



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
دانشگاه اصفهان

برنامه درسی
دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی
در 3 گرایش
بازاریابی، مالی، تحول

دانشکده علوم اداری و اقتصاد
دانشگاه اصفهان

تاریخ تصویب نهایی
1390/03/29

مشخصات کلی دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

1- تعریف دوره:

دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی از جمله دوره‌های زیر مجموعه رشته مدیریت است که در سه گرایش تعریف شده و به اجرا در می‌آید. یکی گرایش بازاریابی که در قالب آن سعی می‌شود شناخت لازم در دانشجو برای به کارگیری فنون مختلف مدیریت بازار برای عرضه کالا به بازار تا حصول آن توسط مشتری در دانشجو ایجاد شود. دوم گرایش تحول است که در قالب آن سعی می‌شود شناخت لازم در دانشجو برای بکارگیری تکنیک‌های تحول سازمانی نظیر مهندسی مجدد، مدیریت کیفیت جامع، مدیریت دانش آسیب‌شناسی و غیره ایجاد شود. و نهایتاً گرایش مالی است که در آن سعی می‌شود الگوها و مدل‌های مختلف مدیریت مالی شرکتی و مدیریت سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی به دانشجو منتقل شود تا شناخت کافی برای بهینه‌سازی ترکیب دارایی و تامین مالی شرکت‌ها در وی ایجاد شود.

2- هدف دوره

ماموریت دوره کمک به تحقق آرمان‌های موضوع چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران است. هدف راهبردی این دوره نیز تربیت منابع انسانی لازم در حوزه گرایش‌های فوق‌الذکر است به نحوی که بتوان از سرمایه فکری مذکور به عنوان منبعی برای حصول به الگوی ایرانی-اسلامی توسعه بهره‌برداری کرد. هدف عملیاتی دوره نیز ایجاد شناخت لازم برای اجرای راهبردها و مدیریت وظایف بنگاه‌ها در سطح وظیفه‌ای است. در گرایش بازاریابی بر راهبردها و اجرای برنامه‌های عملیاتی بازاریابی، در گرایش مالی بر راهبردها و اجرای برنامه‌های عملیاتی مالی در شرکت و در گرایش تحول بر تدوین و اجرای راهبردهای تحول سازمانی تاکید می‌شود.

3- نقش و توانایی دانش‌آموختگان

بنا به اهداف تدوین شده در فوق سعی می‌شود توانایی لازم در دانش‌آموختگان برای نقش بازی کردن در قالب الگوی ایرانی-اسلامی توسعه ایجاد شود. این نقش از طریق اشتغال آنان در فعالیت‌های مختلف اقتصادی عملیاتی می‌شود. در این رابطه مدیریت بخش‌های مختلف وظیفه‌ای در کلیه شرکت‌های تجاری و یا انجام امور کارشناسی مربوطه از جمله نقش‌هایی است که دانش‌آموختگان دوره باید بازی کنند. این توانایی هم از طریق کسب شناخت نسبت به ابعاد نظری موضوع و هم از طریق ایجاد مهارت‌های عملی در قالب پروژه‌های درسی و حضور فعال و کاربردی در صحنه فعالیت‌های اقتصادی حاصل خواهد شد.

4- ضرورت و اهمیت

یکی از مسائل اصلی در مدیریت بنگاه‌های اقتصادی به عنوان یکی از اصلی‌ترین محورهای الگوی ایرانی-اسلامی توسعه، نواقصی است که توانایی مدیران و کارشناسان در بهره‌برداری بهینه از منابع وجود دارد. در گرایش بازاریابی نحوه بهره‌برداری بهینه از نهادهای بازار کالا و خدمات یعنی، در گرایش مالی نحوه جذب

بهینه منابع مالی و بهره‌برداری بهینه از آن و در گرایش تحول بر تدوین و اجرای بهینه فرآیندها، ساختار و راهبردهای مدیریتی تاکید می‌شود. عقیده بر آن است که اگر شناخت لازم در دانش‌آموختگان این دوره در راستای اهداف فوق صورت گیرد، مدیریت بهینه منابع سازمانی می‌تواند منجر به ارتقای بهره‌وری کل عوامل تولید در سطح خرد و به طور کلی در سطح کلان اقتصاد بشود.

2- شکل و نظام دوره

این دوره در قالب 4 نیمسال و هر نیمسال 17 هفته برنامه‌ریزی شده است. تعداد کل واحدهای درسی در دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی 32 واحد به شرح زیر می‌باشد:

1- دروس جبرانی (بدون احتساب در معدل و کل واحدها)	حداکثر 12 واحد حسب تشخیص گروه
2- دروس اصلی مشترک	12 واحد
3- دروس تخصصی گرایش	10 واحد
4- دوس اختیاری	6 واحد
5- پایان نامه	4 واحد
جمع	32 واحد

در ادامه جداول 1، 2 و 3 مشتمل بر فهرست دروس در طبقات مختلف فوق، ارائه شده است.

جدول 1. دروس جبرانی (بدون احتساب در معدل)

ردیف	نام درس	تعداد واحد	
		نظری	عملی
1	روش تحقیق و مآخذ شناسی	2	-
2	زبان تخصصی 3	2	-
3	آمار و کاربرد آن در مدیریت 2	2	-
4	مبانی سازمان و مدیریت	3	-
5	مدیریت منابع انسانی	3	-
6	بازاریابی و مدیریت بازار	3	-
7	مدیریت مالی 1	3	-
8	مدیریت مالی 2	3	-
9	مدیریت استراتژیک	3	-
10	زبان تخصصی 1	2	-

دروس جبرانی فوق برای دانشجویان با مدرک کارشناسی غیرمرتبط ضروری بوده و با دوره کارشناسی اخذ می‌شود. لذا، کلاس مجزا برای این دورس تشکیل نمی‌شود. ضمناً دروس جبرانی حداکثر یک ترم و 12 واحد حسب نظر گروه ارائه می‌شود.

جدول 2. دروس اصلی مشترک (12 واحد) + (4 واحد پایان نامه)

ردیف	نام درس	تعداد واحد	
		نظری	عملی
11	نظریه‌های مدیریت (پیشرفته)	2	-
12	مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته	2	-
13	مدیریت منابع انسانی و شایسته‌سالاری	2	-
14	تحلیل آماری در مدیریت بازرگانی و نرم‌افزارهای کاربردی	2	-
15	اصول و مبانی مدیریت اسلامی	2	-
16	مدیریت استراتژیک پیشرفته	2	-
17	پایان‌نامه	4	-

جدول 3. دروس تخصصی گرایش‌ها (10 واحد)

تعداد واحد		نام درس	ردیف
عملی	نظری		
1. دروس تخصصی گرایش بازاریابی			
-	2	تجزیه و تحلیل بازار	18
-	2	تحقیقات بازاریابی	19
-	2	رفتار مصرف کننده	20
-	2	مدیریت فروش	21
-	2	تجارت الکترونیکی	22
2. دروس تخصصی گرایش مالی			
-	2	مدیریت سرمایه گذاری	23
-	2	بازارها و نهادهای مالی	24
-	2	مدیریت ریسک مالی	25
-	2	مدیریت تامین مالی بنگاهی	26
-	2	مباحث ویژه در مدیریت مالی	27
3. دروس تخصصی گرایش تحول			
-	2	الگوها و نظریه‌های تحول سازمان و مدیریت	28
-	2	مدیریت دانش و سازمان‌های یادگیرنده	29
-	2	مباحث ویژه در مدیریت تحول	30
-	2	آسیب شناسی و مشاوره سازمانی	31
-	2	رهبری سازمانی و تحول	32

جدول 4. دروس اختیاری گرایش‌ها (6 واحد)

ردیف	نام درس	تعداد واحد	
		نظری	عملی
33	اقتصاد مدیریت	2	-
34	سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت پیشرفته	2	-
35	سمینار ویژه آموزش محور	2	-
36	مباحث ویژه در مدیریت بازاریابی	2	-
37	بازاریابی صنعتی	2	-
38	حسابداری مدیریت	2	-
39	بازاریابی خدمات	2	-
40	حقوق بازرگانی	2	-
41	اقتصاد سنجی مالی و کاربردهای نرم‌افزاری	2	-
42	مدل‌سازی مالی در مایکروسافت اکسل	2	-
43	روش تحقیق در رفتار سازمانی	2	-
44	نظریه‌ها و فرآیندهای ارتباطات سازمانی	2	-
45	باز مهندسی فرآیندهای کسب و کار	2	-
46	تحقیق در عملیات پیشرفته	2	-

دانشجو می‌تواند یک یا دو درس را با پیشنهاد استاد راهنما و تایید کمیته تحصیلات تکمیلی گروه از سایر رشته‌های مرتبط موجود در دانشگاه اخذ نماید.

دانشجویان دوره آموزش محور مانند دانشجویان آموزشی - پژوهشی دروس خود را براساس جدول فوق‌الذکر انتخاب می‌نمایند. سقف واحدهای این دوره همانند دوره آموزشی - پژوهشی و با گذراندن حداقل 2 واحد و حداکثر 4 واحد سمینار (به جای پایان نامه) می‌باشد. برای رعایت سقف واحدها، کمبود دروس از جدول دروس اختیاری و یا از سایر گرایش‌ها جبران می‌گردد.



