دانشگاه تهران

مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس

دوره : کارشناسی ارشد

رشته : کارآفرینی

گرایش: ۱- کسب و کار جدید

۲- فناوری

۳- گردشگری

۴- خدمات کشاورزی

۵- فناوری اطلاعات

۶- سازمانی

۷- MBA

۸- بین الملل

۹- بخش عمومی

۱۰- آموزش عالی

۱۱- توسعه

۱۲- آموزش و ترویج کارآفرینی

۱۳- کسب و کار الکترونیکی

دانشکده : کارآفرینی

مصوب جلسه مورخ ۸۷/۵/۸ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

این برنامه بر اساس مصوبه جلسه ۷۴۸ مورخ ۸۸/۱۱/۱۷ شورای برنامه ریزی آموزش عالی مبنی بر ضرورت ایجاد رشته کارآفرینی با ۱۳ گرایش و مطابق با مواد آیین نامه واگذاری اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاهها، توسط اعضای هیات علمی دانشکده کارآفرینی بازنگری شده و در یکصد و هشتاد و یکمین جلسه شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه مورخ ۸۷/۵/۸ به تصویب رسیده است.

مصوبه شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه تهران در خصوص برنامه درسی

رشته : کارآفرینی با ۱۳ گرایش

مقطع :کارشناسی ارشد

برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی با ۱۳ گرایش که توسط اعضای هیات علمی دانشکده کارآفرینی بازنگری شده است با اکثریت آراء به تصویب رسید.

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

محمود کمره ای
معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشگاه

عبدالرضا سیف
دبیرشورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

رای صادره جلسه مورخ ۸۷/۵/۸ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه در مورد بازنگری برنامه درسی رشته کارآفرینی با ۱۳ گرایش در مقطع کارشناسی ارشد صحیح است، به واحد ذیربط ابلاغ شود.

فرهاد رهبر
ریاست دانشگاه تهران

۱- تعریف کارآفرینی

واژه کارآفرین از ریشه کلمه فرانسوی Entreprendre به معنای "متعهد شدن" گرفته شده است و بیانگر تلاش نوآورانه برای ایجاد ارزش است. کارآفرینی عبارت از مجموعه‌ای از نظریه-ها،فنون و روشهای هدایت اثربخش فعالیتهای کارآفرینی می باشد.

هدف دوره

- توسعه منابع انسانی خلاق، هوشمند و مهارت آموخته در راه اندازی کسب و کارهای نوین
- تقویت آموزش‌های دانشگاهی در مسیر ایجاد و توسعه کسب کار جدید در بخش خصوصی
- رفع معضل بیکاری دانش آموختگان با آموزش مهارت های کارآفرینی به دانشجویان و دانش آموختگان همه رشته ها،تربیت مربی آموزش‌های کارآفرینی، مشاور راه اندازی و توسعه کسب و کارهای کوچک، پژوهشگر عرصه کارآفرینی، کارشناس کارآفرینی سازمانی، کارشناس ترویج کارآفرینی و غیره آموزش مهارت های عمومی کارآفرینی
- تربیت سیاست گذاران و کارشناسان کارآفرینی مورد نیاز دولت و بخش عمومی
- تولید محتوای آموزشی و دانش بومی کارآفرینی
- ایجاد الگوی دانشگاه کارآفرین
- انجام تحقیقات بنیادی، کاربردی و توسعه ای در زمینه کارآفرینی

۲- ضرورت و اهمیت اجرای دوره

آموزش‌های کارآفرینی به طور روزافزون در جهان مورد توجه قرار گرفته است و اغلب دولتها سیاستهای حمایتی برای توسعه کارآفرینی اجرا می‌کنند. دلایل اهمیت توسعه آموزش‌های کارآفرینی عبارتند از:

- نیاز به توسعه ظرفیت‌های موجود اقتصادی- اجتماعی- فرهنگی از طریق نوآوری
- نیاز به نوآوری برای به کارگیری اثربخش ظرفیت‌های تولیدی موجود
- نیاز به کارآفرینی برای کاهش هزینه‌های عمومی،ایجاد مزیت رقابتی و حضور در بازارهای بین‌المللی

با اجرای این دوره،متخصصین کارآفرینی با دانش و مهارت و نگرش کارآفرینی وارد عرصه‌های اقتصادی- اجتماعی کشور شده و به تسریع روند توسعه پایدار ملی کمک می‌کنند.

با توجه به روند جهانی سازی اقتصاد و حذف تدریجی مرزهای تجاری، آیندهٔ کشور به مزیت رقابتی آن در بازار جهانی بستگی دارد. تربیت نیروی متخصص لازم برای کمک به شرکت های ملی که در بازار جهانی به طور پایدار فعالیت نمایند، یک ضرورت است.

۳- طول دوره و شکل نظام

ضوابط آموزشی دوره کارشناسی ارشد کارآفرینی در گرایشهای مختلف طبق آیین‌نامه‌های مصوب وزارت فرهنگ و آموزش عالی می‌باشد، طول دوره ۲ سال معادل ۴ نیمسال تحصیلی منظور شده است که ۳ نیمسال آن برای آموزش و ۱ نیمسال برای گذاردن پایان‌نامه می‌باشد. این دوره در چارچوب نظام آموزشی ترمی – واحدی اجرا می‌شود.

۳-۱- شرایط ورود به دوره کارشناسی ارشد کارآفرینی

- داشتن حداقل گواهینامه کارشناسی مورد قبول وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
- عدم اشتغال به تحصیل در موسسات آموزش عالی دیگر

۴- برنامه دوره:

برنامه دوره کارشناسی ارشد کارآفرینی شامل ۳۲ واحد به شرح زیر است:

نوع واحد	تعداد درس	جمع واحدها
دروس اصلی	۷	۱۴
دروس تخصصی(گرایش)	۵	۱۰
دروس اختیاری	۲	۴
پایان نامه	۱	۴
جمع	۱۵	۳۲

۵- شرایط آزمون ورودی

الف- آزمون کتبی

۱- زبان انگلیسی	ضریب ۴
۲- مبانی کارآفرینی	ضریب ۳
۳- تئوری های مدیریت	ضریب ۲
۴- اقتصاد خرد و کلان	ضریب ۲
۵- کاربرد کامپیوتر در مدیریت	ضریب ۲
۶- آمار و ریاضی	ضریب ۴
۷- مدیریت مالی	ضریب ۲

دانش آموختگان این رشته می توانند در نقش های زیر خدمت نمایند:

گرایش کسب وکارجدید

- کارآفرینان فردی
- کارآفرینان سازمانی
- کارآفرینان اجتماعی
- پژوهشگران کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک

گرایش فناوری :

- کارآفرینان فردی با دانش برنامه‌ریزی در حوزه های مرتبط با فناوری
- کارآفرینان سازمانی با دانش اجرایی در مدیریت سازمانهای مبتنی بر فناوری
- پژوهشگران کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک با برخورداری از شناخت کامل و آگاه با برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت زنجیره ارزش

گرایش گردشگری

- کارآفرینان فردی

- .مربی، مشاور، کارشناس کارآفرینی در گردشگری

گرایش خدمات کشاورزی

- مربی،مشاور،کارشناس کارآفرینی درکسب وکارهای خدماتی کشاورزی
- کارآفرینان فردی

گرایش فناوری اطلاعات

- کارآفرینان فردی با دانش برنامه‌ریزی در حوزه های مرتبط با فناوری
- کارآفرینان سازمانی با دانش اجرایی در مدیریت سازمانهای مبتنی بر فناوری
- پژوهشگران کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک با برخورداری از شناخت کامل و آگاه با برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت زنجیره ارزش

گرایش سازمانی

- کارآفرینان فردی
- کارآفرینان سازمانی
- کارآفرینان اجتماعی
- پژوهشگران کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک

گرایش MBA

- کارآفرینان فردی
- کارآفرینان سازمانی
- کارآفرینان اجتماعی
- پژوهشگران کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک

گرایش بین الملل:

- مدیران پروژه های کارآفرینی بین الملل
- کارشناس و تحلیل گر کارآفرینی بین الملل
- مشاورین بازاریابی بین الملل

گرایش بخش عمومی

- کارآفرینان فردی
- کارآفرینان سازمانی
- کارآفرینان اجتماعی
- پژوهشگران کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک

گرایش آموزش عالی

مدیر و کارشناس برای فعالیت در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی

گرایش توسعه

کارشناس و مشاور وسیاستگذار با رویکرد توسعه کارآفرینی

گرایش آموزش و ترویج کارآفرینی

مدیر و کارشناس برای فعالیت در دانشگاهها

پژوهشگران کارآفرینی

گرایش کسب و کار الکترونیکی

- کارآفرینان فردی با دانش برنامه‌ریزی در حوزه های مرتبط با فناوری
- کارآفرینان سازمانی با دانش اجرایی در مدیریت سازمانهای مبتنی بر فناوری
- پژوهشگران کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک با برخورداری از شناخت کامل و آگاه با برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت زنجیره ارزش

نقش و توانایی شرکت‌کنندگان دوره

اجرای دوره براساس روشهای نوین آموزشی استوار است. در اجرای دروس،یادگیری تعاملی و مشارکتی مورد تأکید است و از دانشجویان خواسته می‌شود تا در طول اجرای دوره با انجام مطالعات میدانی و حضور در محل اجرای فعالیت‌های کارآفرینی، مفاهیم کارآفرینی را با عمق لازم فراگیرند. همچنین در برخی دروس از کارآفرینان موفق برای تدریس و بیان تجربیات دعوت می‌شود. با اجرای این دوره،انتظار می‌رود دانش‌آموختگان رشته کارآفرینی بتوانند در امور مختلف جامعه با نوآوری تحول ایجاد نمایند و ظرفیت‌های ایجاد ارزش در جامعه را توسعه دهند.

جداول دروس





دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی

جدول شماره(۱)دروس جبرانی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعدادساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	اصول حسابداری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	مدیریت مالی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	حقوق بازرگانی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	مبانی پیشرفته کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	کلیات اقتصاد	۲	-	۲	۳۲	-	۴۸	-
۶	کارآموزی	-	۲	۲	-	۱۳۶	۱۳۶	-
۷	بازاریابی و تحقیقات بازار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۸	اقتصاد کلان	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۹	مبانی کامپیوتر	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۱۰	اقتصاد ایران	۱	-	۱	۱۶	-	۱۶	-
۱۱	جامعه شناسی روستایی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۱۲	مدیریت سازمانهای گردشگری	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۱۳	سامانه های اطلاعاتی در صنعت گردشگری	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۱۴	زبان تخصصی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۱۵	اصول سیستم های پویا	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۲۴	۵	۲۹	۳۸۴	۲۳۲	۶۱۶	

توجه: از بین دروس فوق بر حسب رشته تحصیلی دوره کارشناسی دانشجو، حداکثر تا ۱۸ واحد درس جبرانی برای دانشجو تعیین می شود

از آنجا که داوطلبان پذیرفته شده در مقطع کارشناسی ارشد، فارغ‌التحصیلان رشته‌های متفاوت می‌باشند،گروه بر اساس ارزیابی از وضعیت دانشجو ممکن است گذاردن یک یا چند واحد جبرانی را برای هر یک از داوطلبان اجباری تشخیص دهد. در صورتی که دانشجو این دروس را نگذرانده باشد به عنوان پیش‌نیاز قبل از شروع دروس کارشناسی ارشد باید این دروس را با موفقیت بگذراند. علاوه بر این، نمره واحدهای جبرانی در معدل کل منعکس نمی‌شود ولی در هر حال نباید از ۱۴ پائین‌تر باشد.

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۲)دروس اصلی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعدادساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	تئوری‌های کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	تشخیص فرصت های کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	الگو های تصمیم گیری کارآفرینان	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	طراحی و تدوین طرح کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	مدیریت استراتژیک کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۶	تحلیل محیط کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۷	کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۴	-	۱۴	۲۲۴	-	۲۲۴	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی

جدول شماره(۳)دروس تخصصی گرایش کسب و کار جدید

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	استقرار کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	ایجاد کسب وکار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	توسعه محصول جدید	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	مدیریت کسب و کارهای کوچک	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	مدیریت زنجیره تامین	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰		۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۴)دروس تخصصی گرایش فناوری

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعدادساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	کارآفرینی در فناوری های نوین	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	مدیریت تحقیق و توسعه	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	بازاریابی و تجاری سازی دانش و فناوری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	طراحی محصول	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	مدیریت در سازمانهای دانش محور	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی

جدول شماره (۵) دروس تخصصی گرایش گردشگری

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعدادساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	بازاریابی در گردشگری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	نظریه های گردشگری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	سیستم های اطلاع رسانی و حقوق گردشگری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	زنجیره تامین در گردشگری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	ایجاد کسب و کار در گردشگری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی

جدول شماره(۶)دروس تخصصی گرایش خدمات کشاورزی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعدادساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	مدیریت کسب و کارهای خدماتی کشاورزی	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۲	ترویج و آموزش کارآفرینی کشاورزی	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۳	بازاریابی خدمات کشاورزی	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۴	فناوری‌های نوین در کسب و کارهای کشاورزی	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۵	زنجیره تامین در کشاورزی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۶	۴	۱۰	۹۶	۱۲۸	۲۲۴	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی

جدول شماره (۷) دروس تخصصی گرایش فناوری اطلاعات

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	زنجیره تامین الکترونیکی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	فرایند های کسب و کار در فناوری اطلاعات	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	بازاریابی الکترونیکی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	تجارت و کسب و کارهای الکترونیکی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	مطالعات موردی در کارآفرینی بر مبنای فناوری اطلاعات	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۸)دروس تخصصی گرایش سازمانی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعدادساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	فناوری اطلاعات و کارآفرینی سازمانی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	مدیریت نوآوری و تکنولوژی سازمانی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	کارآفرینی سازمانی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	کسب و کار بین‌المللی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	مدیریت فرایند و اجرای پروژه های کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی

جدول شماره(۹)دروس تخصصی گرایش MBA

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	مدیریت فرایند و اجرای پروژه های کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	اقتصاد مدیریت	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	سرمایه گذاری مخاطره آمیز	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	مدیریت کیفیت	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	بازاریابی مالی و محصول	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۱۰)دروس تخصصی گرایش بین الملل

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	فرصت های کارآفرینی بین الملل	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	ارتباطات بین الملل و کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	مدیریت بین فرهنگی و بین المللی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	کارآفرینی در بازار جهانی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	تجارت و بازاریابی بین الملل	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۱۱) دروس تخصصی گرایش بخش عمومی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	کارآفرینی دانشگاهی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	طرح ریزی کارآفرینانه توسعه ملی،منطقه‌ای و محلی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	کارآفرینی اجتماعی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	آموزش و ترویج کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰	-	۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۱۲)دروس تخصصی گرایش آموزش عالی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	کارآفرینی دانشگاهی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	بازار یابی وتجاری سازی دانش و فناوری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	مدیریت دانشگاه	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	اقتصاد آموزش عالی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	کیفیت و ارزشیابی در آموزش عالی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۱۲)دروس تخصصی گرایش توسعه

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	برنامه ریزی یکپارچه توسعه ملی/بخشی/منطقه ای /محلی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	مزیت رقابتی ملی/منطقه ای	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	نظارت و ارزشیابی توسعه	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	توسعه فرصت های کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	توسعه اقتصادی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی

جدول شماره(۱۴)دروس تخصصی گرایش آموزش و ترویج کارآفرینی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	مبانی برنامه ریزی آموزش کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	ترویج کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	ارزشیابی آموزش کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	روش های تدریس و یادگیری کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	تربیت مربیان کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
	جمع	۱۰		۱۰	۱۶۰	-	۱۶۰	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۱۵)دروس تخصصی گرایش کسب و کارالکترونیکی

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	کسب و کار الکترونیک	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	بازاریابی الکترونیکی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	تجارت الکترونیک	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	مدیریت پروژه های کسب و کار الکترونیک	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۵	دولت الکترونیکی	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
	جمع	۸	۲	۱۰	۱۲۸	۶۴	۱۹۲	

دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی
جدول شماره(۱۶)دروس اختیاری

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعدادساعات			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	مدیریت کسب و کار در اسلام	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	مدیریت بین فرهنگی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	تئوریهای مدیریت پیشرفته	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	تحلیل محیط کسب و کاربین الملل	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	اقتصاد مدیریت	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۶	مدیریت تامین و عملیات	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۷	مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۸	جهانی سازی و رشد در کسب و کارهای کوچک و متوسط	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۹	مدیریت تیم های کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۱۰	تخصیص منابع و سرمایه انسانی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۱۱	توانمند سازی کارآفرینانه زنان و جوانان روستایی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۱۲	اقتصاد دیجیتالی و جامعه دیجیتالی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۱۳	روش تحقیق درکارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	آمار پیش نیاز
۱۴	سمینار در کارآفرینی	۱	۱	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-
۱۵	مدیریت منابع انسانی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۶	بازاریابی خدمات	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
	جمع	۳۱	۱	۳۲	۴۹۶	۳۲	۵۲۸	

ازمیان دروس اختیاری دانشجو ملزم می باشد ۴ واحد را با نظر دانشگاه در طول دوره تحصیلی بگذراند.

دانشجویان هر گرایش می توانند دروس اختیاری خود را از بین دروس تخصصی گرایش های دیگر انتخاب نمایند.

سرفصل دروس





برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس جبرانی

عنوان درس: اصول حسابداری

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

- هدف اصلی آشنا ساختن دانشجویان با مفاهیم حسابداری و نقش حسابداری در تهیه اطلاعات مفید در مورد سازمانهای اقتصادی
- آشنایی با صورتهای مالی و تجزیه و تحلیل آن تصمیم‌گیری در امور بازرگانی با استفاده از اطلاعات مالی داخل و خارج سازمان

سرفصل

- اصول و مفاهیم حسابداری
- مراحل مختلف حسابداری
- تکمیل مراحل مختلف حسابداری
- حسابداری کالا و معاملات صندوق
- تهیه گزارشهای دوره‌ای
- دیون و مطالبات
- طبقه بندی و نگه داری حسابها
- داراییهای ثابت و داراییهای غیرمادی
- سیستم های مالی و کنترل ها
- حسابداری شرکتها
- اصول بودجه و انواع بودجه در شرکت های خصوصی
- فرایند تدوین و تحلیل گزارش های بودجه ای
- بودجه نقدی و تحلیل منابع و مصارف
- بودجه بندی سرمایه ای

- بودجه تلفیقی
- آشنایی با عوامل هزینه و سیستم‌های مختلف محاسبه قیمت تمام شده
- آشنایی با نحوه استفاده از هزینه‌ها در ارزیابی اجرای عملیات و برنامه‌ریزی سود
- آشنایی با نحوه استفاده از هزینه‌ها در تصمیم‌گیری های مدیریت
- روش های محاسبه قیمت تمام شده و تحلیل گزارش های مالی

منابع

۱. علیمدد, مصطفی (۱۳۷۸) اصول حسابداری, انتشارات سازمان حسابرسی.

۲. علیمی, حسینعلی (۱۳۷۷) اصول حسابداری, تهران, انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.

3. Samuel Waldo Specthrie(1997) Industrial accounting,: Complete course , Prentice-Hall (January 1, 1997)

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس جبرانی

عنوان درس: مدیریت مالی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

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

سرفصل

- آشنایی با مدیریت مالی
- تجزیه و تحلیل گزارشهای مالی با استفاده از نسبتهای مالی
- پیش‌بینی نبود در رابطه با فعالیت تولید و فروش و استفاده از تکنیک نقطه سربه سر
- پیش‌بینی نیازهای مالی
- نقش بهره در تصمیمات مالی
- تصمیمات سرمایه‌گذاری و تخصیص منابع مالی در شرایط معلوم/ نامعلوم
- **بودجه‌بندی**
- بودجه بندی سرمایه ای و شناخت جریان های نقدی
- تعریف و اهمیت بودجه بندی سرمایه ای
- فرایند بودجه بندی سرمایه ای
- انواع تصمیمات بودجه بندی سرمایه ای
- طرح توسعه و تولید محصولات جدید
- جریان های نقدی طرح ها
- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط اطمینان

- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط سهمیه بندی سرمایه ای
- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط نامطمئن
- مبانی سرمایه گذاری و تامین مالی
- انواع روش های تامین مالی
- روشهای تامین مالی و چرخه حیات کسب و کار
- معیارهای انتخاب منابع تامین مالی
- هزینه سرمایه و تصمیمات تامین مالی شرکت
- تکنیک های تصمیم گیری سرمایه گذاری
- تصمیمات ساختار سرمایه
- تجزیه و تحلیل ریسک اجزاء سرمایه
- تامین مالی ترکیبی
- روش فرانشیز در تامین مالی کارآفرین
- تجزیه و تحلیل هزینه منفعت
- خط مشی و مدیریت اقلام سرمایه در گردش
- عامل بهره در تصمیم‌گیری های مالی
- موارد استفاده از اهرم مالی
- هزینه‌های سرمایه‌ای
- سیاست تقسیم سود سهام و تامین مالی داخلی
- مدیریت ریسک

منابع

۱. نوروش، ایرج (۱۳۸۳) مدیریت مالی (۱) تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

۲. فدایی نژاد، محمد اسماعیل (۱۳۸۳) اصول بودجه بندی سرمایه ای، تهران، انتشارات سمت.

3. Shim.j.k&siegel .J.G, (2000) , financial management , usa ,barrons education series .Inc

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس جبرانی

عنوان درس: حقوق بازرگانی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با مبانی قانون تجارت و انواع فرایندهای قراردادهای بازرگانی و کسب وکار و کسب مهارت تهیه متن قرارداد خرید،فروش، همکاری و ازاین قبیل در کسب و کار.

سرفصل

- کلیات قانون تجارت
- قانون کار
- قانون مالیات
- قانون چک
- مروری بر مفاهیم پایه ای :
  - قاعده حقوقی و اقسام آن ،ضمانت اجراء و اقسام آن
  - قاعده اخلاقی ، نسبت بین قاعده حقوقی با قاعده اخلاقی
  - «حق»و «تکلیف » ، رابطه بین حق و تکلیف ، اقسام حق و تکلیف
  - « شخص» و اقسام آن ، شخصیت حقوقی
  - تابعیت و اقامتگاه اشخاص حقیقی ،تابعیت و اقامتگاه اشخاص حقوقی
  - رابطه حقوقی اشخاص
  - وکالت و نمایندگی
  - سند و اقسام آن
- تعریف قرارداد و اقسام آن :
  - تعریف قرارداد
  - اقسام قرارداد:
  - قراردادهای معین ، قراردادهای نامعین
  - قراردادهای در سطح ملی ، قراردادهای بین المللی(بین الملل عمومی ،بین الملل خصوصی)
  - قراردادهای مدنی ، قراردادهای تجاری ، قراردادهای اداری،....
- قواعد حقوقی نوعی قراردادها:
- قواعد حاکم براهلیت طرفین قرارداد

- قواعد حاکم بر موضوع ، جهت و محتوای قرارداد
- قواعد حاکم بر شکل و چارچوب قرارداد
- قواعد حاکم بر قصد طرفین و رضایت آن ها
- حقوق و تکالیف ناشی از قراردادها ، انتقال این حقوق و تکالیف
- ضمانت اجرای قرادادها
- قواعد حاکم بر پیگیری حقوق و حل و فصل اختلافات ناشی از قراردادها ، صلح ، داوری ، رسیدگی قضائی
- اثر قرارداد نسبت به اشخاص ثالث
- سقوط تعهدات

- قواعد حقوقی اقسام قراردادهای معین:

- قواعد حقوقی اقسام قراردادهای معین
- قواعد حقوقی اقسام قراردادهای معین:
- بیع
- شرکت : شرکت مدنی ، شرکت تجاری
- وکالت : وکالت مدنی ، وکالت دادگستری
- اجاره
- مضاربه
- حواله
- رهن
- ضمانت
- صلح
- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای بین المللی خصوصی (تعارض قوانین).ن

- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای بین المللی خصوصی (تعارض قوانین).
- قواعد حقوقی تشخیص قانون حاکم بر قراردادها : شکلی ، محتوایی
- قواعد حقوقی حاکم بر اقسام قراردادهای بین المللی ، بیع بین المللی ، شرکت مدنی بین المللی ، شرکت تجاری بین المللی ، وکالت مدنی بین المللی ، وکالت دعاوی بین المللی
- قواعد حقوقی حل و فصل اختلافات ناشی از قراردادهای بین المللی خصوصی
- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای تجاری
- قواعد حاکم بر اقسام قراردادهای تجاری ، شرکت تجاری قرارداد حمل و نقل ، دلالی ، کارگزاری بورس ، عاملی ، معاملات برواتی ، بیمه .....
- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای تجارت بین الملل : قراداد بازاریابی در خارج از کشور ، قرارداد

فروش بین المللی کالا ، بروات در تجارت بین الملل ، اعتبارات اسنادی ، قراداد ضمانت ، قراداد عاملیت ، قرارداد بیمه ، قرارداد حمل و نقل ، قراداد ساخت تاسیسات در خارج از کشور ، تهاتر ، توافق بازخرید محصول (بای بک) ، قرارداد تعادلی ، موافقتنامه توزیع انفرادی ، نمایندگی خارج از کشور ، مشارکت انتفاعی (جوینت ونچر)

- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای اداری : تمایز قراردادهای ادرای با قراردادهای حقوق خصوصی ، اقسام قراردادهای اداری (پیمانکاری ، قرارداد استخدامی ، قرارداد پژوهشی ، ...) مزایده و مناقصه و قوانین حاکم بر آن ها،...

منابع:

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

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس حضوری

عنوان درس: مبانی پیشرفته کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با تاریخچه، مبانی و مهارت‌های مورد نیاز برای موفقیت در فرایند کارآفرینی و مدیریت کسب و کار و کسب مهارت تحلیلی ابعاد کسب و کار و انتخاب کسب وکار مناسب.

سرفصل

فصل اول: موفقیت

- چراهای موفقیت
- شرکت/ کسب و کار(موفق)
- خالق شرکت موفق(کارآفرینان)
- برنامه ریزی مسیرهای شغلی
- رویاهای ایجاد کسب و کار
- چشم انداز، آرزو و آرمان(Vision)
- اهمیت و نقش Vision در زندگی فردی، سازماندهی و اجتماعی
- مدل GEM

فصل دوم: آشنایی با اصول و انواع کسب و کار

- مبانی و اصول کسب و کار
- مفهوم و تعریف کسب و کار
- اصول کسب و کار
- عناصر کسب و کار
- کسب و کار تولیدی
- کسب و کار صنعتی
- کسب و کار کشاورزی
- کسب و کار خدماتی
- کسب و کار تجاری
- فناوری های جدید(Nano Tech. IT.Bio Tech...)

- انواع کسب و کار بر اساس اندازه
- کسب و کارکوچک
- کسب و کار متوسط
- کسب و کار بزرگ
- انواع کسب و کار بر اساس ماهیت
- کسب وکار مجازی
- -کسب و کار اینترنتی
- -کسب و کار بدون کارخانه(تولید بدون کارخانه)
- کسب و کارهای خانگی
- کسب و کارهای خانوادگی
- کسب و کارهای روستایی
- مهارتهای کسب و کار (۵ مهارت اصلی)
- ماتریس کسب و کار
- نگاه کسب و کارانه

فصل سوم: تغییرات جهانی

- روند مهم تغییرات جهانی
- تاثیر روندهای جهانی بر کسب و کار
- روند فزاینده مشتری مداری و مشتری محوری در سازمان ها
- حرکت از ساختار سلسله مراتبی به نظام شبکه ای
- گذر جامعه صنعتی به اطلاعاتی(سه انقلاب EDI)

فصل چهارم: کارآفرینی

- سابقه تاریخی کارآفرینی
- تعاریف کارآفرینی
- تمایز بین کارآفرین با مخترع/ نوآور/ سرمایه گذار/ مدیر/ خلاق
- انواع کارآفرینی
- کارآفرینی فردی
- کارآفرینی سازمانی
- کارآفرینی اجتماعی
- ویژگیهای کارآفرینان
- قصه های موفقیت
- -قصه های عدم موفقیت
- تکالیف فصل

فصل پنجم: فرآیند کارآفرینی

- عناصر فرایند کارآفرینی
- تشخیص فرصت های کارآفرینی
- ایده و ایده پردازی
- -تعریف ایده
- -روشهای خلق ایده
- -راههای یافتن ایده کسب و کار
- خلاقیت
- تکنیکهای خلاقیت
- نمونه سازی و آزمون محصول
- تدوین برنامه طرح کسب و کار
- انتخاب مکان
- انتخاب شکل قانونی و تأسیس کسب و کار
- انتخاب نام
- انتخاب نوع شرکت
- مالکیت انفرادی
- شراکت
- انواع شراکت
- ثبت شرکت
- مراحل صدور جواز تاسیس و پروانه بهره برداری کسب و کار
- تامین مالی و گردآوری منابع و امکانات
- راه اندازی کسب و کار
- انواع روش های راه اندازی کسب و کار
- روش خرید کسب و کار
- روش پذیرش نمایندگی
- شروع کسب و کار از صفر

فصل ششم :مدیریت کسب و کار

- تامین منابع
- تخصیص منابع
- تولید
- فروش
- تدارکات
- مدیریت ریسک
- ریسک های شخصی کارآفرینان

- ریسک های کسب و کار
- ریسک شهرت و اعتبار
- بیمه
- بیمه های اجتماعی
- بیمه های بازرگانی
- اهمیت نقش بیمه برای کارآفرینان
- رشد کسب و کار



منابع

۱) مبانی کارآفرینی- دکتر محمود احمدپور داریانی – مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران- ۱۳۸۵.

۲) کارآفرینی (تعاریف, نظریات و الگوها) - دکتر محمود احمدپور داریانی- شرکت پردیس – ۱۳۷۸.

۳) نگرشی معاصر برکارآفرینی-جلد اول و دوم-دانلف. کوراتکو، ریچادر ام. هاجتس، ترجمه ابراهیم عامل محرابی - دانشگاه فردوسی مشهد-۱۳۸۳.

۴) کارآفرینی- دکتر محمود احمدپور داریانی-وزارت آموزش و پرورش، دفتر برنامه ریزی و تالیف آموزش های فنی و حرفه ای و کاردانش-تهران: محراب قلم، ۱۳۸۳.



برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس جبرانی

عنوان درس: کلیات اقتصاد

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با مفاهیم کلی اقتصاد ،مباحث مهم اقتصاد ،مفاهیم توسعه اقتصادی و درک نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و تعامل با متغیرهای اقتصاد کلان کشور.

سرفصل

- مقدمه ای بر اقتصاد
  - تعاریف، مفاهیم و علم اقتصاد
  - اقتصاد توصیفی و اقتصاد دستوری
  - اقتصاد و کارآفرینی
  - تعریف کارآفرینی از دید اقتصاد
  - نقش اقتصاددانان در توسعه کارآفرینی
  - نوآوری و چرخه اقتصاد
- تقاضا
  - تعریف و مفهوم
  - عوامل موثر بر تقاضا
  - ترسیم تابع تقاضا
  - جابه جایی تابع تقاضا
  - کشش تقاضا و مفهوم آن
- عرضه
  - تعریف و مفهوم
  - عوامل موثر بر عرضه
  - ترسیم تابع عرضه
  - جابه جایی تابع عرضه

- بازار و انواع آن
- تعریف و مفهوم
- خصوصیات بازار
- انواع بازارهای اقتصادی
- مصرف
- تعاریف و مفاهیم
- تابع مطلوبیت
- کالاهای مصرفی ، سرمایه ای و لوکس
- مصرف ، پس انداز و سرمایه گذاری
- رشد اقتصادی
-تعریف و مفهوم
- مروری بر مراحل پنج گانه رشد
- تئوری های رشد اقتصادی
- مدل های رشد هارود و دومار
- مدل دو بخش فلدمن
- مدل رشد اقتصادی کالدور
مدل تمرکز سرمایه جون رابینسون
- رشد آرام و مدوام اقتصادی
- توسعه اقتصادی
- اقتصاد توسعه، مفاهیم و دیدگاه ها
- عوامل موثر بر توسعه اقتصادی
- قیمت گذاری و توسعه اقتصادی
- رشد جمعیت و توسعه اقتصادی
- نقش ابتکار و خلاقیت در توسعه اقتصادی
- نقش دولت در توسعه اقتصادی
- موانع توسعه اقتصادی
- تئوری های توسعه اقتصادی
- تئوری توسعه اقتصادی آدام اسمیت
- تئوری توسعه اقتصادی شومپیتر
- ظهور و افول نظریه های اقتصاد توسعه
- سیاست های پولی و مالی
- تعاریف و مفاهیم

- نقش سیاست های پولی در توسعه اقتصادی
- نقش سیاست های مالی در توسعه اقتصادی

منابع:

1. P. Tordoir,(1995),The Professional Knowledge Economy : The Management and Integration of Professional Services in Business Organizations.Springer.

2. Hiroyuki Odagir,(1981),The Theory of Growth in a Corporate Economy: Management Preferences.Research and Development.and Economic Growth (A Spectrum book) Cambridge Univ Pr.

3. Marius Leibold.Gilbert J. B. Probst.Michael Gibbert,(2005),Strategic Management in the Knowledge Economy : New Approaches and Business Applications ,Wiley-VCH; 2Rev

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس جبرانی

عنوان درس: کارآموزی

نوع واحد: عملی

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از کارآموزی دانشجویان کارآفرینی آشنا شدن با راه اندازی واحدهای اقتصادی و نحوه اداره آنها است. در این درس دانشجویان بطور عینی با فرآیند کارآفرینی و چگونگی تشخیص و بهره برداری از فرصتها را در انواع شرکتها و سازمانها آشنا شده و مهارت اداره کسب وکار کوچک و متوسط را کسب نمایند.

- **سرفصل**

- مصاحبه با مالک ومدیروکارکنان قدیمی و استخراج تاریخچه تشخیص فرصت،فرایند ایجاد و راه اندازی کسب وکاروبهره برداری ازآن.
- بررسی منابع تامین کسب وکاروچگونگی تهیه وتدارک مواد،لوازم،نیروی انسانی،انرژی.....
- بررسی انواع خدمات مورد نیازشرکت ونحوه تامین آنهااعم ازخدمات،بیمه،بانک،گمرک، فنی ،مالی.....
- بررسی فرایند های تولیدکالا و خدمات
- بررسی فناوری،روش ها،ماشین آلات،تجهیزات و امکانات تولید
- بررسی سیستم های سازمان و مدیریت درشرکت
- بررسی میزان استفاده ازفناوری اطلاعات
- تحلیل آسیب شناسی فعالیت های تحقیقات بازار،بازاریابی،تحقیق و توسعه
- بررسی همکاری پیمانکاری با سایر شرکت ها
- بررسی بازاریابی های فروش شرکت
- بررسی کانالهای توزیع و شیوه انتقال محصول به بازار
- بررسی شیوه مشتری یابی،دریافت سفارش.....
- بررسی مکانیزم های مثبت گذاری،قرارداد های خرید و فروش ...

- تحلیل وارزشیابی عملکرد شرکت
- تحلیل آسیب شناسی کارآفرینی سازمانی وشرکتی وموانع رشد،عوامل میانی موفقیت وتحلیل SWOT برای رشد شرکت
- تهیه گزارش کارطبق دستورالعمل دانشکده

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس جبرانی

عنوان درس: بازاریابی و تحقیقات بازار

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

بازار بنیادی ترین مفهوم دانشجویان علوم بازرگانی و کارآفرینی و عمده رشته های دانشگاهی محسوب می گردد. اساسی ترین نیازهای انسان ها با حضور در بازار و فعالیت های مربوطه برطور می شود و بنابراین شناخت بازار و مبانی عمل در آن الزامی ترین دانشی است که دانشجویان تازه وارد به رشته کارآفرینی باید از آن برخوردار باشند. کارآفرینی با هدف تشویق دانشجویان به حضور در بازار کسب و کار به وجود آمده است و از این رو کسانی که درک درستی از بازار و سازو کار آن نداشته باشند، شانسی برای موفقیت در کسب وکار آینده خود نخواهند داشت.

از این رو درس مدیریت بازاریابی به عنوان یک درس پیش نیاز الزامی برای تمام دانشجویان تازه وارد که در رشته های غیر مدیریت مدرک کارشناسی دریافت کرده اند در نظر گرفته شده است.

سرفصل های اساسی این درس شناخت مفاهیم ابتدایی بازاریابی، آمیخته بازاریابی، آمیخته محصول، تقسیم بندی بازار، شیوه های بازاریابی و استراتژی های بازاریابی می باشد.

