چاپ دوم.
- مدیریت نوآوری و محصول، مایکل رابر، کرت گوپی‌نگر و اسکات سوان، ترجمه مرتضی اکبری، امین ذره‌پورشجاع و الهام ذره‌پورشجاع، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۶، نوبت چاپ دوم.
- نوآوری اجتماعی، مفاهیم، تعاریف و مدل‌ها، علی مبینی دهکردی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۷.
- پرورش نوآوری و کارآفرینی؛ اکوسیستم کارآفرینی و مبانی کارآفرینی در ایالات متحده آمریکا و آلمان، کریستین شوارتسکوف، ترجمه ابوالقاسم عربیون و محمدرضا طیب‌نیا، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۹.
- مدیریت نوآوری، جو تید، جان بزانت و کیت پاویت، ترجمه علی‌رضا جباری و عباس کحال‌زاده، مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۹۰.



عنوان درس به فارسی	تعداد واحد	نوع واحد	پایه	نظری	دروس پیش نیاز
مدیریت بیمه	۲			عملی	مدیریت مالی ۱
عنوان درس به انگلیسی	تعداد ساعت		اصلی	نظری	
				عملی	
Insurance management	۳۲		تخصصی	نظری	
				عملی	
			اختیاری	نظری ■	
				عملی	
		دارد □	ندارد ■		
آموزش تکمیلی عملی		دارد □	کارگاه □	سفر علمی □	سمینار □

اهداف درس

بیمه به عنوان یکی از ارکان اصلی تجارت به شئون متنوعی از کسب‌وکار گسترش یافته است و نظر به اهمیت آن انتظار می‌رود دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مدیریت بازرگانی با اصول و نحوه کارکرد بیمه‌های متفاوت آشنا شوند. انتظار می‌رود دانشجویان با گذراندن این درس با انواع بیمه اعم از اموال، اشخاص و مسئولیت آشنا شوند، با ملاحظات در انتخاب بیمه برای فعالیت‌های تجاری آشنا شوند، نحوه دریافت خسارت و جزئیات مربوط به آن را بیاموزند و در مجموع هنگام اشتغال به کار در یک شرکت بازرگانی و یا اقدام به ایجاد کسب‌وکار، با درک مناسب از بیمه، به کاهش ریسک کسب‌وکار کمک کنند. همچنین علاوه بر بیمه‌های تجاری، آشنایی کلی با بیمه تامین اجتماعی که از الزامات به کارگیری پرسنل منابع انسانی است نیز به عنوان یک سرفصل به این درس افزوده شده است.

سرفصل درس

- آشنایی با اصول بیمه و بیمه‌گذاری
- سازمان و مدیریت شرکت‌های بیمه
- مدیریت ریسک و بیمه
- بیمه اموال
- بیمه اشخاص
- بیمه‌های اتکائی
- بیمه مسئولیت
- بیمه‌های مهندسی (تمام خطر)
- حقوق بیمه و بیمه تامین اجتماعی

ارزشیابی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	
		نوشتاری	عملکردی
		■	

منابع

- سازمان و مدیریت شرکت‌های بیمه، رضا اسدی احمدآباد، حمید معینی و غلامحسین دلجو، انتشارات سرگیس، ۱۳۹۶.
- مدیریت بیمه، مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