نظریه‌های مدیریت (پیشرفته)

Management Theories (Advanced)

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اصلی مشترک	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد یک چارچوب یکپارچه در ذهن دانشجویان در رابطه با مبانی نظری مدیریت سازمان در قالب سیر تحولات دانش سازمان و مدیریت (از نظریه‌های سنتی تا نظریه‌ها و نظریه‌های فرانونین مدیریت)

رئوس مطالب:

- کلیات و مفاهیم در نظریه سازمان و مدیریت
- تاریخچه نظریه‌های سازمان و مدیریت
- تجزیه و تحلیل سازمان به عنوان یک سیستم
- نظریه‌های سنتی در مدیریت (نظریه تقسیم کار، قوانین و بروکراسی وبر، نظریه‌های مکتب کلاسیک و نئو کلاسیک)
- نظریه‌های نوین مدیریت و سازمان
- رویکردهای سنتی و نوین در طراحی ساختار
- سیمای سازمان و استعاره‌های آن
- هدف گذاری و اثربخشی سازمانی (نگاه راهبردی و عملیاتی)
- محیط جهانی و ملی و مدیریت عدم اطمینان در آن (اقتصادی، اجتماعی سیاسی، تکنولوژیک)
- محیط نزدیک و مدیریت عدم اطمینان در آن (مشتری و ارباب رجوع، رقابت، زنجیره تامین)
- محیط داخلی و پویایی آن (تکنولوژی، اطلاعات قدرت و سیاست، رهبری، بروکراسی)
- اندازه و چرخه حیات سازمان در فرآیند توسعه سازمانی
- کنترل و حاکمیت در سازمان و جایگاه نظام‌های اطلاعاتی
- تصمیم گیری و الگوها و نظریه‌های مرتبط با آن
- مدیریت تغییر، نوآوری و تحول در سازمان (فناوری، محصول، منابع انسانی، فرآیندها و رویه‌ها)
- نظریه‌های مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی
- مسائل خاص در نظریه‌های مدیریت

- فرازهای مرتبط با نظام‌های مدیریتی در نهج البلاغه
- نشانه‌های وحی در رابطه با نظام‌های مدیریتی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- دفت، ر. (1389). مبانی تئوری و طراحی ساختار (ترجمه ع. پارسائیان و م. اعرابی). تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رایینز، ا. (1387). تئوری و طراحی سازمان (ترجمه م. الوانی و ح. دانایی فر). تهران: انتشارات صفار.
- رحمان‌سرشت، ح. (1386). تئوری‌های سازمان و مدیریت، از تجددگرایی تا پساتجددگرایی. تهران: انتشارات نشر دوران.
- مشبکی، ا. (1383). سیمای سازمان: مروری بر اثر ارزشمند گرت مورگان در مورد سازمان واستعاره‌های آن. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- هچ، ج. (1387). تئوری سازمان: مدرن، نمادین-تفسیری پست مدرن (ترجمه ح. دانایی فر). تهران: انتشارات نشر افکار
- مطهری، م. (1388). سیری در نهج البلاغه، ترجمه انصاریان، ح. تهران، انتشارات صدرا.
- شاکر ک. م. (1383). مختصر تفسیر المیزان. تهران: نشر مدین.
- Grotner, H. F. & Nichols, K. L. & Ball C. (2007). Organization theory: a public & nonprofit perspective (3rd ed). New York: Wadsworth Publishing.
- Hodge, B. J. & Anthony, W. P. & Gales, L. M. (2002). Organization theory: a strategic approach (6th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.



مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته

Advanced Organizational Behavior Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اصلی مشترک	پیش نیاز: نظریه های مدیریت (پیشرفته)

هدف:

ایجاد شناخت یکپارچه در مورد نظریه های رفتار سازمانی و بکارگیری آنها در دستیابی به عملکرد کیفی در سطح فردی، گروهی و سازمانی.

رئوس مطالب:

- مقدمه ای بر علوم رفتاری
- فرهنگ سازمانی و جایگاه آن در عملکرد سازمانی
- سطوح رفتار در سازمان و مدیریت
- تاثیر ادراک بر تصمیمات فردی
- خودمدیریتی
- انگیزش و تاثیر انتظارات بر عملکرد شغلی
- تفاوت های روانشناختی افراد و رفتار در سازمان
- ارزش ها و نگرش های فردی و جایگاه آن در رفتار سازمانی
- ارتباطات و مدیریت آن
- قدرت، رفتار سیاسی و مدیریت تضاد و سبک های آن
- رهبری و اعتماد در رفتار سازمانی
- مدیریت استرس و فشار عصبی
- تعریف، تعریف کار کردها و مدیریت کار گروهی
- راهبردها و استراتژی های هماهنگی

- مدیریت جهانی و تنوع منابع انسانی
- رفتار شهروندی و عوامل موثر بر آن
- تنیدگی و عوامل موثر بر آن در محیط کار
- تغییر، توسعه، تحول و رابطه آن با رفتار سازمانی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- رایبیز، ا. پ. (1389). مبانی رفتار سازمانی. (ترجمه م. اعرابی). تهران: انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- رضائیان، ع. (1388). مبانی مدیریت رفتار سازمانی. تهران: انتشارات سمت.
- سیدجوادین، ر. (1386). مدیریت رفتار سازمانی. تهران: انتشارات نگاه دانش.
- قلی پور، آ. (1386). مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی). تهران: انتشارات سمت پویا.
- مورهد، گ. و گریفین، دبلیو. (1386). رفتار سازمانی. (ترجمه م. الوانی و غ. معمارزاده) تهران: انتشارات مروارید.
- Ivancevich, J. M. & Konopaske, R. & Matteson, M.T. (2010). Organizational behavior and management. (9th ed). New York: McGROW-Hill.
- Hersey, P. H. & Blanchard, K. H. & Johnson. D. R. (2007). Management of Organizational Behavior. (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Luthan, F. (2008). Organizational behavior. (11th ed.). Boston: McGraw-Hill.



مدیریت منابع انسانی و شایسته سالاری

Human Resources Management and Meritocracy

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اصلی مشترک	پیش نیاز: -

هدف:

افزایش دانش ادراکی و تحلیلی دانشجویان در زمینه مسایل نیروی انسانی در سازمان های دولتی و خصوصی (اعم از تولیدی، خدماتی یا بازرگانی).

رئوس مطالب:

- سیر تحول تاریخی مدیریت منابع انسانی در سازمان
- کاربرد نظریه های مدیریت در مدیریت منابع انسانی
- تحلیل نگرش سیستمی به جایگاه مدیریت منابع انسانی در سازمان
- برنامه ریزی استراتژیک منابع انسانی شامل:
- تدوین سیاست ها و برنامه ریزی عملیاتی منابع انسانی در حوزه های زیر:
- مدیریت عملکرد منابع انسانی و موانع ارزشیابی کارکنان و مدیران
- چالش های مدیریت منابع انسانی در قرن 21
- مدیریت منابع انسانی در کشورهای در حال توسعه
- مدیریت تنوع نیروی انسانی در محیط کار
- سیاست های مردم داری در نامه حضرت علی (ع) به مالک اشتر
- بررسی مسائل خاص کشورهای اسلامی و به ویژه ایران در حوزه سیستم های مدیریت منابع انسانی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- آرمسترانگ، م. (1384). مدیریت استراتژیک منابع انسانی، راهنمای عمل (ترجمه م. اعرابی و د. ایزدی). تهران: انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
- جزنی، ن. (1387). مدیریت منابع انسانی. تهران: انتشارات نشرنی.
- سعادت، ا. (1387). مدیریت منابع انسانی. تهران: انتشارات سمت.
- سیدجوادین، ر. (1387). مفاهیم کلیدی مبانی مدیریت منابع انسانی. تهران: نگاه دانش نوین.
- سیدجوادین، ر. (1387). مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان. تهران: انتشارات نگاه دانش نوین.
- مطهری، م. (1388). سیری در تهج البلاغه، ترجمه انصاریان، ح. تهران، انتشارات صدرا.
- Cascio, W. (2007). Human resource management (6th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Dessler, G. (2007). Human resource management. South Western Collge Publication.
- Ivancievich, J. M. (2007). Human resource management (10th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Noe, R. & Hollenbeck, J. & Gerhart, B. (2007). Human resource management. (6th ed.). New York: McGraw-Hill.

تحلیل آماری در مدیریت بازرگانی و نرم‌افزارهای کاربردی

Statistical Analysis in Business Management and Applied Softwares

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اصلی مشترک	پیش‌نیاز: -

هدف:

ایجاد مهارت لازم در دانشجویان برای تعریف آماری مساله پژوهش، انتخاب آزمون‌های آماری مناسب برای آزمون فرضیه‌ها و نیز ایجاد توانایی اجرای آزمون‌های مختلف آماری به لحاظ محاسباتی و رایانه‌ای در راستای پایان‌نامه یا هر طرح پژوهشی دیگری که به عهده می‌گیرد.

رئوس مطالب:

- مرور و یادآوری: مفاهیم علم آمار، کاربردهای مدیریتی، آمار توصیفی، برآورد پارامترها و آزمون پارامتریک فرضیه‌های آماری (میانگین، واریانس و نسبت موفقیت)، تحلیل واریانس یک عامله (حداکثر 3 ساعت)
- اجرای نرم‌افزاری آزمون‌های پارامتریک آماری و تحلیل واریانس و تفسیر خروجی‌ها با مثال‌های مدیریتی
- تحلیل واریانس چند عامله با مثال‌های کاربردی
- اجرای نرم‌افزاری و تفسیر خروجی‌های تحلیل واریانس چند عامله با مثال‌های مدیریتی
- آزمون‌های ناپارامتریک فرضیه‌های آماری (علامت، یو من ویتنی، ویلکاکسون، کروسکال والیس، فریدمن، گردش، کلمگروف اسمیرنوف برای برازش و همبستگی اسپیرمن)
- اجرای نرم‌افزاری آزمون‌های ناپارامتریک و تفسیر خروجی‌ها با مثال‌های مدیریتی
- روشهای مختلف برآورد توزیع جامعه
- اجرای نرم‌افزاری آزمون‌های برآورد توزیع جامعه با مثال‌های مدیریتی
- مرور و یادآوری: مبانی رگرسیون، برآورد خطی یک متغیره، ضریب همبستگی و برآورد آن
- اجرای نرم‌افزاری برآورد خطی یک متغیره و همبستگی و تفسیر نتایج با مثال‌های مدیریتی
- کلیات تحلیل رگرسیون خطی چندگانه و ضرایب همبستگی جزئی

- اجرای نرم‌افزاری برآوردهای خطی چند متغیره و تفسیر خروجی‌ها
 - اجرای نرم‌افزاری و تفسیر خروجی‌ها برای پیش‌فرض‌های رگرسیون خطی
 - اجرای نرم‌افزاری و تفسیر خروجی‌ها برای رگرسیون غیر خطی و پیش‌فرض‌های آن
- تذکر: انتخاب نرم‌افزار به تشخیص استاد درس است اما نرم‌افزار SPSS پیشنهاد می‌شود.

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
+	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- آذر، ع. و مومنی، م. (1388). آمار و کاربرد آن در مدیریت: تحلیل آماری. تهران: انتشارات سمت.
- فروند، ج. (1387). آمار ریاضی. (ترجمه ع. عمیدی و م. ق. وحیدی)، تهران: انتشارات مرکز نشر دانشگاهی.
- لیبرمن جی. جی. (1388). آمار کاربردی. (ترجمه ه. محلوچی)، انتشارات نشر دانشگاهی.
- Keller, G. (2009). Statistics for management and economics. (8th ed.). Cengage Learning Inc.
- Srivastava, T. N. & Rego, S. (2008). Statistics for management. McGraw-Hill.