سرفصل

فصل اول : شناخت بازاریابی

- مفاهیم بازاریابی، محیط بازاریابی و تحلیل محیطی، نیاز و خواست مشتری مبنای بازاریابی، فلسفه های بازاریابی (تولید گرا، فروش گرا، خریدار گرا و ...)
- فصل دوم: رفتار مصرف کننده
- آمیخته بازاریابی (4p+s)
- فصل سوم: تقسیم بازار و تعیین بازار هدف
- معیارهای تقسیم بندی بازار(جغرافیایی، جمعیتی و قومی، روانشناختی، رفتاری) انتخاب بازار هدف، پیش بینی فروش و سهم بازار، بازار بالقوه جمعیتی (مثل مشتریان یک رستوران محلی)

فصل چهارم: برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی

- پس از انتخاب بازار هدف، استراتژی انتخاب می شود. شناخت مفاهیم استراتژیک: چارت برنامه ریزی استراتژیک فرددیوید رهبر بازار و دنباله رو بازار، فلسفه وجودی شرکت، واحدهای

خودگردان، ماتریس bcg و جنرال الکتریک به عنوان دو مثال از استراتژی بازاریابی

فصل پنجم: مدیریت محصول product

- طبقه بندی محصول و نام گذاری آنها، آمخته محصول، تبلیغات براساس موضع محصول (مثل پپسی) اصلاح محصول ، مثل خمیر دندان چند رنگ) مدیریت محصول جدید (زمان و مکان به میدان فرستادن) منحنی عمر محصول، استراتژی نامگذاری و مارک گذاری، بسته بندی، خدمات پس از فروش

فصل ششم: تعیین قیمت price

- مقایسه قیمت و سایر عوامل در آمیخته بازاریابی، کشش کالا و حساسیت تقاضا، فرآیند قیمت گذاری

- مرحله اول- تحلیل بازار (۱- تخمین تقاضا ۲- کشش پذیری تقاضا ۳- ارزیابی تقاضا در بازار، ۴- تغییرات منحنی تقاضا ۵- تحلیل رقابت) مرحله دوم- شناسایی موانع و محدودیت های قیمت گذاری (۱- هزینه ها ۲- قوانین دولتی ۳- کانال های توزیع ۴- تقاضای مشتری ۵- رقابت ۶- مسائل اخلاقی موجود در صنعت مثل پنهانکاری و ...) مرحله سوم- تعیین هدف های قیمت گذاری (۱- هدف های سوددهی ۲- هدف های فروش ۳- هدف های رقابتی ۴- هدف های مربوط به موضع سازی محصول و شرکت ۵- هدف های بقاء)

- مرحله چهارم- تحلیل توانمندی سود (۱-تحلیل هزینه ۲- تحلیل حاشیه ای ۳- تحلیل نقطه سربه سر) مرحله پنجم- تعیین سطوح قیمت اولیه (۱- روش های قیمت گذاری بر اساس تقاضا ۲- روش های قیمت گذاری براساس قیمت تمام شده و سود ۳- قیمت گذاری براساس رقابت) مرحله ششم- مدیریت قیمت (تخفیف ها وانواع آن)

فصل هفتم: مدیریت توزیع place

- کانال های توزیع، طراحی کانال های توزیع، مدیریت کانال های توزیع

فصل هشتم: فعالیت های ترفیعی و تشویقی promotion

- ماهیت ترفیع و تشویق، فرآیند ارتباط با مشتری، ترکیب فعالیت های ترفیعی و تشویقی(آگهی، پیشبرد فروش، روابط عمومی) شناخت آگهی ها (این موضوع خود می تواند به عنوان یک بخش جداگانه یا یک کارگاه در نظر گرفته شود. مواردی مثل مارلبورو، پپسی، نایک و آدیداس) فروشنده و ویژگی های آن

فصل نهم: نگرش های تکمیلی

- مباحث جدید بازاریابی، بازاریابی، برپایه مارک (Brand) بازاریابی براساس طبقه، بازاریابی بین المللی، خوشه سازی

فصل دهم: مورد سنجی

- کوکاکولا و پپسی، مارلبورو، کرایسلر و هوندا، جانسون اند جانسون، دوراسل و انرژایزر، ژیلت و شیک و ...

فصل یازدهم: مورد سنجی بازار ایران

- بازار مصرف و رفتار مصرف کننده/بازار تجاری و رفتار خریدار
- فرایند تحقیقات بازاریابی

منابع

۱. روستا، احمد (۱۳۸۳) مدیریت بازاریابی، تهران، سمت.
۲. ونوس، داور و همکاران (۱۳۸۳) مدیریت بازاریابی، تهران، انتشارات سمت.
۳. شریعت، سیدطاهر و رضا رنجبران (۱۳۸۳) بازاریابان خبره، تهران، انتشارات رهنما.
۴. کاتلر، فیلیپ (۱۳۸۲) مدیریت بازاریابی، تهران، نشر فرا.
۵. رنجبران، حسین (۱۳۸۲) بازاریابی و مدیریت بازار، تهران، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
۶. محمودیان، محمود (۱۳۸۲) مدیریت تبلیغات از دید بازاریابی، تهران، انتشارات حروفیه.
۷. بلوریان، محمد (۱۳۸۰) بازاریابی و مدیریت بازار، تهران، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

8. Stuton .D. klein . I , . zyman .s (2003) , enterprise markrting management : the new science of marketing , John wiley & sons

9. Ssand huse. R.,(2000) , marketing , barrons educational series

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس جبرانی

عنوان درس: اقتصاد کلان

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

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

سرفصل

فصل اول کلیات

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

فصل دوم: حسابداری درآمد ملی

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

فصل سوم: تجارب بین‌المللی

- علت اقتصادی مبادلات تجاری
- تخصص بین‌المللی و مزیت ها (نسبی و مطلق و فوائد حاصل از آنها تجارت آزاد در مقابل سیاست های حمایت از محصولات داخلی)

- تعرفه‌های ترجیحی و سهمیه‌های وارداتی

فصل چهارم: موازنه پرداخت ها

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

منابع

۱. روزبهان, محمود (۱۳۷۷) تئوری اقتصاد کلان، تهران، نشر تابان.

۲ . هال, روبرت و تیلور, جان(۱۳۷۶)اقتصاد کلان، ترجمه مسعود روغنی زنجانی، تهران، انتشارات موسسه عالی پژوهشی در برنامه‌ریزی و توسعه.

۳. گرجی, ابراهیم (۱۳۷۶) ارزیابی مهم‌ترین مکاتب اقتصاد کلان، تهران، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

۴. بگ, دیوید و استانکی فیشر (۱۳۷۶) اقتصاد کلان، ترجمه حمیدرضا قلی‌پور شیرسوار/ تهران/ نشر مرسا.

۵. اخوی, احمد (۱۳۷۶) اقتصاد کلان (کاربردی)، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

6. Michael K. Evans (2003), Macroeconomics for Managers Blackwell Publishers .

7. Knut Anton Mork (1991), Macroeconomics for Managers , Blackwell Publishers.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس جبرانی

عنوان درس: مبانی کامپیوتر

نوع واحد: نظری-عملی

تعداد واحد: یک واحدنظری- یک واحد عملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

۱. آشنائی با سازمانها، فعالیت های اجرائی آنها و مدل سازی فعالیت،
۲. آشنائی با کاربرد کامپیوتر در انجام فعالیت های سازمان و تعیین نیازهای سازمان به تجهیزات نرم افزاری، بانک های اطلاعاتی، سخت افزار کامپیوتر
۳. آشنائی با سخت افزار، نرم افزار و سیستم عامل، تجهیزات جانبی، وسایل ذخیره اطلاعات، شبکه های کامپیوتری و کاربرد آنها
۴. آشنائی با ابزار ورود و خروج اطلاعات و تشخیص چگونگی استفاده از آنها در سیستم های اجرائی

سرفصل

- آشنائی با مفاهیم کلاس و موضوعات درس
- بررسی نیاز سازمان ها به کامپیوتر
- بررسی کاربرد کامپیوتر در سطوح مختلف سازمان ها
- بررسی کاربرد کامپیوتر در سطوح مختلف سازمان ها
- آشنائی با کامپیوتر و نسل های آن
- آشنائی با سخت افزار کامپیوتر(پردازش و ذخیره سازی اطلاعات)
- آشنائی با سخت افزار کامپیوتر (تجهیزات ورودی و خروجی اطلاعات)
- آشنائی با نرم افزار کامپیوتر
- مدیریت داده ها و اطلاعات سازمان ها
- شبکه و ارتباطات - اینترنت و اینترانت
- بررسی سیستم های اطلاعاتی اجرائی
- سیستمهای اطلاعاتی فراسازمانی
- بررسی اتوماسیون اداری و مدیریت گردش کار
- ذخیره سازی و نگهداری داده ها، اطلاعات، و سیستم های اطلاعات مدیریت و پشتیبانی تصمیم گیری
- آشنائی با هوش مصنوعی و کاربردهای آن
- کسب و کار الکترونیکی

- تجارت الکترونیکی

منابع

1-Turban,2006,Information Technology, jon willy

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس حیرانی

عنوان درس:اقتصاد ایران

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۱

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی با ماهیت اقتصاد ایران، کاربرد تئوریهای اقتصادی در ایران و مقایسه تطبیقی وضعیت اقتصاد ایران با دیگر کشورهای جهان است.

سرفصل درس:

- جغرافیای اقتصادی ایران
- اقتصاد سیاسی ایران
- جمعیت و نیروی انسانی در ایران
- تقاضا در اقتصاد ایران
- عرضه در اقتصاد ایران
- سرمایه گذاری در ایران
- دولت و اقتصاد در ایران
- نقش نفت در اقتصاد ایران
- کشاورزی و صنایع در ایران
- بخش خدمات در اقتصاد ایران
- وضعیت بخش های تعاونی و خصوصی در اقتصاد ایران
- بررسی روند تحولات متغیر های کلان اقتصادی کشور
- تحلیل عملکرد بازرگانی خارجی کشور
- تحلیل عملکرد شرکت های دولتی و سیاست های خصوصی سازی در ایران
- تحلیل عملکرد سیاست های اقتصادی در ایران
- بخش های مساعد توسعه کسب و کار در ایران
- برنامه های توسعه در ایران
- چشم انداز اقتصاد ایران

منابع:

۱. مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، حسین عظیمی ، نشر نی، ۱۳۸۴

۲. ایران امروز در آئینه مباحث توسعه حسین عظیمی، دفتر نشر فرهنگ اسلامی ،۱۳۷۸
۳. اقتصاد ایران، مسعود و همکاران ،مؤسسه عالی پژوهش در برنامه ریزی توسعه
۴. اقتصاد سیاسی ایران ، محمد علی کاتوزیان ، نشر مرکز، چاپ یازدهم ۱۳۸۴
۵. ارزیابی عملکرد سیاست های خصوصی سازی در ایران، معاونت امور اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی، ۱۳۸۲

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی- درس جبرانی

عنوان درس: جامعه شناسی روستایی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجو با تئوری‌ها، الگوها و رهیافت‌های جامعه‌شناسی توسعه، بررسی و شناخت جوامع روستایی و عشایری و نقش آن‌ها در تولید و فرآوری محصولات کشاورزی

سرفصل درس

- مفاهیم و تعاریف توسعه و جامعه‌شناسی توسعه
- تعاریف و مفاهیم نظریه‌های توسعه وعمران روستایی
- تعریف و اهمیت شناخت جوامع روستایی و عشایری ایران در جریان توسعه
- نقش برنامه‌های توسعه و عمران روستایی در اقتصاد ملی و در ایجاد تحولات مطلوب در روستاها
- جایگاه توسعه روستایی در برنامه‌های توسعه پنج ساله
- دگرگونی اجتماعی، توسعه نیافتگی، نوسازی
- فرایند تاریخی توسعه و مدرنیزاسیون
- ریشه و عوامل نابرابری در توسعه و توسعه نیافتگی
- ویژگی‌های کشورهای توسعه یافته، در حال توسعه و توسعه نیافته
- جامعه سنتی و جامعه مدرن
- هستی شناسی دوره مدرن
- جامعه شناسان کلاسیک
- اندیشه کلاسیک و رویکرد توسعه نیافتگی
- ساخت‌ها و سنخ‌های اجتماعی هرپرت اسپنسر

- گماین شافت و گزل شافت
- جامعه فولک
- مدرنیزاسیون و تاثیر و تکامل
- دیدگاه‌های عمده توسعه در قرن بیستم:
- توسعه نیافتگی و دیدگاه وابستگی و تاثیر آن در توسعه کشورهای جهان سوم
- موانع اجتماعی و فرهنگی توسعه نیافتگی
- نظریه خرده فرهنگ دهقانی و انتقادات وارد بر آن
- شرایط ساختی و ملزومات توسعه
- سیاست‌های نابرابری و توسعه
- بسترهای تغییر و تحول در کشورهای در حال توسعه
- تحلیل تاثیر دیدگاه‌های نوسازی و وابستگی در جامعه ایران
- دیدگاه نوین توسعه روستایی در قالب پارادایم نوین توسعه، ویژگی‌های عمده رویکردها و سیاست‌های ترویجی در پارادایم نوین توسعه.

وضعیت موجود در جوامع روستایی و عشایری در گذشته و حال (امور فرهنگی و بهداشتی، روابط اجتماعی، ارتباطات و نظام اداری، مالکیت، منابع تولید و عوامل آن، تعاون، بازرگانی و اعتبارات، هرم قدرت، امنیت، اشتغال و مهاجرت)

- انرژی و منابع آن
- ضرورت تحول در جوامع روستایی
- آینده نگری برای توسعه و عمران – تصویر و تجسم وضع مطلوب
- اصول توسعه و عمران روستایی
- روش‌های اجرای توسعه و عمران روستایی
- نقش بخش‌های عمومی، خصوصی و تعاونی در اجرای برنامه‌های توسعه
- انگیزه‌ها برای حرکت و مشارکت مردم

- مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی روستایی
- رابطه بین جامعه‌شناسی روستایی و سایر علوم اجتماعی
- تعریف روستا و ویژگی‌های آن
- وضعیت جغرافیایی و مورفولوژیک روستاهای ایران
- ساختار نواحی روستایی و نقش زنان، مردان در جامعه روستایی و عشایری
- مفاهیم انسان فرهنگی
- فنون قوم نگاری
- وضعیت جامعه روستایی قبل از اصلاحات ارضی (الگوی مالکیت بر زمین، اشکال تقسیم، محصولات، اشتغال، شکل‌بندی طبقاتی و اجتماعی)- اصلاحات ارضی (علل و ریشه‌ها، چگونگی اجرا، اصول و قوانین، اثرات و پیامدها)
- وضعیت روستاهای ایران پس از اجرای اصلاحات تا زمان انقلاب اسلامی (پیدایش نظام‌های جدید بهره‌برداری از زمین: شرکت‌های تعاونی و روستایی، شرکت‌های سهامی زراعی، کشت و صنعت‌ها)
- برنامه اصلاحات ارضی بعد از انقلاب اسلامی و تاثیر آن در نظام‌های بهره‌برداری
- تاریخچه کوچ نشینی در ایران
- علل پیدایش زندگی کوچ روی
- تعاریف و دیدگاه‌های مطرح در رابطه با جامعه کوچ روی
- پراکندگی کوچ نشینان در جهان و در ایران
- رمه گردانی و دامداری در زندگی عشایری
- نقش عشایر ایران در تاریخ معاصر
- نقش عشایر ایران در فرهنگ کشور
- نقش عشایر در تولید و فرآوری محصولات دامی و کشاورزی
- صنایع دستی عشایر
- ایلات و طوایف مهم عشایری در ایران و ویژگی‌های آنها

- چگونگی کوچ در بین عشایر ایران
- اسکان عشایر
- مشکلات و مسایل عشایر ایران
- سیاست‌ها و راهکارهای مطلوب جهت حمایت و کمک به جامعه عشایری ایران
- شبکه خویشاوندی و جامعه روستایی
- الگوهای زیست عشایر
- زمینه‌های دگرگونی و توسعه عشایر ایران و رابطه آن با توسعه روستایی.



منبع

1. Economic and social commission for Asia and the pacific (1979), Guidelines for rural center planning. Published by united nations, economic and social commission for Asia and the pacific Bangkok, Thiland.
2. Economic and social commission for Asia and the pacific(1990), Guidelines for rural center planning, kural industrialization, organizational framework for RCP. Published by united nations, economic and social commission for Asia and the pacific, Bangkok, Thiland.
3. DIAS, HIRAN D. and B.W.E. Wickranmanayake (1996), manual for training in rural development planning. Published by: human settlements division, Asian institute of technology, Bangkok.
4. Chambers, R.(1997), rural development putting the last first. Published by: university Sussex, institute development susset.uk.

۵. ازکیا، مصطفی(۱۳۸۴)، جامعه شناسی توسعه و توسعه یافتگی روستایی ایران، انتشارات اطلاعات.



برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی- درس جبرانی

عنوان درس: مدیریت سازمانهای گردشگری

نوع واحد: نظری- **عملی**

تعداد واحد: یک واحد نظری -- یک واحد عملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با سازمان های صنعت گردشگری و چگونگی اداره آنها می-باشد . دانشجویان در این درس با اصول مدیریت و سازماندهی در سازمانهای گردشگری آشنا شده و قادر خواهند بود با بررسی مباحث مهم درمنابع انسانی سازمانهای گردشگری و شاخص های مدیریت پارامترها و معیارهای عملکرد سازمانهای گردشگری را مورد بررسی قرار دهند .

سرفصل درس:

- آشنایی با صنعت گردشگری
- آشنایی با محیط کسب و کارهای گردشگری
- ویژگی های سازمان های گردشگری
- برنامه ریزی و تصمیم گیری در سازمانهای گردشگری
- ساختار و سازماندهی سازمانهای گردشگری
- مروری بر مباحث مدیریت منابع انسانی در سازمانهای گردشگری
- اصول و فرایند مدیریت خدمات در سازمانهای گردشگری
- ساختار و عملکرد زنجیره سازمانهای گردشگری بین المللی
- فناوری اطلاعات در سازمانهای گردشگری
- توانمند سازی سازمانی در صنعت گردشگری
- کنترل فرآیندهای گردشگری
- نقش ارتباطات در مدیریت گردشگری
- معیارهای کلیدی موفقیت در خدمات گردشگری
- انواع همکاری های بین سازمانی و پیمانکاری
- تأثیر همکاری های بین سازمانی در کیفیت و سرعت خدمات
- معایب و پیامدهای منفی همکاری های بین سازمانی در خدمات گردشگری
- سیستم های بازخور از عملکرد در سازمان های گردشگری
- الگوهای موفق مدیریت در سازمان های گردشگری بین المللی
- سازمان های گردشگری و عملکرد آنها در ایران

منابع

1. Page, S.J. and Connell, J. (2006). Tourism: a modern synthesis (2nd ed.)Thomson Learning, London. Recommended Reading.

2. Leiper, N. (1995). Tourism Management. RMIT Press, Melbourne.

3. Ryan, C. and Page, S. (2000). Tourism Management Towards the New Millennium. Pergamon, Amsterdam,New York, Oxford.

4. Weaver, D. and Lawton, L. (2006). Tourism Management (3rd ed.) John Wiley & Sons, Australia.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی- درس حبرانی

عنوان درس: سامانه های اطلاعاتی در صنعت گردشگری

نوع واحد: نظری- **عملی**

تعداد واحد: یک واحد نظری -- یک واحد عملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از اجرای دوره تبیین مفاهیم و مبانی سیستم های اطلاعاتی و کاربرد آن در صنعت توریسم می باشد. همچنین بررسی و آسیب شناسی سیستمهای اطلاعاتی توریسم در ایران و جهان با ارائه مدل های تئوریک و کاربردی در این صنعت می تواند متخصصان آکادمیک و دانشگاههی را جهت توسعه و اجرای این سیستم ها در کشور تربیت نماید.

سرفصل درس

- فناوری اطلاعات و ارتباطات: تکامل و تحول
- تعریف ICT سیستم های اطلاعاتی , مدیریت اطلاعات و روابط بین آنها
- مراحل تکمیل ICT
- (TIS) وابزارهای کسب و کارجدید
- ایجاد شبکه و بزرگراه اطلاعاتی : اینترنت, اینترانت ها و اکسترانت ها
- همگرایی تکنولوژیکی و توسعه های جدید (TIS)
- موج جدید تکامل تکنولوژیکی
- مفاهیم کاربردی در راهبرد و کسب و کار
- اثرات ناشی از انقلاب ICT و جامعه اطلاعاتی
- زنجیره ارزش و تاثیرات (TIS)
- توسعه بازار اطلاعات, تجارت الکترونیکی و بازارههای سایبر
- مدیریت راهبردی و مزیت های رقابتی

- استفاده از (TIS) برای دستیابی به راهبردهای عام و مزیت رقابتی و راهبردی
- استفاده از (TIS) برای حمایت از راهبردهای نوآورانه
- شرایط استفاده بهینه از(TIS) ها
- پیش نیازهای دستیابی به مزایای رقابتی از طریق (TIS)
  - (TIS) و نوآوری به عنوان هسته فرایندهای سازمانی و راهبرد
- چار چوب چند وجهی برای مدیریت راهبردی و بازار یابی
- فصل سوم: رابطه پویا بین (TIS) و مدیریت راهبردی
- تاثیرات (TIS) بر صنعت جهانگردی
- دگر گونگی در بهترین فعالیت های اجرایی صنعت جهانگردی توسط (TIS)
- سیستمهای جهانگردی
- استفاده از سخت افزار و نرم افزار در صنعت جهانگردی
- کاربردهای (TIS) در جهانگردی و مهمانداری
- مخابرات و ارتباطات شبکه ای در صنعت جهانگردی
- تکامل سیستم های کامپیوتری رزرواسیون
- تلفیق چندگانه(TIS) برای صنعت جهانگردی و مقاصد
- ساختار اطلاعاتی جهانگردی و عملکرد سازمانی
- تقاضای گردشگری اینترنتی و تجارت الکترونیکی
- گردشگری الکترونیکی و مقتضیات صنعت گردشگری
- فن آوری اطلاعات و ارتباطات و بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط
- مدیریت راهبردی صنعت گرشگری که توسط فناوری اطلاعات و ارتباطات قدرت یافته

- مکانیسم توزیع گردشگری و عملکرد آن
- مدیریت گردشگری الکترونیکی حمایت شده توسط اینترنت
- سیستمهای داخلی و مدیریت گردشگری الکترونیک با حمایت از اینترنت
- سیستم های مشارکتی و مدیریت گردشگری الکترونیک با استفاده از اکسترانت
- نقشهای راهبردی و عملیاتی (TIS) در دفاتر خدمات مسافرتی
- سیستم ارتباط درونی شرکا و اکسترانت
- انواع مقاصد الکترونیکی، SMTE ها و استفاده از (TIS)
- نقش راهبردی و تاکتیکی (TIS) برای مقاصد
- توسعه یک سیستم مدیریت مقصد (TIS)
- چالشهای DMS و توسعه به روز
- از DMSهای عملیاتی به DICIRMSهای راهبردی



منابع

1. Information and Communication Technologies in Tourism 2003 , Andrew J. Frew, Martin Hitz, Peter O'Connor, A.J. Frew, M. Hitz, P. O'Connor Springer.
2. Information and Communication Technologies in Tourism 2005: Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria, 2005 , Andrew J. Frew,Springer.
3. Managing tourism information systems (Tourism information series) ,2005 ,Maureen H McDonough , Michigan State University.



برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی- درس جبرانی

عنوان درس: زبان تخصصی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان تحصیلات تکمیلی کارآفرینی با زبان تخصصی انگلیسی و کسب مهارت مطالعه و درک متون تخصصی کارآفرینی می باشد.

سرفصل درس

- کارآفرینی : تعاریف و مفاهیم
- نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی
- نوع شناسی کارآفرینی
- کارآفرینی انفرادی
- کارآفرینی شرکتی
- کارآفرینی سازمانی
- کارآفرینی اجتماعی
- تعاریف کارآفرینی
- انواع کارآفرینان
- انواع کسب و کار
- کسب و کار الکترونیکی
- کسب و کار خانوادگی
- کسب و کار خانگی
- کسب و کار کوچک
- کسب و کار کوچک و متوسط
- کسب و کار متوسط
- کسب و کار بزرگ
- کسب و کار روستایی
- فرایند کارآفرینانه
- تشخیص فرصت
- ایده پردازی

- راه اندازی کسب و کار های نوپا
- طرح کسب و کار
- خلاصه مدیریتی
- تحلیل محیط و صنعت
- تعریف محصول و شرکت
- طرح عملیات و فناوری
- برنامه بازار یابی
- برنامه مالی
- برنامه سازمانی
- ریسکهای بحرانی کسب و کار
- تامین مالی کسب و کار: تعاریف و مفاهیم
- مدیریت کارهای کوچک و متوسط



1. Sangram keshari mohoty, (2006) , Fundamental of entrepreneurship ,prentice hall of India, NEW Dehli – 110001
2. Green.L cuthia, (2007) , Exploring Entrepreneurship and Economic , Thomson Higher education , printed in the united states of America
3. Davidsson per, (2006) , New Firm start up , Edward elgar publishing
4. Van praag , Mirjan, (2005), Successful Entrepreneurship ,Edward elgar publishing



برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

درس جبرانی

عنوان درس: اصول سیستم های پویا

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

ارتقاء شایستگی دانشجویان جهت شناخت،طراحی الگوها ی حاکم بررفتارسیستم ها با رویکرد سیستم

سرفصل درس

- تئوری سیستم ها وویژگی های آن
- تئوری آشوب وپیچیدگی و جایگاه علیت،تعاملات،بازخورد درآنها
- الگو سازی مفهومی،طراحی وتوسعه سیستم ها
- تحلیل مساله و مدیریت محتوی
- تعاملات درونی ومحیطی(ابر سیستم ها)سیستم ها
- چگونگی پیدایش الگو وپارادایم درسطوح تحلیل مختلف
- مفاهیم کلیدی پویایی های سیستم
- بازخورد:تاریخچه،سنخ شناسی،کاربرد،نقدها
- الگوسازی: تاریخچه،سنخ شناسی،کاربرد،نقدها
- سناریونویس با رویکرد پویایی های سیستم
- چگونگی ایجاد الگوهای علمی متعدد بر اساس مشاهده و تبیین ابعاد رفتاری یک سیستم با نگاه پویایی های سیستم
- استفاده ازالگوهای آینده شناختی جهت طراحی و خلق نقشه متغیرهای مرتبط با آینده سیستم ها با نگاه پویایی های سیستم
- طراحی الگو ها ی علمی چند حلقه ای (Multi-loop)بزرگ شامل یک موضوع ومتغیر های مرتبط برای ارتقاء شناخت تصمیم گیرندگان ازآینده یک ناحیه
- ساخت مدل(ترسیم جریانات،مراحل و گام هادرساخت یک مدل)،شبیه سازی کامپیوتری
- مورد کاوی ها(استفاده ازنرم افزارها،پیش بینی رفتارورفتاردرمدل درسیستم های ساده:استفاده ازشرح و توصیف متن درالگو،استفاده ازجداول و شکل ها درالگو،استفاده ازتاخیرات درالگوها)
- سیاست های کوتاه مدت درمقابل بلند مدت(اهمیت افق زمانی درمدل سازی،شبیه سازی و رفتارهای مختلف مدیریتی در الگو...)

منابع

1. Sterman،J. (2000) ،Business Dynamics: systems Thinking &Modeling for a complex world. Irwin /McGraw.Hill.
2. 2-Juan martin Garcia، (2006) Theory & Practical exercises System Dynamics،M،T،Sloan f management.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

درس اصلی

عنوان درس: تئوری‌های کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با مبانی نظری کارآفرینی و ابعاد مختلف کارآفرینی با توجه به مدلها و الگوهای صاحبنظران و کسب مهارت تحلیل مدلها و فرایندهای کارآفرینی.

سرفصل درس

-تعاریف، مفاهیم و ماهیت کارآفرینی ،نظریه‌پردازی

- کارآفرینی: مفهومی در حال تکامل

- انقلاب کارآفرینی

- فرآیند کارآفرینی

- نگرشها و مکاتب کارآفرینی

- نوع‌شناسی کارآفرینی

- چالش‌های کارآفرینی؛ گذشته،حال و آینده

- انواع کارآفرین

- نظریه های مدیریت در مورد بنگاههای کوچک و متوسط

- تحلیل نقش اندازهٔ بنگاه درمدیریت

-تحلیل مزایا و معایب اندازهٔ کوچک بنگاه

-نظریه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

-نظریه دوره حیات سازمان و کارآفرینی

-نظریه نهاد و کارآفرینی

-نظریه مشروعیت و کارآفرینی

-نظریه فرهنگ و کارآفرینی

-نظریه پیچیدگی و آشوب کارآفرینی

-نظریه منبع‌گرائی و کارآفرینی

-نظریه خوشه‌های صنعتی و کارآفرینی

-نظریه قابلیت‌های اساسی کارآفرینی

- تئوریهای کارآفرینی

- تئوریهای اقتصادی کارآفرینی

- تئوریهای روانشناختی و رفتاری کارآفرینی

- سایر تئوریها و مدلهای کارآفرینی

- عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی (عوامل اقتصادی، غیراقتصادی و اقدامات دولت)

- دیدگاه تکاملی به مطالعه کارآفرینی

-کارآفرینی به عنوان پدیده ای نوظهور و پیچیده در پرتو نظریه پیچیدگی

-تبیین واقعه محور(Event-Driven) و نتیجه گرا (Outcome-Driven) از پدیده کارآفرینی

-کارآفرینی فرهنگی (C.E): داستان ها و مشروعیت

-تئوری های روان شناختی(Sacological theoray) در نظریه کارآفرینی

- مرزها و محدودیت های نظریه عاملیت ها (Sgency) و نظریه خادمیت (Stewardship) در فرایند کارآفرینی

-روابط انسانی در تیم‌های کارآفرینی

-اهمیت اشتراک آرمان/ چشم‌انداز درکارآفرینی گروهی

منابع

1. Scott Andrew Shane,(2003),A General Theory Of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus (New Horizons in Entrepreneurship Series),Edward Elgar Pub.
2. Sharon A .Alvarez,(2005),Theory of Entrepreneurship:Alternative Assumption, Business &economic.
3. Jack M. Kaplan , Anthony C. Warren ,2006, Patterns of Entrepreneurship, Wiley.
4. Álvaro Cuervo , Domingo Ribeiro , Salvador Roig,2007,

Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective,Springer.
5. Enrico Santarelli ,2006, Entrepreneurship, Growth, and Innovation: The Dynamics of Firms and Industries (International Studies in Entrepreneurship), Springer.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

درس اصلی

عنوان درس: تشخیص فرصت های کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و فنون تشخیص فرصت‌های کسب و کار و کسب مهارتهای تحلیل و تدوین گزارش شناخت فرصتهای کسب و کار است.

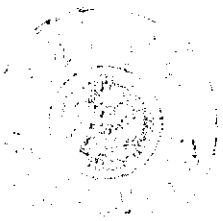
سرفصل درس

- مفاهیم فرصت ، تشخیص، ارزیابی و انتخاب فرصت
- فرصت‌های کارآفرینی
- پیش بینی فرصت های کارآفرینی
- مفهوم Forecasting
- روش های پیش بینی
- ملاحظات مهم در پیش بینی
- ارزشیابی فرصت های کارآفرینی
- مفهوم Assessement
- روش های ارزشیابی فرصت
- ملاحظات مهم در ارزشیابی فرصت
- اهمیت تشخیص فرصت برای افراد و شرکتها
- جایگاه تشخیص فرصت در فرایند کارآفرینی
- تشخیص فرصت به عنوان یک فرایند
- روشهای تشخیص فرصت
- روندها و متغیرهای کلیدی برای ردیابی فرصت‌ها
- تحلیل کاربرد روندهای محیط کسب وکار
- مفهوم Monitoring
- روش های تحلیل معنای روندها

دانشگاه تهران

- ملاحظات مهم در تحلیل معنای روندها
- عوامل مهم موثر در تشخیص فرصت توسط کارآفرین
- فرایند رسمی تشخیص فرصت
- مدلهای ارزشیابی و رتبه‌بندی فرصت‌ها
- ایجاد قابلیت‌های تشخیص فرصت در سازمانها
- بررسی تجارب موفق در تشخیص فرصت‌ها
- نظریه های تشخیص فرصت های کارآفرینی
- ایجاد فرصت
- فرایندهای ایجاد فرصت
- تحلیل زنجیره ارزش در تشخیص فرصت
- محدودیتهای تشخیص فرصت‌ها
- نقش فرهنگ در تشخیص فرصتها
- سیاست‌گذاری برای کاهش محدودیتهای تشخیص فرصت‌ها
- قابلیت‌های لازم برای تشخیص/ایجاد فرصت
- چرخه حیات فرصت‌ها
- پویایی فرصت‌ها
- توسعه تکنولوژی و فرصتهای کسب و کار
- مفهوم Scanning
- مفهوم محیط
- متغیر محیطی
- روند
- چگونگی تشخیص روندهای مهم محیط
- ماهیت روندهای محیطی
- فنون و روش های تشخیص روندهای محیط
- تعامل کسب و کار با محیط و ایجاد فرصت
- دسترسی به منابع و فرصتها
- نقش اتحادیه/ شبکه‌ها در تشخیص/ ایجاد فرصت





- فنون غربال کردن فرصتها
- تشخیص/ ایجاد فرصت بر مبنای منابع/ دانش و فناوری
- فرصت‌ها و مسوولیتهای اجتماعی
- فرصت‌ها و جهانی‌سازی
- تحقیقات تشخیص فرصت
- چارچوب تدوین گزارش تشخیص فرصت کسب و کار

منابع

1. John E. Butler,(2004),Opportunity Identification and Entrepreneurial Behavior (Research in Entrepreneurship and Management) (Research in Entrepreneurship and Management) ،Information Age Publishing،Inc.
2. Gunter McGrath, Rita. MacMillan, Ian C ،(2000). The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuosly Creating Opportunity in an Age of Uncertainty, Harvard Bussiness School Press.
3. Richard P.،II Green،James J. Carroll,(2000),Investigating Entrepreneurial Opportunities : A Practical Guide for Due Diligence (Entrepreneurship & the Management of Growing Enterprises) ،SAGE Publications.
4. Scott Andrew Shane,(2004),A General Theory Of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus (New Horizons in Entrepreneurship Series) ،Edward Elgar Pub.
5. Richard Y. Chang,1994,Mastering Change Management: A Practical Guide for Turning Obstacles into Opportunities (Management Skills Series) ، Jossey-Bass.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

درس اصلی

عنوان درس: الگو های تصمیم‌گیری کارآفرینان

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مسائل تصمیم مهم در کسب و کار و فرایند کارآفرینی و مهارتها و فنون مواجهه با آنها است. همچنین آنها با مفاهیم و طبقه بندی های مسائل تصمیم گیری و حل مسأله آشنا می شوند. آشنایی با مکاتب فکری تصمیم گیری و گستره این دانش و ارتباط آن با فرایند تصمیم گیری کارآفرینانه از دیگر اهداف است.دانشجویان همچنین با ابزارها و مدلهای کمی تصمیم گیری و حل مسأله مانند روشهای تصمیم گیری در شرایط اطمینان و عدم اطمینان و تعارض، روشهای تصمیم گیری چند معیاری آشنا می شوند. روشهای کیفی و خلاق حل مسأله و تصمیم گیری گروهی، از دیگر تواناییهایی است که دانشجویان کسب خواهند کرد.

سرفصل درس:

- مقدمات و مفاهیم اساسی تصمیم‌گیری
- عناصر نظریه تصمیم
- تصمیم‌گیری‌های مهم در فرآیند کارآفرینی
- مکاتب تصمیم گیری و گسترش دانش تصمیم گیری
- ابزارها و مدلهای کمی تصمیم گیری
- تصمیم گیری در شرایط اطمینان، عدم اطمینان و ریسک
- تصمیم‌گیری و مطلوبیت
- نظریه بازیها و تصمیم‌گیری
- تصمیم‌گیری انفرادی و گروهی با تکنیک AHP
- روشهای تصمیم‌گیری چند معیاره
- کاربرد تحلیل‌های مالی در تصمیم‌گیری کارآفرینی(مانند تحلیل هزینه – فایده، سربه سر ...)
- تحلیل و ارزیابی نتایج سرمایه‌گذاری در پروژه ها

- فنون کیفی تصمیم‌گیری و حل مسأله
- مدلهای رفتاری
- تصمیم گیری کارآفرینانه
- فنون تصمیم‌گیری گروهی
- نرم‌افزارها و سیستم های پشتیبان تصمیم‌گیری
- مباحث منتخب در تصمیم گیری



منابع

1. M.J.Hickes،Chapman&Hall,(1994),-problem Solving in Business and Management. Publisher: Chapman & Hall; 1st ed edition.
2. R. E. Trueman ,(1987),Quantitative methods for decision making in business،The Dryden press.
3. Hwang&Yoo,(1995)،Multple attribute decision making.،SAGE publications .
4. Gartner et.al ,(2004),Handbook of entreprenuriil dynamics,. SAGE publications.
5. The selected papers in entrepreneurship process and decision making such as:
   a. An entrepreneurial decision process model describing opportunity recognition،pech& Camron,Eur.J.of Innovation Management،V.9،NO . 1,(2006).
   b. An entrepreneurial opportunity for operations research: multiple criteria decision analysis in international market entry،Bain & Levesque،technical report NO.776،Weatherhead school of management,(2003).

سایر مراجع فارسی مرتبط:

۱. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی ، قدسی پور،(۱۳۸۱) انتشارات دانشگاه صنعتی امیر کبیر.
۲. تصمیم گیری های چند معیاره م ج اصغر پور(۱۳۸۳) دانشگاه تهران .
۳.تصمیم گیری گروهی و نظریه بازیها،م ج اصغرپور(۱۳۸۲) دانشگاه تهران.
۴.تصمیم سازی برای مدیران، توماس ال ساعتی، ترجمه ع توفیق، (۱۳۷۸) سازمان مدیریت صنعتی

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

درس اصلی

عنوان درس: طراحی و تدوین طرح کسب وکار

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

- آشنایی دانشجویان به روشها و فنون تدوین طرح و کسب و کار
- آشنایی دانشجویان با فنون و روشهای تدوین طرح کسب و کار در بازارهای رقابتی
- آشنایی دانشجویان با فنون امکان سنجی دیده‌ها
- آشنایی دانشجویان با تکنیکهای تجزیه و تحلیل بازار و رقابت
- آشنایی دانشجویان با کسب مهارت تدوین طرح کسب و کار

سرفصل درس

- مقدمه‌ای بر فرآیند کارآفرینی و طرح کسب و کار
- فواید و تاثیر کاربرد طرح کسب و کار
- نقش طراحی طرح کسب و کار در رسیدن به استراتژی میان و بلند مدت
- جستجوی دیده‌ها و خلاقیتهای کاربردی
- انتخاب دیده‌های نوآورانه و تشخیص آن با دیده‌های غیر نوآورانه
- مطالعات امکان سنجی فنی
- مطالعات امکان سنجی مالی
- مطالعات امکان سنجی مکانی
- مطالعات امکان سنجی هزینه‌ای
- مطالعات امکان سنجی بکارگیری فن‌آوریهای پیشرفته
- مطالعات امکان سنجی زمان اجراء طرح
- تحلیل SWOT در اجرای دیده‌ها
- تحلیل عناصر بازار بازاریابی Market segments
- ساختار و محتوای توجیه اقتصادی طرح و کسب و کار
- فنون تحلیل موقعیت رقابتی ایده‌ها
- استراتژی رشد کسب و کار و تحلیل آن
- تدوین برنامه‌های مربوط به ظرفیت سازی

- تدوین سیاستهای تولید و عرضه
- آشنایی با تاکتیکهای جدید بازار (زمان ورود به بازار و زمان تهاجم به هدف مشخص)
- آشنایی با کانالهای (مجراهای) توزیع
- برنامه‌ریزی تامین مالی
- تحلیل محیط کسب و کار
- برنامه‌ریزی جذب سرمایه
- نحوه بکارگیری درآمد، سرمایه، اعتبار در توسعه فعالیتهای کسب و کار

منابع

1. Stanley R. Rich,(1987),Business Plans That Win $$$: Lessons from the MIT Enterprise Forum Harper Paperbacks. Harper
2. Steven D. Peterson،Peter E. Jaret،Barbara Findlay Schenck,(2005),Business Plans Kit For Dummies (For Dummies (Business & Personal Finance)،For Dummies.
3. Eugene Kleiner،Rhonda Abrams,(2003),The Successful Business Plan: Secrets and Strategies ،Planning Shop.
4. Robert L. Brown،Alan S. Gutterman,(2003),A Short Course in International Business Plans: Charting a Strategy for Success in Global Commerce (The Short Course in International Trade Series) (The Short Course in International Trade Series) ،World Trade Press.
5. Gus Berle،Paul Kirschner،Gustav Berle,(1996),The International Instant Business Plan Book: 12 Quick-And-Easy Steps to a Profitable Business ,Puma Publishing .
6. Thomas Fletcher Grooms,(1995),Business plan outline of domestic & international strategy for the entrepreneur and CEO (College custom series) ,McGraw-Hill .
7. thomas fletcher grooms,(1998),Business Plan Outline Domestic and International Strategy for the Entrepreneur and the Ceo custom publishing .

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

درس اصلی

عنوان درس: مدیریت استراتژیک کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجو با متغیرهای استراتژیک در سازمانها و نحوه سیاستگذاریها، هدف‌بندیها، برنامه‌ریزیها و تصمیم‌گیریهای استراتژیک در فرایند کارآفرینی و مدیریت بنگاههای کوچک و کسب مهارت در تهیه برنامه استراتژیک در فرایند کارآفرینی و بنگاه های کوچک.

سرفصل درس

تعریف استراتژی، آشنایی با عناوین و مفاهیم ذی‌ربط

- هدف بندی
- سیاستگذاری
- برنامه‌ریزی
- تصمیم‌گیری

فرایند استراتژی سازمانی

- تجزیه و تحلیل فرصتها و تهدیدها،نقاط قوت و ضعف
- مشخص‌کردن گزینه‌ها یا بدیلها
- انتخاب و اجرا
- ارزیابی،بازخور و بهبود

آشنایی با متغیرهای استراتژیک سازمانی

- متغیرهای انسانی و اجتماعی (منابع انسانی)
- متغیرهای ساختاری (اندازه سازمان و تقسیم‌بندیهای اداری)
- بازارها و محیط‌های سازمانی (بازار رقابتی، بازارکار و اشتغال، بازار عرضه‌کنندگان، دولت و نهادهای دولتی) برای شرکتهای کارآفرینی
- تکنولوژی و تولید (تراکم سرمایه، انتخاب و انتقال تکنولوژی، فرآیند تولید.)

- فرهنگ سازمانی (ارزشها، آداب و رسوم، سنتها، اسطوره‌ها)
- مدیریت استراتژیک در کسب و کارهای کوچک
- مدیریت استراتژیک پروژه های بزرگ
- کنترل استراتژیک (راهبردی)
- نقش اندازه سازمان در مدیریت استراتژیک آن
- نگاه کارآفرینانه به استراتژیها
- تجزیه و تحلیل فرصتها و تهدیدهای کارآفرین برای دستیابی به ایده های کارآفرینی
- فنون تجزیه و تحلیل عناصر SWOT برای دستیابی به آرمانهای کسب و کار
- استراتژی‌های جهانی شدن در کسب و کارکوچک
- نقش فناوری اطلاعات کسب و کار کوچک
- رهبری در مدیریت استراتژیک کسب و کار
- روشهای ارزیابی نتایج
- دیدگاه مبتنی بر دانش و یادگیری
- سطوح استراتژی: کسب وکار،بنگاه،محصول،بازار و ....
- تعریف حوزه فعالیت کسب و کار
- یادگیری سازمانی و استراتژی
- محدودیتهای سازمانی و انسانی در فرایند استراتژی
- رشد و استراتژی رشد در بنگاه ههای کارآفرینی
- استراتژی پیمانکاری فرعی
- استراتژی خوشه های صنعتی
- استراتژی نوآوری
- شرکتهای دانش مدار
- استراتژی مورد نیاز
- تحلیل عملکرد استراتژی از مدل BSC
- استراتژی شبکه ای در شرکتهای کوچک و متوسط

منابع

1. Thomas L. WheelenJ. David Hunger,(1997),Strategic Management and Business Policy: Entering 21st Century Global Society ,Addison Wesley Publishing Company.
2. Michael A. Hitt.R. Duane Ireland.S. Michael Camp.Donald L. Sexton,(2002),Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset (Strategic Management Society) ،Blackwell Publishers.
3. J. David Hunger.Thomas L.Wheelen,(1995),StrategicManagement ،Addison Wesley Longman.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

درس اصلی

عنوان درس: تحلیل محیط کسب و کار

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

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

سرفصل درس

- مفهوم محیط از دیدگاه نظریات سازمان و مدیریت
- مفهوم محیط از دیدگاه مدیریت استراتژیک
- مقدمه ای بر محیط کسب وکار
- تعریف محیط
- اهمیت تحلیل محیط
- تأثیر محیط بر کسب و کار
- محیط در نظریه های سازمانی و مدیریت
- سیر تحول نظریه های محیطی
- مدیریت محیط
- چارچوب کلی نظریه مدیریت محیط
- استراتژی های داخلی مدیریت محیط
- استراتژی های بیرونی مدیریت محیط
- استراتژی ترکیبی
- محیط از دیدگاه مدیریت استراتژیک
- فرآیند مدیریت استراتژیک
- عناصر تشکیل دهنده محیط
- تحلیل عناصر محیط
- مدل های تحلیل محیط کسب و کار

- نقش دولت در محیط کسب وکار
- سیاست های اقتصادی دولت
- رویکردهای تحلیل نقش دولت
- خصوصی سازی و کوچک کردن دولت
- آزاد سازی اقتصادی
- سیاست های رفاه اجتماعی
- جهانی شدن محیط کسب وکار
- ملاحظات کارآفرینی در رابطه با محیط جهانی کسب وکار
- مولفه های مهم محیط جهانی کسب وکار
- محیط سیاسی
- رابطه سیاست و اقتصاد
- سیاست خارجی و محیط کسب و کار
- سیاست داخلی و محیط کسب وکار
- سیاست های اقتصاد کلان
- سیاست های مالی و پولی
- مداخلات سیاسی با هدف های اقتصادی
- محیط اقتصادی
- مولفه های محیط اقتصادی
- ساختار اقتصادی
- فضای کسب وکار
- مساعد بودن محیط اقتصادی
- رویکردهای تحلیل محیط اقتصادی
- محیط اجتماعی و جمعیت
- ویژگی های جمعیت
- محیط فرهنگی
- فرهنگ ملی
- فرهنگ کسب وکار
- فرهنگ کارآفرینی
- مولفه های فرهنگی مهم درکسب وکار
- زیر ساخت ها
- نقش زیر ساخت ها در ایجاد کسب وکار
- زیر ساخت های مهم
- حمل و نقل

- بیمه
- خدمات فنی
- مشاوره مالی،حقوقی مدیریتی
- انرژی
- انبارداری
- نیروی انسانی
- امنیت
- ارتباطات و اطلاعات
- نهادهای سرمایه گذاری مخاطره آمیز
- محیط علم و فناوری
- محیط اقلیمی و زیستی
- مفهوم محیط زیست
- توسعه پایدار
- قوانین و ملاحظات زیست محیطی
- نقش اقلیم در توسعه کسب وکار
- روند گرم شدن زمین
- بهبود محیط کسب و کار
- نهادهای موثر در بهبود محیط کسب وکار
- هدف گذاری بهبود محیط کسب وکار
- سیاست گذاری بهبود محیط کسب وکار
- اولولیت بندی عناصر محیط در سیاست گذاری
- اجرای تغییرات
- دریافت بازخور از نتایج
- ارزیابی اثر بخشی مدیریت محیط کسب و کار

منابع

۱. توفیق،فیروز(۱۳۸۳) آمایش سرزمین تجربه جهانی و انطباق آن با وضع ایران مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران

۲. نصیری، مرتضی (۱۳۸۳) حقوق تجارت بین المللی در نظام حقوق ایران تهران: امیرکبیر

۳. ویلیامز، چستر آرتور،(۱۳۸۲)، مدیریت ریسک، تهران : نگاه دانش .

۴. قانون برنامه سوم توسعه جمهوری اسلامی ایران

۵. قانون برنامه چهارم جمهوری اسلامی ایران

6. Roger E. Meiners, Al H. Ringleb, Frances L. Edwards ،2008،The Legal Environment of Business ،South-Western College/West.

7. David P. Baron, 2005،Business and Its Environment Prentice.

8. David W. Conklin ،2005،Cases in the Environment of Business: International Perspectives , Sage Publications, Inc.

9. Cross ،2007،West's Legal Environment of Business ,Thompson West.

10. John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan ، 2003،International Business: Environments and Operations, Prentice Hall.

برنامه کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی

درس اصلی

عنوان درس: کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

فناوری اطلاعات فرصتهای قابل توجهی را برای ایجاد و توسعه کسب و کار برای بنگاه های کارآفرین در دهه های اخیر فراهم کرده و در حال حاضر بعنوان یک ضرورت شناخته می شود. هدف این درس، آشنا نمودن دانشجویان با فناوری اطلاعات و قابلیت های آن در ایجاد کسب و کارهای جدید، و تحلیل کسب و کارهای مبتنی بر این تکنولوژی می باشد.

سرفصل درس

- مبانی فناوری اطلاعات
  - سخت افزار
  - نرم افزار
  - مدیریت منابع اطلاعاتی
  - شبکه ها و سیستم های مخابراتی
- تئوریهای مزیت رقابتی و فناوری اطلاعات
- اقتصاد و کسب و کار مبتنی بر اطلاعات
- E-Environment
- شناخت فناوری اطلاعات به عنوان یک صنعت
  - سخت افزار - اجزا و بازیگران عمده در ایران و جهان
  - نرم افزار- اجزا و بازیگران عمده در ایران و جهان
  - خدمات- اجزا و بازیگران عمده در ایران و جهان
  - ارتباطات- اجزا و بازیگران عمده در ایران و جهان
  - تحلیل روندهای حاکم بر صنعت فناوری اطلاعات
- برنامه ها و سیاستهای کشور در زمینه توسعه فناوری اطلاعات

- برنامه توسعه تجارت الکترونیکی کشور – مصوب تابستان ۱۳۸۴
- برنامه توسعه دولت الکترونیکی
- سیر تحول فناوری اطلاعات در سازمانهای کارآفرین
- روند تجارت الکترونیکی در جهان
- کاربردهای فناوری اطلاعات
- Cyberentrepreneurship
- تحلیل وب سایت
- الگو ها و چارچوب های بکارگیری فناوری اطلاعات
  - مدل گراندون و پیرسون
  - مدل پون و سواتمن
  - مدل گروه گارتنر
  - مدل کتینگر و هک بارت
  - مدل سازمان ملل برای اندازه گیری بلوغ الکترونیکی
  - مدل هیکس
  - مدل مراحل تجارت الکترونیکی
  - مدل پی یر
  - مدل میسرا و دینگرا
- Business Model- و نقش آن در بکارگیری موفق فناوری اطلاعات
  - تجارب جهانی در کارآفرینی به کمک فناوری اطلاعات
  - فرایند ایجاد کسب و کار در محیط فناوری اطلاعات
  - قابلیت ها و امکانات و زیر ساخت های مورد نیاز برای ایجاد کسب و کار الکترونیکی
  - ارزیابی آمادگی ایجاد کسب و کار الکترونیکی
- دولت کارآفرین و E-government
  - فرصتهای کارآفرینی در (E-health) با تاکید بر سیستم توزیع دارو و مدیریت بیمارستانها
  - فرصتهای کارآفرینی در بخش بازرگانی (E-Commerce)
  - فرصتهای کارآفرینی در بخش خدمات (E-services) با تاکید بر بکارگیری فناوری اطلاعات در رستورانها

- فرصتهای کارآفرینی در شهر الکترونیک
- فرصتهای کارآفرینی در سیستم های نظامی
- تجارب ایرانی کارآفرینی به کمک فناوری اطلاعات
- دولت الکترونیکی ایران
- کارآفرینی روستایی - Micro Finance
- معماری کاربردهای فناوری اطلاعات در زنجیری عرضه محصولات کشاورزی
- جنبه‌های اخلاقی در کارآفرینی و کسب و کار در فضای مجازی

منابع

1. Zhao Fang (2008) Information Technology Entrepreneurship and Innovation, Publisher: Information Science Reference.
2. Medina-garrido J.A., Martinez-Fierro S. and Navarro R. (2007) Cases on Information Technology Entrepreneurship, Publisher: IGI Publishing.
3. Rayort J.F. and Jaworski B.J. (2004) Introduction to E-Commerce, McGraw Hill.
4. Thomas P. Murtha, Stefanie Ann Lenway, Jeffrey A. Hart (2001),Managing New Industry Creation: Global Knowledge Formation and Entrepreneurship in High Technology, Stanford University Press.
5. Michael J. C. Martin, (1994), Managing Innovation and Entrepreneurship in Technology-Based Firms, Wiley-Interscience.
6. Colombo, M.S. and Delmastro, M.(2001), "Technology-based entrepreneurs: does Internet make a difference", Small Business Economics, Vol. 16, pp. 177-90.
7. Feindt, S., Jeffcoate, J. and Chappell, C. (2002), "Identifying success factors for rapid growth in SME e-commerce", Small Business Economics, Vol. 19, pp. 51-62.
8. Raymond, L. (2001), "Determinants of Web site implementation in

small businesses", Internet Research, Vol. 11 No. 5, pp. 411-22..

9. Siu, W. (2002), "Marketing activities and performance: a comparison of the Internet-based and traditional small firms in Taiwan", Industrial Marketing Management, Vol. 31 No. 2, pp. 177-88.

10. Tovstiga, G. and Fantner, E.J. (2000), "Implications of the dynamics of the new networked economy for e-business start-ups: the case of Philips' access point", Internet Research, Vol. 10 No. 5, pp. 459-70.

۱۱. بهروز زارعی و حسین شریفی، توسعه ستاد الکترونیکی دولت و نظام دولت با دولت (GtoG) دولت الکترونیکی ایران: دیدگاهها، تجارب، و افق آینده، کنفرانس تجارت الکترونیکی، دانشگاه علم و صنعت ایران، ۱۳۸۳.

۱۲. محمود احمد پور داریانی، اشکان فرخ حیاتی، کارآفرینی در کسب و کار اینترنتی، انتشارات محراب قلم، ۱۳۸۴.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش کسب و کار جدید- درس تخصصی
عنوان درس: استقرار کسب و کار

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس،آشنایی دانشجویان با مقررات تأسیس شرکت،آشنایی با برنامه‌ریزی فعالیت‌های کسب و کار،سازماندهی کسب و کار و اجرای ایدهٔ کارآفرینی و کسب مهارت در راه‌اندازی کسب و کار جدید است

سرفصل درس:

- تعاریف و مفاهیم
- انواع شرکتها در ایران
- فرآیند تأسیس شرکت
- منابع فکری و مادی تأسیس شرکت
- آشنایی با انواع فرآیندها
- تحلیل فرآیند کسب و کار
- طراحی ساختار سازمانی کسب و کار
- زمان‌بندی اجرای ساختار سازمانی
- برنامه‌ریزی و پیش‌بینی سیستم‌ها و روش‌های کسب و کار
- انتخاب مکان
- طراحی استقرار کسب و کار
- طراحی چیدمان (Layout)
- استراتژی ظرفیت
- استراتژی عملیات و قابلیت رقابتی شرکت
- پارادایمهای نوین در عملیات (ناب و چابک)
- برنامه‌ریزی فعالیت‌های استقرار و راه‌اندازی
- برنامه‌ریزی توسعهٔ فعالیت‌ها تا ظرفیت کامل
- زمان‌بندی اجرای عملیات راه‌اندازی
- اقدامات قبل از راه‌اندازی کسب و کار
- تعریف شایستگی‌های اساس کسب و کار

- آشنایی با ABM و ABC
- مراحل اجرای ABM
- برنامه‌ریزی تأمین مواد
- برنامه‌ریزی تأمین نیروی انسانی
- برنامه‌ریزی تأمین ماشین‌آلات
- برنامه‌ریزی تولید
- مدیریت و کنترل موجودیها
- برنامه‌ریزی توزیع

منابع

1. Holt،David H.(2004). Entrepreneurship: New Venture Creation. **Publisher**: Prentice Hall.
2. Timinons،Jeffry A.(2004). New Venture Creation: Entrepreneurship in the 21st Century،Mc Graw- Hill.
3. Wickham،Philip،(2004). Strategic Entrepreneurship: A Decision Making Approach to New Venture Creation and Management،Pearson.
4. Kotler،Phillip،(2002): Marketing Management،Prentice Hall.
5. Bower،Joseph L. (1972). Managing the Resource Alloction Process Homewood. IL: Richard D. Irwin.
6. Archibald،Russell D. PMP،(2003). Managing High-Technology Programs and Projects،Third Edition Fellow PMI and APM/IPMA،MSc John Wiley & Sons.
7. Popescu،Calin M. Charoenngam،Chotchai. (2003) Project Planning،Scheduling،and Control in Construction: An Encyclopedia of Terms and Applications، john wiley 8 sons،Inc.
8. Sahlman & Others (1999). The Entrepreneurial Venture،Harvard College.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش کسب وکار جدید- درس تخصصی

عنوان درس: ایجاد کسب و کار

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با انواع کسب وکار و شیوه های ایجاد کسب و کار و کسب مهارت ارزشیابی و انتخاب فرآیند مناسب کسب وکار

سرفصل درس

- مفاهیم و تعاریف
- دسته بندی های موجود کسب وکارها
- کاربرد دسته بندی های کسب و کار در کارآفرینی
- روش های ایجاد کسب و کار
- کسب و کارهای جدید
- ماتریس استراتژی های ایجاد کسب وکار
- قابلیت های لازم برای ایجاد کسب وکار
- آینده نگری در انتخاب موضوع و شیوه ایجاد کسب وکار
- کسب وکارهای خدماتی
- تفاوت کسب وکارهای خدماتی و تولیدی در فرآیند ایجاد
- پایداری کسب وکار
- ارزشیابی و پیش بینی فرآیند ایجاد کسب وکار
- مدیریت پروژه ایجاد کسب وکار

- عوامل حیاتی موفقیت کسب وکار جدید
- ملاحظات لازم در چرخه حیات کسب وکار
- نقش های کارآفرین در چرخه حیات کسب وکار
- تجربیات موفق ایجاد کسب وکار
- عوامل شکست کسب و کار



منابع:

1-Jeffry A Timmons, Stephen Spinelli, 2006, New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century with Online Learning Center access card, Publisher: McGraw-Hill/Irwin; 7edition.

2- Jeffry A Timmons, Stephen Spinelli, 2008, New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, Publisher: McGraw-Hill/Irwin;8 edition.

3- Bruce R. Barringer, R. Duane Ireland, 2005, Entreprenuership: Successfully Launching New Ventures and OneKey CourseCompass , Publisher: Prentice Hall.

4-Lisa K. Gundry, Jill R.Kickul, 2006, Entrepreneurship Strategy: Changing Patterns in New Venture Creation, Growth, and Reinvention, Publisher: Sage Publications, Inc.

5- Mark P. Rice, Jana B. Matthews, 1995, Growing New Ventures, Creating New Jobs: Principles and Practices of Successful Business Incubation (Entrepreneurship: Principles and Practices, Publisher: Quorum Books.



برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش کسب و کار جدید- درس تخصصی
عنوان درس: توسعهٔ محصول جدید

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم مربوط به توسعهٔ محصول جدید و آماده ساختن آن برای ورود به بازار و کسب مهارت‌های لازم برای طراحی،تحلیل و هدایت فرآیند توسعهٔ محصول جدید است.

سرفصل درس:

- استراتژی توسعهٔ محصول
- تحلیل موقعیت رقابتی محصولات
- برنامه‌ریزی کیفیت محصول
- برنامه‌ریزی محصول
- مدیریت تحقیق و توسعه
- پیش‌بینی روندهای فناوری
- Product platform
- مدل Cmm
- فرایند توسعهٔ محصول
- بهینه‌کاوی در توسعهٔ محصول
- طراحی ساختار محصول
- بازنگری طرح محصول
- تعریف ویژگی‌های محصول
- ابزارهای بهینه‌سازی طراحی
- QFD
- مطالعات فرهنگی و قومی

- مشتریان مجازی
- استفاده کنندهٔ نهایی
- گروههای تمرکز
- مصاحبه با مشتریان
- تحقیقات بازار
- نمونه‌سازی
- نظریهٔ حل خلاق مسأله
- استفاده از انفجار مغزی برای حل مسأله
- ارزشیابی مفهوم محصول
- استاندارد کردن
- مجموعه سازی
- طراحی براساس هدف هزینه
- مدلهای سیکل حیات محصول
- برآورد پارامتری هزینه‌ها
- روشهای کاهش هزینه
- تحلیل ارزش
- تکنیک تحلیل کارکرد
- طراحی آزمایش‌ها
- قابلیت فرآیند
- تحلیل عوامل شکست محصول
- تحلیل آثار شکست محصول
- پیش‌بینی قابلیت اعتماد
- عوامل انسانی و ارگونومیک
- طراحی براساس قابلیت نگهداری
- پویایی صنعتی و توسعه محصول جدید
- تحلیل روش‌های توسعه محصول
- تحلیل تأثیر جهانی‌سازی و بلوک‌بندی‌های منطقه‌ای در توسعه محصول جدید

- تحلیل تأثیر روند تغییرات تکنولوژیک و کاربردهای فناوری اطلاعات در توسعه محصول جدید.
- تشخیص فرصت های موجود در بازار
- روشهای ایده پردازی
- روشهای طراحی مفهوم
- Congoint analysis
- روشهای ارزیابی مفهوم
- پروتکل محصول
- تعریف محصول جدید
- انواع محصول جدید
- رویکردهای مختلف به توسعه محصول جدید
- طراحی برای ساخت
- طراحی برای 65
- طراحی برای فرایند تولید
- آنالیز واریانس
- CAD/CAM
- معماری محصول

منابع

1. Drucker،Peter F. (1993). Innovation and Entrepreneurship،NewYork: Harper Row.
2. Batra،promod. Maitra،Susan Brady and Batra Vijay.(2004). Brainstorming for Creativity and Innovation. Think INC.
3. Asch،M.(2004). Creativity and Learning Strategies. IVY Publishing House.
4. Kanter،Rosabeth M. (2000). Creating the Culture for Innovation. NewYork: Good- measure.
5. Van De Ven،Anderae (2000). Research on the Management of Innovation. The Minnesota Studies. NewYork. Oxford University

Press.
6. John Terninko Alla Zusman،Boris Zlotin (1998). Systematic Innovation،Lucie Press.
7. Peter F. Drucker (2003). Innovation and Entrepreneurship. Publisher: Collins.
8. Peter F. Drucker (1993). Innovation and Entrepreneurship practice and principles. New York: Harpey Business.
9. Naraiana. (1990). The Good Research Guide،Philadelphia; Open University Press. Publisher: Collins Denscombe،Martyn .

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش کسب و کار جدید- درس تخصصی

عنوان درس: مدیریت کسب و کارهای کوچک

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی با اداره‌ی امور کسب و کارهای کوچک متناسب با مراحل شکل‌گیری و توسعه آنها در زمینه‌های مختلف مدیریت عملیات،تأمین مالی و بازاریابی.

سرفصل درس:

- تعریف و کسب و کارهای کوچک
- ساختار کسب و کارهای کوچک و تحلیل اقتصادی و اجتماعی آن
- فناوری اطلاعات و کسب و کارهای کوچک تحلیل جهانی از کسب و کارهای کوچک
- تعریف و تحلیل کسب و کارهای خانوادگی (عملیات،مزایا،معیاب و چالش‌ها)
- بررسی مدیریت کسب و کارهای کوچک در ایران
- استراتژی‌های و تاکتیک‌های کسب و کارهای کوچک در:
- مرحله شروع Start- up
- مرحله بهره‌برداری Acquiring
- مرحله رشد Growth
- مدیریت عملیات
- برنامه‌ریزی در کسب وکارهای کوچک
- سازماندهی در کسب و کارهای کوچک
- مدیریت منابع انسانی در کسب و کارهای کوچک
- رهبری و انگیزش در کسب و کارهای کوچک
- کنترل و نظارت در کسب و کارهای کوچک
- خودارزیابی سازمانی

- ارزیابی عملکرد کارکنان
- استفاده از نتایج ارزیابی
- تأمین مالی و کنترل موجودی
- منابع شکل‌گیری سرمایه برای کارآفرینان (منابع تأمین مالی و ساختاردهی مالی)
- مدیریت جریان نقدینگی (سررسید حسابها،قابلیت پرداخت حسابها و موجودی)
- بودجه نقدینگی
- ایجاد برنامه مالی موفق
- صورت‌های مالی موفق
- تجزیه و تحلیل نسبت‌ها
- حسابداری مدیریت در بنگاههای کوچک و متوسط
- تجزیه و تحلیل نقطه سربه‌سر
- روشهای هزینه‌یابی و کاربرد آنها در کسب و کارهای کوچک
- بازاریابی و توسعه‌ی کسب و کارهای کوچک
- تحقیقات بازار برای کسب و کارهای کوچک
- بازاریابی: کارکردها و استراتژی‌ها در کسب و کارهای کوچک (آمیخته بازاریابی)
- مفاهیم جدید مدیریت و کاربرد آنها در کسب و کارهای کوچک: یادگیری سازمانی، مدیریت دانش، مدیریت بر مبنای هدف،مدیریت مشارکتی و ...)
- آشنایی با قوانین حمایتی و قوانین خاص کسب و کارهای کوچک در کشور
- آشنایی با سازمانهای دولتی مرتبط با امور کسب و کارهای کوچک
- رشد در کسب و کارهای کوچک
- آشنایی با سبکهای مدیریت کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک

منابع

1. Hutchinson,Robert W. "The Capital Structure and Investment Decisions of the Small Owner-Managed Firm: Some Exploratory Issues." Small Business Economics,vol. 7,(1995): 231-239
2. Pinson,Linda & Jinett Jerry,(1996). Steps to Small Business Start-Up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea into a

Successful Business. Upstart Publications.Chicago.

3. Bibbens.Terry. (1995). "Capital Needs for Innovative Small Business and Entrepreneurship in the 21st Century." Washington DC: U.S. Small Business Administration Report.
4. Cooper.Robert G.(2001). Winning at New Products: Accelerating the Process from Idea to Launch. 3rd ed. Cambridge.MA: Perseus Publishing.
5. Albert.Kenneth J. (2000). How to Pick the Right Small Business Opportunity. Publisher: Mcgraw-Hill..
6. Bryant.Hattie (1996). Small Business Today: Guide to Beating the Odds. Prima Publications.Rocklin.CA.
7. Tulle.Lawrence W. (1997). Finance for Non-Finance Managers & Small Business Owners.AdamsMediaCorporation.Holbrook.MA.
8. Sharma.P..Chrisman.J.J. and Chua.J.H. (1997). Strategic Management of the Family Business: Past Research and Future Challenges. Family Business Review.
9. Cooke.Robert A.(1999). Small Business Formation Handbook. New York: John Wiley & Sons.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش کسب و کار جدید- درس تخصصی

عنوان درس: مدیریت زنجیره تامین

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با فنون مدیریت تامین منابع و برنامه ریزی و مدیریت پیشرفته عملیات در شرکت های تولیدی است .

سرفصل درس:

- مروری بر مفاهیم سیستم‌های برنامه‌ریزی سنتی و معاصر
- تعاریف و مفاهیم در مدیریت زنجیره تامین(تعریف SCM، تدارک، تولید،)
- ریشه‌های مدیریت زنجیره تامین- اجزای سازنده مدیریت زنجیره تامین
- خدمت‌دهی به مشتری در زنجیره تامین
- یکپارچه‌سازی در زنجیره تامین- انتخاب شرکا
- یکپارچه‌سازی در زنجیره تامین- ارزیابی و تقلیل تامین‌کنندگان
- یکپارچه‌سازی در زنجیره تامین- مدیریت کیفیت
- یکپارچه‌سازی در زنجیره تامین- همکاری درون‌سازمانی و برون‌سازمانی و رهبری
- هماهنگ‌سازی در زنجیره تامین- ERP و به‌کارگیری EDI و IT در زنجیره تامین
- هماهنگ‌سازی در زنجیره تامین- فرآیندگرایی
- هماهنگ‌سازی در زنجیره تامین- سیستم‌های برنامه‌ریزی پیشرفته
- بنیادها در مدیریت زنجیره تامین
- معیارهای ارزیابی عملکرد زنجیره تامین- تحلیل زنجیره تامین و مدل SCOR

- برنامه‌ریزی استراتژیک شبکه- استراتژی‌های قدیم و جدید و تفاوت آنها
- برنامه‌ریزی تقاضا، برنامه‌ریزی اصلی، تکمیل تقاضا و ATP
- مدیریت تولید و زمان‌بندی
- مدیریت تدارک و موجودی‌ها- تولید یا خرید
- برنامه‌ریزی توزیع و حمل‌ونقل
- مشارکت (همکاری) در مدیریت زنجیره تامین- برنامه‌ریزی مشارکتی
- مشارکت (همکاری) در مدیریت زنجیره تامین- سطوح مختلف همکاری بین خریدار و فروشنده
- فرآیند انتخاب تامین‌کنندگان سیستم‌های برنامه‌ریزی پیشرفته
- فرآیند پیاده‌سازی سیستم‌های برنامه‌ریزی پیشرفته
- مطالعات موردی در مدیریت زنجیره تامین
- مدیریت لجستیک و زنجیره تامین صنعتی و خدماتی در کسب‌وکارهای خصوصی
- مدیریت زنجیره‌های تامین و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs)
- طراحی خوشه‌های صادراتی (Cluster of Exports) در کشورهای در حال توسعه (Developing countries)
- لجستیک و مدیریت زنجیره تامین ناب و چابک (Lean and Agile)
- تدارک و خرید الکترونیک در زنجیره‌های تامین
- ملزومات پیاده‌سازی تکنولوژی اطلاعاتی و ارتباطی (ICT) برای هماهنگ‌سازی در لجستیک و مدیریت زنجیره تامین
- مدیریت روابط با مشتری (CRM)
- مدیریت روابط با تامین کننده (SRM)
- مسائل حقوقی در مدیریت زنجیره‌های تامین

- اثر شلاقی و بازی نوشیدنی در مدیریت زنجیره تامین

- مدیریت موجودی توسط فروشنده (Vendor Manager Inventory)

- مدل SCOR، مدل DCOR و CCOR

منابع

۱.مدیریت زنجیره تامین- تالیف: هارتموت اشتدلر و کریستوف کیلگر (۲۰۰۵)، ترجمه: نسرین عسگری و رضا زنجیرانی فراهانی، انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر، چاپ اول،

2.Hartmut Stadtler and Christoph Kilger, 2005,Supply Chain Management and Advanced Planning, Springer, Berlin Heidelberg,.

3.Sunil Chopra and Peter Meindl, 2004 Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations, Second edition, Pearson Prentice Hall.

4.David Simchi-Levi et al.,2003, Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Test Studies, Second edition, McGraw-Hill.

5.Handfield, Robert B. and Ernest L. Nichols, Jr., (1999). Introduction to Supply Chain Management, Upper Saddle River: NJ: Prentice Hall.

6.Robert Monczka, 2001, Purchasing and Supply Chain Management, South-Western College Publications.

7.Ayers J. B, 2000, Handbook of Supply Chain Management, StL/ APICS,.

8.Stevenson W, (2005) Operations Management (8th edition), McGraw Hill.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری - درس تخصصی
عنوان درس: کارآفرینی در فناوری های نوین

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنائی دانشجویان با مفاهیم فناوری های نوین و کارآفرینی در این بستر است. فناوری های نوین به جهت برخورداری از نرخ رشد و تغییر بالا، نیاز به دانش فنی بالا و نیز برخورداری از عدم قطعیت بالا، از ویژگی های خاص خود برخوردار می باشند که در این درس این ویژگی ها و کارآفرینی در این بستر مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

سرفصل درس

- بررسی مفهوم فناوری نوین
- بررسی عدم قطعیت و علت آن در فناوری نوین
- نوآوری در بستر فناوری نوین
- یادگیری و تاثیر آن در نوآوری در فناوری نوین
- موانع و مشوق های نوآوری در فناوری نوین
- شبکه سازی و خوشه سازی در شرکتهای مبتنی بر فناوری نوین
- شبکه سازی و نقش فرهنگ های انسانی مختلف در توسعه شبکه ها
- نقش مراکز رشد در توسعه فناوری های نوین
- برنامه ریزی استراتژیک در شرکتهای مبتنی بر فناوری نوین
- بازاریابی در کسب و کار مبتنی بر فناوری های نوین
- سرمایه گذاری در فناوری های نوین

- رقابت پذیری و هوشمندی رقابتی در کسب و کارهای مبتنی بر فناوری های نوین

- مدیریت، ارزیابی و انتقال تکنولوژی در کسب و کارهای مبتنی بر فناوری های نوین

- چرخه عمر تکنولوژی در فناوری نوین

منابع

1. Michel Bernasconi, Simon Harris, Mette Moensted ,2006,Hi-tech Entrepreneurship, Managing innovation, variety and uncertainty, Publisher: Routledge.

2. Jan Ulijn , Dominique Drillon, Frank Lasch .(2007) Entrepreneurship, Cooperation and the Firm: The Emergence and Survival of High-Technology Ventures in Europe , Edward Elgar Publishing .
3. Elias G Carayannis , Todd L. Juneau ,2003 , Idea Makers and Idea Brokers in High-Technology Entrepreneurship: Fee vs. Equity Compensation for Intellectual Venture Capitalists , Praeger Publishers .

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری - درس تخصصی
عنوان درس : مدیریت تحقیق و توسعه

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با روش تحقیق و توسعه در فناوری پیشرفته و جدید مانند نانو تکنولوژی و بیو تکنولوژی و...و کسب مهارت های تیم های تخصصی در اجرای پروژه های تحقیق و توسعه در تکنولوژی پیشرفته.

سرفصل درس

- تکامل مدیریت تحقیق و توسعه
- تفاوت مدیریت تحقیق و توسعه با سایر حوزه های مدیریتی
- ضرورت مدیریت تحقیق و توسعه
- جایگاه تحقیق و توسعه در مدیریت تکنولوژی سازمانی
- عوامل موثر در نوآوری تکنولوژیک
- ابعاد قابلیت تحقیق و توسعه
- تشخیص و توسعه شایستگی‌های اساسی در تحقیق و توسعه
- هدف گذاری، استراتژی تحقیق و توسعه
- ارتباط بین استراتژی‌ها و هدف‌های تحقیق و توسعه با سایر استراتژیها و هدفهای سازمانی
- کاربرد برنامه ریزی از چشم انداز تا عملیات در تحقیق و توسعه
- انواع ساختار های سازمانی در تحقیق و توسعه
- ویژگیهای ساختار سازمانی در تحقیق و توسعه
- رهبری اثربخش در تحقیق و توسعه

- وظایف اساسی مدیریت تحقیق و توسعه
- وظایف اساسی معاون تحقیق و توسعه
- سازماندهی و تیم سازی در تحقیق و توسعه
- مکانیزم های هماهنگی در تحقیق و توسعه
- ویژگی های تصمیم اثر بخش تحقیق و توسعه
- راههای ایجاد یک تیم نوآور
- تیمهای مجازی تحقیق و توسعه
- تیم های توسعه محصول،تیم های یکپارچه تحقیق و توسعه و توسعه محصول
- رابطه تیم های تحقیق و توسعه با بخش های عملیاتی سازمان
- شایستگی های اساسی در تیم های تحقیق و توسعه
- شیوه های ایجاد توانمندیهای لازم در منابع انسانی فعال در تحقیق و توسعه
- ویژگی های کارکنان و متخصصان مناسب برای کار در تحقیق و توسعه
- ملاحظات انسانی در ارزشهای اساسی فعالیت های تحقیق و توسعه
- استراتژی ها و فنون کار تیمی در تحقیق و توسعه
- مسئولیت و اخلاق در تحقیق و توسعه
- اعتماد، همکاری و رقابت در تحقیق و توسعه
- تضاد در تیمهای تحقیق و توسعه
- شیوه های ارتباطی موثر در تحقیق و توسعه
- ارتباطات بین فردی و بین سازمانی در تحقیق و توسعه
- تعریف نقشها و مسئولیت های اعضای تحقیق و توسعه
- تنوع به عنوان منبع در تحقیق و توسعه
- زمان بندی و برآورد منابع برای اجرای پروژه های تحقیق و توسعه

منابع

1. Melissa A. Schilling,(2005).Strategic Management of Technological Innovation.McGraw-Hill Irwin.New York.
2. Robert A. Burgelman ،Steven C.Wheelwright ،(2004),Strategic Management of Technology and Innovation.،Clayton M. Christensen.،Fourth edition.McGraw-Hill Irwin.New York .
3. Akiro_ Goto,(1997).Innovation in Japan.Hiroyuki Odagiri (eds.).Oxford University Press.New York .
4. Fumio Kodama ،(1995),Emerging Patterns of Innovation: Sources of Japan's Technological Edge.Harvard BusinessSchool Press.Boston .
5. Nelson.Richard R.،and Paul M. Romer,(2000)."Science.Economic Growth.and Public Policy," in,Bruce L.R.
6. Smith and Claude E. Barfield.eds.،(1996).Technology.R&D.and the Economy,Washington.DC: The Brookings Institution and The American Enterprise Institute,(copublishers).
7. Tingestad R.(1995).How Manage R&D. staff.newjersey,prentice-hall

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش فناوری- درس تخصصی

عنوان درس: بازاریابی و تجاری سازی دانش و فناوری

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان باروش های نیاز سنجی بازار به دانش و فناوری و همچنین فنون شناسایی مشتریان احتمالی دانش و فناوری موجود و کسب مهارت های انجام تحقیقات بازار برای عرضه دانش و فناوری.