اصول و مبانی مدیریت اسلامی Principles of Islamic Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اصلی مشترک	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد شناخت و قدرت تحلیل در دانشجویان در رابطه با نظریه (پارادایم)ها، مفاهیم و اصول موضوعه مدیریت اسلامی (با تاکید بر الگوهای رفتاری)

رئوس مطالب:

- 1- اهداف کلی مدیریت در فرهنگ اسلامی (تربیت منابع انسانی، آزادی انسان از قید اسارت)
- 2- تاریخچه مدیریت اسلامی
- 3- پارادایم مدیریت اسلامی (هستی شناسی - معرفت شناسی - روش شناسی)
- 4- مدیریت فقهی و مدیریت اسلامی
- 5- نظریه رشد و مدیریت رحمانی
- 6- اصول اخلاقی مدیریت اسلامی
 - 1-6 اخلاق عام کارگزاران
 - 2-6 ویژگی های اخلاقی مدیران
- 7- نظریه اسلام در مدیریت منابع انسانی (فرآیندهای انتخاب و کارمندیابی، آموزش و بهسازی، ارزیابی عملکرد، انضباط، حقوق و دستمزد)
- 8- مبانی شایسته سالاری از منظر اسلام
- 9- اصول مدیریت از دیدگاه اسلام
 - 1-9 مبانی و ملاک های برنامه ریزی در متون قرآنی و روایی
 - 2-9 اصول سازماندهی در سیره انبیاء (با تاکید بر سیره نبوی و علوی)
 - 3-9 اصول رهبری در قرآن و روایات (با تاکید بر معرفی الگوهای آن)
 - 4-9 نظریه انگیزش در مدیریت رحمانی

- 5-9 اصول ارتباط موثر از منظر اسلام
- 6-9 معیارها و اصول کنترل موثر از دیدگاه اسلام (الوهای نبوی و علوی)
- 10. پیام های اداری و مدیریتی فرمان حکومتی امیرمومنان (ع) به مالک اشتر
 - 1-10 وظایف و تکالیف دولت
 - 2-10 وظایف اساسی مدیر
 - 3-10 روش های مدیریت

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد

منابع اصلی:

- قوامی، ص. (1390). مدیریت از منظر کتاب و سنت. تهران: انتشارات دبیرخانه مجلس خبرگان.
- محمدی ری شهری، م. (1385). اخلاق مدیریت در اسلام. شهرری: انتشارات دارالحدیث.
- انصاری، م. ع. و دعائی ح. و مرتضوی. س. (1385). مبانی مدیریت اسلامی و الگوهای آن. انتشارات بیان هدایت نور.
- خنیفر، ح. (1382). پیش درآمدی بر اصول و مبانی مدیریت و دیدگاه امام علی (ع) با نگرش تطبیقی. تهران: انتشارات پیک دبیران.
- تقی پورفر، و. (1377). اصول مدیریت اسلامی و الگوهای آن. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت.
- علی آبادی، ع. ر. (1377). مدیران جامعه اسلامیتهران: نشر رامین.



مدیریت استراتژیک پیشرفته
Advanced Strategic Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اصلی مشترک	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد نگرش تحلیلی یکپارچه در دانشجو نسبت به معماری استراتژیک سازمان و نحوه سیاست گذاری، هدف گذاری، برنامه ریزی و تصمیم گیری استراتژیک در سطح شرکت و واحد کسب و کار

رئوس مطالب:

- استراتژی و تاکتیک
- انواع الگوهای برنامه ریزی استراتژیک
- هدف گذاری
- سیاست گذاری
- برنامه ریزی
- تصمیم گیری
- تجزیه و تحلیل فرصتها و تهدیدها، نقاط قوت و ضعف
- فنون و تکنیک های تجزیه و تحلیل
- مشخص کردن گزینه ها یا بدیلها (انواع طبقه بندی های استراتژی)
- انتخاب و اجرای استراتژی
- کنترل و ارزیابی برنامه استراتژیک
- متغیرهای انسانی و اجتماعی (منابع انسانی)
- متغیرهای ساختاری (اندازه سازمان و تقسیم بندی های اداری)

- بازارها و محیط های سازمانی (بازار رقابتی، بازار کار و اشتغال، بازار عرضه کنندگان، دولت و نهادهای دولتی)
- تکنولوژی و تولید (تراکم سرمایه، انتخاب و انتقال تکنولوژی، فرآیند تولید).
- فرهنگ سازمانی (ارزشها، آداب و رسوم، سنتها، اسطوره ها)

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- خداداد حسینی، ح. و عزیزی، ش. (1385). مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک: رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار.
- دیوید، ف. ر. (1389). مدیریت استراتژیک. (ترجمه ع. پارسائیان و م. اعرابی). تهران: انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- Morden, T. (2007). Principles of strategic management. (3rd ed.). MPG Books.
- Wiebes, E. & Baaij, M. & Witteveen, P. & Keibek, B. (2007). The craft of strategy formation. England: John Wiley & Sons.



تجزیه و تحلیل بازار Market Analysis

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

بررسی عمیق و جامع اصولی و روش های مدیریت بازار و جنبه های کاربردی آن در بازرگانی جدید به طوری که دانشجو بتواند با استفاده از مطالبی که در اصول بازاریابی و سایر دروس مشابه آن آموخته است وضع بازارها را بررسی نماید و برای آن برنامه بازاریابی ارائه دهد. این درس دارای جنبه های پژوهشی و کاربردی بوده و به صورت سمینار ارائه می گردد.

رئوس مطالب:

- بازارگرایی در تدوین استراتژی کسب و کار
- کاربرد استراتژی های سازمانی در بازاریابی
- شناخت فرصت های بازار و ارزیابی نیاز بازار به کالاها و خدمات
- اولویت بندی بازارها براساس نیاز بازار و نفوذ در بازارهای جذاب (با نگاه خاص به دخالت های دولت)
- تنوع گرایی و موقعیت سازی برند
- استراتژی های بازاریابی برای ورود به بازارهای جدید
- استراتژی های بازاریابی برای بازارهای در حال رشد
- استراتژی های بازاریابی برای بازارهای در مرحله بلوغ یا افول
- استراتژی های بازاریابی برای اقتصاد نوین
- سازماندهی و برنامه ریزی برای اجرای استراتژی بازاریابی
- ارزیابی هزینه های بازاریابی و معیارهای کمی عملکرد بازاریابی
- مطالعه موردی برای بازاریابی کاربردی در ایران

- مشخصات کلی بازارها در کشورهای در حال توسعه
- بررسی مسایل جاری در بازاریابی بین الملل

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد

منابع اصلی:

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). Principles of marketing. London: Prentice-Hall.
- Orville, C. & Walker, J. R. & Harper, W. & Boyd, J. R. & Larreche, J.C. (2009). Marketing Strategy: Planning and Implementation. (2nd ed.). Richard D. Irwin
- Walker, O. C. & Mullins, J. W. (2010). Marketing strategy: a decision focused approach. (7th ed.). McGraw-Hill.



تحقیقات بازاریابی Marketing Research

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

کسب شناخت در زمینه آخرین مطالعات بازاریابی صورت گرفته در دنیا و افزایش تسلط دانشجو در تعریف مساله پژوهش و عملیاتی سازی مساله در قالب فرضیه‌ها، نظریه‌ها، روش‌شناسی و شناسایی منابع و مآخذ.

رئوس مطالب:

- ماهیت تحقیقات بازاریابی
- تقسیم‌بندی‌های اصلی تحقیقات بازاریابی
- شناخت محصول و کاربردهای مختلف آن
- بررسی عوامل طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در بازاریابی
- تحقیقات بازار به منظور معرفی یک کالای جدید به بازار
- تقسیم‌بندی بازار
- شناخت مسائل و مشکلات موجود و تعیین هدف برای انجام تحقیقات بازار
- تهیه برنامه و طرح پیشنهادی تحقیقات بازار
- منابع اطلاعات علمی در تحقیقات بازاریابی
- روش‌شناسی تحقیقات بازاریابی (انواع پرسشنامه، نمونه‌گیری، نحوه گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبات حضوری
- تجزیه و تحلیل اطلاعات بازاریابی
- جمع‌بندی، تجزیه و تحلیل و تفسیر یافته‌ها
- نحوه تهیه گزارشات بازاریابی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	-	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- ابراهیمی، ع. و روستا، ا. و ونوس، د. (1388). تحقیقات بازاریابی (نگرشی کاربردی). تهران: انتشارات سمت.
- تال، د. (1383). تحقیق بازاریابی، سنجش و روش. (ترجمه ع. صالح اردستانی). تهران: انتشارات آن.
- صناعی، ع. (1386). تحقیقات بازاریابی با نگرش کاربردی. اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- Carl, M. J. Gates, R. (2007). Marketing research essentials with SPSS. (6th ed.). Wiley.
- Gilbert, A. C. (2009). Basic marketing research. South-Western College Pub.
- Hair, D. & Bush, R. P. & Ortinau, D. J. & Wolfinbarger, M. & Wolfinbarger, M. F. (2007). Essentials of marketing research. (1st ed.). McGraw-Hill



رفتار مصرف کننده
Consumer Behavior

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد شناخت در دانشجویان نسبت به مراحل رفتار مصرف کننده و عواملی که برهیریک از این مراحل اثر می گذارد. به نحوی که بعد از این درس دانشجو بتواند برای کالاهای مختلف بر این اساس رفتار مصرف کننده را تحلیل کند.

رئوس مطالب:

- مصرف کننده و نقش وی در فروش
- شناخت مصرف کننده و گروه بندی آنان
- مبانی تصمیم گیری مصرف کننده (شناخت نیاز، گردآوری اطلاعات، ارزیابی اطلاعات، خرید و رفتار پس از خرید)
- انگیزه های خرید و مصرف و عوامل موثر بر آن
- مسائل خاص در رفتار مصرف کننده

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	-	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- موون، ج. سی. و ماینور، م. اس. (1386). رفتار مصرف کننده. (ترجمه: ع. صالح اردستانی، م. سعدی). تهران: انتشارات آیلا.

▪ هاوکینز، دی. و راجر بی. و کانی کی. (1385). رفتار مصرف کننده. (ترجمه ا. روستا و ع. بطحایی). تهران: انتشارات سارگل.