سرفصل درس

- مفهوم دانش، فناوری، نوآوری
- فرایند تجاری سازی دانش و فناوری
- ابعاد تجاری سازی وتمایز بین اختراع، تحقیق پایه،تحقیق کاربردی
- فرایند انتشار فناوری و نوآوری
- شیوه های تجاری سازی فناوری های نو
- نقش کارآفرینان درفرایند تجاری سازی
- انتقال فناوری دانشگاهی
- مسائل مالکیت معنوی درتجاری سازی دانش و فناوری
- نقش اتحاد و مشارکت در تجاری سازی دانش و فناوری
- فرایند های قانونی تجاری سازی دانش و فناوری
- سیاست های حمایتی برای انتقال و تجاری سازی فناوری
- فرآیند و چالش های بازاریابی تکنولوژی سطح بالا

- استراتژی توسعه بازار : تعریف محصول، تحلیل رقبا،تفکیک وموقعیت یابی،قیمت گذاری و ورود به بازار
- تحلیل بازار:بخش بندی، هدف گیری، موقعیت یابی، مارک گذاری
- ترکیب عناصر بازاریابی در بازار فناوری
- تحلیل رفتارخرید مشتری
- مدیریت رابطه با مشتری
- سیستم های سازمانی تجاری سازی فناوری
- تحقیقات تجاری سازی دانش و فناوری
- مطالعات موردی در تجاری سازی دانش و فناوری



منابع

1. Hochschild.Arlie Russell.(2003) The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling،Twentieth Anniversary Edition.With a New Afterword University of California Press.
2. Michael J. C. Martin,(1994).Managing Innovation and Entrepreneurship in Technology-Based Firms.
3. ThomasP.Murtha,StefanieAnnLenway,andJeffreyA.Hart,(2001).Managing New Industry Creation: Global Knowledge Formation and Entrepreneurship in High Technology .
4. Gary Libecap ,(2005),University Entrepreneurship and Technology Transfer: Process.Design.and Intellectual Property (Advances in the Study of Entrepreneurship.Innovation and Economic Growth). JAI Press.
5. Larisa V Shavinina ,2004,Silicon Valley North : A High-Tech Cluster of Innovation and Entrepreneurship (Technology.Innovation.Entrepreneurship and Competitive Strategy)

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری- درس تخصصی
عنوان درس : طراحی محصول

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با فنون و تکنیک های طراحی و توسعه محصول جدید و آزمون مفهوم و محصول و بهینه سازی آن و کسب مهارت طراحی محصول است.

سرفصل درس

- مقدمه ای بر طراحی محصول و فرایند توسعه محصول
- درک نیازهای مشتری و بیان مسئله بازار
- استخراج و توسعه ویژگیهای محصول بر اساس نیاز بازار
- طراحی مفهومی محصول شامل شرح کارکرد محصول ، تجزیه کارکردی ، نمودار مونوگرافی و آزمون مفهوم
- ارزیابی مفهوم محصول و تحلیل آمادگی فناوری
- تحلیل طرح محصول شامل : اجزای فرعی – مواد – انرژی – فرایند ساخت و شیوه مصرف
- کاربرد کامپیوتر در طراحی محصول
- مدل سازی ، شبیه سازی و نمونه سازی
- شوه های طراحی و ساخت ابزارها و فناوری های طراحی محصول
- طراحی خلاق
- نمونه سازی ،آزمون نمونه و آزمون بازار و بهینه سازی طرح محصول
- برنامه ریزی طراحی پروژه شامل فهرست فعالیتها ، زمانبندی ، برآورد مواد و سایر منابع و تجهیزات و ملاحظات فنی

- ملاحظات ساخت – تولید – توزیع و مصرف در طراحی
- مسئولیتهای زیست محیطی – اخلاقی – اجتماعی و قانونی در طراحی محصول
- انعطاف پذیری طراحی و پویایی نوآوری
- ایده پردازی و نوآوری شامل گرد آوری ایده محصول جدید، خلق ایده، ترکیب ایده ها ،انتقال یک مفهوم از صنعتی به صنعت دیگر...
- مهندسی معکوس – کپی سازی- بهینه سازی- ترکیب طرح چند محصول و تجزیه طرح محصول
- تهیه مستندات طراحی
- تدوین روش و دستورالعمل ساخت – تولید و مصرف
- مبناهای تعیین ویژگی ها و کارکرد های محصول جدید
- طراحی فرایند ساخت و تولید – سناریو های ساخت و تولید
- دریافت بازخور ، بازنگری در طراحی و پیش بینی روند آینده محصول

منابع

1. Ralph Landau,(1994),Uncaging Animal Spirits: Essays on Engineering,Entrepreneurship,and Economics ,The MIT Press.
2. Karl T. Ulrich , Steven D. Eppinger ، 2007 ،Product Design and Development ،McGraw-Hill .
3. Kevin Otto, Kristin Wood ،2000،Product Design،Publisher: Prentice Hall.
4. Chris Lefteri ، 2007 ،Making It: Manufacturing Techniques for Product Design ,Laurence King.
5. Michael Ashby, Kara Johnson ، 2002 ،Materials and Design: The Art and Science of Material Selection in Product Design ،Butterworth-Heinemann.
6. Laura Slack, 2006 ،What is Product Design? (Essential Design) , RotoVision.
7. Alan Pipes ,2007 ،Drawing for Designers ، Laurence King.
8. Bruce Hannah, 2003 ،Becoming a Product Designer: A Guide to Careers in DesignWiley.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری- درس تخصصی
عنوان درس: مدیریت در سازمانهای دانش محور

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش نیاز: ندارد

اهداف:

آشنایی دانشجویان با مشخصات، مقتضیات و ویژگی های سازمان های دانش بنیان، بویژه تسلط دانشجویان بر مدیریت فرهنگ سازمانی در شرکت های دانش بنیان به نحوی که دانش محور بودن سازمان به نحوی فراگیر همه سطوح، فرایندها و برنامه‌های سازمان را فراگیرد.

سر فصل درس:

بخش اول: مفاهیم و مبانی

- تعریف دانش، سلسله مراتب دانش، سازمان یادگیرنده، مدیریت دانش در سازمان‌های دانش محور
- دلایل و نحوه‌ی ظهور سازمان های دانش محور
- نقش و اهمیت سازمان‌های دانش محور در هزاره سوم
- ویژگی‌های کلیدی یک سازمان دانش محور

بخش دوم: اصول و مبانی مدیریت دانش در سازمان های دانش محور

- فرایندهای اصلی مدیریت دانش (شناسایی/ اکتساب/توسعه/ اشتراک / استفاده و نگهداری دانش)
- برنامه ریزی استراتژیک در سازمان های دانش محور و نقش اهداف دانش
- ضرورت های فنی
- ضرورت های انسانی
- ضرورت های ساختاری

بخش سوم: فرایندهای کلیدی سازمان های دانش محور

- خلق دانش (راهکارها و فرایندهای تولید دانش در سازمان، ایده‌ها و تجارب کارکنان و مدیران منبع اصلی خلق دانش در سازمان)
- شناسایی دانش (انواع دانش، شفافیت، ارزش گذاری دانش، تدوین نقشه دانشی سازمان و ...)
- اکتساب دانش و چالش‌های تصرف آن از منابع درون سازمانی و برون سازمانی
- توسعه دانش (منابع، موانع و رویکردها)

- چالش ها و راهکارهای اشتراک و تسهیم دانش
- مسائل و روش های استفاده از دانش (فرهنگ، رهبری، مشوق ها و ...)
- حافظه سازمانی، راهکارها و چالش های حفظ و نگهداری دانش در سازمان

بخش چهارم: مدیریت مسائل درون سازمانی در سازمان های دانش محور

- چشم انداز و رهبری در سازمان های دانش محور
- کارکنان دانش محور (ویژگی های متفاوت و انتظارات متمایز کارکنان در سازمان‌های دانش محور)
- ارتباطات در سازمان های دانش محور (مدیریت فناوری اطلاعات، مدیریت فرهنگ دانشی)
- مدیریت دانش و مدل های کسب و کار
- استراتژی های اساسی در مدیریت دانش سازمانی
- نظام انگیزش و جبران خدمت دانش محور، رمز دوام و بقاء سازمان های دانش محور

منابع

1. Lisa Mainiero،Meni Koslowsky,(1999),Participation and Empowerment in Organizations : Modeling،Effectiveness،and Applications (Advanced Topics in Organizational Behavior) ,SAGE Publications .
2. Verna Allee ،April 23, 1997 ،The Knowledge Evolution: Expanding Organizational Intelligence . Publisher: Butterworth-Heinemann.
3. Mark Easterby-Smith (Editor), Marjorie A. Lyles (Editor) ،May 16, 2003 ،The Blackwell Handbook of Organizational Learning and Knowledge Management، Publisher: Wiley.
4. Arthur Langer (Author)، October 29, 2004، IT and Organizational Learning: Managing Change through Technology and Education ، Publisher: RoutledgeFalmer.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش گردشگری- درس تخصصی
عنوان درس: بازاریابی در گردشگری

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:
هدف این درس آشنایی دانشجویان با مناطق توریستی جهانی به همراه فاکتورهای تاریخی فرهنگی اجتماعی،سیاسی و اقتصادی و دینی هر منطقه، آگاهی از مکانها و مفاهیم اساسی گردشگری ومشکلات منحصر به کشورهای جهانی سوم و توسعه یافته و هر کشور و مقایسه بین انگیزه ها ی مختلف از گردشگری در کشورهای مختلف و همچنین بازاریابی گردشگری به شناسایی نیروهایی می پردازد که در محیط بازار امروزی باعث تغییرات می شوند و اینکه چگونه دانشجویان می توانند در بازار فردا موقعیت موثرتری در مقاصد گردشگری ، محصولات و خدمات ، جذب مسافرتهای آینده برای کسب وکار یا سازماندهی داشته باشند.

سرفصل درس

- مفاهیم گردشگری و تعاریف
- نمای گردشگری:مسافرت و گردشگری چیست؟ تعاریف
- تاریخچه گردشگری و مسافرت و مشخصات گردشگری امروزی
- چگونگی سازمان یافتن گردشگری
- حمل و نقل در گردشگری
- مهمان پذیری یا مهمان نوازی(hospitality) و خدمات مربوط
- جذابیت ها سرگرمی ها و ایجاد سرگرمی (Recreation)
- تقاضای گردشگری : انگیزه ها و انتظارات
- ترفیعات بازار گردشگری
- ترفیع گردشگری
- آمیخته ترفیع
- اجزاء و ارتباطات گردشگری
- تجارب بازاریابی گردشگری
- چالشها و روندهای بازاریابی گردشگری
- توسعه جذابیت در بازار گردشگری
- توجه به بهداشت و سلامت در صنعت گردشگری ویژگیهای گردشگری بین الملل
- گردشگری بین المللی و حمل و نقل

- تجارت مسافرتی در صنعت گردشگری
- بازاریابی و گردشگری بین الملل
- روندهای آتی در گردشگری بین الملل
- استراتژی های بازاریابی گردشگری
- نقش image و brand در بازاریابی گردشگری
- تغییرات در بازاریابی گردشگری با توجه به توسعه تکنولوژی الکترونیکی
- کاربرد فناوری اطلاعات و اینترنت در بازاریابی گردشگری
- نقش عوامل کلیدی در صنعت گردشگری
- تخمین بازار
- بررسی عوامل اجرای گردشگری (بررسی و تخمین)
- بازاریابی گردشگری در جوکنونی سیاستهای بی ثبات کشورها و وجود خطراتی مثل بیماریهای منطقه ای و جنگ
- روشهای بازاریابی در بخش خدمات
- روشهای سیستماتیک بازاریابی در گردشگری
- بررسی فرایند تصمیم گردشگران
- بخش بندی بازار گردشگری
- تدوین برنامه بازاریابی
- آمیخته بازاریابی در گردشگری
- برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی گردشگری
- شناخت نیروهای منجر به ایجاد تغییر در محیط بازار امروزی و بررسی چگونگی ایجاد فرصتهای آتی گردشگری
- بررسی مشکلات و خصیصه های خاص در صنعت گردشگری
- کاربرد مهارتهای ارتباطی مثل نوشتن مباحث شفاهی ،ارائه های شفاهی (presentation) و مهارت شنیداری در بازاریابی گردشگری
- بازاریابی گردشگری فرهنگی
- بازاریابی گردشگری اقلیمی
- مشخصه های بازاریابان گردشگری تربیت و آموزش بازاریاب و الزامات بازاریاب گردشگر
- بازاریابی گردشگری و بازاریابی خدمات (گردشگری و خدمات، ارتباط بین بازاریابی گردشگری و بازاریابی خدمات، بررسی بازاریابی گردشگری و بازاریابی خدمات و مقایسه آنها با هم
- اهداف بازاریابی گردشگری(تحلیل گردشگری هدفگذاری در گردشگری هدفگذاری و بازاریابی تحلیل اهداف بازاریابی گردشگری)
- قیمت گذاری در گردشگری (مقدمه ای بر جمعیت گذاری تصمیم و تعریف قیمت گذاری

استراتژی ها و روشهای قیمت گذاری در گردشگری ضرورت ها و تفاوت ها).

- سیستم توزیع در گردشگری (مقدمه ای بر سیستم ها ی توزیع تفهیم و تعریف سیستم توزیع کانالهای توزیع در گردشگری ضرورت ها و تمایزات)
- ترفیعات فروش در گردشگری (مقدمه ای بر ترفیعات فروش تعاریف و مفاهیم ترفیعات فروش انواع ترفیعات و روش های ترفیعی ترفیعات فروش در بازاریابی گردشگری ضرورت ها و تمایزات)
- تحقیقات بازاریابی در گردشگری (مقدمه ایی بر تحقیقات بازاریابی ضرورت ها و پیش فرضهای تحقیقات بازاریابی روش انجام تحقیقات بازاریابی فرایند تحقیقات بازار در صنعت گردشگری)
- مطالعات موردی در بازاریابی گردشگری
- خلاصه و نتیجه گیری (ارائه مباحث فوق در قالب یک مدل منطقی و تشریح روابط بین عناصر گفته شده).
- مبانی رفتار مصرف کننده در خدمات
- رفتار مصرف کننده در گردشگری
- تاریخچه رفتار گردشگر
- تعریف CRM و CB در گردشگری
- رفتار گردشگر بین المللی
- فرآیند تصمیم مصرف کنندگان در صنعت گردشگری
- بررسی ابزارهای بازاریابی در رفتار مصرف کننده
- نقش تبلیغات در گردشگری
- نقش ترفیعهای فروش در رفتار خدمات گردشگری
- نقش فروش شخصی و ارتباطات مشتری در رفتارخریدار
- نقش عوامل فرهنگی کشورها در رفتار مصرف کننده و عوامل موثر بر رفتار
- ویژگی های شخصی موثر بر رفتار مصرف کننده خدمات گردشگری
- شناسایی مصرف کنندگان برتر و ارشد
- گونه شناسی Typology مصرف کنندگان خدمات گردشگری
- انگیزش گردشگران
- شناسایی غیر استفاده کنندگان
- انتخاب مقصد گردشگری
- عوامل موثر بر انتخاب مقصد گردشگری
- تئوری Means-End در انتخاب مقصد
- نظریه های تصمیم گیری گردشگران
- تصمیم های خانوادگی در رفتار گردشگری

- نقش اطلاعات و مدیریت اطلاعات در رفتار مصرف کننده خدمات گردشگری
- وفاداری گردشگران
- شکل گیری انتظارات گردشگران
- ابزارهای اندازه گیری رضایت گردشگران
- موارد پشیمانی نزد گردشگران
- رفتارهای میان فرهنگی در گردشگران
- الگوهای خرج کردن گردشگران و تصمیمات مسافرتی خانواده در سبک زندگی

منابع

1-Goeldner,Charles R. and J.R. Brent Richie. (2005). Tourism: Principles,Practices,Philosophies. 10th edition. New York: John Wiley & Sons.

2-Hospitality and Travel Marketing (2003). Alastair M. Morrison. 3rd edition. Delmar Thomson Learning. Additional academic papers will be made available when needed (they can be located through e-library system).

3-Olse,M. D.,et. Al(،1992),Strategic Management in the Hospitality Industry,NY: VN Reinhold.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش گردشگری- درس تخصصی
عنوان درس: نظریه های گردشگری

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با نظریه های گردشگری از دیدگاه جامعه شناسی ،اقتصادتوسعه،توسعه پایدار و کسب مهارت برنامه ریزی توسعه گردشگری متناسب با برنامه های توسعه ملی و شرایط اقتصادی ،زیست محیطی،جمعیتی و فرهنگی کشور و کسب توانایی تحلیل برنامه های گردشگری .

سرفصل درس

- دیدگاه جامعه شناختی از گردشگری معاصر
- تعریف گردشگری و گردشگر انواع متفاوت گردشگر
- چرا افراد سفر می کنند: گردشگر
- نابرابری اجتماعی در صنعت گردشگری : تمرکز بر روی زنان به عنوان گردشگر
- گردشگری و تاثیرات و تغییرات فرهنگی – اجتماعی
- سازماندهی بازار گردشگری
- بررسی نقاط قوت و ضعف سازماندهی بازار گردشگری
- توسعه پایدار در گردشگری : مدلهای توسعه پایدار در موسسات گردشگری
- عملیاتی سازی تداوم در برنامه ریزی و اجرای گردشگری
- مدیریت آژانسهای مسافرتی :توسعه مدلهای تجارت الکترونیکی
- مدیریت آژانسهای مسافرتی :کیفیت خدمات آژانسهای مسافرتی
- گردشگری و کشورهای در حال توسعه
- رویدادهای بزرگ ورزش و دوباره سازی شهرها
- گردشگری موضوعی (Themed tourism)
- شرایط گردشگری
- اخلاق پایداری و اثرات گردشگری
- محصول گردشگری
- چشم اندازهای گردشگری
- گردشگری و پایداری
- مباحثی در باب اکوگردشگری
- ارزیابی منابع و تاثیرگذاری فعالیتهای گردشگری

- عناوین خاص در گردشگری
- مدیریت رویدادها
- تشریح منابع طبیعی
- تشریح منابع فرهنگی
- پارک ها و حوزه های حمایتی
- توسعه میراث فرهنگی
- گردشگری روستایی
- تئوریها و مفاهیم گردشگری
- ارتباطات فردی در گردشگری
- مدیریت استراتژیک در گردشگری
- تحلیل اقتصادی در گردشگری
- سیستم های اطلاعاتی در گردشگری
- گردشگری ورزشی
- نگرشهای مختلف نسبت به گردشگری
- انواع گردشگری
- گردشگران داخلی و خارجی
- تفاوت بین سفر و گردشگری
- مدیریت کیفیت در کسب وکار در گردشگری
- برنامه ریزی گردشگری
- مدیریت بحران و گردشگری
- گردشگری محیطی
- تئوری بازار با تکیه بر گردشگری
- سیستم اطلاعات جغرافیایی(GIS) برای کسب و کارهای گردشگری
- مطالعات موردی
- مطالعه موردی برزیل
- مطالعه موردی بخش گردشگری در آفریقای جنوبی
- مطالعه موردی بخش گردشگری در چین
- مطالعه موردی بخش گردشگری در ایران



منابع

1.McIntosh,R.W.,Goeldner,C.R.,Tourism,1986,Principles,Practices,Philosophies, NY:John Wiley & Son.

2- Shaw.G..Allan.M. W.2000.Critical Issues in Tourism.A Geographical Perspective,Blackwell.Tourism Management Towards the New Millennium.by Chris Ryan and Stephen Page; Publisher: Pergamon; Publish date: Binding: hardback.

3-Goeldner.Charles R. and J.R. Brent Richie. 2005. Tourism: Principles.Practices.Philosophies. 10th edition. New York: John Wiley & Sons.

4-Holloway.J. Christopher (2001) The Business of Tourism.IT.Prentice Hall (UK).

5- Cooper.Chris.Fletcher.John.Gilbert.David and Warnhill.Stephen (1999) Tourism: Principles and Practice.Longman.

6-McLean.D..Hurd.A. & Rogers.N. (2005). Kraus' Recreation and Leisure in Modern Society. 7th Edition. Boston: Jones and Bartlett Publishers.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش گردشگری- درس تخصصی

عنوان درس: سیستم های اطلاع رسانی و حقوق گردشگری

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مسائل حقوقی مرتبط با صنعت گردشگری و آشنایی با حقوق گردشگران از قبیل حقوق مدنی آشنایی با حقوق بشر حقوق کیفری و چگونگی کارکرد سیستم های حقوقی در گردشگری می باشد.

سرفصل درس:

قوانین گردشگری معاصر

- منابع قانونی
- اصول حقوق گردشگری
- ویژگیهای قانون در گردشگری
- اخلاق و حقوق گردشگری

فرایندهای قانونگذاری وکاربرد قوانین و مقررات

- چگونگی کارکرد سیستم های قانونی
- حقوق مدنی
- قوانین مرتبط با معاهده ها
- حقوق مرتبط با زیان های بازرگانی و مسائل بیمه

حوزه مسئولیت/ معیارهای پیشگیری کننده

- اصول سهل انگاری و قصور
- آشنایی با حقوق گردشگران
- حمایت از گردشگران
- قوانین اشتغال و استخدامی در صنعت گردشگری
- قوانین کسب و کار در گردشگری
- آشنایی با مواد غذایی مورد استفاده و مشروبات الکلی و غیر الکلی
- آشنایی با آژانس های مسافرتی و هوایی
- محیط های قانونی
- حوزه اختیارات محلی و ملی
- حق امتیازهاو آئین نامه ها

- قوانین Antitrust
- حقوق مالکیت معنوی
- قوانین زیست محیطی

مسئولیتهای مدیر و مشاور حقوقی

- مدیریت پیشگیری
- شناسایی حقوق کیفری و مدنی

مطالعات موردی

- تجزیه و تحلیل بحران
- مفاهیم مدیریتی
- شناسایی و ارزیابی جایگزینها
- روش تحقیق
- گزارش نویسی
- ارائه مهارتها
- فهم ارتباط گردشگری با تکنولوژی های در حال تغییر
- تعریف و توضیح تکنولوژی های مختلف اطلاعات
- تشخیص مزایای تکنولوژی برای کاربران و آژانس های مسافرتی

منابع

1. Collins.R.E. ,1997,Tourism and Heritage Conservation - The Pacific Experience,Heritage Australia.
2. Gordon Waitt Gay Tourism: Culture and Context by (2006) Haworth Press Inc.,U.S.
3. Lynda Johnston (2005),Queering Tourism (Routledge Studies in Human Geography),Routledge,an imprint of Taylor & Francis Books Ltd.
4. Jeanne Gay ,(1998),Travel and Tourism Law Bibliography (Tourism Information System Bibliographies Series .
5. Jeimy J. Cano (Author) ،October 21, 2002 ،Critical Reflections on Information Systems ،Publisher: IGI Global.
6. John L. Ward (Author), Joe Peppard (Author) ،June 15, 2002 ، Strategic Planning for Information Systems Publisher: Wiley; 3 Sub edition.
7. Ned Kock (Editor) ،October 31, 2006 Information Systems Action

Research: An Applied View of Emerging Concepts and Methods . Publisher: Springer; 1 edition.

8. Bart Prakken (Author) . February 29, 2000. Information, Organization and Information Systems Design: An Integrated Approach to Information Problems .Publisher: Springer; 1 edition.





برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش گردشگری- درس تخصصی
عنوان درس: زنجیره تامین در گردشگری

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این دوره معرفی عوامل کلیدی در مدیریت خدمات اجرایی و کمک به فراگیری مهارتهای جدید مفهومی و مقداری در مدیریت هتلها ، کسب وکارهای خدمات توریسم و فعالیت های مشابه است. این عوامل بقای استراتژیک را برای کسب وکار به ارمغان می آورد.

سرفصل درس:

- محصول در گردشگری
- مفاهیم کیفیت در خدمات گردشگری
- رضایت مشتری
- عرضه خدمات گردشگری
- ویژگی های خدمات گردشگری
- زنجیره تأمین و مدیریت آن در خدمات گردشگری
- طراحی زنجیره تأمین، یک موضوع استراتژیک
- ارتباط‌های زنجیره تأمین در خدمات گردشگری
- سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع
- تأثیر اینترنت بر زنجیره تأمین خدمات گردشگری
- زنجیره عرضه ناب و چابک
- زنجیره تأمین الکترونیکی
- زنجیره تأمین جهانی
- مشکلات و راه حل‌های زنجیره تأمین جهانی در خدمات گردشگری
- روابط مشتری-عرضه‌کننده در زنجیره تامین گردشگری
- تغییرات کیفی گردشگری
- تغییرات فرهنگی در گردشگری
- سیستم های جامع کیفیت فراگیر در خدمات گردشگری
- کیفیت مدیریت نیروی انسانی در زنجیره تامین گردشگری
- اندازه گیری کیفیت خدمات گردشگری

- بررسی شرایط اقلیمی در نوع خدمات گردشگری
- برنامه ریزی خدمات گردشگری
- تاریخچه صنعت هتلداری
- طبقه بندی هتل ها
- سازماندهی صنعت هتل در ایران
- fخدمات هتلداری
- مدیریت هتل ،آژانسهای مسافرتی و کسب وکارهای مرتبط با گردشگری
- خدمات اجاره مسکن و مهمانخانه ای Lodging
- خدمات رستوران و آشپزی
- خدمات حمل و نقل درون و برون شهری
- روش های حمل و نقل
- خدمات مدیریت خطوط هوایی
- مدیریت آژانسهای هواپیمایی
- بودجه بندی مخارج گردشگر
- کارآفرینی در صنعت گردشگری و ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری و اوقات فراغت
- تجاری کردن خدمات گردشگری
- رزرو تسهیلات رفاهی برای گردشگران
- مهمان پذیری یا مهمان نوازی(hospitality) و خدمات مربوط
- جذابیت ها، سرگرمی ها و و ایجاد سرگرمی (Recreation)
- شناسایی تکنولوژی های پیشرفته در خدمات گردشگری
- سیستم خدمات مرتبط با اوقات فراغت
- سیستم خدمات بانکی
- سیستم خدمات امنیتی
- سازماندهی سفرها
  - مسافرت های انفرادی
  - مسافرت های تجاری
- جوانب اقتصادی
- بین المللی سازی و گردشگری
- فرایند بین المللی سازی گردشگری
  - مسافرت های هوایی
  - اپراتورهای تور
- بررسی خطرات موجود در صنعت گردشگری (بیماری.جنگ . تروریسم.آدم ربایی.و...)

- مدیریت استراتژیک و دیدگاه سیستمی در کسب و کارهای گردشگری به عنوان یک سیستم کسب وکار گردشگری به عنوان یک سیستم فرعی توجه به سیستم گردشگری و کسب وکارهابه صورت یک کل و روش های بهبود سیستم و مکانیزم بازخور)

منابع

1. Christine L. Williams،Buswell،John Buswell ,2001,Service Quality in Leisure and Tourism -CABI Publishing.

2. Van Nostrand Reinhold،1991,Inskeep،E،Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach,London.

3. Edgell،D. L,1993،World Tourism at the Millenium،USTTA.

4- Shaw،G.،Allan،M. W.،1994.Critical Issues in Tourism،A Geographical Perspective,Blackwell.

5-Donald E. Lundberg (Author) June 1997 ،The Tourist Business ، Publisher: Van Nostrand Reinhold Company.

6-Wendy Currie, 2004، Value Creation from E-Business Models، Butterworth-Heinemann.

7-،J Bowman J Orr ،2007،The Online Business Setup, Cheap Marketing, Affiliate Marketing forTourist Maps Businesses ،LTBR, Inc .

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش گردشگری - درس تخصصی
عنوان درس: ایجاد کسب وکار در گردشگری

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و فنون تشخیص فرصت‌های کسب و کار و کسب مهارتهای تحلیل و تدوین گزارش شناخت فرصتهای کسب و کار است.

سرفصل درس

- شناخت صنعت گردشگری (گردشگری داخلی و خارجی ارزیابی شناخت و تحلیل محیط)
- پیش بینی در گردشگری (ضرورت پیش بینی انتخاب روش مناسب پیش بینی عوامل موثر در انتخاب روش پیش بینی اهداف دوره و هزینه پیش بینی مدل های آماری پیش بینی پیش بینی عرضه و تقاضای گردشگری)
- روند تحول در صنعت گردشگری
- تحلیل عرضه خدمات گردشگری
- تحلیل تقاضا در گردشگری
- تحلیل تاثیر متغیرهای مهم محیطی در بازار گردشگری
- تحلیل روند فناوری در خدمات گردشگری
- تحلیل چشم انداز صنعت گردشگری
- تشخیص فرصت های کارآفرینی در گردشگری
- ارزیابی فرصت ها (اولویت بندی فرصت ها امتیاز بندی فرصت ها و انتخاب فرصت های بهینه)
- ایده یابی در گردشگری (استفاده از تکنیک های خلاقیت استفاده از متخصصین مصاحبه ها و کاوش های تحقیقاتی)
- ارزیابی ایده ها و کشف فرصت های موجود (ارزیابی سنجش غربال و پردازش ایده ها ترتیب ایده ها و کشف فرصت)
- فرایند تشخیص فرصت های کارآفرینی در گردشگری
- طراحی خدمات گردشگری
- مراحل قانونی ایجاد کسب وکار در گردشگری
- فرایند راه اندازی و تاسیس کسب وکار در گردشگری
- مقررات قانونی در ایجاد کسب وکار در گردشگری

- زویکردهای توسعه و ایجاد کسب وکار در گردشگری
- اصول برنامه ریزی گردشگری
- سرمایه گذاری بر روی فرصت ها مشخصه های سرمایه گذاری در گردشگری طبقه بندی سرمایه گذاری انگیزه های سرمایه گذاری اعتبارات داخلی و خارجی ارزیابی و بهبود پروژه های سرمایه گذاری در گردشگری ارزیابی اقتصادی مالی و فنی)
- مباحثی در باب تامین مالی در گردشگری (انواع تامین مالی روش های تامین مالی کشف فرصت های جدید تامین مالی در گردشگری و بررسی و انتخاب روش بهینه تامین مالی)
- چگونگی مدیریت و رشد کسب وکارهای گردشگری (شناخت بازار محیط و محیط بین الملل چگونگی تربیت و آموزش کارکنان و راهنمایان تور حقوق و دستمزد استراتژی و کسب مزیت رقابتی و غلبه بر چالش ها)
- عوامل تاثیر گذار بر ایجاد بنگاههای کوچک در گردشگری
- کمک های دولتی برای کسب وکارهای کوچک و متوسط گردشگری و تئوری و عمل
- سیاستهای تشویقی برای ایجاد طرحهای زودبازده در گردشگری
- سبکهای زندگی ریسک پذیر :ویژگی های کارآفرینانه گردشگری در ایران
- حرکت از مصرف به تولید: تغییر الگوی کارآفرینی گردشگری
- موفقیت و رشد در کسب وکارهای خرد گردشگری
- تعامل جامعه و کسب و کارهای گردشگری کوچک در ایران
- نقش بنگاه های کوچک در ارزیابی جایگاه بازار
- بنگاههای کوچک و اصول گردشگری پایدار
- عملکرد بنگاه کوچک در گردشگری
- سرگرمی های تجاری و تجاری کردن سرگرمی های اوقات فراغت
- روش های کارآفرینانه در تجاری کردن فرصتهای موجود در اوقات فراغت و گردشگری
- مدیریت موثر خدمات گردشگری
- نگرشهای بین المللی به بنگاههای بین المللی در گردشگری
- گردشگری توسعه بنگاههای کوچک توانمند سازی به جهت ایجاد کسب وکار کوچک در صنعت گردشگری
- متغیرهای ساختاری و استراتژیک در بین المللی سازی

منابع

1. Robert P. Singh (2000). Entrepreneurial Opportunity Recognition Through Social Networks (Studies in Entrepreneurship) Garland Publishing.
2. Rural Tourism Opportunity Recognition: Insightful Marketing and Development Concepts,(1989).Mount Allison Univ.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش خدمات کشاورزی- درس تخصصی
عنوان درس: مدیریت کسب وکارهای خدماتی کشاورزی

نوع واحد: نظری-عملی

تعداد واحد: ۱واحد نظری - ۱ واحدعملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از ارایه این درس آشناسازی دانشجویان با فرآیند طراحی، راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای خدماتی کشاورزی و کسب مهارت‌های مدیریتی مورد نیاز با رویکردی کارآفرینانه با علم به الگوهای مدیریت اقتضایی و مجهز به دانش زمینه‌ای در زمینه خدمات کشاورزی و نیز تجربه‌آموزی از فرآیندهای مربوطه در عرصه عمل می‌باشد.

سرفصل درس

- تعاریف، اصطلاحات، مفاهیم کسب و کارهای نظام خدماتی کشاورزی در ایران و جهان
- اهمیت، چشم‌انداز و جایگاه بخش خدمات کشاورزی
- سهم بخش خدمات کشاورزی در اشتغال، تولید درآمد، تقویت سایر زنجیره‌ها در بخش کشاورزی
- مولفه‌های سازنده و برسازنده نظام خدمات کشاورزی
- مبانی، اصول و فرآیند مدیریت در کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
- تمایز مدیریت خدمات با سایر بخش‌ها
- صلاحیت‌های حرفه‌ای و مدیریتی در کسب و کارهای خدماتی کشاورزی(طراحی، برنامه‌ریزی، بودجه‌بندی، بازار شناسی، بازاریابی، تبلیغات، پایش و..)
- سبکهای و الگوهای اقتضایی مدیریت کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
- مدیریت ریسک در کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
- مدیریت زمان در کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
- مدیریت تغییر در کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
- بهره‌وری، اثربخشی، کارایی کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
- رویکرد سیستمی به کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
- مکانیزیم‌های پیوندهای بخشی و فرابخشی و انگاره‌های ارتباطی
- آسیب‌شناسی کسب و کارهای خدماتی کشاورزی

- بازدید از مراکز کسب و کارهای خدماتی کشاورزی و تهیه گزارش
- ترویج مدیریت ضایعات محصولات کشاورزی و فرآورده های غذایی در کسب و کارهای کشاورزی
- ترویج استانداردها و کیفیت در کسب و کارهای کشاورزی
- ترویج و فرهنگ مصرف فرآورده های کشاورزی در کسب و کارهای کشاورزی
- مدیریت فرصت های اقتصادی در کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
- شناسایی فرصت های بزرگ در برنامه های داوطلبانه توسعه کشاورزی
- سرمایه گذاری زیر بنایی خدماتی ،رشته اقتصادی و کاهش فقر
- اصلاح مجدد (فرآیند مهندسی مجدد) نظام خدمات روستایی
- استفاده موثر از یارانه های خدماتی در روستا و کشاورزی
- بازدید از ارگان‌ها و دستگاه‌های دولتی ذیربط و تهیه و ارایه گزارش درباره روند ادارای و مسایل دیوانسالارنه مربوطه
- طراحی یک کسب و کار خدمات کشاورزی نوآورانه توسط دانشجویان به صورت تیمی و انفرادی
- شناسایی و معرفی کارآفرینان موفق حوزه خدمات کشاورزی
- دعوت از کارآفرینان موفق حوزه خدمات کشاورزی
- تهیه گزارش از کار و زندگی کارآفرینان موفق حوزه خدمات کشاورزی
- پیمایشگری و موردکاوی در راستای مساله یابی فرآیند توسعه کارآفرینی در حوزه خدمات کشاورزی

منابع

1. Bhide،A.، 2000, The Origin and Evolution of New Businesses. Oxford University Press.
2. Birley،S.،and D. Muzyka،eds.، 2000 Mastering Entrepreneurship. Pitman.
3. Brown،S.L.،and K.M. Eisenhardt،1998, Competing on the Edge: Strategy as Structured Chaos. Harvard Business School Press.
4. Bygrave،W.D.،and A.L. Zacharakis،eds.، 2004, The Portable MBA in Entrepreneurship. 3rd edition. Wiley.
5. Gristol،Stephen،and Peter Sealey.، 2001, Simplicity Marketing. Simon and Schuster.
6. Jensen،Bill. 2001. Simplicity: The New Competitive Advantage in a World of More،Better،Faster. Perseus،

7. Moore.Mike. A World Without Walls: Freedom.Development.Free Trade and Global Governance. Cambridge: Cambridge UP,2003.
8. Reinhardt.Forest. Down to Earth. Harvard Business School Press.2000.
9. ShulmanJ. and T. Stallkamp. Getting Bigger by Growing Smaller. Prentice Hall Financial Times.2003.
10. Spinelli.S..Birley.S. and R. Rosenberg. Franchising: Pathway to Wealth. Prentice Hall-Financial Times.2003.
11. Spinelli.S..and J. Timmons. New Venture Creation for the 21st Century. 6th edition. McGraw-Hill.2003.
12. Timmons.Jeffrey A. New Venture Creation. 6th edition. McGraw Hill.2003.
13. Zahra.S..ed. Contemporary Issues in Strategic Management Research. Information Age Publishing.2002.
14. Timmons.Jeffrey A..Andrew Zacharakis.and Stephen Spinelli. Business Plans That Work: A Guide for Small Business. McGraw-Hill.2004.
15. Sexton.Donald L. and Hans Landstrom.eds. The Blackwell Handbook of Entrepreneurship. Blackwell.2000.
16. Making Your Small Farm Profitable: Apply 25 Guiding Principles/Develop New Crops & New Markets/Maximize Net Profits Per Acre by Ron Macher (Paperback - Jan 10.1999)
17. Entrepreneurship and business venture development in the kingdom of Tonga by S. Deacon Ritterbush (Unknown Binding - 1986)
18. Agri-business and Entrepreneurship by R. Rajgopal (Paperback - Mar 30.2004)
19. The Complete Guide to Garden Center Management by John Stanley (Paperback - April 15 2002)
20. From Kitchen to Market: Selling Your Gourmet Food Specialty by Stephen Hall (Paperback - Jun 1 2005)
21. Setting Up a Food Drying Business: A Step-By-Step Guide by Fabrice Thuillier (Paperback - May 2002)
22. Drying Food for Profit: A Guide for Small Businesses by Barrie Axtell and Andrew Russell (Paperback - Sep 2002)

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش خدمات کشاورزی- درس تخصصی

عنوان درس: ترویج و آموزش کارآفرینی کشاورزی

نوع واحد: نظری-عملی

تعداد واحد: ۱واحد نظری – ۱ واحدعملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از ارایه این درس آشناسازی دانشجویان با مبانی آموزش و ترویج کارآفرینی در ارتباط با توسعه کمی و کیفی کسب و کارهای خدماتی کشاورزی و کسب مهارتها و صلاحیت‌های حرفه‌ای در راستای آموزش و ترویج کارآفرینی در حوزه خدمات کشاورزی می‌باشد.

سرفصل درس

- توسعه پایدار کشاورزی و کارآفرینی
- جایگاه ترویج در توسعه کارآفرینی کشاورزی
- فلسفه،اصول و هدف های ترویج کارآفرینی کشاورزی
- مولفه ها و ارکان ترویج کارآفرینی کشاورزی : مبانی نظری فلسفه،اهداف،اصول،و روشها و رهیافتها
- نظام دانش و اطلاعات وفناوری کشاورزی و مدیریت دانش در بخش کشاورزی
- رابطه تحقیق ، ترویج و آموزش کشاورزی در راستای توسعه کارآفرینی کشاورزی
- تاریخچه و تطورساختاری ، کارکردی و نهادی ترویج در ایران و جهان
- نظام های ترویجی و مولفه های شاکله
- نقش مروج ، کارشناس ترویج و رهبران محلی در برنامه های ترویج کارآفرینی
- مشارکت مردمی و تشکل های محلی و سازمان های غیر دولتی در ترویج کارآفرینی
- تحلیل الگوواره ای نظام ترویج کشاورزی ایران با رویکرد کارآفرینی
- صلاحیت های حرفه ای مروجان وتسهیلگران کارآفرینی
- تعاریف و مفاهیم تسهیلگر
- نقش ترویج دو سویه و چند سویه در توسعه پایدار کشاورزی و روستایی
- تسهیلگری کسب و کارها و کارآفرینی اجتماعی
- نظام های دانش محلی و بومی کشاورزی و کسب و کارهای کشاورزی
- جایگاه تشکل های محلی و سازمان های غیر دولتی درترویج کارآفرینی و توسعه کشاورزی

- تحلیل و بررسی فرایند ارتباطات، نشر و نوآوری درفرایند ترویج کارآفرینی
-- مفاهیم، فرایندهای ارتباطی مخاطبان د رترویج کارآفرینی کشاورزی و عناصر و الگوها مهارتها و راهبردهای ارتباطی در ترویج کارآفرینی کشاورزی و کشاورزان
- مفهوم تغییر
- فرایند نوآوری ونوپذیری روستاییان و کشاوزران
- فرایند تغییر و نوآوری
- تغییرات اجتماعی
- پیامدهای نوآوری و نو پذیری در سیستم های اجتماعی
- مناسبات و استلزامات نوآوری ونشر برای ترویج برای کارآفرینی کشاورزی
- مشخصه ها و ابعاد ساختاری (سازمان و مدیریت)در ترویج کارآفرینی کشاورزی
- تحلیل و بررسی مباحث و چالش های نهادی،ساختاری وکارکردی نوین فراوری نظام های ترویجی و استلزامات آن برای ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی
- روند تحولات و چالش های ترویج کشاورزی و توسعه کشاورزی پایدار
- ترویج کسب و کارهای کشاورزی و ترویج روستایی
- ترویج کسب و کارهای کشاورزی و سازمان های کشاورزان
- ترویج خصوصی کسب و کارهای کشاورزی
- کشاورزان فقیر و ترویج خصوصی کسب و کارهای کشاورزی
- بررسی نقش و جایگاه ترویج خصوصی کسب و کارهای کشاورزی
- زنان و جوانان روستایی در ترویج خصوصی کسب و کارهای کشاورزی
- ترویج عمومی و تخصصی کسب و کارهای کشاورزی
- اقتصاد ترویج کسب و کارهای کشاورزی
- تجارت جهانی و ترویج کسب و کارهای کشاورزی
- رهنمودی بر رهیافت های نوین آموزش و ترویج کارآفرینی
- تعدیلات ساختاری و تمرکززدایی در نظام های ترویجی کسب و کارهای کشاورزی
- تلفیق دانش بومی و جدید در کسب و کارهای کشاورزی
- تکثرگرایی نهادی درترویج کسب و کارهای کشاورزی
- تغییرات کارویژه های ترویج و اهمیت یافتن خدمات مشاوره ای، تسهیلگری و غیره برای ترویج کارآفرینی
- فناوری های جدید و ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی
- نارسایی ها و مشکلات ترویج کارآفرینی کشاورزی
- بازدید میدانی جهت آشنا شدن با مسئولان و کارشناسان اداره ترویج و مراکز خدمات کشاورزی روستایی و عشایری و تهیه گزارش از تجارب، مسایل و مشکلات، امکانات و چگونگی فعالیت های آنان درراستای ترویج کارآفرینی

- تهیه گزارش از مساله، مشکلات، امکانات چگونگی فعالیت های ترویجی در راستای ترویج کارآفرینی(برنامه ریزی ترویجی)

-مبانی برنامه ریزی آموزشی و ترویجی کارآفرینی مناطق روستایی

- شناسایی و تهیه گزارش از فعالیت کارآفرینان روستایی و کشاورزی

- انتخاب یک موضوع و تهیه و تنظیم یک برنامه ترویج کارآفرینی برای یک گروه هدف برگزیده(برنامه ریزی ترویجی)

منابع

۱. سوانسون، برتون و همکاران(۱۹۹۷) ارتقای ترویج کشاورزی(ترجمه اصغر باقری و توحید صیامی،۱۳۸۱) دانشگاه محقق اردبیلی، انتشارات باغ اندیشه.

۲. شهبازی، اسماعیل(۱۳۷۲)توسعه و ترویج روستایی.تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

۳. هایامی، یوجی رو و ورنن روتان(۱۹۸۵)توسعه کشاورزی یک دیدگاه بین المللی(ترجمه مجید کوپایی) انتشارات معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج وزارت کشاورزی،۱۳۷۸.

۴. زمانی پور،اسدالله(۱۳۷۳) ترویج کشاورزی د رفرایند توسعه، انتشارات دانشگاه بیرجند، چاپ اول، فروردین ۱۳۷۳.

۵. کرمی، فنایی، ابوطالب(۱۳۷۳)بررسی نظریه پردازی ها در ترویج کشاورزی، جلد اول و دوم، وزارت جهاد سازندگی، معاونت ترویج و مشارکت مردمی

۶. برنامه توسعه سازمان ملل متحد(۱۹۹۷)ترویج کشاورزی. ترجمه سید محمود حسینی و محمد چیذری،زنجان . انتشارات دانشگاه زنجان

۷. ملک محمدی،ایرج(۱۳۷۲)مبانی ترویج کشاورزی. مرکز نشر دانشگاهی. تهران

۸. بافورد،جیمز و آرتور جی. بدیان(۱۹۸۸)مدیریت در ترویج .(ترجمه محمد چیذری)،۱۳۷۵ .تهران:مدیریت مطالعات و بررسیها، معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی.

۹. بلک برن،دونالد. بنیان ها وتحول فعالیتها در ترویج کشاورزی.(ترجمه فرج الله حسینی)، ۱۳۸۰.تهران:مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی

10. Pretty J.N(1995).Regenerating Agriculture: Policies and Practice for Sustainability and Self– reliance. Earths can publication Limited .London

11. Feder،G.،Willet،A.،Zijp،W. (1999). Agricultural extension: generic challenges and some ingredients for solutions. Washington،DC: World Bank Policy Research Working paper 2129.

12. William M. Rivera, willem Zijp, and Gary Alex with inputs

contributions by Vincent Ashworth, L.Van Crowder,and jon Anderson (2000) Contracting for extension. The World Bank Rural (AKIS). Work in progress for public discussion. AGRICULTURAL KNOWLEDGE & INFORMATION SYSTEMS (AKIS) GOOD PRACTICE NOTE.

13. Zijp, W. (2000). Promoting pluralism. World Bank, Washington DC,USA.
14. FAO (1997) Issues and Opportunities for Agricultural Education and Training in the 1990s and Beyond. FAO.Rome
15. Block, Z., & StumpfW S.A. (1992). Enterpreneurship education research : Experience and challenge.In D. J. Sexton & J.D.Kasarda. (Eds)., the state of the art entrepreneurship (pp.17-45), Boston:PWS-Kent Publishing.
16. Rodney, and Glenn Muske, 2000,The Role of Extention Specialists in Helping Entrepreneurs Develop Successful Businesses Holcomb, Oklahoma State University.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش خدمات کشاورزی- درس تخصصی
عنوان درس: بازاریابی خدمات کشاورزی

نوع واحد: نظری -عملی

تعداد واحد: ۱واحد نظری – ۱ واحدعملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از ارایه این درس آشنا سازی دانشجویان با فرآیند بازاریابی خدمات کشاورزی است در این درس دانشجو ضمن آشنایی با تعاریف و مفاهیم مرتبط با این مبحث ، ارکان و ساختار بازار کشاورزی، چگونگی تحلیل بازار کالا و خدمات ، چگونکی نفوذ و گسترش در بازار را خواهند آموخت

سرفصل درس

- تعریف و مفاهیم بازاریابی خدمات کشاورزی
- نقش و اثر تکنولوژی اطلاعات در بازاریابی خدمات کشاورزی
- جایگاه و نقش **بازاریابی** خدمات کشاورزی در بازار کشاورزی
- معرفی سازمان های موثر خدمات کشاورزی (سازمان های محلی، ملی، بین المللی)
- معرفی سازمان های بازاریاب خدمات کشاورزی (سازمان های محلی، ملی، بین المللی)
- نقش و جایگاه خدمات در تولید و ارزش افزوده محصولات کشاورزی
- فرصت شناسی در بازار کالا و خدمات کشاورزی
- عملیات بازاریابی
- کشاورزی خوب
- سیاست های توسعه بازار
- جایگاه اصلاحات بازار دربازاریابی کشاورزی
- زیربناهای بازاریابی کشاورزی
- انواع بازار درکشاورزی
- روش های تحقیق دربازاریابی خدمات کشاورزی
- شناسایی پارامترهای فنی مالی در بازاریابی خدمات کشاورزی
- کشاورزی و بازاریابی کشاورزی
- اندازه و اهمیت بازاریابی کشاورزی
- انواع بازاریابی کشاورزی
- حسابداری ونقش بایگانی اسناد مالی دربازاریابی کشاورزی
- ستانده های بازاریابی خدمات کشاورزی

- خدمات وموسسات بازاریابی خدمات کشاورزی (خصوصی ، دولتی)
- نقش خدمات اعتباری دربازاریابی خدمات کشاورزی
- بررسی اثرات اقتصادی **سیاسی دربازاریابی خدمات کشاورزی**

منابع:

1. Ricketts cliff and omni Rawlines (1999), inroductin to Agribusiness, publication an Amazon.
2. Beierlein jomes G. and Kenneth C. schneeberger and Douald D. osburn(2003), pninciples of Agribusiness Management Third edition publication by Amazon.
3. Beierlein jomes G. (2007), pninciples of Agribusiness Management publication by Amazon.
4. Cramer Gaill. And etal, (2008), Agricultural Economics and Agribusiness. Published by Amazon.
5. Kholos Richanads L. and Joseph N. uhl (2001), Marketing of Agricultural products (9th Edition). Published by Amazon.
6. Pasour, Jr.E.C and Randall R. Rucker and Brncel. Grandner(2005), plowshares & pork Barrels: The political Economy of Agriculture (Independent studies in political Economy). Published by Amazon.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش خدمات کشاورزی- درس تخصصی

عنوان درس: فناوری های نوین در کسب و کارهای کشاورزی

نوع واحد: نظری –عملی

تعداد واحد: ۱واحد نظری – ۱ واحدعملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از ارایه این درس آشناسازی دانشجویان با فناوری‌های نوین در عرصه خدمات کشاورزی، زمینه‌های کاربست این فناوریها در کسب و کارهای خدماتی کشاورزی و چگونگی تلفیق آنها در این کسب و کارها می‌باشد.

سرفصل درس

- تحقیق و توسعه(R&D) در بخش کشاورزی
- تعاریف و مفاهیم فناوری
- گونه‌شناسی فناوری(انسان افزار،نرم‌افزار، سازمان افزار، اجتماع افزار)
- مکانیسم های انتقال تکنولوژی کشاورزی به روستاییان و روستا
- فناوری، نوآوری و کارآفرینی در بخش کشاورزی
- فرآیند و نظام توسعه و ترویج فناوری در بخش کشاورزی
- فناوریهای کارآفرینانه و کارآفرینی فناورانه
- پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری
- ارتباط دانشگاه و صنعت توسعه در راستای ترویج فناوری
- زمینه‌های فناوری در کسب و کارهای خدمات کشاورزی
- کاربست و تلفیق فناوری‌های نوین و کارآفرینی درخدمات دامی (خدمات تلقیح مصنوعی، خدمات به‌نژادی، جیره نویسی نوین و غیره)
- کاربست و تلفیق فناوری‌های نوین و کارآفرینی درخدمات زراعی و باغی (به‌زراعی،بهنژادی، تلفیقی مزرعه، طراحی نوین در سازه‌ای گلخانه‌ای، بی‌خاک‌ورزی،مکانیزاسیون)
- طراحی و ارایه مشاوره در زمینه الگوهای زراعی و باغی نوین(، خدمات تحقیقی در زمینه زراعت و باغداری (آزمایش خاک و غیره)، طراحی و ارایه مشاوره در زمینه الگوهای زراعی و باغی نوین
- بازاریابی الکترونیکی در بخش کشاورزی
- کاربست و تلفیق فناوری‌های نوین و کارآفرینی درخدمات منابع طبیعی(کاربرد خدمات GIS در منابع طبیعی، طراحی پارکهای طبیعی،مکان یابی،مکان سنجی)

- کاربرد کامپیوتردر طراحی وتحلیل پروژه های کشاورزی
- جنبه های اقتصادی فناوری های نوین درتوسعه روستایی وکشاورزی
- کاربست و تلفیق فناوری‌های نوین و کارآفرینی درخدمات فراوری وتبدیل محصولات کشاورزی
- کاربست و تلفیق فناوری‌های نوین و کارآفرینی درخدمات مکانیزاسیون کشاورزی(طراحی سیستم های نوین آبیاری،ماشین آلات کشاورزی
- بازدید از پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری و تهیه گزارش
- بازدید از مرکز خدماتی نوین کشاورزی در زمینه‌های مختلف و تهیه گزارش
- طراحی یک کسب و کار خدمات کشاورزی با کاربست فناوری‌های نوین
- دعوت از کارآفرینان موفق حوزه خدمات نوین کشاورزی

منابع

1- Altieri, M.A. 1995. Agroecology: the science of sustainable agriculture. Westview Press, Boulder.

2- Baird. M.L.(1997)Engineering your Start-up: A Guide for the High-Tech Entrepreneur. Professional Publications.

3- Allen, Kathleen R.2003.Bringing New Technology to Market. Edition: 1st.Prentice Hall .

4- Thomas P. Murtha. Jeffrey A. Hart ,Stefanie Ann Lenway(2001). Managing New Industry Creation: Global Knowledge Formation And Entrepreneurship In High Technology. Stanford Univ Pr.

5- Albert N ,2006,Entrepreneurship And Technology LinkEdward Elgar Pub.

6- Gary D. Libecap.2005,University Entrepreneurship and Technology Transfer Process, Design, and Intellectual Property.

7- Sherma , Rita(2003), Integration of Agricultural ,Research and Entension.published by Asianproductivity organization.Tokyo 102-0093,Japan.

8- FAO,(2001)Speciality Rices of the world Breeding,production and marketing.published,Food and Agriculture organization of the .

9- ShimshonBenYeoshua,2005,EnvironmentallyFriendlyTechnologies for Agricultural Produce Quality Publisher: CRC.

10- Phil Williams (Editor), Karl Norris,2001,Near-Infrared Technology: In the Agricultural and Food Industries American Association of Cereal Chemists.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش کسب وکارهای خدماتی کشاورزی – درس تخصصی

عنوان درس: زنجیره تامین در کشاورزی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از ارایه این درس آشنا سازی دانشجویان با فرآیند یا زنجیره تامین در کشاورزی است در این درس دانشجو خواهد آموخت که یک نهاده چگونه از اولین مرحله تولید تا انتها بر ارزش افزوده آن افزوده خواهد شد و مسیر حرکتی نهاده به چه نحوی است .

سرفصل درس

- تعریف و مفاهیم زنجیره تامین در کشاورزی
- نقش و اثر تکنولوژی اطلاعات در زنجیره تامین کشاورزی(توسعه جامع نظام اطلاع رسانی روستایی ومدیریت اطلاع رسانی)
- جایگاه و نقش زنجیره تولید در زنجیره تامین کشاورزی
- سازمان های موثر در زنجیره تولید(سازمان های محلی، ملی، بین المللی)
- چگونگی تامین نهاده ها در زنجیره تولید
- بررسی ارزش افزوده هر یک از نهاده ها در زنجیره تولید
- جایگاه و نقش زنجیره عرضه در زنجیره تامین کشاورزی
- سازمان های موثر در زنجیره عرضه(سازمان های محلی، ملی، بین المللی)
- جایگاه و نقش زنجیره تقاضا در زنجیره تامین کشاورزی
- بررسی بازار عرضه و تقاضا در زنجیره تامین کشاورزی
- بررسی شرایط بازار
- بررسی روابط بازار
- نقش سازمان های اطلاعاتی در زنجیره تامین کشاورزی
- نقش حمل و نقل در زنجیره تامین کشاورزی
- نقش و جایگاه منابع انسانی در زنجیره تامین کشاورزی
- **Eurep GAP استاندارد ورودی در درگاه پیش کشاورزی است.**
- اهمیت دادن به سلامتی و ایمنی کشاورزان و مصرف کنندگان
- جایگاه مسائل زیست محیطی درزنجیره تامین
- کاهش استفاده از مواد آفت کش کشاورزی

- کاهش استفاده از مواد دارویی و شیمیایی کشاورزی
- ارتباط و هماهنگی سازمان های حمایت کننده (Donors) درزنجیره تامین
- مدیریت یکپارچه محصول یا ICM
- آگاهی زیست محیطی
- مسائل زیست محیطی
- مسائل اجتماعی
- استفاده کارا از منابع
- نقش و جایگاه فناوری های جدید در زنجیره تامین کشاورزی
- بررسی مدل مفهومی زنجیره تامین کشاورزی
- خلق نهادهای مالی، روستایی جدید
- مدیریت ریسک درزنجیره تامین کشاورزی
- زیربنای های نهادی واجرایی درزنجیره تامین کشاورزی
- زیربنای های زنجیره تامین
- نقش جاده و راه ها درزنجیره تامین
- نقش سرمایه و سرمایه گذاری درزنجیره تامین
- چگونگی سنجش وارزیابی زنجیره تامین کشاورزی
- تعریف ومفاهیم سوپر مارکت جهانی (The global groceny store)
- جایگاه مشتری درزنجیره تامین
- چگونگی جمع آوری داده و تحلیل زنجیره تامین کشاورزی
- پایداری در زنجیره تامین
- بررسی فرآیند تولید

منابع

1. Rajan Raghuram and etal.(2006), Enhaneing the flow of eradit and managing Risks in Agniculture Published by university of Chicago.
2. Aid Harmonization & Alighment. (2007), Asian Development bank AID Harmonization and Alignment Action. Aid harmonization & Alighment press, paris.
3. Lin, Jessican. (2007), Sustainable Supply chains in the food and beverage Industry, natural resources and environment at the university of Michigan.
4. Handfield, Robert B. and Ernest L. Nichols, Jr., (1999). Introduction to Supply Chain Management, Upper Saddle River: NJ: Prentice Hall.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری اطلاعات- درس تخصصی
عنوان درس: زنجیره تامین الکترونیکی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنائی با زنجیره تامین الکترونیکی و دولت الکترونیکی، بستر های مورد نیاز و خدمات قابل ارائه در این بستر ها به شرکتها و شهروندان است. زنجیره تامین الکترونیک، علاوه بر ایجاد فرصتهای کسب و کار برای کارآفرینان، می تواند حمایت های مورد نیاز را برای شرکتهای کارآفرینانه ارائه دهد. در این درس دانشجویان با مدلهای مختلف خدمت رسانی در دولت الکترونیک، بسترهای مورد نیاز و آماده سازی دولت برای پیاده سازی زنجیره تامین الکترونیکی اثربخش آشنا می شوند.

سرفصل درس

- مفاهیم و تاریخچه مدیریت زنجیره تامین
- تاریخچه و زمینه توسعه دولت الکترونیک در دنیا
- دولت الکترونیک و خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات
- ارزیابی کیفیت خدمات دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک
- ارزیابی زیر ساختهای دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک
- طراحی خدمات دولت الکترونیک
- قیمت گذاری، پرداخت و خرید در دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک
- مراحل و فازهای توسعه دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک

- روند ها ی توسعه دولت الکترونیک در دنیا

- مدلهای توسعه دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک

- سیستم های اطلاعاتی مورد نیاز دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک

- شبکه های اطلاعاتی و اینترنت برای استفاده در دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک

- روابط با مشتری در دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک

- روابط با بنگاه های اقتصادی در دولت الکترونیک و زنجیره تامین الکترونیک

- روابط با سایر دولتها در دولت الکترونیک

- روابط عمودی و افقی در زنجیره تامین الکترونیک

- ارزشیابی زنجیره تامین الکترونیک

- استراتژی های مدیریت زنجیره تامین الکترونیک

منابع

1-West, Darrell M. (2005). Digital Government: Technology and Public Sector Performance . Princeton, NJ: Princeton University Press.

2- Garson, G. David (2006). Public Information Technology and E-Governance: Managing the Virtual State. Boston: Jones & Bartlett.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری اطلاعات- درس تخصصی
عنوان درس:فرایند های کسب و کار در فناوری اطلاعات

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

امروزه فناوری اطلاعات در تمامی جنبه‌های فرایندها، فعالیت‌ها و عملیات سازمان سرایت کرده و فرصت‌هایی را برای ادراک، مدلسازی، تحلیل و بهبود فرایندهای کسب و کار به ارمغان آورده است. پروژه‌های تعالی فرایندهای کسب و کار، اقدامات مختلف مدیریت و تغییر فرایندهای کسب و کار را در برمی‌گیرد. بسیاری از این اقدامات، بوسیله فناوری اطلاعات پشتیبانی می شوند، مانند بهبود فرایندهای کسب و کار(BPI)، مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار(BPR) و مدیریتی فرایندهای کسب و کار(BPM). امروزه نفوذ فناوری اطلاعات در شرکت‌ها بر طراحی مدل کسب‌وکار و نحوه انجام فرایندها تأثیر چشم‌گیری داشته می‌تواند جهت‌گیریهای بنیادی شرکت و راهبردهای کسب‌وکار را متأثر سازد. لذا تمرکز این درس بر ادراک چگونگی بهره گیری سازمان‌ها از فناوری اطلاعات در تغییر و بهبود فرایندهای کسب‌وکار به منظور دستیابی به تعالی عملیاتی و راهبردی است.

سرفصل درس

- معرفی مفهوم فرایندهای کسب و کار
- معرفی سلسله مراتب مفاهیم Enterprise، Business Group، Business Process و Business Thread
- مرور مهندسی چرخه عمر فرایندهای کسب و کار
- شناسایی فرایندهای کسب‌وکار
- معماری فرایند و معماری اطلاعات
- مدلسازی فرایندهای کسب‌وکار
- معرفی ابزارهای متداول مدلسازی فرایند
- تحلیل و اندازه گیری عملکرد فرایندهای کسب و کار
- توانمندسازهای فرایندهای کسب و کار
- شبیه سازی فرایندهای کسب و کار
- استفاده از فناوری اطلاعات در طراحی فرایندهای کسب و کار
- مدیریت تغییر در طراحی مجدد فرایندهای کسب و کار

- بازطراحی فرایندهای کسب و کار به منظور توسعه و بهبود
- معرفی متدولوژی‌های مهندسی مجدد فرایندهای کسب‌وکار
- معرفی سیستم مدیریت جریان کار (WFMS)
- معرفی سیستم مدیریت فرایندهای کسب‌وکار (BPMS)
- مدیریت تکامل فرایندهای کسب و کار
- کاربرد فناوری اطلاعات در سطوح مختلف سازمان
- سیستمهای سازمانی مبتنی بر فناوری اطلاعات
- ورود اطلاعات
- پردازش اطلاعات
- خروج اطلاعات
- نگهداری اطلاعات
- طراحی وب
- مدیریت وب

مدیریت یکپارچه بر مبنای فناوری اطلاعات

منابع

1. Kock.N. (2006) Systems Analysis & Design Fundamentals. A Business Process Redesign Approach. Sage Publications.
2. El Sawy.Omar.2001.Redesigning Enterprise Processes for e-Business. McGraw-Hill.
3. Manuel Laguna and Johan Marklund.2005.Business Process Modeling.Simulation and Design Prentice Hall.
4. T.H. Davenport and D. Stoddard.1994."Reengineering: Business Change of Mythic Proportions?.
5. K.D. Sandberg.2001."Reengineering Tries a Comeback -- This Time for Growth.Not Just for Cost Savings" Harvard Management Update.
6. M-C. Boudreau and D. Robey.1996."Coping with Contradictions in Business Process Reengineering" Information Technology & People.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری اطلاعات- درس تخصصی
عنوان درس: بازاریابی الکترونیکی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

تمرکز این درس بر برنامه‌ریزی و سرمایه گذاری شروع یک کسب و کار در عصر فناوری است. شروع و راه‌اندازی یک کسب‌وکار می‌تواند مبتنی بر خود فناوری اطلاعات و ارتباطات طراحی گردد و یا از فناوری برای راه اندازی یک کسب و کارجدید بر مبنای کسب و کارهای پیشین استفاده گردد. به منظور خلق و رشد سازمان‌ها لازم است تفکر کارآفرینی و تفکر فناوری ترکیب شود. این درس دیدگاه کارآفرینی را با تاکید بر استفاده از فناوری اطلاعات در دانشجویان ایجاد می کند. دانشجویان با مراحل و پیش نیازهای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید در حوزه فناوری اطلاعات از دو دیدگاه آشنا می‌شوند: ایجاد یک کسب وکار مبتنی بر وب و یا راه‌اندازی کسب‌وکاری جدید در حوزه‌های مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات. مخاطرات موجود در راه اندازی این کسب‌وکارها بررسی و راه‌حل‌های انتقال، مالکیت و استفاده از حق مالکیت فکری فناوری در شرکت نیز در این درس بررسی خواهد شد.

سرفصل درس

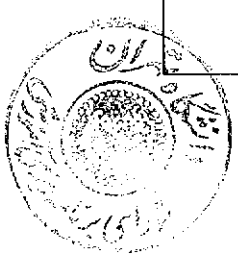
- رابطه بین فناوری اطلاعات و کسب و کار
- شناسایی مشتریان اینترنتی
- دسته بندی مشتریان اینترنتی
- تفکر کارآفرینی
- معرفی مدل‌های جدید کسب وکار مبتنی بر فناوری اطلاعات
- متغیرهای فناوری اطلاعات برای طراحی کسب وکار
- معرفی بنیان‌های فناوری و روندهای نمایی
- معرفی بنیان‌های کسب و کار
- ارزیابی و برنامه ریزی فرصت ها با استفاده از فناوری اطلاعات
- ارزیابی ارزش سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات
- تأمین منابع مورد نیاز برای راه اندازی کسب وکار فناوری اطلاعات
- چگونگی تصمیم‌گیری در خصوص سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات
- چشم‌انداز و راهبرد الکترونیکی
- توسعه یک کسب‌وکار در فناوری اطلاعات

- پیاده سازی کسب‌وکار مبتنی بر اینترنت
- چگونگی توسعه، انتقال و حفظ داراییهای فکری در کسب وکارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات
- ایجاد و مدیریت تیم بوسیله فناوری اطلاعات
- تحلیل کسب و کار با استفاده از فناوری اطلاعات
- مرور آموزه‌ها و بررسی عوامل شکست و موفقیت کسب وکارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات
- تحلیل رفتار مشتری در وب
- مدیریت رابطه با مشتری در وب
- مدیریت توزیع
- خدمات مشتری



منابع

1. J. Timmons and S. Spinelli.New Venture Creation.Seventh edition.McGraw-Hill/Irwin.
2. Mohanbir S. Sawhney.Jeff Zabin.Don Tapscott.(2001).The Seven Steps to Nirvana: Strategic Insights into eBusiness Transformation.McGraw-Hill,1st edition.
3. Dorf.R. C..Byers.T. H. .(2006).Technology Ventures: From Idea to Enterprise.McGraw-Hill Science/Engineering/Math; 2 edition.
4. Mohan Sawhney.Ranjay Gulati.Anthony Paoni.The Kellogg TechVenture Team.(2001).TechVenture: New Rules on Value and Profit from Silicon Valley.Wiley; 1st edition.. Henry C. Jr. Lucas.(2004).Information Technology: Strategic Decision-Making for Managers.John Wiley & Sons.
5. Mohini Singh and Dianne Waddell (eds).(2004).E-Business Innovation and Change Management.Idea Group Publishing
6. Carr.Nicholas; 2004; Does IT Matter? Information Technology and the Corrosion of Competitive Advantage; Harvard Business School Press .
7. Gupta.P. .Staenberg.J. .(2005).Ready to Use Financial Models: Information Technology Venture Capital Valuations.ReedLogic; CD-Rom edition.



برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری اطلاعات- درس تخصصی
عنوان درس: تجارت و کسب و کارهای الکترونیکی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

روند توسعه فناوری اطلاعات، اقتصاد الکترونیکی و جامعه دانش محور، پیدایش فناوری‌های نوین و افزایش روزافزون کاربرد این فناوری‌ها در سازمان‌های امروزی، فرصت‌های جدیدی برای ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در این حوزه فراهم نموده است. تقاضای استفاده و بکارگیری از این نوع فناوری‌های نوین در شرکت‌ها و سازمان‌های امروزی از یک سو و روند رو به توسعه ارائه فناوری‌های نوین از طرف دیگر، منجر به ایفای نقش فناوری اطلاعات بعنوان موتور محرکی شده است که ضمن به حرکت درآوردن چرخ های شغلی و استخدامی، سبب رشد و پویایی کسب وکار در جامعه می شود. با توجه به موارد مذکور در این درس سعی بر آن است که ضمن مرور نحوه شناسایی فرصت‌های موجود در بازار، نحوه ارزیابی فرصت‌ها و تهیه مقدمات اولیه بهره‌برداری مناسب از فرصت‌ها در حوزه فناوری اطلاعات بررسی گردد. بدین منظور ابتدا روش‌های اصلی انجام مطالعات و تحقیقات بازار مرور می‌شود. همچنین روندهای عمده توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهان و ایران از منابع معتبری همچون گارتنر و IDC مطالعه می‌شود. هر دانشجو ملزم است یک فرصت کسب‌وکار در فناوری اطلاعات را شناسایی نموده و طرح کسب‌وکار نحوه بهره‌برداری از آن فرصت را تهیه نماید.

سرفصل درس

- مرور مفاهیم تجارت الکترونیکی
- مدلهای تجارت الکترونیکی
- مدلهای کسب وکار الکترونیکی
- نوآوریی در کسب و کار الکترونیکی
- امنیت اطلاعات در تجارت الکترونیک
- شیو های پرداخت تجارت الکترونیک
- مدیریت محصولات
- مشتریان اینترنتی و دسته بندی آنها
- مروری بر اقتصاد دیجیتالی
- معرفی روندهای تحول بازار در جامعه دانش‌محور
- مرور نحوه شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار در بازارهای نوین

- مرور روش های متداول تحقیقات و مطالعات بازار
- معرفی روش‌های مطالعه بازار در حوزه فناوری اطلاعات
- بررسی روندهای عمده توسعه فناوری اطلاعات در بازار جهان- ازدیدگاه فنی
- بررسی روندهای عمده توسعه فناوری اطلاعات در بازار جهان- ازدیدگاه اقتصادی و بازار
- بررسی روندهای عمده توسعه فناوری اطلاعات در بازار ایران- ازدیدگاه فنی
- بررسی روندهای عمده توسعه فناوری اطلاعات در بازار ایران- از دیدگاه اقتصادی و بازار
- شناسایی و مرور نیازهای صنایع مختلف به فناوری اطلاعات و ارتباطات
- بررسی همسنجی نیازهای صنایع و عرضه محصولات و خدمات مرتبط با فناوری اطلاعات
- استخراج فرصت‌های برتر فناوری اطلاعات با توجه به موارد فوق
- تهیه طرح کسب‌وکار برای فرصت‌های برتر توسط دانشجویان
- مرور و ارزیابی طرح‌های تهیه شده توسط دانشجویان در کلاس
- تعیین اولویت طرح‌های کسب‌وکار تهیه شده
- انتخاب سه طرح بعنوان طرح‌های منتخب کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات با استفاده از روش های اولویت‌بندی فرصت‌ها

منابع

برای این درس منابع ترکیبی مطالعه و بررسی بازار، تهیه طرح کسب‌وکار و منابع اینترنتی مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

1. Stewart Marshall،Wallace Taylor،and Xinghuo Yu (2003)،Closing the Digital Divide: Transforming Regional Economies and Communities with Information Technology

2. Mohan Sawhney،Ranjay Gulati،Anthony Paoni،The Kellogg TechVenture Team،(2001)،TechVenture: New Rules on Value and Profit from Silicon Valley،Wiley; 1st edition.

3. Henry C. Jr. Lucas،(2004)،Information Technology: Strategic Decision-Making for Managers،John Wiley & Sons.

4. Ranjay Gulati،Mohanbir Sawhney،Anthony Paoni،(2002)،Kellogg on Technology and Innovation،Wiley; 1 edition.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش فناوری اطلاعات- درس تخصصی
عنوان درس: مطالعات موردی در کارآفرینی بر مبنای فناوری اطلاعات

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

این درس برای آشنایی دانشجویان با نمونه‌های عملی کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات طراحی شده است. به منظور درک ملموس‌تر دانشجو از زمینه‌های کاری، فرصت‌ها و کسب‌وکارهای واقعی در زمینه فناوری اطلاعات، موردکاوی از کسب وکارهای موفق فناوری اطلاعات در کلاس بررسی خواهد شد. بدین منظور کلیه فرایندهای پیش از بهره‌برداری شامل مطالعه فرصت‌ها، انتخاب زمینه فعالیت، تأمین منابع مالی، تعیین بازار هدف، توسعه محصول مناسب برای بازار و همچنین فرایندهای مربوط به رشد و توسعه کسب‌وکار در مواد نمونه بررسی خواهد شد. با توجه به هدف در نظر گرفته شده برای این درس هر دانشجو موظف است یک نمونه کارآفرینی موفق در حوزه فناوری اطلاعات را انتخاب و موارد فوق الذکر را در آن نمونه انتخابی بررسی نماید. این فعالیت به منظور بهینه گزینی و یادگیری تجربیات موفق کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات انجام شده و آموزه‌های این تجربیات در کلاس مورد بررسی قرار خواهد گرفت. تحلیل عوامل و دلایل موفقیت هر نمونه و بررسی چگونگی بکارگیری این عوامل در فرصتهای کارآفرینی آینده از اهداف این درس می باشد. به منظور درس گرفتن از تجربیات ناموفق، حداقل دو نمونه کسب‌وکار شکست خورده نیز با تحلیل عوامل و دلایل آن در کلاس بررسی خواهد شد.

سرفصل درس

- بررسی نمونه‌های کارآفرینی موفق در حوزه فناوری اطلاعات در جهان
- بررسی نمونه‌های کارآفرینی موفق در حوزه فناوری اطلاعات در ایران
- انتخاب چند نمونه برای بررسی موارد ذیل:
  - فعالیت پیش از بهره‌برداری کارفرینان
  - چگونگی شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار
  - نحوه طراحی کسب‌وکار
  - چگونگی تأمین منابع مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب وکار
  - چگونگی انتخاب بازار هدف و نفوذ در آن
  - استراتژی های توسعه و رشد کسب وکار
  - تحلیل درس‌های یادگرفته از هر نمونه در کلاس
- بررسی دو نمونه ناموفق کسب وکار در فناوری اطلاعات

- تحلیل دلایل و عوامل شکست کسب وکار
- جمع‌بندی و تحلیل نحوه درس‌گیری از موارد فوق برای فرصت های آتی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات

منابع

1. Edward.B. Roberts.(2005).Entrepreneurs in High Technology.Oxford University Press.
2. Kirk C. Heriot.Cases in Entrepreneurship and Small Business Management (8th Editin): Prentice Hall; ,2004.
3. Standage.Tom; 1998; The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century.On-line Pioneers; Walker and Company.
4. Idea Makers and Idea Brokers in High-Technology Entrepreneurship : Fee vs. Equity Compensation for Intellectual Venture Capitalists by Elias G. Carayannis and Todd L. Juneau.
5. Baird. M.L.(1997)Engineering your Start-up: A Guide for the High-Tech Entrepreneur. Professional Publications.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش سازمانی –درس تخصصی
عنوان درس: فناوری اطلاعات و کارآفرینی سازمانی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنا ساختن دانشجویان با کاربرد فناوری اطلاعات در سازمانهای کارآفرین و چگونگی کارآفرینی سازمانی برمبنای این فناوری و ایجاد مهارت در برنامه‌ریزی سیستم‌های کارآفرینی مبتنی بر فناوری اطلاعات.