- Solomon, M. (2006). Consumer behavior: a european perspective. Pearson Education International.
- Usunier, J. C. & Lee, J. (2005). Marketing across cultures. International Edition. Pearson Education Limited



مدیریت فروش
Sales Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد شناخت در دانشجویان در مورد نحوه سازماندهی و مدیریت نیروهای فروش و نیز نوع ارتباط واحد فروش با سایر واحدهای سازمانی

رئوس مطالب:

- دنیای فروش
- نقش فروش در بازاریابی
- استراتژی‌های فروش
- روابط فروش موفق
- رفتار خریداران سازمانی و مصرف کنندگان
- عوامل تعیین کننده فروش
- فروش‌های بین‌المللی
- نقش اخلاق و قانون در فروش
- مسئولیتهای فروش
- مهارتهای فروش شخصی
- مدیریت حساب‌های کلیدی
- بازاریابی مستقیم
- کاربرد فناوری اطلاعات و اینترنت در فروش
- فرآیند استخدام نیروی فروش
- انگیزش و آموزش نیروی فروش

- سازماندهی و کنترل نیروی فروش

- بودجه‌ریزی و پیش‌بینی فروش

- ارزیابی نیروهای فروش

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
+	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- لوید، ک. (1389). راهگشای فروش. ترجمه روستا، احمد و زمانی، آزیتا. تهران: انتشارات فرهنگ متین.
- هادوی‌نیا، ر. (1388). روانشناسی فروش حرفه‌ای در بازار ایران. تهران: انتشارات موسسه والاتدبیر.
- بریتات، ت. (1386). تئوری‌های فروش موفق. ترجمه قربانلو، سینا، تهران: انتشارات مبلغان.
- گیتومتر، ج. (1388). کیمیای فروش. ترجمه روستا، احمد و گشتی، رویا. تهران: انتشارات کارون.
- حدادیان، ع. (1387). راهکارهای عملی فروش، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- Jobber, D. & Lancaster, G. (2009). Selling and Sale Management. Prentice-Hall.



تجارت الکترونیکی Electronic Commerce

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش‌نیاز: -

هدف:

ایجاد شناخت در دانشجویان نسبت به روش‌های توسعه و مدل‌های کسب‌وکار الکترونیکی، و رویکردهای مختلف انتقال از فضای سنتی به فضای الکترونیکی

رئوس مطالب:

- تعاریف و مفاهیم کسب‌وکار الکترونیکی
- ابعاد کسب‌وکار الکترونیکی
- شکاف دیجیتالی و تاثیر آن بر توسعه کسب‌وکار الکترونیکی
- منافع، هزینه‌ها و چالش‌های کسب‌وکار الکترونیکی
- پرداخت الکترونیکی و روش‌های آن
- مدل‌های کسب‌وکار الکترونیکی و آشنایی با نمونه‌های مطرح در جهان
- امنیت مبادلات در فضای کسب‌وکار الکترونیکی
- مدل‌های تجارت الکترونیکی شامل B2B، B2C، C2C، C2B، P2P و غیره و مفاهیم و قواعد کاربردی آنها
- بازاریابی الکترونیکی و تفاوت‌های آن با بازاریابی سنتی
- زیرساخت‌های فنی و غیرفنی تجارت الکترونیکی
- مدل‌های آمادگی الکترونیکی سازمان‌ها و کشورها

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	-	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- خداداد حسینی، ح. و عزیزی، ش. و میرحسینی، ح. (1385). کسب و تجارت الکترونیکی رویکردی مدیریتی. تهران: انتشارات سمت.
- صناعی، ع. (1386). تجارت الکترونیک در هزاره سوم. اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد صنعتی اصفهان.
- موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، (1383). تجارت الکترونیکی؛ مفاهیم و کاربردها. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی
- Burn, J. & Marshall, P. & Barnet, M. (2001). E-business strategies for virtual organizations. Butterworth Heinemann.
- Kamel, S. (2005). Electronic business in developing countries: opportunities and challenges. Idea Group Publishing.
- Turban, E. & Lee, J.K. & King, D. & McKay, J. & Marshal, P. (2007). Electronic commerce 2008: a managerial perspective. (5th ed.). Pearson Edition.



مدیریت سرمایه گذاری Investment Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد توان و مهارت لازم برای سرمایه گذاری بهینه منابع مالی از طریق تجزیه و تحلیل و تصمیم گیری در مورد ترکیب سرمایه گذاری های مالی و حقیقی بنگاه

رئوس مطالب:

- مفاهیم اولیه سرمایه گذاری و جایگاه آن در مدیریت مالی
- تدوین اهداف و خط مشی های سرمایه گذاری
- رویکردهای نظری در تجزیه و تحلیل سبد سرمایه گذاری
- رویکردهای کاربردی در تجزیه و تحلیل سرمایه گذاری: بنیادی و تکنیکی
- اندازه گیری عملکرد پورتفولیو
- تجزیه و تحلیل مسائل روز در رابطه با مدیریت سرمایه گذاری
- مسائل خاص در مدیریت سرمایه گذاری
- مسائل خاص مدیریت سرمایه گذاری در کشورهای در حال توسعه

پروژه: انجام یک مطالعه مرور ادبیات در حوزه مشخص و خاص نظری در مدیریت سرمایه گذاری

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
+	-	+	+

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- جونز، سی. پی. (1388) مدیریت سرمایه گذاری، (ترجمه ر. تهرانی، ع. نوربخش). تهران: نشر نگاه دانش.
- راعی، ر. و تلنگی، ا. (1383)، مدیریت سرمایه گذاری پیشرفته، تهران: انتشارات سمت.
- راعی، ر. و سعیدی، ع. (1385)، مبانی مهندسی مالی و مدیریت ریسک (چاپ دوم)، تهران: انتشارات سمت.
- هاگن، آر. (1385) تئوری نوین سرمایه گذاری (ترجمه ع. پارسائیان و ب. خدارحمی). تهران: انتشارات ترمه.
- Bodie, Z. & Kane, A. & Marcus, A.J. (2008). Essentials of Investments. (7th ed.). McGraw-Hill.
- Block, S. (2006). Fundamentals of investment management. (8th ed.). McGraw-Hill.
- Gordon, J. A. & William, F. S. & Jeffrey. V. B. (2000). Fundamentals of investment (3rd ed.). New Jersey: Prentice-Hall



بازارها و نهادهای مالی

Financial Markets and Institutions

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

بررسی نقش مؤسسات پولی و مالی در تأمین نیازهای سازمان های بازرگانی و امور سرمایه گذاری و ایجاد شناخت در دانشجویان نسبت به فعالیت ها و مسایل جاری بازارهای پولی و سرمایه

رئوس مطالب:

- پس اندازها، قرض دهی و نرخ بهره (ساختار و عوامل موثر)
 - انواع دارایی ها و ابزارهای مالی
 - بازارهای مالی (مشتقات، اوراق مشارکت، سهام، وام و اوراق رهنی) و مشخصات آنها در کشورهای در حال توسعه
 - واسطه های مالی و نوآوری مالی
 - عوامل اقتصادی (تورم، بهره، نرخ ارز) و نقش دولت در بازارهای مالی از طریق بانک مرکزی
 - نقش سیاست های پولی و سیستم بانکی در بازارهای پولی و مالی
 - نهادهای مالی و نقش آنها در بازارهای مالی (بیمه، سپرده پذیری، شرکت های سرمایه گذاری)
 - دارایی های مالی (ویژگی ها، قیمت گذاری، ریسک و بازده)
 - مسایل جاری در امور پولی و مالی بین المللی
 - سیستم بانکداری اسلامی و اصول آن
- پروژه: تهیه گزارش تحقیقی بوسیله دانشجو در مورد یکی از مسایل بازارهای پولی و مالی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
+	-	+	+

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- فیوزی، اف. (1388). مبانی بازارها و نهادهای مالی. (ترجمه ح. عبده تبریزی). نشر آگاه .
- مجتهد، ا. (1384). پول و بانکداری و نهادهای مالی. تهران: انتشارات پژوهشکده پولی و بانکی.
- Haron, S. & Azmi, N. W. (2009). Islamic Finance and Banking System. McGraw-Hill.
- Fabozzi, F. J. & Modigliani, F. P. & Jones, F. J. (2009). Foundations of financial markets and institutions. (4rd ed). New Jercey: Prentice Hall.



مدیریت ریسک مالی
Financial Risk Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: مدیریت سرمایه گذاری

هدف:

ایجاد قدرت تحلیل و ارزیابی ریسک در دارایی های مالی و ریسک مالی در شرکت ها بازرگانی اعم از صنعتی، خدماتی، بازرگانی یا کشاورزی

رئوس مطالب:

- مفاهیم اولیه مدیریت ریسک
- مدیریت ریسک دارایی های مالی و اوراق بهادار
- معیارهای نوسان پذیری در اندازه گیری ریسک
- معیارهای اندازه گیری حساسیت
- مدل سازی توزیع های شرطی در مقابل توزیع های غیر شرطی
- ارزش در معرض خطر
- مدل های پیش بینی بازده و نوسانات آن
- روش های مبتنی بر شبیه سازی
- مشتقات مالی؛ ابزارهای مدیریت ریسک اوراق بهادار
- مهندسی مالی و تکنیک های کاربردی آن
- مدیریت ریسک مالی شرکتی
- مراحل مدیریت ریسک مالی شرکتی
- طبقه بندی و انواع ریسک مالی (ساختار ترازنامه، اعتباری، نقدینگی، کفایت سرمایه و غیره)

- ورشکستگی و مکانیسم‌های پیش‌بینی آن
 - ابزارهای مدیریت و انتقال ریسک مالی در شرکتها
- پروژه: گزارش اندازه‌گیری ریسک اوراق بهادار یا ریسک شرکتی یکی از شرکتهای پذیرفته شده بورس اوراق بهادار

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
-	+	+	+

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- راعی، ر. و تلنگی، ا. (1383). مدیریت سرمایه‌گذاری پیشرفته. تهران: انتشارات سمت.
- راعی، ر. و سعیدی، ع. (1385). مبانی مهندسی مالی و مدیریت ریسک. تهران: انتشارات سمت.
- گروه تحقیق و توسعه شرکت تحلیل‌گران سیستم (1388). ریسک بازار: رویکرد ارزش در معرض خطر. تهران: انتشارات آتی‌نگر.
- Sharpe, W. F. (2007). Investors and markets. New Jersey: Princeton University Press.
- Christoffersen, P. F. (2003). Elements of financial risk. USA: Elsevier Science.
- Das, S. (2006). Risk management: The swaps and financial derivatives library. (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Hunt, P. J. & Kennedy, J. E. (2004). Financial derivatives in theory and practice. John Wiley & Sons.