سرفصل درس:

- کسب و کار الکترونیکی
- آماده‌سازی سازمان برای ورود به کسب و کار الکترونیکی
- رویکرد مشتری گرایی و فرایند گرایی در سازمان
- تحلیل فرایندها و یافتن فرصتهای بهبود سازمانی
  - تعریف و دسته‌بندی فرایندها
  - شناسایی فرایندهای اصلی
  - مستندسازی فرایندها
  - شناخت مشتری و اندازه‌گیری کارایی و اثربخشی فرایندها،
  - بهبود فرایندها - بهبود مستمر
  - بهبود فرایندها - الگوگیری برای فرایندها
  - بهبود فرایندها - مهندسی مجدد
  - بهبود فرایندها - پیاده‌سازی فرایندهای بهبودیافته
- فناوری اطلاعات در قبل، حین، و پس از طراحی فرایند
- نقش زیرساخت IT در موفقیت مهندسی مجدد
- پیاده‌سازی مهندسی مجدد به کمک اینترنت
- فناوری اطلاعات و استراتژی‌های سازمانی (E-Strategy)
- معماری سیستم ها برای کارآفرین نمودن سازمان

- نرم‌افزارهای سازمانی
  - WFMS
  - ERP
  - EDI
- کارآفرینی در حوزه های وظیفه ای برمبنای فناوری اطلاعات
  - اجزا و روابط سیستم منابع انسانی
  - بازاریابی و E-Marketing
  - E-CRM
  - اجزا و روابط سیستم مالی
  - تولید
  - تامین کالا و E-Procurement
  - E-SCM
- تحلیل سازماندهی مجازی و شبکه‌سازی(ارتباطات بین سازمانی) در ایران
- مطالعات موردی مهندسی مجدد در ایران
  - مهندسی مجدد در آموزش عالی
  - مهندسی مجدد در شرکتهای خدماتی- با تاکید بر حمل و نقل
  - مهندسی مجدد در شرکتهای تولیدی – با تاکید بر حوزه نفت و گاز
  - ارزیابی دلایل موفقیت و شکست پروژه های BPR
  - کارآفرینی و IT governance
  - مدیریت پروژه های IT
  - مدیریت فناوری اطلاعات (IT management)
- مدیریت هزینه و بودجهٔ فناوری اطلاعات
- مدیریت ترکیب (portfolio) فناوری اطلاعات
- مدیریت منافع فناوری اطلاعات
- مدیریت منابع انسانی مورد نیاز برای بکارگیری فناوری اطلاعات
- مدیریت عملکرد فناوری اطلاعات
- مدیریت مخاطرات فناوری اطلاعات

- مدیریت امنیت فناوری اطلاعات
- مدیریت منابع اطلاعات
- عوامل شکست فعالیتهای کارآفرینانه در فناوری اطلاعات (شامل معمای بهره وری، عوامل موفقیت و شکست)
- مشاوره در استقرار کارآفرینی سازمانی به کمک فناوری اطلاعات
- مطالعات موردی در کارآفرینی سازمانی مبتنی بر فناوری اطلاعات
- آشنایی با قوانین و مقرارت تاثیر گذار بر بکارگیری فناوری اطلاعات در سازمانهای ایرانی
- روند آیندهٔ کارآفرینی سازمانی برمبنای فناوری اطلاعات

منابع

1. Chaffey D., (2007) E-Business and E-Commerce Management, Prentice-Hall.
2. Davenport, Thomas O. Process Innovation (1993). Reengineering Work through Information Technology. Boston: Harvard Business School Press.
3. Rayport, J.F. and J.J. Sviokla (1995). "Exploiting the Virtual Value Chain." Harvard Business Review (November-December).
4. James A. Senn .2003 .Information Technology: Principles, Practices, and Opportunities Prentice Hall.
5. Brian K. Williams,Stacey Sawyer . 2006. Using Information Technology,Career Education.
6. Brian K. Williams, Stacey Sawyer, Brian Williams , 2002. Using Information Technology: A Practical Introdution to Computers & Communications, Fifth Edition.Career Education; 5th edition.

۷. بهروز زارعی، عادل آذر، و عظیم زارعی، توسعه یک متدلوژی برای مستند سازی گسترده فرایندها، مجله علمی-پژوهشی دانشور، ۱۳۸۴
۸. اصغر صرافی زاده، فناوری اطلاعات در سازمان، انتشارات میر، ۱۳۸۳
۹. بهروز زارعی، فرشید باباکبری، و سوفیا فرکیش، ارزیابی عملکرد پروژه های مهندسی مجدد، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، دانشگاه صنعتی شریف، ۲۹ آذر تا ۱ دی ماه ۱۳۸۴.
۱۰. بهروز زارعی و سوفیا فرکیش بررسی تجربیات مهندسی مجدد در ایران، چهارمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ۲۲-۲۰ آذر ۱۳۸۴.
۱۱. بهروز زارعی و وحید اسکویی، توسعه یک مدل پشتیبان تصمیم برای مدیریت فرایندها در



برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش سازمانی –درس تخصصی

عنوان درس: مدیریت نوآوری و تکنولوژی سازمانی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد:۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

- هدف از این درس آشنایی دانشجویان با چگونگی به کارگیری تکنولوژی در خدمت توسعه سازمان و آشنایی با فرآیند های نوآوری و چگونگی اداره نوآوری در یک سازمان استفاده از نظام تحقیق و توسعه برای بهره جستن از آخرین دستاوردهای تکنولوژی می باشد.

سرفصل درس:

- تئوری های مدیریت نوآوری
- یادگیری و مدیریت دانش
- رقابت و نوآوری
- سرمایه گذاری در تکنولوژی های جدید
- شناسایی و جستجوی فرصت های توسعه تکنولوژی
- پرتفولیوی تکنولوژی – ریسک، پاداش، رقابت
- کارگاه پورتفولیوی تحقیق و توسعه
- مباحثی در مورد مدیریت جهانی تکنولوژی
- نوآوری و نوسازی تکنولوژیکی
- مشخصه های سازمان های نوآور
- ویژگی های نوآوری موفق: مباحث مدیریتی
- خلق ارزش از طریق اتحادهای خارجی در تحقیق و توسعه و انتقال تکنولوژی
- اتحادها و کسب و کارهای مخاطره پذیر مشترک بین المللی
- استراتژی حق امتیاز جهانی
- چالش های خاص برای تکنولوژی های نوظهور
- چالش های ممتد در سیستم
- تجاری سازی تکنولوژی
- فرآیند توسعه تجاری
- تکنولوژی های جدید و روند تحول آنها

- مدیریت هوش تکنولوژیک
- تغییر فرآیند تولید در جهت توسعه تکنولوژی
- بهینه نمودن بازده حاصل از سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه
- اندازه گیری بهره وری تحقیق و توسعه
- مقایسه روش ها و مقیاس ها ی ارزیابی نوآوری
- اهرم های مالی دولتی برای تحقیق و توسعه
- تعامل صنعتی با آزمایشگاههای دولتی
- موانعی برای انتقال تکنولوژی دولتی
- شبکه انتقال تکنولوژی ملی
- روند تحقیقات نوآوری و توسعه تکنولوژی
- تعریف از نوآوری
- نوآوری رادیکال و نوآوری تدریجی
- آشنایی با تکنولوژی
- مدیریت تکنولوژی
- دانش فنی ، دانش فناوری(know – why)
- نوآوری تکنولوژی
- رشد رقابت و نقش نو آوری
- تحلیل فرایند شکل گیری نو آوری در کسب و کارهای کوچک و متوسط کارآفرینانه
- تحلیل مدیریت تکنولوژی در سازمانهای بزرگ و تفاوتهای آن با مدیریت تکنولوژیهای در SMTS ها
- شبکه های نوآوری
- استراتژی نوآوری
- مراحل پیاده سازی استراتژی نوآوری در SMTS ها
- تجاری سازی نوآوری
- آشنایی با نسلهای ۱تا۴ R&D و ارتباط آن با نوآوری
- آشنایی با خوشه های نوآوری Innovation
- حقوق مالکیت
- ثبت معنوی اختراعات
- مراحل اجرایی

- پروژه های مربوط به توسعه تکنولوژی در سازمانها
- پایدار سازی نوآوری در SME ها
- نوآوری در بازار
- نوآوری و مهندسی مجدد فرایند هاBP.R

منابع

1-Joseph Tidd (Editor. September 2000. From Knowledge Management to Strategic Competence: Measuring Technological, Market and Organizational Innovation (Series on Technology Management. Publisher: Imperial College Press.

2-Rodrigo Magalhaes (Author). August 4, 2004. Organizational Knowledge and Technology: An Action-Oriented Perspective on Organization and Information Systems (Hardcover). Publisher: Edward Elgar Publishing.

3 -James A. Christiansen (Author). April 22, 2000.Competitive Innovation Management: Techniques to Improve Innovation Performance . Publisher: Palgrave Macmillan.

4 - Mohamed Zairi (Author). February 12, 1999 .Best Practice: Process Innovation Management .Publisher: Butterworth-Heinemann .

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش سازمانی- درس تخصصی
عنوان درس: کارآفرینی سازمانی

نوع درس: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با مسائل و مباحث یادگیری کارآفرینی سازمانی در سطوح فردی/ تیمی/ سازمانی و محیطی و کسب مهارت.

بررسی و تحلیلی بر عوامل پیش برنده و بازدارنده سازمان در مسیر کارآفرینی سازمانی

سرفصل

- مفاهیم یادگیری، نوآوری،کارآفرینی سازمانی
- تعاریف و مفاهیم کارآفرینی سازمانی
- پیشینه تاریخی مفهوم کارآفرینی سازمانی
- عدم اطمینان محیطی:خاستگاه شکل گیری نظریه یادگیری سازمانی
- استعاره مغز و یادگیری سازمانی
- چالش های محیطی بنگاه ها و کسب وکارها
- ظهور سازمان های یادگیرنده به عنوان پارادایم نوین سازمان
- یادگیری سازمانی:
- سطوح یادگیری؛ فردی، گروهی، سازمانی
- انواع یادگیری سازمانی:
  ۱. یادگیری تک حلقه ای
  ۲. یادگیری دو حلقه ای
  ۳. یادگیری ثانویه (سه حلقه ای)
  ۴. یادگیری پیشگیرانه
  ۵. یادگیری پیشگیرانه و تئوری U (رهبری از طریق آینده)
  ۶. یادگیری عملی
- مدل های یادگیری سازمانی

مدل یادگیری سازمانی Huber

مدل یادگیری سازمانی Weick and Leon

مدل یادگیری سازمانی Neefe

مدل یادگیری سازمانی A. Armstrong

- یادگیری و کارآفرینی سازمانی
- مدل های سازمانی یاگیرنده:
  ۱. مدل پیتر سنگه
  ۲. مدل باب گانز (Bub Guns)
  ۳. مدل مایکل مارکو آرت
- مراحل ایجاد کسب وکار یادگیرنده
- مطالعات تطبیقی ایجاد کسب وکار یادگیرنده
- یادگیری عملی در شرکت جنرال الکتریک
- ساختار منعطف در شرکت بر بینش پتروسیوم
- کارآفرینی سازمانی، نگرش سیستمی
- تواناسازی کارکنان، محور کارآفرینی سازمانی
- فرایند کارآفرینی سازمانی
- استراتژی کارآفرینی
- بخش سوم: اجرای استراتژی (مسائل سازمانی)
- فرهنگ سازمانی و نقش آن در سازمان های کارآفرین
- ماهیت فرهنگ سازمانی
- نقش ساختار و ارتباطات در کارآفرینی سازمانی
- نظام پاداش و جبران خدمت در سازمان های کارآفرین
- مدیریت عملکرد در سازمانهای کارآفرین
- حمایت‌های سازمانی از خلاقیت
- تیم‌ها و تحقیق و توسعه
- تحقیق و توسعه
- ایجاد تیم‌های اثربخش
- عوامل حیاتی موفقیت کارآفرینان درون سازمانی
- بخش پنجم : کنترل و ارزیابی اثربخشی کارآفرینی سازمانی

منابع

۱. کوراتکو، دانلد اف و ریچارد ام. هاجتس (۱۳۸۳) نگرشی معاصر بر کارآفرینی (جلد اول و دوم)، مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد.
۲. هادیزاده مقدم، اکرم و فرج ا... رحیمی فیل آبادی (۱۳۸۴) کارآفرینی سازمانی، تهران: انتشارات جانان.

۳. هیسریچ، روبرت دی و میخائیل پی پیترز (۱۳۸۳) کارآفرینی، ترجمه علیرضا فیض‌بخش و حمیدرضا تقی‌یاری، تهران، موسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.

4. Cornwall, Jeffrey R. & Baron Perlman (1990) Organizational Entrepreneurship, Boston, Hmewood.
5. Barringer, Bruce & R.Duane Ireland (2006) Entrepreneurship (Saccessfully launching new ventures), Pearson Prentica Hall Press. (Chapter 2: Recognizing Opportunities and Generating Ideas P.P: 26 – 49).
6. Gundry, Lisa K. and Jill R. Kickul (2006) Entrepreneurship Strategy: Changing patterns in new Venture Creation, Groth and reinvention.
7. Lynskey, Michael and seichiro Yonekura (2005) Entrepreneurship and organization: the role of Entrepreneur in organizational innovation (Fuji Business History).
8. Arggris,c.and Schon ,D.A.(1978) Organizational Learning: A theory of action perspective: MA: Addison- Wesley.
9. Morymandt, Michaclj. (2002) buldingthe Learning Organization: Mastering 5 Element for Corparate Learning.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش سازمانی – درس تخصصی

عنوان درس: کسب و کار بین‌المللی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مبانی و مفاهیم کسب و کارهای بین‌المللی است.

سرفصل درس:

- تعاریف و مفاهیم
- مدیریت بین فرهنگی
- محیط کسب وکار بین المللی
- جنبه های قانونی کسب وکارهای بین المللی
- حقوق مالکیت معنوی بین المللی
- قوانین تجارت بین الملل
- مدیریت فناوری اطلاعات جهانی
- حسابداری بین الملل
- مالیه بین الملل
- تئوریهای بین المللی شدن
- روشهای ورود به بازارهای خارجی
- کسب و کارهای بین المللی زاده شده
- بازاریابی بین المللی
- اتحادهای بین المللی

منابع

1- Charles W. L. Hill (Author) ،(July 2, 1998.International Business: Competing in the Global Marketplace, Publisher: McGraw-Hill Companies; 2nd edition.

2- Charles W. L. Hill (Author). April 1, 2006.International Business

with Online Learning Center Access Card ،Publisher: McGraw Hill Higher Education.

3- John Daniels, Lee Radebaugh, Daniel Sullivan ،December 22, 2005، International Business: Environments and Operations (11th Edition) (Pie)، Publisher: Prentice Hall; 11 edition.
4- John D. Daniels , Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan ، July 7, 2003 ،International Business: Environments and Operations, 10th Edition، Publisher: Prentice Hall; 10 edition.
5- John D. and Lee Radebaugh, Daniel Sullivan, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan Daniels ،2003، International Business، Publisher: Prentice Hall.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش سازمانی - دروس تخصصی

عنوان درس: مدیریت فرایند و اجرای پروژه های کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و فرآیندکارآفرینی و چگونگی اجرای پروژه های کارآفرینی در عمل می باشد . دانشجویان پس از طی این درس قادر خواهند بود برای پروژه های کارآفرینی برنامه ریزی نموده و فرایند اجرا و نظارت بر اجرای پروژه کسب و کار را هدایت نمایند.

سرفصل درس:

- تعریف مفاهیم پروژه کسب و کار ،مشتری، ذی نفع مدیریت فرایند و مدیریت پروژه
- چشم انداز و وضعیت آرمانی پروژه کارآفرینی
- تحلیل فرایند آماده سازی ،تجهیز منابع
- تعیین معیارهای حیاتی موفقیت و پذیرش نتایج پروژه
- برنامه ریزی فعالیت های پروژه بر اساس (ABP)[1] و برآورد دقیق الزامات و نیازمندی های اجرای پروژه
- تجزیه سلسله مراتبی پروژه به اجرای قابل تحلیل و برنامه ریزی فعالیت ها در ساختار سلسله مراتبی
- برآورد زمان ، هزینه، تولرانس های ممکن برای فعالیت ها و برنامه ریزی زمان بندی شده فعالیتها ،همراه با نیاز به منابع و بودجه ریزی طراحی فرایند و فرمهای گزارش دهی و گزارش گیری برای تمام سطوح مدیریت پروژه
- ترسیم نمودار شبکه و تعیین مسیر بحرانی پروژه
- برنامه ریزی اجرای پروژه شامل تقسیم کار،زمان بندی ،پیش بینی سناریوهای احتمالی ،پیش بینی شرایط ویژه ،تعریف انتظارات عملکردی
- تیم سازی،سرپرستی ارتباطات درون پروژه ،هدایت فعالیت ها و بازخورگیری
- تحلیل مخاطرات پروژه و برنامه ریزی برای کاهش مخاطرات
- ملاحظات فنی اجرای پروژه و سیستم کنترل و پذیرش
- تهیه گزارش وضعیت پروژه کنترل گزارش ، کنترل و ارزشیابی نتایج
- تضاد ،انگیزش و رهبری در پروژه کسب و کار

[1] Activity- based planning

- مدیریت بر مبنای هدف ،مدیریت بر مبنای طرح کسب و کار و مدیریت بر مبنای چشم انداز در پروژه کسب و کار
- اثربخشی ،کارآیی و انعطاف پذیری در پروژه
- تهیه گزارش پایان پروژه ،تحویل پروژه و ارزشیابی بعد از پایان

منابع

1. Daniel Sitarz ,2005,Partnership, 2nd Edition: Small Business Start-Up Kit (Small Business Made Simple) , Nova Publishing Company
2. Gordon Clark,2007, iness Start Up and Future Planning, Emerald Publishing.
3. Prentice Hall ,1996,Start Your Own Import Export Business (Start Your Own Business) , Prentice Hall Press , Emerald Publishing.
4. Steve Koenig, Hal Root ,2006,The Small Business Start-Up Guide ,Sourcebooks, Inc.
5. Robert Sullivan ,1998,Small Business Start-Up Guide: Practical Advice on Starting and Operating a Small Business , Information Intl; Revised .

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش MBA- دروس تخصصی
عنوان درس: مدیریت فرایند و اجرای پروژه های کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و فرآیندکارآفرینی و چگونگی اجرای پروژه های کارآفرینی در عمل می باشد . دانشجویان پس از طی این درس قادر خواهند بود برای پروژه های کارآفرینی برنامه ریزی نموده و فرایند اجرا و نظارت بر اجرای پروژه کسب و کار را هدایت نمایند.

سرفصل درس

- تعریف مفاهیم پروژه کسب و کار ،مشتری، ذی نفع مدیریت فرایند و مدیریت پروژه
- چشم انداز و وضعیت آرمانی پروژه کارآفرینی
- تحلیل فرایند آماده سازی ،تجهیز منابع
- تعیین معیارهای حیاتی موفقیت و پذیرش نتایج پروژه
- برنامه ریزی فعالیت های پروژه بر اساس (ABP)[2] و برآورد دقیق الزامات و نیازمندی های اجرای پروژه
- تجزیه سلسله مراتبی پروژه به اجرای قابل تحلیل و برنامه ریزی فعالیت ها در ساختار سلسله مراتبی
- برآورد زمان ، هزینه، تولرانس های ممکن برای فعالیت ها و برنامه ریزی زمان بندی شده فعالیتها ،همراه با نیاز به منابع و بودجه ریزی طراحی فرایند و فرمهای گزارش دهی و گزارش گیری برای تمام سطوح مدیریت پروژه
- ترسیم نمودار شبکه و تعیین مسیر بحرانی پروژه
- برنامه ریزی اجرای پروژه شامل تقسیم کار،زمان بندی ،پیش بینی سناریوهای احتمالی ،پیش بینی شرایط ویژه ،تعریف انتظارات عملکردی
- تیم سازی،سرپرستی ارتباطات درون پروژه ،هدایت فعالیت ها و بازخورگیری
- تحلیل مخاطرات پروژه و برنامه ریزی برای کاهش مخاطرات
- ملاحظات فنی اجرای پروژه و سیستم کنترل و پذیرش
- تهیه گزارش وضعیت پروژه کنترل گزارش ، کنترل و ارزشیابی نتایج

[2] Activity- based planning

- تضاد ،انگیزش و رهبری در پروژه کسب و کار
- مدیریت بر مبنای هدف ،مدیریت بر مبنای طرح کسب و کار و مدیریت بر مبنای چشم انداز در پروژه کسب و کار
- اثربخشی ،کارآیی و انعطاف پذیری در پروژه
- تهیه گزارش پایان پروژه ،تحویل پروژه و ارزشیابی بعد از پایان

منابع

1. Peri Pakroo,2008,Small Business Start-Up Kit ,NOLO.
2. Rhonda Abrams ,2004,Six-Week Start-Up: A Step-by-Step Program for Starting Your Business, Making Money, and Achieving Your Goals,The Planning Shop .
3. Daniel Sitarz ,2005,Partnership, 2nd Edition: Small Business Start-Up Kit (Small Business Made Simple) , Nova Publishing Company.
4. Gordon Clark,2007, iness Start Up and Future Planning, Emerald Publishing.
5. Prentice Hall ,1996,Start Your Own Import Export Business (Start Your Own Business) , Prentice Hall Press , Emerald Publishing.
6. Steve Koenig, Hal Root ,2006,The Small Business Start-Up Guide ,Sourcebooks, Inc.
7. Robert Sullivan ,1998,Small Business Start-Up Guide: Practical Advice on Starting and Operating a Small Business , Information Intl; Revised edition .

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش MBA- دروس تخصصی
عنوان درس: اقتصاد مدیریت

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:
آشنایی با آن دسته از تئوری ها و الگوهای اقتصادی است که می تواند در تصمیم گیری برای مؤسسات بازرگانی و تجزیه و تحلیل موقعیت اقتصادی آنها به کارگرفته شود و دانش مدیریت بازرگانی را در زمینه شرایط حاکم بر بازار و جنبه های اقتصادی مدیریت افزایش دهد.

سرفصل درس

۱- تعاریف و قلمرو اقتصاد مدیریت

- کیفیت علم و اقتصاد مدیریت

- نیاز به آشنایی با اقتصاد مدیریت

- تفاوت استفاده از ابزارهای اقتصاد مدیریت در بخش عمومی و خصوصی

- اصول پایه ای یک مدیریت کارآمد

۲-تجزیه و تحلیل نیروهای بازار(تقاضا و عرضه)

- عوامل مؤثر بر تقاضا و عرضه

- اضافه مصرف کننده و تولید کننده

- تعادل بازار

- اثر تعیین قیمت های کف و سقف

۳- تحلیل کمی تقاضا

- مفهوم کشش

- رابطه کشش و درآمد کل

- رابطه درآمد نهایی و کشش قیمتی تقاضا

- محاسبه کشش با استفاده از توابع خطی و غیر خطی تقاضا

- تحلیل رگرسیون

۴- تصمیم گیری مصرف کننده و عوامل مؤثر بر آن

- مقایسه رقبا و مصرف کننده و تولید کننده

- تئوری های رفتار مصرف کننده

- مطلوبیت نهایی پول

- استخراج منحنی های تقاضای معمولی و جبرانی از طریق منحنی بی تفاوتی

- مثال های کاربردی از تحلیل منحنی های بی تفاوتی (نظیر انتخاب های پیش روی مصرف کننده، درآمد و فراغت)

۵- تجزیه و تحلیل تولید، هزینه های تولید و کاربردهای آنها در تصمیم گیری

- نظریه تولید

- نقش مدیر در فرایند تولید (تولید روی تابع تولید، استفاده از سطح مناسب نهاد ه ها)

- توابع تولید چند متغیره و توابع تولید خاص

- بهره وری تولید

- کشش توابع تولید

- تعادل تولید

- توابع هزینه

- تفاوت هزینه های اقتصادی و حسابداری

- مقیاس اقتصادی(Economics of scale)

- قلمرو اقتصادی(Economics of scope)

- هزینه توامان(Cost complementary)

۶- بازارها و ماهیت صنعت

- بازار رقابت کامل

- بازار انحصار کامل

- ساختار بازار

- درجه تمرکز صنعت

- اندازه گیری قدرت در بازار

- تصمیمات بهینه برای تبلیغات

- رفتار قیمت گذاری

۷- اقتصاد اطلاعات

- نااطمینانی و رفتار مصرف کننده

- نااطمینانی و رفتار بنگاه

- نااطمینانی و رفتار بازار

حراجAuctions

۸- تجارت داخلی و تجارت بین الملل

- اهمیت تجارت داخلی

- نظریه های تجارت بین الملل

- محدودیت های تجاری

- سیاست های تعدیل

۹- سیاست تجاری بین الملل

- ابزارهای سیاست تجاری

- اقتصاد سیاسی و سیاست تجاری

- سیاست تجاری در کشورهای درحال توسعه

۱۰- تهیه یک گزارش تحقیقی بوسیله هر یک از دانشجویان در مورد یکی از مباحث مطروحه در این درس

منابع

۱. تقوی، مهدی.(۱۳۷۸) ،اقتصاد مدیریت،لاهیجان : نشر نیک نگار.

۲. سالواتوره ، دومینیک ،(۱۳۷۶) اقتصاد مدیریت،تهران : موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

3. P. Tordoir,(1995),The Professional Knowledge Economy : The Management and Integration of Professional Services in Business Organizations.Springer.

4. Hiroyuki Odagir,(1981),The Theory of Growth in a Corporate Economy: Management Preferences.Research and Development.and Economic Growth (A Spectrum book) Cambridge Univ Pr.

5. Marius Leibold.Gilbert J. B. Probst.Michael

Gibbert,(2005),Strategic Management in the Knowledge Economy : New Approaches and Business Applications ,Wiley-VCH; 2Rev Ed edition.

6. Exploiting opportunity: executives trade stories on challenges of doing business in global economy.(MANAGEMENT) : An article from: Business MexicoAmerican Chamber of Commerce of Mexico A.C.(2005).

7. Thomas H. Davenport.Marius Leibold.Sven C. Voelpel,(2006),Strategic Management in the Innovation Economy : Strategic Approaches and Tools for Dynamic Innovation Capabilities Wiley-VCH.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش MBA- دروس تخصصی
عنوان درس: سرمایه گذاری مخاطره آمیز

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:
هدف از این درس آشنایی دانشجویان با صنعت سرمایه گذاری مخاطره پذیر و مراحل مختلف تأمین مالی در کسب و کارهای کوچک و متوسط نوآور است .دراین درس دانشجویان در می یابند در هرمرحله از راه اندازی کسب و کار چگونه به تأمین مالی پرداخته و چگونه ریسک هر مرحله از سرمایه گذاری را مد نظر قرار دهند .و هدف نهایی اینکه امروزه چه نهادهایی در دنیا وظیفه تأمین مالی کسب و کارهای کارآفرین را برعهده دارند .

سرفصل درس

- تعریف و مفاهیم
- نحوه تامین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط
- مبانی مدیریت سرمایه‌گذاری
- تحلیل ساختار سرمایه در شرکت
- آشنایی با صنعت سرمایه‌گذاری مخاطره پذیر
- نقش سرمایه‌گذاری مخاطره پذیر در ایجاد و توسعه کسب و کار جدید
- فرشتگان کسب و کار
- سرمایه گذار مخاطره پذیر
- صندوقهای سرمایه گذاری مخاطره پذیر
- سرمایه گذاری مخاطره پذیر شرکتی
- فرآیند سرمایه گذاری مخاطره پذیر
- استراتژیهای خروج
- تئوری‌های سرمایه گذاری مخاطره پذیر
- نقش سرمایه گذاری های مخاطره آمیز در ایجاد ارزش افزوده و تکمیل زنجیره های ارزش .
- نقش نهادها در ایجاد و ترویج سرمایه گذاری های مخاطره آمیز
- مدیریت ریسک در سرمایه‌گذاری کارآفرینی
- نقش بیمه‌ها در سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز

- قوانین حمایتی/ محدودکننده و پروژه‌های مخاطره‌آمیز
- انواع موافقت‌نامه در قرارداد سرمایه‌گذاری
- روشها و مدلهای سرمایه‌گذاری خارجی
- روشهای جذب و سازماندهی سرمایه‌های کوچک
- فرایندهای تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در کسب و کارهای کوچک و متوسط
- مدلها و روشهای ارزیابی طرح های کسب و کار پروژه‌های مخاطره آمیز
- تحلیل سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران

منابع

1. Paul Alan Gompers , 2004 , The Venture Capital Cycle, Published , MIT Press

2. Justin J. Camp, 2002 , Venture Capital Due Diligence: A Guide to Making Smart Investment Choices ، Published John Wiley and Sons.

3. Joel Cardis ,2001, Venture Capital: The Definitive Guide for Entrepreneurs , John Wiley and Sons

4. Gavin C. Reid , 1998, Venture Capital Investment: An Agency Analysis of Practice Published Routledge.

5. Joseph W. Bartlett , 1988, Venture Capital: Law, Business Strategies and Investment Planning Published Wiley.

6. Dossani, Rafiq. 1999."Accessing Venture Capital in India."Report from a conference on Access-ing Venture Capital in India, Stanford University, June 1.

7. Deloitte. 2006. "Venture Capital Goes Global: Key Findings from the 2005 Global VentureCapital Survey." Deloitte Touche Tomahtsu, London.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش MBA- دروس تخصصی

عنوان درس: مدیریت کیفیت

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف :

آشنایی دانشجویان با مفاهیم، الگوها و راهکارهای مدیریت کیفیت و بهره وری،مدل های رایج مدیریت کیفیت در جهان

سرفصل درس

- مفاهیم سیستم
- طراحی و ایجاد سیستم مدیریت بر اساس فرایند
- تحلیل و بازنگری در فرایندهای سازمانی
- اندازه گیری و مدیریت فرایندها
- کارت امتیاز متوازن
- رابطه‌ی مهندسی مجدد و مدیریت فرایند
- آشنایی با سیستم های مدیریت کیفیتIso 9001-2000
- تشریح نیازمندی‌های سیستم مدیریت کیفیت(الزامات عمومی، الزامات مربوط به مستندات، مسئولیت مدیریت، مسئولیت/ اختیار و انتقال اطلاعات، بازنگری مدیریت، مدیریت منابع، پدیدآوری محصول، اندازه‌گیری/ تحلیل و بهبود.)
- مستندات سیستم مدیریت کیفیت
- پیامدهای اجرای سیستم مدیریت کیفیت در ایران (نقاط قوت و نقاط ضعف در مرحله اجرا)
- آشنایی با مدل‌های تعالی سازمانی
- مدل EFQM

منابع

1. David L. Goetsch،Stanley B. Davis,(2002),Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production،Processing،and Services,Prentice Hall.

2. Donna C.S. Summers,(2004),Quality Management : Creating and Sustaining Organizational Effectiveness،Prentice Hall.

3. Stephen George،Arnold Weimerskirch،(1998)،Total Quality Management : Strategies and Techniques Proven at Today's Most Successful Companies ،Wiley.

4. Kenneth H. Rose،(2005)،Project Quality Management: Why،What and How J. Ross Publishing.

5. David L. Goetsch،Stanley B. Davis،(2004)،Quality Management: IntroductiontoTotalQualityManagementforProduction،Processing،anService s،Prentice Hall.





برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش MBA- دروس تخصصی

عنوان درس: بازاریابی مالی و محصول

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم بازاریابی پیشرفته و کاربرد آن در جستجوی بازار برای محصولات جدید و معرفی کسب وکار به بازارهای مالی و پیدا کردن بهترین منبع تأمین مالی کسب و کار است

سرفصل درس

- مفاهیم تأمین مالی وبازاریابی مالی
- تأمین مالی در شرکت های کوچک و متوسط و مسایل و مشکلات آن
- بازار مالی و مکانیز مهای آن
- انواع شیوه های تأمین مالی داخل کشور توسط شرکت های کوچک و متوسط
- انواع شیوه های تأمین مالی بین المللی توسط شرکت های کوچک و متوسط
- روشهای ارزیابی و انتخاب شیوه و منبع تأمین مالی توسط شرکت های کوچک و متوسط
- ارزیابی بازارهای مالی برای دادن منبع مالی
- گزارش های مالی توجیه کننده و متقاعد کننده برای هر یک از انواع شیوه های تأمین مالی
- روش های مناسب اطلاع رسانی فرصت های سرمایه گذاری به بازارهای مالی
- بازاریابی مالی در سطح جامعه
- بازاریابی مالی در بازارهای ساختار یافته
- تأثیر قوانین داخلی در انتخاب شیوه بازاریابی مالی
- تأثیر قوانین بین المللی در انتخاب شیوه بازاریابی مالی
- سیستم های مالی ملی و بین المللی
- رابطه بازاریابی مالی و استراتژی کسب وکار
- رابطه توان مالی و بازاریابی محصول
- بازاریابی محصول جدید
- محیط بازاریابی ملی
- محیط بازاریابی بین المللی
- معیارها و فنون انتخاب بازار

- یکپارچه سازی بازاریابی مالی و بازاریابی محصول با سایر وظایف سازمانی
- رابطه بازاریابی مالی و بازار یابی محصول
- تحقیقات بازار محصول جدید
- استراتژی های ورود محصول جدید به بازار
- استراتژی های بازاریابی محصول جدید
- تأثیر اندازه سازمان در فعالیت بازاریابی و انتخاب استراتژی بازاریابی
- تبلیغ برای محصول جدید
- مسائل توزیع در شرکت های کوچک و متوسط
- عوامل مؤثر در انتخاب کانال توزیع توسط شرکت های کوچک و متوسط
- نقش فرانشیز در بازاریابی مالی و محصول
- نقش فرانشیز در ایجاد کسب وکار کارآفرینانه
- روش های فرانشیز و حقوق طرفین
- ارزیابی و انتخاب فرانشیز

منابع

1. Hazel J. Johnson, 2000 Global Positioning for Financial Services Published,World Scientific.

2. Anthony D. Smith, 1992، International Financial Markets: The Performance of Britain and Its Rivals Published Cambridge University Press.

3. Roy Stephenson, 2005, Marketing Planning For Financial Services،Published Gower Publishing, Ltd.

4. Hazel J. Johnson, 1999، Global Financial Institutions and Markets، Published, Blackwell Publishing.

5. Merlin Stone, Neil Woodcock, Liz Machtynger،2000, Customer Relationship Marketing: Get to Know Your Customers and Win Their Published, Kogan Page.

6. Evelyn Ehrlich, L.A. Fanelli June 15, 2006، The Financial Services Marketing Handbook، Publisher: Jaico Publishing House.

7. Hooman Estelami, 2006،Marketing Financial Services ،Publisher:

Dog Ear Publishing, LLC .

8. Don Bathie, Danny Moss, 1997,Financial Marketing: Developing Strategies for Success , Published , Taylor & Francis Group.





برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش بین الملل - درس تخصصی

عنوان درس: فرصت‌های کارآفرینی بین الملل

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و فنون تشخیص فرصت‌های کسب و کار و کسب مهارتهای تحلیل و تدوین گزارش شناخت فرصتهای کسب و کار است.

سرفصل درس

- مفاهیم فرصت
- فرصت‌های کارآفرینی
- اهمیت تشخیص فرصت های کارآفرینی بین الملل
- تشخیص فرصت در فرایند کارآفرینی بین الملل
- فرایند ها و روش های تشخیص فرصت
- روندها و متغیرهای کلیدی برای ردیابی فرصت‌های بین الملل
- عوامل مهم موثر در تشخیص فرصت های بین الملل توسط کارآفرین
- مدلهای ارزشیابی و رتبه‌بندی فرصت‌ها
- ایجاد قابلیت‌های تشخیص فرصت های کارآفرینی بین الملل در سازمان ها
- فرایند تحقیق در جستجوی فرصتها/ روش شناسی
- رفتارهای تشخیص فرصت در شرکت های موفق
- تحلیل زنجیره ارزش در تشخیص فرصت
- تحلیل تطبیقی تشخیص فرصت‌ها
- نقش فرهنگ در تشخیص فرصتهای کارآفرینی بین الملل
- قابلیت های لازم برای تشخیص و بهره برداری از فرصت های کارآفرینی بین الملل
- چرخه حیات فرصت‌ها

- نقش اتحادیه/ شبکه‌ها در تشخیص وبهره برداری
- روند های کلان بین المللی
- سیاست خارجی و فرصت های کارآفرینی
- جهانی‌سازی ، بلوک بندی ها و فرصت های کارآفرینی
- فرصت ها و قوانین بین المللی
- فرصتها و حقوق بشر
- چارچوب تدوین گزارش تشخیص فرصت کسب و کار بین المللی

منابع

1. John E. Butler,(2004),Opportunity Identification and Entrepreneurial Behavior (Research in Entrepreneurship and Management) (Research in Entrepreneurship and Management) ،Information Age Publishing،Inc.

2. Richard P.،II GreenJames J. Carroll,(2000),Investigating Entrepreneurial Opportunities : A Practical Guide for Due Diligence (Entrepreneurship & the Management of Growing Enterprises) ،SAGE Publications.

3. Richard Y. Chang,(1994),Mastering Change Management: A Practical Guide for Turning Obstacles into Opportunities (Management Skills Series) Jossey-Bass.

4. Charles W. L. Hill (Author) ،January 2007،International Business: Competing in the Global Marketplace ،Publisher: Irwin/McGraw-Hill; 6th edition.

5. Charles W.L. Hill (Author) ،March 1, 2008،International Business،Publisher: McGraw Hill Higher Education.

6. Robert C. Feenstra (Author) ،December 2, 2003،Advanced International Trade: Theory and Evidence،Publisher: Princeton University Press.

7. Ralph H. Folsom (Author), Michael W. Gordon (Author), John A. Spanogle (Author) ،April 2000،International Trade and Investment in a Nutshell (In a Nutshell) ،Publisher: West Publishing Company; 2 edition.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش بین الملل - درس تخصصی

عنوان درس: ارتباطات بین الملل و کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با روشها مدلها و مکانیزم های ارتباطات بین الملل و کاربرد آنها در کارآفرینی بین الملل و کسب مهارت برنامه ریزی ارتباطات بین الملل و کاربرد آن در ایجاد کسب و کار بر مبنای بازار بین الملل ورود کسب و کار کارآفرینانه به بازار بین الملل است.

سرفصل درس:

- ارتباطات در کسب و کار
- مروری بر ارتباطات جهانی
- نقش فرهنگ ملی و جهانی در کسب و کار
- عوامل سیاسی موثر در ارتباطات جهانی
- روندهای جاری در سیستم های بین المللی ارتباطات، نقش شبکه ها در کارآفرینی ، فنآوری و ارتباطات جهانی در دنیای دیجیتال
- جهانی سازی به عنوان یک تئوری فرهنگی و واقعیت سیاسی
- محصولات کارآفرینانه فرهنگی تعاملی
- سیستم های رسانه ای در کشورهای مختلف
- استراتژی های ارتباطات و نوآوری و کارآفرینی
- ارتباطات و جهانی سازی فرهنگی
- تاریخچه ارتباطات بین المللی ،خدمات ارتباطی الکترونیک

- نگرشی به تئوری های ارتباطات بین المللی
- ایجاد زیر ساختار ارتباطات جهانی و الزامات سازمانی آن
- کاربرد ارتباطات در توسعه شبکه سازی ، ادغام
- کارآفرینی از طریق وسایل ارتباطی جهانی
- نقش رسانه ها در کارآفرینی بین الملل
- کارآفرینی در رسانه ها
- مواجهه با ابهام و فزونی اطلاعات در ارتباطات بین الملل کسب و کار
- ایجاد مزیت رقابتی از طریق ارتباطات

منابع

1. Daya Kishan Thussu,2006,International Communication: Continuity and Change (A Hodder Arnold Publication) A Hodder ArnoldPublication.
2. Ali Mohammadi,1997,International Communication and Globalization: A Critical Introduction (Hardcover) Sage Publications.
3. Victor,1997,International Business Communication , Prentice Hall.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش: بین الملل - درس تخصصی

عنوان درس: مدیریت بین فرهنگی و بین المللی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی با مبانی علمی و تئوریک جهت مدیریت ارتباطات جهانی موثر و بررسی نقش هم افزایی فرهنگی مدیریت در محیط کسب و کار بین الملل با تاکید بر نقش ارتباطات همچنین بررسی نقش قوانین و مقررات بین المللی و تاثیر آن بر کسب و کار بین المللی

سرفصل درس:

بخش اول: مفاهیم و مبانی

- محیط کسب و کار بین المللی
- جنبه های کسب و کار بین المللی
- شرکت های بین المللی و دولتها (مباحث کنترل و مسئو لیت های اجتماعی)

بخش دوم: مفاهیم اساسی در مدیریت بین فرهنگی و بین الملل

- جنبه های استراتژیک کسب و کار در شرکت های بین المللی (چند ملیتی)
- طراحی و ساختار سازمانی شرکت های (چند ملیتی)
- سیاست گذاری و کنترل در شرکت های (چند ملیتی)
- تصمیم گیری و روابط در شرکت های (چند ملیتی)
- برنامه ریزی بلند مدت و نظارت محیطی در شرکت های (چند ملیتی)

بخش سوم: جنبه های وظیفه ای (functional)عملیات کسب و کاربین المللی

- مدیریت منابع انسانی و روابط کار در شرکت های (چند ملیتی)
- سازماندهی و مدیریت کسب و کار بین المللی

- محصولات بین المللی ومدیریت پشتیبانی آن
- ارزیابی بازارهای بین المللی و بازاریابی صادرات
- مدیریت آمیخته بازاریابی در عرصه بین المللی
- مدیریت مالی در کسب و کار بین المللی

بخش چهارم- مدیریت کسب وکار بین المللی

- مدیریت استراتژیک بین المللی
- استراتژیهایی برای آنالیز و ورود به بازار های خارجی
- پیامدهای استراتژیهای بین المللی
- طراحی سازمان برای کسب و کار بین المللی
- کنترل کسب و کار بین المللی
- مدیریت عملیات کسب و کار بین المللی
- بازاریابی بین المللی
- مدیریت عملیات های بین المللی
- مدیریت مالی بین المللی
- حسابداری و مالیات بین المللی

منابع

1. Carlos Conejo,(2005),4 Steps to multicultural management : An article from: Credit Union Management ،Credit Union Executives Society .

2. Elashmawi. Farid ,(2001),Competing Globally،Mastering Multicultural Management and Negotiation (Managing Cultural Differences) ،Butterworth-Heinemann.

3. Elashmawi . Farid،Harris . Philip R ,(1993),Multicultural Management: New Skills for Global Success (Managing Cultural

Differences) .Gulf Publishing Company.

4. Elashmawi. Farid .Harris. ,(1998), Multicultural Management 2000: Essential Cultural Insights for Global Business Success (Managing Cultural Differences Series),Butterworth-Heinemann; Revised edition .

5. Maruyama . Magoroh ,(1994),Mindscapes in Management: Use of Individual Differences in Multicultural Management .Dartmouth Publishing Group .

6. L-R. L. Cheng,(1994),Management of Communication Disorders in Multicultural ,Mosby-Year Book.

7. Helen Deresky, 2007, International Management: Managing Across Borders and Cultures, Prentice Hall.

8. Richard M Hodgetts, FredLuthans,JonathanDoh,2005,International Management: Culture, Strategy and Behavior w/ OLC card MP (Hardcover). McGraw-Hill/Irwin.





برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش بین الملل - درس تخصصی
عنوان درس: کارآفرینی در بازارجهانی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش نیاز: ندارد

هدف:

- تشخیص جنبه های مختلف و اهمیت کار آفرینی در بازارهای جهانی و راههای مختلف ورود به بازارهای جهانی و چگونگی تفاوت آن با دیگر حوزه های کسب و کار بین المللی
- آشنایی با مباحث و موانع کارآفرینی بین المللی
- فهم‌مزایا و معایب صادرات واردات و فرانشیز بین‌المللی و سرمایه‌گذاری مشترک وسرمایه-گذاری مستقیم

سرفصل درس

- تعاریف و مفاهیم کارآفرینی بین الملل
- آشنایی با مدل های تحلیل کارآفرینی بین الملل
- مقدمه ای بر بازاریابی جهانی
- فرایندهای ورود به بازار جهانی
- تحلیل استراتژیک ورود به بازارجهانی
- نقش شایستگی های اساسی در ورود به بازار جهانی
- استراتژی های کارآفرینی بین الملل
- یادگیری در کارآفرینی بین الملل
- نقش شبکه های اجتماعی در کارآفرینی بین الملل
- کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی بین الملل
- تحلیل محیط کارآفرینی بین الملل
- محیط های اقتصادی در بازارهای جهانی
- محیط های اجتماعی و فرهنگی در بازارهای جهانی
- شناخت بازارها و خریداران جهانی
- پروژه آنالیز رقبا/کسب وکار جدید شامل یادگیری عناصر اساسی در استفاده از فرصت
- مدل های تئوریکی کارآفرینی بین الملل
- تفاوت های ملی در کارآفرینی از نظر فرهنگ

- فعالیت های بین الملل سازی
- موانع کارآفرینی بین الملل
- تحقیقات کارآفرینی بین الملل
- کانال های توزیع فیزیکی در بازارهای جهانی
- تصمیم گیری در مورد تبلیغ محصولات در بازارهای جهانی
- آینده بازاریابی جهانی



منابع

۱. بازاریابی جهانی/نوشته ریچارد سندهازن؛ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، هاشم نیکومرام تهران ،امیر کبیر ،۱۳۸۳.

۲. مدیریت بازاریابی جهانی ،وارن جی کیگان ،ترجمه و تلخیص دکتر عبدالحمید ابراهیمی ،تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی،۱۳۸۰

3. Hans Birger Thorelli,(1990),Entrepreneurship in international marketing: A continuing research challenge (Discussion paper) (Unknown Binding). Indiana Center for Global Business.School of Business.Indiana University .

4. Hans Kasper.Piet van Helsdingen.Wouter de Vries ,(1999),Services Marketing Management: An International Perspective.John Wiley & Sons .

5. Amiya K. Chakravarty.Jehoshua Eliashberg,(2005),Managing Business Interfaces : Marketing and Engineering Issues in the Supply Chain and Internet Domains (International Series in Quantitative Marketing) .Springer.

6. Robert T. Moran.David O. Braaten Ph.D..D.B.A..John Walsh,(1994),International Business Case Study (Managing Cultural Differences).Gulf Professional Publishing.



برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش بین الملل - درس تخصصی
عنوان درس: تجارت و بازاریابی بین الملل

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:
آشنایی دانشجویان با مفاهیم تجارت و بازاریابی بین الملل و شناخت محیط تصمیم گیری بازاریابی بین الملل و کسب مهارت تحلیل و برنامه ریزی در محیط بین الملل.

سرفصل درس:

- محیط بازاریابی بین الملل
- محیط اقتصادی
- محیط فرهنگی
- محیط سیاسی- حقوقی
- راهبردهای ورود به بازارهای خارجی
- تحقیقات بازاریابی بین المللی
- سازماندهی در بازاریابی بین المللی
- راهبرد محصول در بازاریابی بین المللی
- قیمت گذاری در بازارهای بین المللی
- راهبرد ارتباطات و تبلیغات در بازاریابی بین المللی
- توزیع در بازارهای بین المللی
- کاربرد فناوری اطلاعات در بازاریابی بین المللی
- ساختار اقتصاد بین الملل
- نهادهای اقتصاد بین الملل
- متغیرهای مهم تحلیل اقتصاد بین الملل
- بلوک بندی های تجاری و اقتصادی

- چرا کشور ها تجارت می کنند؟
- تئوری تجارت مدرن
- سیاستهای تجارت
- اقتصاد سیاسی
- مزیت رقابتی و تفاوت های فنی
- مزیت های نسبی و فاکتور های تولید
- ایستایی نسبی و فاکتورهای انتقال بین کشور ها
- خط مشی تجاری و تعرفه های بهینه
- معیار های اقتصادی و رقابت انحصاری چند جانبه و تجارت بین الملل
- سیاست صنایع و تجارت بین المللی
- تاریخچه جهانی سازی
- کارکرد های سازمان تجارت جهانی
- بلوک بندی های تجاری
- حوزه های ملی متاثر از جهانی سازی
- سرمایه گذاری مشترک بلند مدت
- سرمایه گذاری مشترک کوتاه مدت
- سرمایه گذاری خارجی
- تعادل اجبار ی
- تجارت و دستمزد ها
- انسجام محلی (منطقه ای)
- سیاست های تجاری و رشد
- تجارت و کشور های در حال توسعه

منابع

1. Joseph K. T Bii ,(1991),International marketing: Study of Indo-Kenyan trade ties (Unknown Binding).Kanishka Pub. House .

2. Jeffrey E. Curry,(1998),A Short Course in International Marketing: Approaching and Penetrating the Global Marketplace (Short Course in International Trade) ,World Trade Press.

3. Rakesh Mohan Joshi,(2005),International Marketing : includes a CD-ROM: Select Forms of International Trade Transactions ,Oxford University Press.USA; Bk&CD-Rom edition.

4. Jennifer Barr Kruger.Gary Pageau,(2005),Business sense: PMA 2006.Official Business Session speakers provide sound business advice sprinkled with humor.(PMA International Convention and Trade Show) : An article from: Photo Marketing.Photo Marketing.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش: بخش عمومی - درس تخصصی

عنوان درس: کارآفرینی دانشگاهی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف درس:

-آشنایی دانشجویان با مفاهیم کارآفرینی دانشگاهی،دانشگاه کارآفرین و انتقال دانش تولید شده در دانشگاه‌ها به سازمانها و شرکتها.

-کسب مهارت برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی دانشگاهی، به منظور حل مسایل علمی صنعت،دولت و جامعه در دانشگاه و انتقال نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار و تجاری کردن آن.

سرفصل درس:

- مفهوم کارآفرینی دانشگاهی
- انتقال مسایل و مشکلات صنعت،دولت و جامعه به دانشگاه
- نقش ارتباط دانشگاه و صنعت در انتقال مسایل به دانشگاه
- سازماندهی پایان‌نامه‌ها و تحقیقات اعضای هیأت علمی در جهت حل مسایل و مشکلات صنعت،دولت و جامعه
- استفاده از تحقیقات به منظور آموزش دانشجویان و ایجاد قابلیت کار بین رشته‌ای در دانشجویان
- تجاری کردن نتایج تحقیقات دانشگاهی و پایان‌نامه‌های دانشجویی
- ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین
- فرایند کارآفرینی دانشگاهی
- ساختار دانشگاه کارآفرین
- ساختار لازم برای انتقال نوآوری‌های دانشگاهی به بازار
- موانع و مشکلات کاربردی کردن نتایج تحقیقات دانشگاهی
- پارک علم و فناوری و نقش آن در تجاری کردن نتایج تحقیقات دانشگاه
- پویایی نوآوری دانشگاهی
- تجربهٔ MIT به عنوان دانشگاه کارآفرین

- سایر تجربیات موفق در انتقال نتایج تحقیقات دانشگاهی به صنعت
- اهمیت کارآفرینی دانشگاهی در توسعه کشور و محل
- ارزیابی کارآفرینی دانشگاهی
- قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموختگان
- مطالعات ردیابی و صنعت و اشتغال دانش‌آموختگان
سیاست‌گذاری ملی برای توسعهٔ کارآفرینی دانشگاهی

منابع

1. Barrow,Clyde,2000."The New Economy and Restructuring Higher Education," Thought and Action.

2. Barrow,1990,Clyde W.,Universities and the Capitalist State: Corporate Liberalism and the Reconstruction of American Higher Education,1894-1928,Madison: The University of Wisconsin Press.,

3. Bergson,2000,Lisa,"Why Academia and Business Don't Always Mix," BusinessWeek Online.

4. Bok,Derek,2003,Universities in the Marketplace: The Commercialization of Higher Education,NJ: Princeton University Press.

5. Engel,Michael,2000,The Struggle for the Control of Public Education: Market Ideology vs. Democratic Values,Philadelphia: Temple University Press.

6. Levine,Arthur2000,"The Soul of a New University," New York Times.

7. ,Martin,Randy ed.,Chalk Lines: The Politics of Work in the Managed University,Durham: Duke University Press.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش بخش عمومی - درس تخصصی

عنوان درس: سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنا شدن دانشجویان با سیاست‌های مختلف دولت برای توسعه کارآفرینی و کسب مهارت در تدوین و تحلیل این سیاستها است.

سرفصل درس:

- پیشینه،مفاهیم و تعاریف و زمینه پیدایش کارآفرینی
- نظریه مزیت رقابتی ملت ها و نقش آن در توسعه منطقه ای (پورتر)
- مفاهیم و ابعاد اساسی تفکر سیاست گذاری در مقابل تفکر اجرایی
- تدوین برنامه استراتژیک توسعه کارآفرینی (S.E.D.P)
- ارتباط مفاهیم سیاست گذاری با مفاهیم محیط صنعتی و درون سازمانی
- دلایل نیاز به توسعه کارآفرینی
- سیر تحول و تکامل مفاهیم
- عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی
- آسیب‌شناسی توسعه کارآفرینی
- ساختار اقتصادی و کارآفرینی
- ساختار سیاسی و کارآفرینی
- ساختار اجتماعی و کارآفرینی
- فرهنگ و کارآفرینی
- قوانین و کارآفرینی
- شفافیت و حسابداری حکومت و کارآفرینی
- آزادی اجتماعی و کارآفرینی
- سطح آموزش عمومی و کارآفرینی
- مالکیت و کارآفرینی

- روابط خارجی و کارآفرینی
- محیط سیاسی کسب و کار
- گروههای ذینفع و سازمان آنها
- سازمانهای داوطلب و توسعهٔ کارآفرینی
- سازمانهای قانونگذاری و نظارت
- رانت‌های رابطه با قدرت سیاسی
- سیاست تجارت بین‌الملل کشور
- تغییرات اجتماعی،اقتصادی و سیاسی در کشور
- محیط قانونگذاری
- نقش قوانین در استراتژی‌های کسب وکار
- حقوق معنوی،وضعیت آن در کشور و نقش آن در کسب و کار
- راههای تبدیل تهدیدها و فرصت‌ها در محیط کلان
- روابط کسب و کار با جامعه
- محیط زیست و کسب وکار
- تأثیر تعامل محیط ملی و بین‌المللی بر کسب وکار
- نقش فرهنگ ملی در نتایج کسب و کار
- نقش دولت در توسعه کارآفرینی
- رویکردهای شهروندی و توسعه کارآفرینی
- اقتصاد توسعه کارآفرینی
- سیاست‌های اقتصادی کارآفرینی
- سیاست‌های مالیاتی دولت برای توسعه کارآفرینی
- سیاست‌های اداری – استخدامی و توسعه کارآفرینی
- سیاست‌های حمایتی و ارشادی دولت برای توسعه کارآفرینی
- نقش سیاست‌های صادرات و واردات در توسعه کارآفرینی
- سیاست‌ها و استراتژی‌های صنعت و توسعه کارآفرینی
- ظرفیت‌سازی: تأمین و تجهیز منابع مالی جامعه به منظور توسعه کارآفرینی
- همکاری دولت و بخش خصوصی در توسعه کارآفرینی
- انتخاب چند کشور موفق آسیایی (هندوستان،ژاپن،کره‌جنوبی،مالزی،سنگاپور) و چند کشور موفق غیر آسیایی (آمریکا،انگلستان،اتریش،آلمان،کانادا،استرالیا و فرانسه) و بررسی تطبیقی سیاست‌گذاری

توسعه کارآفرینی در آن کشورها.

- سیاستها و خط‌مشی‌های حکومت در قبال کارآفرینان در کشورها
- انواع حمایتهای قانونی،مالیاتی،مالی،گمرکی و غیره از کارآفرینان در کشورها
- انواع سازمان‌های حمایت کننده از کارآفرینان در کشورها
- مؤسسات تأمین مالی کسب و کارهای کارآفرینانه در کشورها
- سیاست‌گذاری ترویج فرهنگ و نگرش کارآفرینی
- کوچک‌سازی دولت و توسعهٔ کارآفرینی/ رفع انحصار و توسعهٔ کارآفرینی
- مشارکت اجتماعی و توسعهٔ کارآفرینی
- امنیت اجتماعی – اقتصادی و توسعهٔ کارآفرینی
- مطالعات تطبیقی در سیاست‌گذاری توسعهٔ کارآفرینی
- برنامه‌ریزی و نظارت کارآفرینانه
- کارآفرینی در اجرای برنامه‌های توسعه
- نهادینه کردن کارآفرینی در جامعه



منابع

1. Anders Lundstrom,Lois Stevenson,Anders Lundtrom,2006,Entrepreneurship Policy: Theory And Practice , Springer Verlag
2. Constanza R. 1991. "The Ecological Economics of Sustainability: Investing in Natural Capital".Environmentally SustainableEconomic Development:
3. Lea Pulkkinen, Avshalom Caspi , 2002 , Paths to Successful Development: Personality in the Life Course , Cambridge University Press .
4. Fabrizio Coricelli, Massimo Di Matteo, Frank Hahn, 1998, New Theories in Growth and Development ,Palgrave Macmillan .
5. Harvey Leibenstein,1978, (General X-Efficiency Theory and Economic Development (Economic Development Series) (Paperback)by Author)
6. Teivo Teivainen, Immanuel Wallerstein Enter Economism, 2000,Policy and the Political Experts, Economic ,Zed Books.
7. Charlie Karlsson,2008, Entrepreneurship And Dynamics in the KNowledge Economy , Routledge.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش بخش عمومی - درس تخصصی

عنوان درس: طرح‌ریزی کارآفرینانه توسعهٔ ملی، منطقه‌ای و محلی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با روشها و مدلهای برنامه‌ریزی توسعه و کسب مهارت ارزیابی امکان-سنجی و تهیهٔ طرح‌های اجرایی توسعهٔ محلی،منطقه‌ای و محلی است.

سرفصل درس:

-مفاهیم و تعاریف برنامه‌ریزی محلی/ منطقه‌ای/ ملی

-سیر تحول برنامه‌ریزی محلی/ منطقه‌ای/ ملی

-برنامه‌ریزی اقتصادی و نظریه‌های مهم آن

-استراتژی توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-ارتباط بین استراتژی‌های توسعه و پروژه‌های اجرایی

-مدلهای برنامه‌ریزی یکپارچهٔ توسعهٔ محلی

-جستجو و ایجاد ایده‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-فنون امکان‌سنجی اقتصادی پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-امکان‌سنجی فنی پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-امکان‌سنجی مالی پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-ارزیابی قابلیت‌های اجرای پروژه‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-فنون غربال کردن پروژه‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-اولویت‌بندی پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-تجزیه و تقسیم استراتژی و برنامه‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی بین عاملان اجرا

-تجزیه و تقسیم فعالیت‌های اجرای پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی بین عاملان اجرا

-طراحی مکانیزمهای هماهنگی فعالیت‌های دستگاههای دولتی و غیردولتی در اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-طراحی و تعریف معیارها و روش ارزیابی نتایج اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-تحلیل SWOT اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-برنامه‌ریزی توانمندسازی دستگاهها و عاملان اجرای پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-برنامه‌ریزی تأمین منابع اجرای پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-جنبه‌های قانونی فرایند برنامه‌ریزی

-ملاحظات رقابتی و جهانی‌شدن در برنامه‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-مکان‌یابی و تخصیص فضا در برنامه‌ریزی پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-طراحی ساختار اجرای پروژه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-ملاحظات کوچک‌سازی دولت،مقررات‌زدایی و آزادسازی اقتصادی در برنامه‌های توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-توسعهٔ کاربرد فناوری اطلاعات و دولت الکترونیکی در برنامه‌های ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-ملاحظات اجتماعی و اخلاقی در برنامه‌ریزی توسعهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-برنامه‌ریزی تطبیقی در توسعه ملی/ منطقه‌ای/ محلی

-چارچوب تدوین طرح/ پروژهٔ ملی/ منطقه‌ای/ محلی

منابع

1. Michael Fritsch (Editor), Jürgen Schmude ,2005,Entrepreneurship in the Region (International Studies in Entrepreneurship) ,Springer.
2. Walzer Norman ,2007,Entrepreneurship and Local Economic Development ,Lexington Books .
3. Csaba Csaki, C. De Haan ,2003,Reaching the Rural Poor: A Renewed Strategy for Rural Development, world Bank .
4. Chris Penrose-buckley Producer Organisations, A Guide to Developing Collective Rural Enterprises, Oxfam Pubns
5. Sarah Whatmore , Philip Lowe , Terry Marsden , 1995,Rural Enterprise: Shifting Perspectives on Small-Scale Production (Critical Perspectives on Rural Change, John Wiley & Sons Ltd .
6. David Butler ,2006, Enterprise Planning and Development: small business and enterprise start-up survival and growth ,Butterworth-Heinemann.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش بخش عمومی - درس تخصصی

عنوان درس: کارآفرینی اجتماعی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف درس:

فرهنگ اجتماع یکی از مهمترین زمینه‌های موثر بر رشد و توسعه کارآفرینی در جامعه می‌باشد. هدف اصلی این درس بررسی رابطه بین فرهنگ جامعه بر کارآفرینی افراد و سازمانها است.

- آشنا نمودن دانشجویان با مفاهیم،تعاریف و الگوهای کارآفرینی
- طراحی و شروع موفقیت‌آمیز رسالت (مأموریت) محور برای خطرپذیران غیرانتفاعی
- فراهم آوردن زمینه‌ای برای انتقال جنبه‌های نظری کارآفرینی اجتماعی به صحنه عمل

سرفصل درس

- مفاهیم و تعاریف
- ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی
- مسائل بین‌المللی کارآفرینان اجتماعی
- مزیت سازمانهای داوطلب در کارآفرینی اجتماعی
- کارآفرینی و توسعه محلی
- ماهیت کارآفرینی اجتماعی
- اشکال کارآفرینی اجتماعی (مجازی،جهانی،چند قومی،نوظهور و...)
- ایجاد سازمان‌ها با انگیزه‌های جامعه- مدار (Society- Driven)
- توسعه فرایندهای کارآفرینانه در موقعیت‌های غیرمنتظره و نامتعارف
- فرایندهای تغییر بر مبنای کارآفرینی در جوامع
- الزامات سیاسی کارآفرینی در جامعه (Political and Policy- Implication,...)
- مطالعات تجربی کارآفرینی در تحرکات جامعه و اجتماعات
- تحلیل‌های مقایسه‌ای از اشکال اقتصادی،اجتماعی یا شهروندی کارآفرینی
- الزامات کارآفرینی اجتماعی برای وضعیت موجود کارآفرینی علمی (Academic)

- مطالعات تجربی و نظری کارآفرینی اجتماعی یا نوع دوستی خطر پذیرانه
- ارزیابی انتقادی از کارآفرینی به عنوان یک نماد سرمایه‌داری/ اقتصادگرایی
- راه‌کارهای کارآفرینی- محور برای تغییر خطرپذیری عمومی،فرهنگی،اجتماعی و شهروندی
- روندهای تاریخی تفکر کارآفرینانه و عمل در حوزه جهانی
- ارزیابی کلی از اعمال و تجربه‌های کارآفرینانه در رابطه با ارزشها و مسائل مردمگرا (دموکراتیک)
- سرمایه اجتماعی: تعاریف،نظریه‌ها،الگوها و ...
- سرمایه‌گذاری اجتماعی و بازگشت آن
- کارآفرینی اجتماعی: تعاریف،مفاهیم،نظریه‌ها،الگوها و ...
- کارآفرینی اجتماعی و توسعه پایدار
- نوآوری اجتماعی: نظریه‌ها
- کارآفرینی اجتماعی: خدمات اجتماعی،مسئولیت اجتماعی و ...
- نوع دوستی و کارآفرینی اجتماعی
- کارآفرینی اجتماعی: تحمل تغییرات اجتماعی بین‌المللی
- تحلیل ابعاد فرهنگ اجتماعی و کارآفرینی
- عوامل پیش برنده و بازدارنده فرهنگ کارآفرینی
- استراتژی‌های مشارکت اجتماعی و توسعهٔ کارآفرینی
- مدلهای ارزیابی کارآفرینی اجتماعی
- مدیریت اثربخشی تغییرات اجتماعی در جهت توسعهٔ کارآفرینی
- فناوری اطلاعات و کارآفرینی اجتماعی
- جهانی‌سازی و کارآفرینی اجتماعی
- نقش کارآفرینی اجتماعی در امنیت ملی کشورها
- نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعهٔ پایدار



منابع

1- David Bornstein ,2007,How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas, Updated Edition , Oxford University Press.
2- Alex Nicholls,2003,Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change ,Oxford University Press.

3- Johanna Mair, Jeffrey Robinson,2006,Social Entrepreneurship , Palgrave Macmillan .

4- 19-Francesco Perrin,2006, The New Social Entrepreneurship: What Awaits Social Entrepreneurship Ventures? Edward Elgar Publishing .

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش: بخش عمومی - درس تخصصی

عنوان درس: آموزش و ترویج کارآفرینی

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از ارایه این درس آشناسازی دانشجویان با مبانی آموزش و ترویج کارآفرینی در ارتباط با توسعه کمی و کیفی کسب و کارهای خدماتی و کسب مهارتها و صلاحیت‌های حرفه‌ای در راستای آموزش و ترویج کارآفرینی می‌باشد.

سرفصل درس

- اهمیت آموزش و ترویج کارآفرینی در توسعه ملی
- جایگاه آموزش و ترویج در توسعه کارآفرینی
- مبانی، اصول، اهداف، رهیافت‌ها و نظام‌های ترویج و آموزش کارآفرینی
- رهیافت‌های ترویج و آموزش کارآفرینی
- آموزش عالی آموزش و ترویج کارآفرینی
- صلاحیت‌های حرفه‌ای آموزش و ترویج کارآفرینی
- آسیب‌شناسی کارآفرینی دربخش آموزش و ترویج
- بازدید و تهیه گزارش از مراکز فعال در زمینه ترویج و آموزش کارآفرینی
- بازدید از مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها
- تدوین برنامه درسی و آموزشی در آموزش کارآفرینی
- طراحی یک برنامه ترویج کارآفرینی برپایه روش یا روش‌های برگزیده
- آشنایی با تکنولوژی ورسانه های آموزشی و تهیه مواد آموزش
- دعوت از مروجان موفق در حوزه کارآفرینی
- تسهیلگری کسب و کارها و کارآفرینی اجتماعی

منابع

1. Rivera,W. (2001) Agricultural and rural extension worldwide: Options for institutional reform in the developing countries. FAO.

2. Kent.C.A.1990. Entrepreneurship Education. New York: Quorum Books.

3. Marilyn L. Kourilsky, William B. Walstad, Andrew Thomas,2007,The Entrepreneur in Youth: An Untapped Resource for Economic Growth, Social Entrepreneurship, and Education (New Horizons in Entrepreneurship) Edward Elgar Pub

4. Calvin A. Kent,1990,Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions (Hardcover) by, Quorum Books

5. Gary Libecap,1990,Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth: The Education and Quality of the American Labor Force Vol 5 (Advances in the ... Innovation and Economic Growth), Elsevier Limited

6. Alain Fayolle, Heinz Klandt,2006,International Entrepreneurship Education: Issues And Newness (Hardcover), Edward Elgar Publishing

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش آموزش عالی - درس تخصصی

عنوان درس: کارآفرینی دانشگاهی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف درس:

-آشنایی دانشجویان با مفاهیم کارآفرینی دانشگاهی،دانشگاه کارآفرین و انتقال دانش تولید شده در دانشگاه‌ها به سازمانها و شرکتها.

کسب مهارت برنامه‌ریزی آموزشی - پژوهشی به منظور حل مسایل علمی صنعت،دولت و جامعه در دانشگاه و انتقال نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار و تجاری کردن آن.

سرفصل درس:

- مفهوم کارآفرینی دانشگاهی
- آشنایی با وضعیت تحقیقات و کاربرد آنها در کشور
- انتقال مسایل و مشکلات صنعت،دولت و جامعه به دانشگاه
- نقش ارتباط دانشگاه و صنعت در انتقال مسایل به دانشگاه
- سازماندهی پایان‌نامه‌ها و تحقیقات اعضای هیأت علمی در جهت حل مسایل و مشکلات صنعت،دولت و جامعه
- استفاده از تحقیقات به منظور آموزش دانشجویان و ایجاد قابلیت کار بین رشته‌ای در دانشجویان
- تجاری کردن نتایج تحقیقات دانشگاهی و پایان‌نامه‌های دانشجویی
- ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین
- فرایند کارآفرینی دانشگاهی
- کارآفرینی اعضای هیأت علمی و کارکنان دانشگاه
- ساختار لازم برای انتقال نوآوری‌های دانشگاهی به بازار
- موانع و مشکلات کاربردی کردن نتایج تحقیقات دانشگاهی
- پارک علم و فناوری و نقش آن در تجاری کردن نتایج تحقیقات دانشگاهی
- ساختار پارک‌های علم و فناوری
- پویایی نوآوری دانشگاهی

- تجربهٔ MIT به عنوان دانشگاه کارآفرین
- سایر تجربیات موفق در انتقال نتایج تحقیقات دانشگاهی به صنعت
- اهمیت کارآفرینی دانشگاهی در ایران
- ارزیابی کارآفرینی دانشگاهی
- قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموختگان
- مطالعات ردیابی و صنعت و اشتغال دانش‌آموختگان
سیاست‌گذاری ملی برای توسعهٔ کارآفرینی دانشگاهی

منابع

1.Aronowitz،Stanley،2000،The Knowledge Factory: Dismantling the Corporate University and Creating True Higher Learning،Boston: Beacon Press.

2.Barrow،Clyde،2000 "The New Economy and Restructuring Higher Education," Thought and Action،Vol. XVI،Number 2،Fall.

3.Barrow،Clyde W.، 1990،Universities and the Capitalist State: Corporate Liberalism and the Reconstruction of American Higher Education،1894-1928،Madison: The University of Wisconsin Press.

4.Bergson،Lisa،2000 "Why Academia and Business Don't Always Mix," BusinessWeek Online،30 June.

5.Bok،Derek،2003،Universities in the Marketplace: The Commercialization of Higher Education،NJ: Princeton University Press.

6.Bromell،Nick،2002 "Summa Cum Avaritia: Plucking a Profit From the Groves of Academe," Harper's Magazine،February.

7.Engel،Michael،،2000،The Struggle for the Control of Public Education: Market Ideology vs. Democratic Values،Philadelphia: Temple University Press.

8.Levine،Arthur،2000 "The Soul of a New University," New York Times،13 March .

9- Martin.Randy ed.. 1998.Chalk Lines: The Politics of Work in the Managed University.Durham: Duke University Press.

10- Newfield.Christopher.2003.Ivy and Industry: Business and the Making of the American University.1880-1980.Durham: Duke University Press.

11. 1999،New York Times.“Investors See Room for Profit In the Demand for Education,” 4 November.

12.Oblinger.Diana G. and Anne-Lee Verville،1998.What Business Wants From Higher Education.Phoenix: The Oryx Press.

13.Rhoades.Gary.1998.Managed Professionals.Albany: State University of New York Press.

14.Shaw.George C. 2000.“Debunking the Myth of Academe,” Thought and Action Vol. XVI.Number 2.Fall.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش آموزش عالی - دروس تخصصی
بازاریابی و تجاری سازی دانش و فناوری

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان باروش های نیاز سنجی بازار بـه دانـش و فنـاوری و همچنـین فنـون شناسـایی مشتریان احتمالی دانش و فناوری موجود و کسب مهارت های انجام تحقیقات بازار برای عرضه دانش و فناوری.

سرفصل درس

- مفهوم دانش ، فناوری ، نوآوری
- فرایند تجاری سازی دانش و فناوری
- ابعاد تجاری سازی وتمایز بین اختراع، تحقیق پایه،تحقیق کاربردی
- فرایند انتشار فناوری و نوآوری
- شیوه های تجاری سازی فناوری های نو
- نقش کارآفرینان درفرایند تجاری سازی
- انتقال فناوری دانشگاهی
- مسائل مالکیت معنوی درتجاری سازی دانش و فناوری
- نقش اتحاد و مشارکت در تجاری سازی دانش و فناوری
- فرایند های قانونی تجاری سازی دانش و فناوری
- سیاست های حمایتی برای انتقال و تجاری سازی فناوری
- فرآیند و چالش های بازاریابی تکنولوژی سطح بالا
- استراتژی توسعه بازار : تعریف محصول، تحلیل رقبا،تفکیک وموقعیت یابی،قیمت گذاری و ورود به بازار
- تحلیل بازار:بخش بندی، هدف گیری، موقعیت یابی، مارک گذاری
- ترکیب عناصر بازاریابی در بازار فناوری
- تحلیل رفتارخرید مشتری
- مدیریت رابطه با مشتری
- سیستم های سازمانی تجاری سازی فناوری
- تحقیقات تجاری سازی دانش و فناوری

منابع

1. Hochschild،Arlie Russell.(2003) The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling،Twentieth Anniversary Edition،With a New Afterword University of California Press.
2. Michael J. C. Martin,(1994)،Managing Innovation and Entrepreneurship in Technology-Based Firms.
3. Idea Makers and Idea Brokers in High-Technology Entrepreneurship : Fee vs. Equity Compensation for Intellectual Venture Capitalists by Elias G. Carayannis and Todd L. Juneau.
4. ThomasP.Murtha,StefanieAnnLenway,andJeffreyA.Hart,(2001)،Managing New Industry Creation: Global Knowledge Formation and Entrepreneurship in High Technology .
5. Gary Libecap ,(2005),University Entrepreneurship and Technology Transfer: Process،Design،and Intellectual Property (Advances in the Study of Entrepreneurship،Innovation and Economic Growth). JAI Press.
6. Technovation،Volume 26،Issue 4،April 2006،Pages 419-443 Elias G. Carayannis،Denisa Popescu،Caroline Sipp and McDonald Stewart.
7. Larisa V Shavinina,2004, Silicon Valley North : A High-Tech Cluster of Innovation and Entrepreneurship (Technology،Innovation،Entrepreneurship and Competitive Strategy) .

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش آموزش عالی - دروس تخصصی
مدیریت دانشگاه

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با ابعاد مدیریت در دانشگاه و کسب مهارت تحلیل مسائل مدیریت دانشگاه به طوری که بتوانند در فرایندهای مدیریتی دانشگاه ایفای نقش نمایند.

سرفصل درس:

- ویژگیهای خاص دانشگاه به عنوان یک سازمان رهبری دانشگاه
- تحلیل دانشگاه بر اساس
  - محیط تصمیم گیری در دانشگاه
  - فرایند های سیاسی در دانشگاه
  - تاثیر عوامل محیطی در مدیریت دانشگاه
  - رویکردهای خرد و کلان در تدبیر امور دانشگاه
  - نقش گروههای آموزشی در مدیریت دانشگاه

- ساختار سازمانی دانشگاه
- فناوری اطلاعات به عنوان ابزار مدیریت دانشگاه
- ویژگیهای سیستم دانشگاهی اثر بخش، اصول: قابلیت دسترسی، تنوع، آزادی، مشارکت متنوع، تعالی جویی دایمی، حسابدهی، شفافیت و تعامل مثبت محیطی
- مدیریت بر مبنای اشتراک چشم انداز و نگرش
- یادگیری سازمانی در دانشگاه
- کنترل و ارزشیابی عملکرد در دانشگاه
- مدیریت رابطه به دانشگاه با اعضای هیات علمی
- مدیریت دانش در دانشگاه
- استراتژی تامین مالی دانشگاه
- تحلیل میدان نیرو در دانشگاه
- مدیریت تغییر در عملکرد دانشگاه
- رهبری سازمانی در دانشگاه

- فرهنگ سازمانی دانشگاه
- مدیریت منابع انسانی در دانشگاه
- ظرفیت سازی و توسعه قابلیت ها
- مدیریت عملکرد در دانشگاه
- انگیزش اعضای هیات علمی
- استراتژیهای بازاریابی در دانشگاه
- تدوین طرح تحول در دانشگاه

منابع

1. David Warner and David Palfreyman (1996) Higher Education Management: The Key Elements (Society for Research into Higher Education).

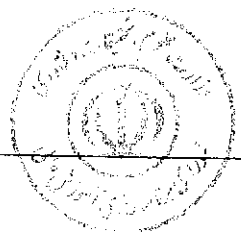
2. OECD (2005) Higher Education Management and Policy: Volume 17 Issue 3 -- Special I.

3. Gordon M. Bull, C. Dallinga-Hunter, Y. Epelboin, and E. Frackmann (1994) Information Technology: Issues for Higher Education Management (Higher Education Policy, No 26).

4. Alexander Verghese (1989) Higher education and management.

5. Peter Ribbins (1997) Leaders and Leadership in the School, College and University (Management and Leadership in Education).

6. Stephen A. Hoenack and Eileen L. Collins (1990) The Economics of American Universities: Management, Operations, and Fiscal Environment (Suny Series in Frontiers in Education).





برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش آموزش عالی - دروس تخصصی
عنوان درس: اقتصاد آموزش عالی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با نظام های مدیریت ایده و فرصت وکسب مهارت های طراحی این نظام ها در دانشگاه و ایجاد تغییرات به منظور ایجاد اثر بخش در تولید و عرضه علم و فناوری توسط دانشگاه است.

سرفصل درس

- نظریه های نوآوری
- نوآوری در آموزش
- نوآوری در پژوهش
- نوآوری در دانشگاه
- قابلیت های ایده پردازی
- بانک مسأله و ایده در دانشگاه
- نظام های پشتیبان ایده پردازی در دانشگاه
- فرصت های نوآوری در دانشگاه
- تشخیص فرصت های نوآوری در دانشگاه
- ارزیابی تحقیقات دانشگاهی در جهت توسعه نوآوری
- ارزیابی ایده ها در دانشگاه
- نظام های بهره برداری از ایده ها در دانشگاه
- شبکه همکاری بین رشته ای
- شبکه همکاری بین دانشگاهی
- شبکه تحقیق و توسعه ملی، منطقه ای و بخشی
- ورود به شبکه های R&D بین المللی
- مطالعات تطبیقی در نوآوری دانشگاهی
- روند تحقیقات مروبط به نوآوری در دانشگاه
- روند تحقیقات مربوط به ایده و فرصت
- روند تحقیقات در تجاری سازی علم و فناوری دانشگاهی

منابع

1. J. M. Utterback ,(1994),Innovation and Industrial Evolution".Chapter 4.Mastering the Dynamics of Innovation..HBS Press.