مدیریت تامین مالی بنگاهی
Corporate Financing Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد درک و شناخت کافی در دانشجویان در زمینه روش های تامین مالی، مدیریت ساختار سرمایه و نیز ارزش گذاری بنگاه های اقتصادی

رئوس مطالب:

- مفاهیم اصولی تامین مالی شرکت ها (نقش دولت، تفکیک مالکیت، بازارهای مالی)
- مفاهیم، ارزش گذاری و مدیریت اوراق بهادار با درآمد ثابت
- مفاهیم، ارزش گذاری و مدیریت سهام و اختیار معامله
- سیاست های تقسیم سود، ساختار سرمایه و مدیریت آن
- مدیریت عملیات مالی بین المللی
- ارزش گذاری شرکت و حاکمیت آن
- مدیریت بدهی ها، تسهیلات بانکی و استقراض
- نظام کنترلی و تامین مالی (ادغام، بحران های مالی، ورشکستگی)
- جایگاه تامین مالی در معماری سازمانی
- مدیریت ریسک در تامین مالی
- طراحی و مدیریت اوراق بهادار
- ابزارهای تامین مالی اسلامی با تاکید بر اوراق صکوک
- خدمات مالی اسلامی

پروژه: تهیه یک گزارش در مورد یکی از روش های تامین مالی بنگاهی در داخل ایران

روش ارزشیابی:

پروژه	آزمون های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
+	+	+	+

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- عبیدالله، م. (2005). خدمات مالی اسلامی. (ترجمه م. واعظبرزانی و ح. طاهری). تهران: انتشارات سمت.
- Ogden, J.P. & Jen, F. C. & O`Connor, P.F. (2003). Advanced corporate finance: Policies and strategies. Prentice Hall.
- Ehrhardt, M.C. & Brigham, E.E. (2011). Corporate Finance. (4th ed.). South Western Cengage Learning.

مباحث ویژه در مدیریت مالی
Special Issues in Financial Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش‌نیاز: -

هدف:

ایجاد توانایی تحلیل نظریه‌های جدید مدیریت مالی در دانشجویان از طریق معرفی آخرین دستاوردهای (مقالات) چاپ شده در نشریات معتبر بین‌المللی و کاربردهای عملی آن توسط استاد

رئوس مطالب:

- رئوس مطالب این درس در هر ترم با تایید گروه مدیریت تدوین می‌شود.

پروژه: تنظیم گزارشی در مورد وقایع اخیر داخلی و خارجی و رابطه آن با مدیریت مالی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
+	-	+	+

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- مطهری، م. (1388). سیری در نهج‌البلاغه، ترجمه انصاریان، ح. تهران، انتشارات صدرا.
- شاکر ک. م. (1383). مختصر تفسیر المیزان. تهران: نشر مدین.
- پایان‌نامه‌های اجرا شده در دانشگاه‌های مختلف
- تحقیقات انجام شده در سازمانها و نهادهای مرتبط در بخش خصوصی و دولتی
- سایت‌های مرتبط با مدیریت مالی در نهادهای دولتی و خصوصی در ایران و جهان
- نشریات زیر برای یافتن آخرین نظریه‌ها و یافته‌های مدیریت مالی
- Computers and Operations Research

- Financial Analysts Journal
- Intemational Journal of Managerial Finance



الگوها و نظریه‌های تحول سازمان و مدیریت

Models and Theories of Management and Organization Change

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش‌نیاز: -

هدف:

افزایش دانش ادراکی و تحلیلی دانشجویان در زمینه پارادایم‌های ایجاد تحول در سازمان و نظام مدیریتی آن از طریق شناخت، مقایسه و تحلیل جامع نظریه‌ها، الگوهای مدیریت تحول

رئوس مطالب:

- تعریف تحول سازمانی و تاریخچه تکامل آن
- تحول سازمانی در دنیای پیچیده سازمان‌ها
- ضرورت و ماهیت تغییر و تحول در سازمان
- ارزش‌های در حال تغییر در سازمان و مدیریت و پیامدهای آن
- زمینه‌های محیطی و راهبردهای مدیریت تحول
- پارادایم و چارچوب تحول در سازمان
- دوره عمر سازمان و مراحل رشد آن
- مدل‌های مفهومی تحول در سازمان و روشهای توصیفی هنجاری در آن
- سطوح تحول: فرد، گروه و سازمان
- رهبری تحول در سازمان
- سیستم‌های نرم و سخت تحول در سازمان
- ارتباط تحول سازمانی با استعاره‌های سازمانی (مدیریت استراتژیک، فرهنگ سازمانی، طراحی و ساختار سازمان، سازمان یادگیرنده، قدرت، سیاست)
- مباحث خاص مدیریت تحول (سازمان‌های آینده، اخلاق و تحول سازمانی)
- مقاومت در برابر تغییر

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- بل، اس. و فرنچ، وی. (1388). مدیریت تحول در سازمان. (ترجمه م. الوانی و ح. دانایی فرد)، تهران: صفار
- تسلیمی، م. (1388). مدیریت تحول سازمانی. تهران: انتشارات سمت.
- تیمورنژاد، ک. (1384). مدیریت تحول سازمانی از تئوری تا عمل. تهران: انتشارات نرم افزاری هامون
- دعایی، ح. و کاردانی، م. و امین فر، ط. (1384). مدیریت تحول. مشهد: انتشارات بیان هدایت نور.
- محمدزاده، ع. (1384). مدیریت توسعه. تهران: انتشارات سمت
- مک لنان، آر. (1383). مدیریت تحول سازمانی پیشرفته. (ترجمه م. بابایی اهری)، تهران: انتشارات سمت.
- هیز، جی. (1389). مدیریت تحول استراتژیک در تئوری و عمل. (ترجمه ا. کردناییج و ص. سرمدی)، تهران: انتشارات کتاب مهربان.
- Barbara, S. B. & Stephen, S. S. (2010). Organizational Change. (4th ed.). Prentice Hall.
- Burk, W. W. (2010). Organization Change: Theory and Practice. (3rd ed.) Sage Publication.
- Collins, D. (1998). Organizational Change. Taylor & Francis. Inc.
- Fleming, J. and Senior, B. (2006). Organizational Change. (3rd ed.). Prentice Hall.
- Griesves, J. (2010). Organizational Change: Themes and Issues. Oxford University Press.
- Hayes, L. J. & Houmanfar, R. & Austin, J. A. (2001). Organizational Change. Context Press
- Jaffe, D. T. (2006). Change Management. (3rd ed.). Axzo Press.



مدیریت دانش و سازمانهای یادگیرنده

Knowledge Management and Learning Organizations

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

افزایش شناخت ادراکی و تحلیلی دانشجویان در ابزارهای عملیاتی تحول سازمانی و به طور خاص ایجاد شناخت در آنها در مورد فرآیند، الگوها و چالش‌های مدیریت دانش

رئوس مطالب:

- دانش و معرفت شناسی دانش و انواع دانش
- تعریف مدیریت دانش و سیر تکاملی آن
- مدیریت دانش در سازمان های دانش محور و کسب مزیت رقابتی
- فرایند مدیریت دانش: برنامه ریزی، خلق دانش، یکپارچه سازی دانش، سازماندهی دانش، انتقال دانش، نگهداری و ذخیره دانش، ارزیابی دانش
- سیستم های مدیریت دانش: سیستم های کسب دانش، سیستم های تسهیم دانش، سیستم های بکارگیری دانش
- چرخه مدیریت دانش
- مدل های مدیریت دانش
- زیرساخت ها، ساز و کارها و فناوری های استقرار مدیریت دانش
- سرمایه فکری و کارکنان دانش محور و تیم مدیریت دانش
- مدیریت منابع انسانی و مدیریت استراتژیک منابع انسانی
- مدیریت دانش و استراتژی کسب و کار در سازمان
- ممیزی دانش در سازمان
- موانع و عوامل بازدارنده تبادل دانش در سازمان

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
----------------	----------	-----------------	-------

-	+	+	+
---	---	---	---

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- ابطحی، ح. و صلواتی، ع. (1386). مدیریت دانش در سازمان ها. تهران: انتشارات پیوند نو.
- برگرن، بی. (1386). مبانی مدیریت دانش. (ترجمه م. قهرمانی و م. باقری)، تهران: مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وابسته به وزارت نیرو.
- تاکوچی، اچ. نوناکا، آی. (1385). شرکت های دانش آفرین: چگونه شرکت های ژاپنی نوآوری را محقق می سازند. (ترجمه ع. عطا فر و ج. اسلامی و س. آنالویی)، تهران: انتشارات سما قلم.
- رادینگ، ای. (1388). مدیریت دانش: موفقیت در اقتصاد جهانی مبتنی بر اطلاعات. (ترجمه م. ح. لطیفی)، تهران: انتشارات سمت.
- قلیچ لی، ب. (1388). مدیریت دانش: فرایند خلق، تسهیم و کاربرد سرمایه فکری در کسب و کارها. تهران: انتشارات سمت.
- گیلبرت، پی. و روب، اس. و رومهارت، کی. (1385). مدیریت دانش. (ترجمه ع. حسینی خواه)، تهران: انتشارات یسپرون.

- Heats, W. (2010). Knowledge management and management learning: Extending the horizons of knowledge-based management. New York: Springer-Verlag.
- Hawryszkiewicz, I. (2009). knowledge management: Organizing knowledge based enterprises. Palgrave Macmillan.
- Jasimuddin, S. M. (2011). knowledge management : an interdisciplinary perspective, World Scientific Publishing Company, Inco.
- Irma, B. I. & Sabherwal, R. & Gibson, C. (2010). Knowledge management: Systems and processes. Sharpe. M. E.
- McInerney, C. & Yoon, W. & Marchionini, G. (2011). knowledge management processes in organizations : theoretical foundations and practice Morgan and Claypool Publishers.
- Silvio, W. (2011). Knowledge management : Approaches to an improved customer relationship management. New York: Springer-Verlag.
- Wallace, D. P. (2007). Knowledge management: Historical and cross-disciplinary themes. (2nd ed.). Libraries Unlimited.



مباحث ویژه در مدیریت تحول
Special Issues in Change Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش‌نیاز: -

هدف:

افزایش توان تحلیل دانشجویان در مورد مشکلات رفتاری سازمان‌ها و افزایش شناخت آنها در مورد استفاده از نظریه‌های رفتاری برای بکارگیری بهینه منابع انسانی در قالب اهداف سازمانی

رئوس مطالب:

- رئوس مطالب این درس در هر ترم با تایید گروه مدیریت تدوین می‌شود.

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
+	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- مطهری، م. (1388). سیری در نهج البلاغه، ترجمه انصاریان، ح. تهران، انتشارات صدرا.
 - شاکر ک. م. (1383). مختصر تفسیر المیزان. تهران: نشر مدین.
- نشریات زیر برای یافتن آخرین یافته‌ها و نظریه‌های تحول و رفتار سازمانی

- Academy of Management Review
- Behavioral Science
- Business Ethics Quarterly

- California Management Review
- Harvard Business Review
- Information Technology and Organizational Transformation
- Issues, Theory, and Research in Industrial/Organizational Psychology
- Knowledge Management and Organizational Design
- Leadership Excellence
- Learning organizationorganizational Behaviour
- Organizational Behavior and Human Decision Processes



آسیب شناسی و مشاوره سازمانی

Organizational Diagnosis and Consulting

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

افزایش دانش ادراکی و تحلیلی دانشجویان در زمینه آسیب شناسی مشکلات سازمانی و ارائه مشاوره حرفه ای و مداخله مؤثر بر اساس روش های علمی و تجربی جهت حل مشکلات سازمان

رئوس مطالب:

- ساختار در حال تغییر سازمان ها و ضرورت تحول
- فرآیند، انواع، نگرش ها و مدل های تشخیص و نگرش سیستمی در آن
- رویکردها، مدل ها و ابزارهای آسیب شناسی به سازمان
- تعریف مشاوره و مداخله سازمانی و نقش آن در تحول سازمانی
- چگونگی برقراری رابطه مشاوره با سازمان
- مهارت های مشاوره حرفه ای
- فرایند و نوع شناسی مشاوره و مداخله در سازمان
- مدیریت استراتژیک و آسیب شناسی سازمانی
- استراتژی های مشاوره و مداخله
- جایگاه مشاور در ساختار سازمانی
- مهارت های مشاوره
- مشاوره در حوزه های متعدد سازمان
- مشاوره بالندگی سازمانی، نقش و روش
- مشاوره داخلی و خارجی
- مشاوره و حل تعارض در سازمان
- ارائه شفاهی و کتبی گزارش مشاوره
- جنبه های اخلاقی و حقوقی مشاوره و مداخله در سازمان

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع:

- رجایی پور، س. و نادری، ن. (1388). مدل ها و ابزارهای آسیب شناسی سازمانی. تهران: انتشارات کنکاش.
- عبادی، ع. (1386). آسیب شناسی سازمانی شهرداری تهران. تهران: انتشارات مربع.
- مانزینی، اندرو (1385). مدیریت تحول سازمانی آسیب شناسی سازمانی با رویکرد کاربردی به حل مشکلات و بالندگی سازمانی، ترجمه علی عطاfer، سعید آنالویی و مرضیه قبادی پور، تهران: مؤسسه علمی دانش پژوهان برین.
- دعایی، ح. (1384). مدیریت تحول. تهران: انتشارات بیان هدایت نور.
- تسلیمی، م. س. (1386). مدیریت تحول سازمانی. تهران: انتشارات سمت.
- Alderfer, C. (2010). the practice of organizational diagnosis : Theory and methods. Oxford University Press.
- Alpert, J. L. & Meyers, J. (1983). Training in consultation: perspectives from mental health. Behavioral and organizational consultation. Charles C. Thomas Publisher Ltd.
- Buono, A. F. & Jamieson, D. (2010). consultation for organizational change. Information Age Publishing.
- Campbell, D. & Huffington, C. (2008). Organizations connected: A handbook of systemic consultation. Karnac Books.
- Diamond, M. A. & Allcorn, S. (2009). Private selves in public organizations: The psychodynamics of organizational diagnosis and change. Palgrave Macmillan.
- Latham, J. & VinyardBaldrige, J. (2007). User's guide : Organization diagnosis, design, and transformation. John Wiley & Sons Inc.
- Richard, M. & Burton, R. M. & Borge, O. B. & Obel, B. (2008). Strategic organizational diagnosis and design. Springer-Verlag.
- Weiss, A. (2003). Organizational consulting: How to be an effective internal change agent. John Wiley & Sons.
-



رهبری سازمانی و تحول

Organizational Leadership and Change

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

شناخت و درک مفاهیم و چالش‌های نوین رهبری با تاکید بر تحول سازمانی

رئوس مطالب:

- کلیات: ماهیت، تعاریف و فرآیند رهبری
- مروری بر سیر مطالعات رهبری: صفات مشخصه، رفتاری و وضعیتی
- مهارت‌های نوین در رهبری (پایه و پیشرفته)
- رهبری و فرهنگ سازمانی (ارزش‌ها، هویت و عدالت)
- رهبری و سرمایه‌های سازمانی (سرمایه‌های فکری، روانی، راهبردی، انسانی و اجتماعی)
- دیدگاه‌های نوین در رهبری (رهبری اخلاقی، رهبری تبادلی و تحولی، رهبری کریماتیک، رهبری اصولی)
- آموزه‌های رهبری در نظام ارزشی اسلام

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- کاتر، جی. (1385). رهبران چه می‌کنند. (ترجمه ف. امینی)، نشر فراناشر مدیریت فردا.
- ماکسول، جی. (1388). صفات بایسته یک رهبر. (ترجمه د. نعمت‌اللهی)، انتشارات معیار علم.
- ایران نژادپاریزی م. (1385). سبک‌های رهبری مدیران زن و مرد. انتشارات نشر مدیران.

- Ivancevich, J. M. & Konopaske, R. & Matteson, M.T. (2010). Organizational behavior and management. (9th ed). N: McGROW-Hill.
- Mendonca, M. & Kanungo, R. (2007), Ethical leadership. (1st ed.). McGrow-Hill.
- Hughes, R. & Ginett R. & Curphy G. (2006). Leadership, (5th ed.). McGrow-Hill.
- Yuk, G. (2005). Leadership in organizations. (6th ed.). Prentice-Hall.
- Zeger, J. & Folkman J. (2004). The handbook for leaders. (5th ed.). McGrow-Hill.

اقتصاد مدیریت

Managerial Economics

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد توانایی در استفاده از نظریه‌ها و الگوهای اقتصادی در تصمیم‌گیری برای مؤسسات بازرگانی و تجزیه و تحلیل موقعیت اقتصادی آنها. تقویت دانش مدیریت بازرگانی در زمینه شرایط حاکم بر بازار و جنبه‌های اقتصادی مدیریت.

رئوس مطالب:

- ماهیت و محدوده اقتصاد مدیریت
- پیش‌بینی تقاضا و تجزیه و تحلیل آن
- تجزیه و تحلیل هزینه‌های تولید و چگونگی تغییرات آنها
- ساختار بازار و رقابت و انحصار و انواع آن
- قیمت‌گذاری، نظریه قیمت و مکانیسم بازار
- بودجه‌بندی سرمایه‌ای مکانیسم تصمیم‌گیری در هزینه‌کرد و بکارگیری منابع تولید

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- سالواتوره، د. (1387). تئوری و مسائل اقتصاد مدیریت. (ترجمه ج. پورمقیم). تهران: انتشارات نشر نی.
- حمیدی‌زاده م. (). اقتصاد مدیریت پیشرفته. تهران: انتشارات حامی.
- Froeb, L. M. & McCann, B. T. (2007). Managerial economics: a problem solving approach. (1st ed.). South-Western College Pub.
- Keat, P. & Young, P. K. (2008). Managerial economics. Pearson Education. Prentice Hall.



سیستم های اطلاعاتی مدیریت پیشرفته
Advanced Management Information Systems

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد توان شناخت و تحلیل در دانشجویان برای بکارگیری روش های مختلف برنامه ریزی و طراحی سیستم های اطلاعاتی، ابزارهای توسعه سیستم های اطلاعاتی و چگونگی تعامل انسان و ماشین

رئوس مطالب:

- مفاهیم و کلیات فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی
- طبقه بندی و انواع سیستم های اطلاعات مدیریت
- اجزای سیستم اطلاعات مدیریت (سخت افزار، نرم افزار، شبکه افزار، مغز افزار)
- توسعه سیستم های اطلاعاتی و فرآیند آن
- نقش مدیران در پیاده سازی سیستم های اطلاعاتی
- ارتباط فناوری اطلاعات با محیط درون سازمانی
- زیرساخت های فناوری اطلاعات
- سیستم های اطلاعات مدیریت در آینده

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد

منابع اصلی:

- لاودن، جی. پی. و لاودن، کی. سی. (1388). سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت. (ترجمه س. محمدنهی و ح. رودساز و ا.ج. بهروز)، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- صراف‌زاده، ا. (1386). سیستم‌های اطلاعات مدیریت: نگرش راهبردی. تهران: انتشارات ترمه.
- لاودن، ک. س. و لاودن ج. پ. (1384). سیستم‌های اطلاعات مدیریت: اداره کردن بنگاه‌های دیجیتالی. (ترجمه ا. هرمزی). تهران: انتشارات به‌آوران.
- Chen, C. S. & Joaquim, F. & Seruca, I. & Cordeiro, J. (2006). Enterprise information systems. Springer.
- Haag, S. (2008). Management information systems for the information age. (7th ed.). New York: Mc-Graw Hill.
- Laudon, J. & Laudon, K. (2008). Essentials of management information systems. (8th Ed.). New Jersey. Prentice-Hall.
- O'Brien, J. (2008). Management information systems. (10th ed). New Jersey: Prentice-Hall.



سمینار ویژه آموزش محور

Special Seminar for Educational Method

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: تخصصی گرایش	پیش نیاز: -

هدف:

دانشجویان در این درس با استفاده از متون علمی جدید در یک یا چند موضوع اقدام به تهیه مقاله پژوهشی نموده و آن را در جلسه سمینار برای اظهار نظر و نقد علمی ارائه نمایند.

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
+	-	+	-

بازدید:

ندارد

منابع اصلی:

- نشریات علمی فارسی مرتبط با کلیه موضوعات ارائه شده در دروس مختلف مدیریت بازرگانی
- نشریات علمی انگلیسی مرتبط با کلیه موضوعات ارائه شده در دروس مختلف مدیریت بازرگانی
- روزنامه و سایر انتشاراتی که مسائل روز ایران در آن طرح شده و مورد بحث قرار گرفته باشد



مباحث ویژه در مدیریت بازاریابی
Special Issues in Marketing Management

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد شناخت در دانشجویان نسبت به موضوعات و مسائل روز و نظریه‌های جدید بازاریابی بنگاه‌های اقتصادی از طریق معرفی آخرین دستاوردها و مقالات چاپ شده در مجلات و نشریات بین‌المللی و کاربرد عملی آن توسط استاد.

رئوس مطالب:

- رئوس مطالب این درس در هر ترم با تایید گروه مدیریت تدوین می‌شود.

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
-	-	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- مطهری، م. (1388). سیری در نهج البلاغه، ترجمه انصاریان، ح. تهران، انتشارات صدرا.
- شاکر ک. م. (1383). مختصر تفسیر المیزان. تهران: نشر مدین.
- Arnould, E. & Thompson, C. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of Research. *Journal of Consumer Research*. 31(4). 868-882.

- Hanson, D. & Grimmer, M. (2007). The mix of qualitative and quantitative research in major marketing journals. 1993-2002. *European Journal of Marketing*. 41(1/2). 58-70.
- Hunt, S. D. (1994). On rethinking marketing: Our discipline. our practice. our methods. *European Journal of Marketing*. 28(3). 13-25.
- Janiszewski, C. & Noel, H. & Sawyer, A. (2003). A meta-analysis of the spacing effect in verbal learning: Implications for research on advertising repetition and consumer memory. *Journal of Consumer Research*. 30(1). 138-149.
- Kotler, P. (1972). A generic concept of marketing. *Journal of Marketing*. 36(2). 46-54.
- Palmatier, R. & Dant, R. & Grewal, D.. & Evans, K. (2006). Factors influencing the effectiveness of relationship marketing: A meta-analysis. *Journal of Marketing*. 70(4). 136-153.
- Rust, R. T. (2006). From the editor: The maturation of marketing as an academic discipline. *Journal of Marketing*. 70(3). 1-2.
- Simonson, I. & Carmon, Z. & Dhar, R. & Drolet, A. & Nowlis, S. M. (2001). Consumer research: In Search of Identity. *Annual Review of Psychology*. 52. 249-275.
- Stewart, D. & Zinkhan, G. (2006). Enhancing marketing theory in academic research. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 34(4). 477-480.
- Szymanski, D. M. & Henard, D. H. (2001). Customer satisfaction: A meta-analysis of the empirical evidence. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 29(1). 16-35.
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*. 68(1). 1-17.

و نشریات زیر برای یافتن آخرین نظریه‌ها و یافته‌های مدیریت مالی

- *European Journal of Marketing*
- *Journal of Consumer Research*
- *Journal of Marketing*
- *Annual Review of Psychology*
- *Journal of the Academy of Marketing Science*



بازاریابی صنعتی Industrial Marketing

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد توانایی تفکیک بازارهای صنعتی از بازارهای مصرف و نیز توان استفاده از نظریه های بازاریابی صنعتی در عملیاتی سازی نظام بازاریابی سازمان.

رئوس مطالب:

- تفاوت بازاریابی کالاهای صنعتی و کالاهای مصرفی
- مشخصات مشتریان صنعتی و خرید صنعتی
- اهمیت برنامه ریزی بازاریابی برای بازارهای صنعتی
- روش های گسترش بازار در بازارهای صنعتی
- نحوه عرضه محصولات جدید به بازارهای صنعتی
- بسته بندی و توزیع محصولات صنعتی و نقش فروشنده در بازاریابی آن
- روش انجام تحقیقات بازار برای محصولات صنعتی
- روش های قیمت گذاری در بازاریابی صنعتی
- ارتباط بازاریابی صنعتی با مدیریت تولید، اقتصاد مدیریت و سایر زیرمجموعه های مدیریت
- تشخیص مسائل بازاریابی در بخش های مختلف صنایع و کشاورزی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- سیدجوادین، ر. و اسفیدانی م.ر. (1388). بازاریابی صنعتی. تهران: انتشارات نگاه دانش.
- هارت، ان. ای. (1382). بازاریابی صنعتی. ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، محمد کرمانی تهران: انتشارات امیرکبیر.
- Hutt, M. D. & Speh, T. W. (2007). Business marketing management: b2b. (9th ed.). Cengage Learning.
- Vitale, R. & Giglierano, J. (2001). Business to business marketing: analysis and practice in a dynamic environment. South-western.



حسابداری مدیریت Managerial Accounting

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

هدف از این درس افزایش درک و تحلیل دانشجویان نسبت به وظایف و نقش حسابداری مدیریت و کاربردهای آن در سازمان و نیز نحوه ارتباط با واحد حسابداری مدیریت برای انجام وظایف سازمانی خود می باشد.

رئوس مطالب:

- نقش و کاربردهای مدیریتی حسابداری در سازمان
- اصول حسابداری مدیریت و تفاوت های آن با حسابداری مالی
- شناخت و تحلیل گزارش های مالی سالانه شرکت های سهامی
- طبقه بندی هزینه ها: ارتباط حجم تولید و سود (تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر پیشرفته)
- تجزیه و تحلیل هزینه
- هزینه یابی بر مبنای فعالیت
- هزینه یابی بر مبنای هدف
- سیاست های کنترل هزینه و قیمت یابی انتقالی
- کاربرد بودجه های متغیر و استانداردهای هزینه در مدیریت هزینه
- تهیه و تنظیم طرح بودجه جامع
- بودجه بندی سرمایه ای (در شرایط اطمینان و در شرایط عدم اطمینان)

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- شباهنگ، ر. (1385). حسابداری مدیریت. تهران: انتشارات سازمان حسابرسی.
- عالی ور، ع. و شباهنگ، ر. (1385). حسابداری صنعتی. تهران: انتشارات سازمان حسابرسی.
- Hirsch, J. R. (2000). Advanced management accounting. Thomson.
- Horngren, D. & Foster, P. (2007). Cost accounting: a managerial emphasis. New Jersey: Prentice-Hall.
- Young, M. (2003). Readings in management accounting. New Jersey: Prentice-Hall.



بازاریابی خدمات Services Marketing

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد شناخت در دانشجویان در مورد نحوه استفاده از فنون بازاریابی خدمات در بخش‌های خدماتی و درک تفاوت‌های بازاریابی خدمات با بازاریابی کالا

رئوس مطالب:

- علل مطالعه بازاریابی خدمات
- شناسایی فرآیند بازاریابی خدمات
- تماس مشتری با سازمانهای خدماتی
- خدمت از دیدگاه مشتری
- اهمیت کیفیت و بهره‌وری در خدمات
- مدیریت ارتباط با مشتری و وفاداری
- مدیریت بهبود خدمات از طریق شکایات
- طراحی خدمات و موقعیت‌یابی آن
- ارکان مکمل محصول و ایجاد ارزش افزوده در خدمات
- طراحی و برنامه‌ریزی سیستم‌های ارائه خدمات
- هزینه‌های خدمات و قیمت‌گذاری آن
- فعالیت‌های پیش‌بردی خدمات
- ابزارهای بازاریابی خدمات
- تعادل عرضه و تقاضای خدمات
- مدیریت صف و ارائه خدمات

- مدیریت منابع انسانی ارائه دهندگان خدمات

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
+	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- لاولاک، ک. و رایت، ل. (1385). اصول مدیریت بازاریابی خدمات. ترجمه بهمن فروزنده، تهران: انتشارات آموخته. تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- Mudie, P. & Pirre, A. (2006). Services Marketing Management. Oxford Book Company.
- Danyi, S. (2008). Services Marketing. Oxford Book Company.



حقوق بازرگانی Trade Law

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

افزایش درک دانشجویان از نظام روابط بازرگانی و مسئولیت های ناشی از اعمال تجاری و خصایص و تکالیف و حقوق اشخاص حقیقی و حقوقی حقوق تجارت

رئوس مطالب:

- معاملات تجاری و اعمال بازرگانی
- تجار حقیقی: تاجر، اشتغال به تجارت، الزامات تجار
- تجار حقوقی: کلیات تاریخچه، قرارداد شرکت، تابعیت شرکت، اقامتگاه شرکت
- اقسام شرکتهای (سهامی، با مسئولیت محدود، تضامنی، مختلط سهامی، نسبی، مختلط غیر سهامی، تعاونی)
- اسناد بازرگانی (انواع سند: برات، سفته، چک)
- دلالتی و حق العمل کاری و عامل فروش
- قرار دادهای بازرگانی
- ورشکستگی و تصویبه شرکتها

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- عمادزاده، ك. (1387). حقوق بازرگانی. تهران: انتشارات آموخته.
- Bradgate, R. (2000). Commercial law. (3rd ed.). Oup.
- Cheng, C. J. (2009). Basic documents on international trade law. (4th ed.). Kluwer Law International
- Clarkson, K. W. & Miller, R. L. & Jentz, G.A. & Cross, F. B. (1998). West's business law: Text, cases, legal, ethical, regulatory, and international environment. (7th ed.). USA: West Educational.
- Hoogmartens, J. (2004). EC trade law following china's accession to the WTO (Global trade & finance series). Kluwer Law International.



اقتصادسنجی مالی و کاربردهای نرم‌افزاری
Financial Econometrics and Applied Softwares

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اصلی-تخصصی	پیش‌نیاز: تحلیل آماری در مدیریت و نرم‌افزارهای کاربردی

هدف:

ایجاد توانایی تحلیل رگرسیونی با استفاده کاربردی از آن در مدیریت مالی و بازارهای مالی

رئوس مطالب:

- مروری بر مبانی نظری رگرسیون
- رگرسیون یک متغیره و چند متغیره خطی همراه با اجرای نرم‌افزاری و تفسیر خروجی
- آزمون نرم‌افزاری فرض کلاسیک رگرسیون و تفسیر خروجی های آن
- معادلات همزمان همراه با اجرای نرم‌افزاری و تفسیر خروجی
- مدل‌های سری زمانی (Svar, Var, ARMA, ARIMA) همراه با اجرای نرم‌افزاری و تفسیر خروجی
- مدل‌های اقتصادسنجی مالی و تخمین آنها (APT. CAPM. ARCH. GARCH) همراه با اجرای نرم‌افزاری و تفسیر خروجی
- آزمون‌های تصادفی، مانایی و ارگودیک بودن و اجرای نرم‌افزاری آن همراه تفسیر خروجی
- مدل‌های غیر خطی در پیش‌بینی و اجرای نرم‌افزاری آن همراه تفسیر خروجی
- مدل سازی توزیع های بازدهی و اجرای نرم‌افزاری آن همراه تفسیر خروجی
- روش های رگرسیونی برای سری های زمانی مالی ناهم انباشته و اجرای نرم‌افزاری آن همراه تفسیر خروجی

پروژه: اجرای نرم‌افزاری یکی از الگوهای اقتصادسنجی در یکی از موضوعات مدیریت مالی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	+

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- اندرز، دبلیو. (1386). اقتصادسنجی سریهای زمانی با رویکرد کاربردی (ترجمه م. صادقی شاهدانی و س. شوالپور). تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- افلاطونی، ع. و نیکبخت، ل. (1387). کاربرد اقتصادسنجی در تحقیقات حسابداری، مدیریت مالی و علوم اقتصادی. انتشارات ترمه.
- گجراتی، دی. (1384). مبانی اقتصادسنجی. (ترجمه ح. ابریشمی). تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- Brooks, C. (2008). Introductory econometrics for finance. Cambridge University Press
- Alexander, C. (2008). Market Risk Analysis: Practical Financial Econometrics. Wiley.
- Greene, W. H. (2002). Econometric analysis. (5th ed.). Prentice-Hall.



مدل‌سازی مالی در مایکروسافت اکسل

Financial Modeling in Microsoft Excell

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش‌نیاز: -

هدف:

ایجاد مهارت طراحی الگوها و مدل‌های تحلیل و حل مساله مالی در محیط صفحه گسترده اکسل

رئوس مطالب:

- مقدمه‌ای بر کار با نرم افزار مایکروسافت اکسل
 - صورت‌های مالی اساسی و نحوه طراحی آنها در مایکروسافت اکسل
 - طراحی نرم‌افزاری روش‌های بودجه‌بندی نقدی در مایکروسافت اکسل
 - طراحی نرم‌افزاری ابزارهای تحلیل صورتهای مالی در مایکروسافت اکسل
 - کاربردهای مایکروسافت اکسل در پیش‌بینی مالی
 - تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر و اهرم‌ها در محیط مایکروسافت اکسل
 - کاربردهای مایکروسافت اکسل در بودجه‌بندی سرمایه‌ای و ارزش زمانی پول: شرایط ریسک و اطمینان
 - طراحی نرم‌افزاری روش‌های ارزشیابی انواع اوراق بهادار
 - مدل‌سازی تجزیه و تحلیل پورتفولیو در مایکروسافت اکسل
 - طراحی توابع کاربردی با VBA
- پروژه: طراحی نرم‌افزاری برای تمامی مباحث تدریس شده با داده‌های ترجیحاً واقعی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
+	+	+	+

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- Mayes, T. R. & Shank, T.M. (2010). Financial analysis with Microsoft excel. South Western Cengage Learning.



اروش تحقیق در رفتار سازمانی

Research Methodology in Organizational Behavior

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد توانایی تعریف مساله، طراحی فرضیه، مطالعه نظریه ها، تدوین متودولوژی و شناخت منابع و مآخذ در دانشجو و همچنین ایجاد توانایی تدوین طرح پیشنهادی پژوهش برای دوره کارشناسی ارشد.

رئوس مطالب:

- دیدگاه ها و پارادایم های حاکم بر تحقیقات ارتباطات اجتماعی و رفتار سازمانی
- فرآیند تحقیق در رفتار سازمانی
- طرح های تحقیق در علوم رفتاری (آزمایشگاهی، میدانی)
- فراتحلیل در تحقیقات رفتار سازمانی
- روش های کمی در پژوهش های رفتار سازمانی و طراحی چند متغیره
- روش های کیفی در پژوهش های رفتار سازمانی (طبقه بندی، تفاوت در معانی، مقیاس های طرز تلقی، رفتار لفظی، مقیاس های نرخ بندی، تحلیل محتوا، تحلیل سبک، تحلیل تعاملی، اقدام پژوهش)
- مسائل آماری در پژوهش های رفتاری (گردآوری داده ها، نمونه گیری، آزمون های آماری، تحلیل داده ها)
- چالش های پژوهش در سازمان ها و مسائل رفتار سازمانی

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- استیرمای، اس. و ثورپ، آر. (1384). در آمدی بر تحقیق مدیریت. (ترجمه م. اعرابی و د. ایزدی). تهران: انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
- دانایی فر، ح. و الوانی، م. و آذر، ع. (1388). روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار.
- دانایی فر، ح. و الوانی، م. و آذر، ع. (1388). روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران، انتشارات صفار.
- دلاور، ع. (1387)، مبانی نظری، عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: انتشارات رشد.
- خاکی، غ. (1388). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. تهران: انتشارات بازتاب.
- سرمد، ز. و بازرگان، ع. و حجازی، ا. (1388). روش های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگاه.
- Broussine, M. P. (2008). Creative methods in organizational research. London: Sage.
- Vanderveld, M. & Jansen, P. & Anderson, N. (2004). Guide to research methods. Jone-Wiley.

نظریه‌ها و فرآیند ارتباطات سازمانی

Theories and The Process of Organizational Communication

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش‌نیاز: -

هدف:

ایجاد شناخت در دانشجو برای تجزیه و تحلیل الگوهای ارتباطات سازمانی و همچنین ایجاد توان تحلیل در استفاده از نظریه‌های ارتباطات سازمانی در راستای حل مسائل سازمانی

رئوس مطالب:

- تعریف ارتباطات و کارکردهای آن
- نظریه‌های سنتی و نوین ارتباطات
- ارتباطات سازمانی (ارتباطات داخلی، ارتباطات خارجی، مزایای ارتباطات در مسیر ترقی و زندگی شخص و چالش ارتباطات در کار)
- ارتباطات فردی، میان‌فردی و بین‌گروهی، بین سازمانی
- اصول ارتباطات نوشتاری
- ارتباطات و سیستم‌های سازمانی (قانونی، قدرت، رهبری، فناوری اطلاعات و فرهنگ)

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
-	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- برکو، ال. و لوین ای. و ولوین، ای (1386)، مدیریت ارتباطات (ترجمه م. اعرابی و د. ایزدی). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی

- سیمور، اچ. (1375). تجزیه و تحلیل ارتباطات سازمانی (ترجمه د. محب‌علی). تهران: دانشگاه علامه طباطبایی
- فرهنگی، ع.ا. (1374). ارتباطات انسانی. تهران: انتشارات تهران تایمز.
- فرهنگی، ع.ا. و صفرزاده، ح. و خادمی م. (1383). نظریه های ارتباطات سازمانی. تهران: انتشارات ارس.
- کاترین، م. (1377). ارتباطات سازمانی. (ترجمه آ. قبادی). تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- محسنی‌راد، م. (1385). ارتباط شناسی. تهران: انتشارات سروش.
- Madaff, D.P. & Dewine S. & Buther. J. (2007). Organizational communication: foundations. Challenges. and Misunderstandings. (2nd ed.). Allgn & Bacon.
- Miller, K. (2008). Organizational communication: approaches & processes. (5th ed.). New York: Wad Worth.
- Papa, M. J. & Daniels. T. D. & Spiker. B. K. (2007). Organizational communication: perspectives & trends. London: Sage.

بازمهندسی فرآیندهای کسب و کار
Business Processes Reengineering

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

افزایش قدرت تحلیل دانشجویان در ابزارهای عملیاتی تحول سازمانی و ایجاد شناخت در آنها در مورد محدودیت‌ها، الزامات و کارکردهای بازمهندسی فرآیندهای کسب و کار

رئوس مطالب:

- رهیافت‌های بهبود و تحول در سازمان و جایگاه مهندسی مجدد فرآیندها
- معرفی مفاهیم فرآیند و مهندسی مجدد فرآیندها و دلایل آن
- تفاوت‌های مهندسی مجدد با مدیریت کیفیت جامع
- رابطه بین مزایای رقابتی و مهندسی مجدد فرآیندهای کسب و کار
- جایگاه مشتری محوری در مهندسی مجدد فرآیندهای کسب و کار
- مراحل عملی مهندسی مجدد فرآیندها و برنامه‌ریزی برای اجرای آن
- دسته‌بندی و مقایسه انواع متدولوژی‌های مهندسی مجدد فرآیندها
- متدها و روش‌های پنج مارکینگ
- ابزارها، و متدهای مدل‌سازی
- تیم مهندسی مجدد فرآیندهای کسب و کار و مشخصات آنها
- مسائل فرهنگی و ارتباطات در مهندسی مجدد فرآیندها
- شاخص‌گذاری و اندازه‌گیری عملکرد فرآیندها
- نقش فناوری اطلاعات در مهندسی مجدد فرآیندهای کسب و کار
- بررسی تجربیات مهندسی مجدد در کشور

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
+	+	+	-

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- آبلنسکی، ت. (1376). مهندسی مجدد و مدیریت دگرگون سازی سازمان. (ترجمه م. شریفی کلویی). تهران: نشر آروین.
- چمپی، ج. (1385). باز مهندسی فراگیر، هماهنگی کسب و کار با دنیای دیجیتالی (ترجمه ع. رضایی نژاد). انتشارات رسا.
- همر، م. (1377). فراسوی مهندسی دوباره، چگونه (ترجمه ع. رضایی نژاد). انتشارات رسا.
- همر، م. و چمپی، ج. (1384). مهندسی دوباره شرکتها، منشور انقلاب سازمانی (ع. رضایی نژاد). انتشارات رسا.
- Havey, M. (2005). Essential business process modeling. (1st ed.). O'Reilly Media.
- Paper, D. & Tingey K. B. & Mok. W. (2002). The Relation Between BPR and ERP Systems: A Failed Project. Idea Group Publishing.
- Harmon, P. (2003). Business process change. Morgan Kaufmann publishers.
- McCormack, K. (2007). Business process maturity. McCormack.
- Birta, G. L. & Arbez, G. (2008). Modelling and Simulation. Springer Verlag.
- Jeston, J. & Nelis, J. (2008). Business Process Management. Elsevier.

تحقیق در عملیات پیشرفته
Advanced Operations Research

تعداد واحد نظری: 2	تعداد واحد عملی: -
نوع درس: اختیاری	پیش نیاز: -

هدف:

ایجاد مهارت مدل سازی موضوعات تصمیم گیری در مدیریت با هر یک از تکنیک های تحقیق در عملیات و اجرای مدل مربوطه در راستای اتخاذ تصمیمات مناسب مدیریتی.

رئوس مطالب:

- مروری بر مفاهیم و مبانی ریاضی برنامه ریزی خطی و سیمپلکس تجدید نظر شده
- متغیر های حد دار در برنامه ریزی خطی
- الگوریتم اولیه - ثانویه
- روش تجزیه
- برنامه ریزی باب متغیرهای صحیح
- برنامه ریزی در مقیاس بزرگ
- تصمیم گیری چندمعیاره شامل برنامه ریزی آرمانی و فرآیند تحلیل سلسله مراتبی
- برنامه ریزی آرمانی
- برنامه ریزی پویا
- تحلیل پوششی داده ها

پروژه: کار عملی در زمینه مدل سازی و تحلیل به کمک رایانه

روش ارزشیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
+	+	+	+

بازدید: ندارد.

منابع اصلی:

- آذر، ع. (1387). تحقیق در عملیات: مفاهیم و کاربردهای برنامه‌ریزی خطی. تهران: انتشارات سمت.
- مؤمنی، م. (1386). مباحث نوین در تحقیق در عملیات. تهران: انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
- مهرگان، م. (1387). مدل‌های کمی در ارزیابی عملکرد سازمان‌ها، تهران: انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- Jensen, P. A. & Bard, J. F. (2003). Operations research models and methods. John Wiley and Sons.