2. Bower J. L..and C. M. Christensen,(1995)."Disruptive Technologies: Catching the Wave".Harvard Business Review.

3. HauserJ. R.. and Clausing.D.(1988).The House of Quality.Harvard Business Review.

4. GriffinA..andHauserJR.(1993)."TheVoiceoftheCustomer".Marketing Science.
5. Lynn G. S..J. G. Morone.and A. S.Paulson,(1996),"Marketing and Discontinuous Innovation: The Probe-and-Learn Process" California Management Review .
6. Von Hippel E.(1999)."Creating Breakthroughsat3M",Harvard Business Review.
7. Goldenbergetal,(2003),"FindingYourInnovationSweetSpot".Harvard Business Review.
8. Thomke S.(2001)."Enlightened Experimentation: the New Imperative for Innovation" Harvard Business Review.
9. February Robertson D. and K. T. Ulrich,(1998)."Planning for Product Platforms".Sloan Management Review.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش آموزش عالی - دروس تخصصی
کیفیت و ارزشیابی در آموزش عالی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف

این درس آشنایی دانشجویان با تعاریف ومعیار های ارزشیابی کیفیت در آموزش عالی و کسب مهارت طراحی نظام های ارزشیابی عملکرد درنهادهای آموزش عالی است.

سرفصل درس

- اهداف ارزیابی آموزش عالی
- قلمرو ارزیابی آموزش عالی: عوامل، فرایند، برونداد
- مبانی و اصول ارزیابی آموزش عالی
- رویکردهای ارزیابی آموزش عالی
  - رویکرد مرسوم ارزیابی آموزش عالی
  - رویکرد تطبیقی
  - کارمندی ارزیابی آموزش عالی
- رویکرد سیستمی (مرسوم) ارزیابی آموزش عالی و الگوهای آن
- رویکرد سیستمی تطبیقی – کارمندی و الزامات آن
- طراحی و اجرای ارزیابی آموزش عالی
- نقش ارزیابی آموزش عالی در بهبود کیفیت آموزش عالی
- ارزیابی آموزش عالی و اعتبار سنجی
- ارزیابی و نظارت در آموزش عالی
- ملاحظات بین رشته ای در ارزشیابی آموزشی
- نقش ابعاد کارآفرینی دانشگاهی در ارزشیابی آموزشی
  - قابلیت بکارگیری (کارآمدی) دانش آموختگان
  - قابلیت های کارآفرینی دانش آموختگان (نگرش به دانش و مهارت)
  - قابلیت های بین رشته ای و کاربردی دانش آموختگان
  - مسئولیتهای اجتماعی و توسعه ای دانشگاه
- معیارهای اثربخشی آموزشی

- عوامل موثر در اثر بخشی اموزشی
- نقش ارزشیابی در ایجاد اثر بخشی آموزشی
- ایجاد اثر بخشی آموزشی
- روندهای در حال ظهور ارزشیابی

منابع

۱- بازرگان، عباس، (۱۳۸۰) ارزشیابی آموزشی، انتشارات سمت.

2- Craft, A. (Ed.)(1994); International Developments in Assuring Quality in higher education (montereal, 1993); London: falmer.

3- Glasser, w. (1992); the quality school; new york: harper

4- Heywood, J. (2000); assessment in higher education, London, jessicakingsley publications.

5- Rossi, P. H. and H.e. Freeman (1993); evaluation: A systematic approach; 5th ed, London: sage.

6- Orsinger,Chira(2006).Assessing Quality in European Higher Education Institutions,germany:physica-verlag.

7- London Metropolitan University(2006).Managing for Quality-a holistic model by jill Grinstead.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش توسعه - دروس تخصصی

برنامه ریزی یکپارچه توسعه ملی/ بخشی / منطقه ای/ محلی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با مبانی و مفاهیم برنامه و برنامه ریزی ملی و نقش آن در بهبود کارایی و مشارکت افراد در جامعه و جایگاه برنامه ریزی ملی در تصمیم گیری کسب و کار و توسعه کارآفرینی در بخش و کسب مهارت .

سرفصل درس:

- تحلیل تطبیقی برنامه ریزی توسعه کارآفرینی در دولت های مدرن
- تهیه برنامه های توسعه کارآفرینی در مقیاس ملی/ بخشی
- مدل ها و نظام های برنامه ریزی ملی
- ضرورت برنامه ریزی ملی در توسعه کارآفرینی
- انواع برنامه ریزی ملی و نقش آن در توسعه کارآفرینی
- مبانی توسعه ملی بر اساس طر حهای کارآفرینی
- مبانی آمایش سرزمین و زمینه های ملی توسعه کارآفرینی
- نظریه ها و مکاتب برنامه ریزی توسعه و کاربرد آنها دربرنامه ریزی کارآفرینانه
- مدل ها و تکنیک های برنامه ریزی ملی توسعه کارآفرینی
- سیر روند برنامه ریزی ملی در ایران و تاثیر آن بر کارآفرینی
- ارزیابی طرح ها ی جامع ملی در ایران از نظر توسعه کارآفرینی
- ارزیابی قابلیت های کارآفرینی ملی/ بخشی
- توسعه زیر ساخت های کسب و کار در برنامه ریزی ملی/ بخشی
- تحلیل سلسله مراتبی برنامه ریزی ملی/ بخشی در توسعه کارآفرینی
- تحلیل سلسله مراتبی برنامه ریزی ملی/ بخشی بر اساس بخش های اقتصادی اجتماعی فرهنگی موثر در توسعه کارآفرینی
- تحلیل سلسله مراتبی برنامه ریزی ملی/ بخشی براساس تقسیم کار بین نهادها و سازمان ها

- روند تحقیقات در برنامه ریزی ملی/ بخشی توسعه کارآفرینی
- نظریه قابلیت های صنفی و توسعه منطقه ای
- نظریه زنجیره ارزش و توسعه منطقه ای
- نظریه نظریه سرریز دانش و توسعه منطقه ای
- نظریه ظرفیت جذب و توسعه منطقه ای
- نقش خوشه های صنفی در توسعه منطقه ای – ملی : مفاهیم ،نظریه ها ،کاربردها ،دست آوردها

منابع

۱. زیاری ،کرامت اله(۱۳۸۳) اصول و روش های بر نامه ریزی منطقه ای چاپ سوم انتشارات درسا،یزد.

۲. زیاری. کرامت اله(۱۳۸۴) برنامه ریزی کاربردی اراضی ،چاپ دوم دانشگاه یزد.

۳. صراف مصطفی (۱۳۸۵) برنامه ریزی توسعه منطقه ای انتشارات سازمان برنامه .

۴. حسین زاده،دلیر (۱۳۷۹) برنامه ریزی ناحیه ای انتشارات ،تبریز.

5. Michael H. Morris,Donald F. Kuratko,(2006),Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurial Development within Organizations South-Western College Pub.

6. Peter C. Brinckerhoff,(2000),Social Entrepreneurship : The Art of Mission-Based Venture Development ,Wiley.

7. Nitin Bhatt,(2002),Inner-City Entrepreneurship Development: The Microcredit Challenge,Ics Pr .

8. Joseph Prokopenko,Igor Pavlin,(1991),Entrepreneurship Development in Public Enterprises (Management Development Series,No 29),Intl Ctr for Public Enterprise.

9. Malcolm Moseley,(2003),Rural Development : Principles and Practice ,Sage Publications Ltd.

10. Csaba Csaki,C. De Haan,(2003),Reaching the Rural Poor: A Renewed Strategy for Rural Development,World Bank Publications.

11.Gary Paul Green،Steven C. Deller،David W. Marcouiller،(2006)،Amenities And Rural Development: Theory،Methods And Public Policy .

12.Association of Development Research and Training Institutes of Asia and the Pacific،(1990)،Technology and the Rural Community: The Social Impact (Previously New Technology and Rural Development) Routledge Kegan & Paul.

13.Norman Thomas Uphoff ،Milton J. Esman ،Anirudh Krishna(1996)،Reasons for Hope: Instructive Experiences in Rural Development (Kumarian Press Books on International Development) Kumarian Press.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش توسعه – دروس تخصصی
مزیت رقابتی ملی / منطقه ای

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

فرصتهای سرمایه گذاری بر روی فعالیتهای کارآفرینی نیازمند اطلاع دقیق و محاسبات صحیح از وضعیت اقتصادی ، اجتماعی و راهبردی مناطق مورد نظر می‌باشد. بنابراین درک دقیق دانشجویان از چگونگی ارزیابی چند بعدی از وضعیت رقابتی ملی – منطقه‌ای میتواند باعث افزایش دانش تخصص دانشجویان کارشناسی ارشد کارآفرینی در تحلیل محیط رقابتی و ارزیابی صحیح از آن شود.

سرفصل درس:

- آشنایی با تئوری رشد در اقتصاد
- آشنایی با اقتصاد توسعه‌ای
- آشنایی با توسعه ملی
- جمعیت شناسی و توسعه
- فرهنگ، گرایشات ملی و قومی و منطقه‌ای و تاثیر آن در توسعه منطقه‌ای
- رشد صنعتی
- توسعه صنعتی منطقه‌ای
- ارکان رقابت درون بنگاهی، منطقه‌ای، ملی و بین المللی در سازمانهای بزرگ و SMEs ها
- شناخت منابع انسانی منطقه‌ای
- اقتصاد بین المللی
- تحلیل هم افزایی (synergic) عوامل توسعه
- نقش سازمانهای دولتی و غیر دولتی ، ملی و منطقه‌ای در توسعه منطقه‌ای
- سرمایه گذاری خارجی (مستقیم و غیر مستقیم) و نقش آن در توسعه منطقه ای
- تحلیل مزیتهای نسبی در بخش سرمایه گذاری کلان
- تحلیل وضعیت SME (بنگاههای کوچک و متوسط) در توسعه اشتغال و درآمد منطقه
- نقش همکاری فی ما بین SMEs داخلی و بین المللی در توسعه منطقه‌ای
- شبکه‌های همکاری networking در بنگاههای اقتصادی
- تاثیر مستقیم سرمایه گذاری دولتی در توسعه منطقه ای و فرا منطقه‌ای
- تبعات توسعه صنعتی مناطق کشاورزی

- نقش تشکلهای صنعتی در توسعه خوشه‌های کارآفرینی (صنعتی و ...)
- نقش سازمانهای دولتی، NGO در توسعه خوشه‌های صنعتی
- تحلیل مزایای نسبی مستقر در منطقه برای شکل گیری خوشه
- آشنایی با انواع خوشه‌های خود جوش، خوشه‌های منطقه‌ای خوشه بین المللی و فرا منطقه‌ای خوشه‌های تخصصی

منابع:

1. Usha C. V. Haley ،2000،Strategic Management in the Asia Pacific: Harnessing Regional and Organizational Change for Competitive Advantage ،Publisher: Butterworth-Heinemann.

2. Roberta Romano ، 2003 ،The Advantage of Competitive Federalism for Securities ،AEI Press.

3. Michael E. PorDavid G. Terkla (Author ter ، 1998،Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance ،Free Press.

4. Peter B. Doeringer, Christine Evans-Klock,), Peter Doeringer, Christie Evans-Klock, David Terkla ، 2002،Startup Factories: Leading Edge Practices and Regional Advantage for High-Performing Firms،Publisher: Oxford University Press.

5. Ron Martin ,Michael Kitson, Peter Tyler ، 2006،Regional Competitiveness (Regional Development and Public Policy) ،Publisher: Routledge.

6. Vijay Govindarajan, Anil K. Gupta ،2001،The Quest for Global Dominance: Transforming Global Presence into Global Competitive Advantage،Publisher: Jossey-Bass; 1 edition.

7. Norman Angel ، 2006،The Great Illusion - A Study of the Relation of Military Power To National Advantage ،Obscure Press.

8. Eugene D. Jaffe, Israel D. Nebenzahl ،2006،National Image & Competitive Advantage،Publisher: Copenhagen Business School Press.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش توسعه – دروس تخصصی

نظارت و ارزشیابی توسعه

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با نظام ها و معیارهای ارزشیابی توسعه، طراحی و اجرای نظام های ارزشیابی است.

سرفصل درس

- تعاریف و مفاهیم نظارت وارزشیابی
- ارزشیابی طرح های ملی
- ارزشیابی طرح های منطقه ای – محلی
- ارزشیابی بخشی
- معیارهای ارزشیابی توسعه
- بررسی تجربیات جهانی در ارزشیابی
- نقش نظارت وارزشیابی در توسعه
- مبانی تعریف معیارهای نظارت و ارزشیابی
- ارزشیابی برنامه ای
- ارزشیابی براساس نیاز محیط
- روشهای گردآوری اطلاعات ارزشیابی
- ترکیب داده ها در ارزشیابی
- بازخور نتایج ارزشیابی به مجریان
- مجری به عنوان ارزشیاب
- اندازه گیری اثر بخشی نظارت و ارزشیابی در کشور
- روند مطالعات در ارزشیابی و توسعه

منابع

1-Sen,Amartga.1999,Developmant as Freedom.Oxford university press.

2-Michael P. Todaro(1995),Reflections on Economic Development: The

Selected Essays of Michael P. Todaro (Economists of the Twentieth Century) Edward Elgar Pub.

3-Michael P. Todaro, (1992), Economics for a Developing World: An Introduction to Principles.Problems and Policies Longman Publishing Group.

4-Ray.1998, Debraj.Development Economics .Princeton University Press.

5- Meredith Ramsay (Author) ‹January 1996 ‹Community, Culture, and Economic Development: The Social Roots of Local Action (Suny Series, Democracy in American Politics) Publisher: State University of New York Press .

6- James Cypher (Author) ‹March 17, 2004 ‹The Process of Economic Development ‹Publisher: Routledge; 2 dition.

7- Malcolm Gillis (Author), Steven C. Radelet (Author), Donald R. Snodgrass (Author), Michael Roemer (Author), Dwight H. Perkins (Editor), Steven Radelet (Author), Donald Snodgrass (Author) ‹March 2001 ‹Economics of Development, Fifth Edition ‹Publisher: W. W. Norton & Company; 5th edition.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش توسعه - دروس تخصصی
توسعه فرصت های کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با عناصر تاثیرگذار برمنطق شناسایی و بهره برداری از فرصتهای کارآفرینی و آشنایی با عوامل موثر در روند ظهور و رشد.

فرصت های ایجاد کسب و کار ومهارت تحلیل ظرفیت محیط در ارائه فرصت ها و برنامه ریزی به منظور افزایش فرصت ها و افزایش احتمال تشخیص و بهره برداری از فرصت ها توسط شهروندان.

سرفصل درس

- تحلیل مفهوم فرصت به مفاهیم و رویکردها
- شناخت عناصر و مسایل مهم در «شناخت » و « کشف » فرصتها
- نمایان سازی فرصتهای کارآفرینانه با استفاده از تحلیل محیط کسب و کار
- عوامل محیطی موثر در ایجاد فرصت های کارآفرینی
- استراتژی های کلان توسعه فرصت ها ی کارآفرینی
- استراتژی های خرد توسعه فرصت ها ی کارآفرینی
- ایجاد فرصت و عدالت اجتماعی
- اطلاع رسانی در توسعه کارآفرینی
- نقش توسعه قابلیت ها در ایجاد فرصت ها ی کارآفرینی
- نوآوری کارآفرینی و ایجاد فرصت های نو
- زیرساخت های فرهنگی،اقتصادی و اجتماعی و فرصت های کسب و کار
- زیر ساخت های علم و فناوری و فرصت های کسب و کار
- رویکرد کارآفرینانه در توسعه فرصت ها
- دولت کارآفرین و جامعه کارآفرین
- ظرفیت محیطی وظرفیت کارآفرینی
- فرایند ارزشیابی و امکان سنجی فرصت های ملی-منطقه ای و محلی

منابع

1. John E. Butler,(2004),Opportunity Identification and Entrepreneurial Behavior (Research in Entrepreneurship and Management) (Research in Entrepreneurship and Management) ،Information Age Publishing،Inc.
2. Gunter McGrath, Rita. MacMillan, Ian C. (2000). The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuosly Creating Opportunity in an Age of Uncertainty, Harvard Bussiness School Press.
3. Richard P.،II GreenJames J. Carroll,(2000),Investigating Entrepreneurial Opportunities : A Practical Guide for Due Diligence (Entrepreneurship & the Management of Growing Enterprises) ،SAGE Publications.
4. Scott Andrew Shane,(2004),A General Theory Of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus (New Horizons in Entrepreneurship Series) ،Edward Elgar Pub.
5. Kathleen C. BrannenJoel C. Gard,(2000),Grantsmanship and entrepreneurship: a partnership opportunity under the Small Business Innovation Development Act. : An article from: Journal of Small Business Management ،International Council of Small Business.
6. Richard Y. Chang,1994,Mastering Change Management: A Practical Guide for Turning Obstacles into Opportunities (Management Skills Series) Jossey-Bass.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش توسعه – دروس تخصصی

توسعه اقتصادی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با نظریه ها و مدلهای توسعه اقتصادی و کسب مهارت برنامه ریزی توسعه است.

سرفصل درس

- توسعه اقتصادی مبتنی بر کارآفرینی
- مفاهیم ،الگوها، رویکرد، نقدها و جهت گیری های اجرایی – پژوهشی آینده
- نقش انسان در توسعه: مفاهیم ، رویکرد ،دست آوردها، نقدها و جهت گیری های اجرایی – پژوهشی آینده
- مفاهیم توسعه
- معیارهای توسعه
- تاریخچه نظریات توسعه اقتصادی
- مدلهای توسعه اقتصادی
- تجربیات موفق توسعه
- ارزیابی توسعه
- سیر تحول توسعه در ایران
- برنامه های توسعه در ایران
- نتایج اجرای برنامه های توسعه در ایران
- آسیب شناسی توسعه در ایران
- مطالعات توسعه در ایران
- مطالعه تطبیقی توسعه در کشورهای در حال توسعه
- مطالعه تطبیقی توسعه در کشورهای پیشرفته
- برنامه ریزی توسعه
- ایجاد قابلیت های اجرای برنامه ها
- استراتژی توسعه کارآفرینی
- کارآفرینی در فرایند توسعه

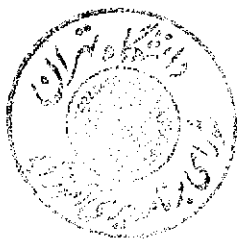
- روش شناسی اقتصاد توسعه
- سیر تحولات تاریخی اقتصاد توسعه
- نظریه های سنتی اقتصاد توسعه
- نهادگرایی و اقتصاد توسعه
- نظریه ها و مدل های رشد اقتصادی
- نظریه های جدید رشد اقتصادی
- نابرابری اقتصادی
- ارتباط نابرابری و توسعه
- فقر و سود تغذیه و سیاست های فقر زدایی
- رشد جمعیت و اقتصاد توسعه
- سیاست های تجاری
- ارزش پول ملی
- سیاست گذاری های اقتصادی
- سرمایه گذاری خارجی و نقش آن در توسعه ملی
- امنیت سرمایه گذاری
- نقش دولت در فرایند توسعه اقتصادی
- نقش ابتکار و خلاقیت در توسعه اقتصادی
- انتقال تکنولوژی و توسعه
- تبیین مفاهیم استقلال و خود کفایی
- راهبردهای توسعه انسانی
- توسعه به مثابه آزادی
- هدف و ابزارهای توسعه
- عدالت اجتماعی و توسعه
- عقلانیت و توسعه
- فقر به مثابه محرومیت از قابلیت ها
- فرهنگ و حقوق بشر
- برنامه ریزی اقتصادی
- انواع برنامه ریزی اقتصادی
- سابقه برنامه ریزی در ایران و جهان

منابع

1. Michael P. Todaro،Stephen C. Smith(2005),Economic Development (9th Edition) (Addison-Wesley Series in Economics).
2. Michael P Todaro,(1977),Economic development in the Third

World: An introduction to problems and policies in a global perspective Longman.
3. Michael P. Todaro**(1995)**,Reflections on Economic Development: The Selected Essays of Michael P. Todaro (Economists of the Twentieth Century) Edward Elgar Pub.
4. Michael P. Todaro,**(1992)**,Economics for a Developing World: An Introduction to Principles،Problems and Policies Longman Publishing Group.
5. Sen, 2002,Amartga،Rationality and Freedom،Harvard University press.
6. Ray،1998,Debraj،Development Economics ،Princeton University Press.





برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش آموزش و ترویج کارآفرینی - دروس تخصصی
عنوان درس: مبانی برنامه ریزی آموزش کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس، آشنایی دانشجویان با روش های نیاز سنجی آموزشی و برنامه ریزی درسی و آموزشی و کسب مهارت تهیه برنامه های آموزش کارآفرینی است.

سرفصل درس

- مفاهیم پایه آموزش و برنامه ریزی آموزشی
- نیاز سنجی آموزشی
- روش های نیاز سنجی آموزش کارآفرینی
- هدف گذاری یادگیری
- ارزشیابی اولیه در برنامه ریزی آموزشی کارآفرینی
- روش ها و ابزارهای برنامه ریزی آموزشی
- فرآیند تهیه برنامه آموزشی
- چارچوب و فهرست مطالب برنامه آموزش کارآفرینی
- برنامه ریزی درسی در کارآفرینی
- روش ها و فنون برنامه ریزی درسی
- طرحی درس و شرح درس
- محتوای درس
- مسیر پیشرفت یادگیری کارآفرینی
- کاربرد فناوری های آموزشی در برنامه ریزی آموزش کارآفرینی

- آموزش مجازی
- فرآیند تولید محتوای مجازی
- تفاوت آموزش حضوری و مجازی در یادگیری کارآفرینی
- برنامه ریزی آموزشی مبتنی بر فرصت های کسب وکار
- برنامه ریزی آموزشی مبتنی بر شرایط محیط کسب وکار
- برنامه ریزی آموزشی مبتنی بر شرایط نیاز های خاص رشته های فعالیت و کسب وکار خاص
- انتظارات موجود از برنامه آموزشی کارآفرینی
- ارزشیابی برنامه و محتوای دروس در آموزش کارآفرینی
- رویکردهای نوین در برنامه ریزی آموزشی و طرح ریزی درسی در کارآفرینی
- جایگاه یادگیری محوری، یادگیری بین رشته ای،یادگیری بر مبنای حل مسأله یادگیری بر مبنای اقدام،یادگیری تعاملی و یادگیری گروهی در برنامه ریزی آموزشی و برنامه ریزی درسی کارآفرینی
- کاربرد نظریه های کارآفرینی در برنامه ریزی آموزشی و برنامه ریزی درسی کارآفرینی
- نقش کارآفرینان و صاحبان کسب وکار موفق در برنامه ریزی آموزش و برنامه ریزی درسی کارآفرینی
- نقش تغییرات محیط کسب و کار در نیاز به تغییر برنامه های آموزشی
- بهنگام سازی و تجدید نظر در برنامه های آموزشی



منابع

1- Charles M. Reigeluth, Bela H. Banathy, J.R. Olson ,1993,"In this paper the stage is set for introducing systems design as an intellectual technology to be used in the design of educational systems.

2- Caroline Howard, Karen Schenk, Richard Discenza , 2003 Distance Learning and University Effectiveness: Changing Educational



Paradigms for Online Learning , Information Science Publishing.

3- Craig Kennedy ,2004 Single-Case Designs for Educational Research, Allyn & Bacon.

4- Linda G. Roberts, Geneva D. Haertel, Barbara Means ,2003, Evaluating Educational Technology: Effective Research Designs for Improving Learning , Teachers College Press

5- Charles M. Eastman, M. McCracken, W. Newstetter, 2001, Design Knowing and Learning: Cognition in Design Education Design Knowing and Learning: Cognition in Design Education ، Elsevier Science & Technology Books.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش آموزش و ترویج کارآفرینی - دروس تخصصی
عنوان درس: ترویج کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با مفاهیم و روش های ترویج کارآفرینی و کسب مهارت برنامه ریزی ترویج و نظارت بر برنامه های ترویج کارآفرینی.

سرفصل درس

- مفاهیم ترویج
- فرهنگ کسب و کار
- فرهنگ کارآفرینی
- نگرش کارآفرینی
- گرایش کارآفرینانه
- روش های ترویج
- ابزارهای ترویج
- شناخت مخاطب در ترویج
- برنامه ریزی ترویج کارآفرینانه
- اجرای پروژه های ترویج کارآفرینی
- عوامل پیش برنده و بازدارنده در ترویج
- زمینه کلی ترویج (عوامل زمینه ای موثر در ترویج)
- عوامل ساختاری موثر در ترویج
- الگوهای ذهنی، نقشه شناختی و نگرش کارآفرینی
- ویژگی های فردی و تاثیر پذیری و تغییر نگرش
- ترویج به معنی تغییر برنامه ریزی شده فرهنگ و نگرش در کسب و کار
- رویکردهای نوین ترویج کارآفرینی
- تجربیات موفق ترویج کارآفرینی

منابع

1. Martin Ruef , Michael Lounsbury , 2007 , The Sociology of Entrepreneurship, Volume 25 (Research in the Sociology of Organizations) JAI Press .
2. Jane C. Wei-Skillern , James E. Austin ,2007, Entrepreneurship in the Social Sector . Sage Publications.
3. Peter C. Brinckerhoff ,2000, Social Entrepreneurship : The Art of Mission-Based Venture Development , Wiley .
4. ILO-Saat , 1996, Entrepreneurship Development For Women , International Labour Office .

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش آموزش و ترویج کارآفرینی - دروس تخصصی

عنوان درس: ارزشیابی آموزش کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با روش های ارزشیابی آموزش کارآفرینی و کسب توانایی انجام مطالعات ارزشیابی آموزش کارآفرینی واستفاده از نتایج ارزشیابی برای بهبود برنامه های آموزش کارآفرینی.

سرفصل درس:

- مفاهیم اساسی در ارزشیابی آموزشی
- موضوع ارزشیابی و مفهوم اثر بخشی آموزشی
- ترویج مفهوم ارزشیابی
- ابزارهای اندازه گیری برای ارزشیابی آموزشی
- نظام اطلاعاتی برای ارزشیابی آموزشی
- منابع گردآوری داده برای ارزشیابی آموزشی
- فرایند ارزشیابی اثر بخشی آموزشی
- مدلها و روش های ارزیابی اثربخشی آموزشی
- ارزشیابی نقشه شناختی
- ارزشیابی هوشیاری کارآفرینانه
- ارزشیابی دانش کارآفرینی
- ارزشیابی مهارتهای کارآفرینی
- ارزشیابی نگرش و فرهنگ کارآفرینانه
- ارزشیابی گرایش کارآفرینانه
- ارزشیابی قابلیت بر حسب مرحله رشد کسب و کار
- ارزشیابی قابلیت بر حسب ماهیت کسب و کار و رشته فعالیت و صنعت
- ارزشیابی قابلیت بر حسب محیط کسب و کار
- رویکرد ترکیبی در ارزشیابی آموزش کارآفرینی
- ارزشیابی مربیان و مشاوران کارآفرینی
- تفسیر نتایج برای فضاوت و تصمیم گیری آموزشی

وزارت علوم تحقیقات و فناوری
شورای برنامه ریزی آموزش عالی

دانشگاه تهران

- . تدوین گزارش ارزشیابی

منابع

1. Calvin A. Kent ,1990, Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions , Quorum Books .

2. Alain Fayolle ,2007, Handbook of Reseach in Entrepreneurship Education: Contextual Perspectives (Elgar Original Reference, Edward Elgar Publishing .

3. Colette Henry, Frances Hill , 1996 , Entrepreneurship Education and Training , Ashgate Publishing .

4. D.L. Stufflebeam , George F. Madaus ,2000 , Evaluation Models - Viewpoints on Educational and Human Services Evaluation Second Edition (Evaluation in Education and Human Services) , Springer.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

گرایش آموزش و ترویج کارآفرینی - دروس تخصصی

عنوان درس :روش های تدریس و یادگیری کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس عبارت است از آشنا ساختن دانشجویان با فرآیند و روش های طراحی و برنامه های درسی در کارآفرینی، تحلیل و بررسی مبانی و اصول آموزش کارآفرینی و آشنایی با روش های تدریس در کارآفرینی و کسب مهارت تدریس مهارت های کارآفرینی و کسب مهارت تدریس ،یاددهی و یادگیری کارآفرینی

سرفصل درس

- مفاهیم،اصطلاحات،تاریخچه و اهمیت برنامه ریزی درسی کارآفرینی
- برنامه ریزی و انواع برنامه درسی
- اصول و مبانی عملی و مراحل برنامه درسی
- تعیین نیازها، تعیین اهداف،گزینش و سازماندهی محتوا
- گزینش و سازماندهی روش های تدریس و مواد کمک آموزشی
- سطوح برنامه ریزی درسی- طرح درس:مراحل، ضرورت و انواع آن
- نظام های آموزش و تدریس مواد نظری و عملی
- روش های آموزش و تدریس مواد نظری و عملی
- ویژگی های آموزشگیران،فراگیران،هنرآموزان در آموزش و یادگیری کارآفرینی
- فناوری های جدید و استفاده از آنها در تدریس و یادگیری کارآفرینی(اینترنت، نرم افزارهای پایه، سخنرانی، ویدئو کنفرانس و...)
- جنسیت و تأثیر گذاری آن بر روند تدریس و یادگیری

- قابلیت کارآفرینی
- روش های تدریس کارآفرینی
- یادگیری محوری در آموزش
- یاددهی یادگیری و فراشناخت
- یادگیری مبتنی بر مساله
- یادگیری مشارکتی و گروهی
- یادگیری بین رشته ای
- یادگیری برمبنای عمل
- تلفیق مهارت های تفکر در محتوای دروس
- مدیریت کلاس
- بازی های آموزش کارآفرینی
- یادگیری براساس رشته فعالیت و صنعت
- نقش تجربیات کارآفرینی در آموزش کارآفرینی
- کارآموزی
- جامعه شناسی یادگیری
- روانشناسی یادگیری
- آموزش و یادگیری برمبنای تغییر نقشه شناختی
- تقویت هوشیاری کارآفرینانه و حساسیت محیطی
- توانمندسازی کارآفرینی و قابلیت سازی
- توانمند سازی کودکان و نوجوانان
- توانمندسازی زنان و جوانان
- رویکردهای ایجاد محیط واقعی کسب وکار در محیط آموزش

- توسعه ظرفیت یادگیری

منبع

۱- صباغان، زهرا (۱۳۷۹)روش های سوادآموزی بزرگسالان، نشر نو

۲- آقازاده، محرم، .(۱۳۸۴)، راهنمای روش‌های نوین تدریس بر پایه پژوهش‌های مغز محور، ساختگ‌رایی، یادگیری از طریق همیاری، فرا شناختو.../ تهران : آییژ.

3- Methods for Teaching: Promoting Student Learning ,2001, David A. Jacobsen, Paul D. Eggen, Donald P. Kauchak,Prentice Hall.

4- Handbook of Cooperative Learning Methods (The Greenwood Educators' Reference Collection),1999, Shlomo Sharan, Praeger Paperback.

5- Learning and Teaching: Research-Based Methods ,2006, Donald P. Kauchak, Paul D. Eggen, Allyn & Bacon.

6- A Handbook for Teaching and Learning in Higher Education: Enhancing Academic Practice, 2002, Heather Fry, RoutledgeFalmer.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی
گرایش آموزش و ترویج کارآفرینی - دروس تخصصی
عنوان درس: تربیت مربیان کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:
آشنایی دانشجویان با شیوه های آموزش و یادگیری کارآفرینی و آشنایی با نقش مربی در پرورش کارآفرینی و کسب قابلیت های تدریس و هدایت یادگیری دانشجویان و مهارت انتقال مفاهیم کارآفرینی به دیگران به طوری تغییر رفتار کارآفرینی مشهود باشد.

سرفصل درس

- تعاریف، اصطلاحات، مفاهیم ، قلمرو و تاریخچه آموزش و پرورش
- روش های آموزش و پرورش کارآفرینی
- خصوصیات و نقش تربیتی و اجتماعی معلم
- هدف های رفتاری در تربیت مربی کارآفرینی
- نقش فرهنگ در یادگیری و یاددهی
- عوامل موثر در یادگیری و یاددهی مهارت های کارآفرینی
- آموزش ضمن خدمت مربیان در زمینه مهارت های آموزش
- نظریه های نیاز و استفاده از آن در آموزش
- انگیزه ی و پیشرفت تحصیلی و شغلی
- چگونگی شناسایی ظرفیت ها و استعدادها و کمبودها و نیازها
- آشنایی با تحلیل میدان نیرو در جهت شناسایی فرآیند ایجاد اثر بخشی در آموزش
- مخاطب شناسی در آموزش کارآفرینی

- نقش مربی در شیوه های گوناگون آموزش و یادگیری کارآفرینی
- اهمیت و ضرورت تربیت مربیان کارآفرین
- نقش های مربی کارآفرینی
- مربی کارآفرینی تخصصی (برحسب رشته تحصیلی رشته فعالیت و کسب وکار یادگیرندگان)
- مهارت های مربی گری
- مهارت های حرفه ای مربی کارآفرینی
- برنامه ریزی جامع تربیت مربی کارآفرینی
- روش های بازآموزی و ضمن خدمت مربیان کارآفرینی
- روش های انتخاب مربیان کارآفرینی



منابع

1-Honnah, Simcoe – Read and Tak Hoshino(2007),The Knowledge Creation Spinal in university Enterpreneruship Teaching – university of East London Business School. Press.

2- Bagen Torben (2006), Enterpreneurship in Higher Education. Especially within non- business Studies pwblishmed by intemovational Danish Enterpreneurship Academy (IDEA) .

3- Blenker per and poul dreisler and Helle meibom Fargemann and John Kjeldsen(2005) .



برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی-درس تخصصی
گرایش کسب و کار الکترونیکی
عنوان درس:کسب و کار الکترونیک

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

- آشنایی دانشجویان با مبانی نظری کارآفرینی و ابعاد مختلف کارآفرینی با توجه به مدلها و الگوهای صاحبنظران و کسب مهارت تحلیل مدلها و فرایندهای کارآفرینی. اثر فن آوری اطلاعات و جهانی سازی بر کسب و کار و زنجیره تامین
- راه حل های تکنولوژیکی برای زنجیره تامین با تاکید بر موضوع فن آوری اطلاعات
- اجزا زنجیره تامین الکترونیک
- محرک ها و موانع زنجیره الکترونیک
- طراحی شبکه پخش در زنجیره تامین با استفاده از ابزارهای الکترونیک

سرفصل درس

- مقدمه ای بر مدیریت زنجیره تامین : سازمان ها، زنجیره ها، شبکه ها
- فر آیند ها، خدمات و عملکرد هدف ها
- ویژگی های عرضه و تقاضا
- فهرست موجودی در شبکه های تامین
- امکانات شبکه های تامین
- خدمات بیرونی و فراهم کننده
- رابطه های درون سازمانی
- ICT و شبکه های درونی
- SEMS,ERP, MRP.

- ICT بین سازمانی
- بوجود آمدن مسائل در SCMتعریف مفهوم, نظریه, نظریه‌پردازی
- استراتژیهای ارتباطی میان شرکتهای مجازی را یاد می گیرند.
- استراتژیهای خلق دانش درسازمانهای مجازی مشخص می شود.
- شاخص های کلیدی ارزیابی عملکرد سازمانهای مجازی را یاد می گیرند.
- ازروشها ی Action research درسازمانهای مجازی به منظور سیاستگذاری و پیاده سازی موثرتر دانش استفاده می شود.
- روش حل مسائل سازمانهای مجازی آموخته می شود.
- ماهیت، وظایف وفعالیتهای سازمانهای مجازی درکسب وکار وجامعه.
- چارچوبهای مفهومی و تعریف سازمانهای مجازی
- شاخص های کلیدی تاثیرگذاری درسازمانهای مجازی
- روشهای تحلیل عملیات سازمانهای مجازی وشبکه ها
- ارزیابی عملکرد سازمانها ی مجازی ازدیدگاه ذینفعان مختلف
- ارزیابی سرمایه های اجتماعی واستراتژیهای مدیریت درخلق دانش
- تکنولوژی، ابزارها وسیستم های لازم برای پشتیبانی سازمانهای مجازی
- طراحی سازمان کسب و کار الکترونیک
- طراحی ساختار کسب و کار الکترونیک
- طراحی فرایندهای سازمانی
- ایجاد یکپارچگی بین ساختار و فرایندها

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
دفتر برنامه‌ریزی آموزش عالی

منابع

1. Franz W. Kellermanns,(2005),Family firm resource management: commentary and extensions.(Column) : An article from:

دانشگاه شهرکرد
دفتر برنامه‌ریزی آموزش عالی

Entrepreneurship: Theory and Practice [HTML] (Digital) Baylor University

2. James J. Chrisman, Jess H. Chua, Pramodita Sharma,(2005),Trends and directions in the development of a strategic management theory of the family firm. : An article from: Entrepreneurship: Theory and Practice ,Thomson Gale.

3. Scott Andrew Shane,(2003),A General Theory Of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus (New Horizons in Entrepreneurship Series), Edward Elgar Pub.
4. Li, L. (2007), Supply Chain Management: Concepts, Techniques and Practices Enhancing the Value Through Collaboration, World Scientific Publishing Company, ISBN: 9812700722
5. Zhang, Q. (2007), E-supply Chain Technologies and Management, IGI Global, ISBN: 159904255X
6. Ross, D. F. (2002),Introduction to e-Supply Chain Management: Engaging Technology to Build Market-Winning Business Partnerships, CRC, 1 edition, ISBN: 1574443240
7. Preece.J.(2000) online communities: Designins Usability, Supparting sociability, John wiley & sons, Australia.
8. Liu, K. (2004) Virtual, Distributed and Flexible Organisations: Studies in Organisational Semiotics, Springer, ISBN: 1402021615.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی- درس تخصصی
گرایش کسب و کار الکترونیکی
عنوان درس: بازاریابی الکترونیکی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آن این است که دانشجویان توانایی پیدا کنند که بتوانند شرایط یک سازمان را بررسی کرده و از مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) استفاده کرده و موضوعات CRM را در یک برنامه بازاریابی استراتژیک کاربردی کنند. بعد از اتمام دوره دانشجویان قادرند:

- موضوعات و تئوری های اصلی CRM را توصیف یا استفاده کنند.
- یک برنامه بازاریابی استراتژیک با تمرکز بر روی موضوعات CRM توسعه دهند.
- به عنوان یک عضو از یک تیم در ایده ها و برنامه های توسعه ای کار کنند.
- تصمیمات استراتژیک در حیطه CRM را تعریف، بحث و بررسی نمایند.

سرفصل درس

این درس بر روی اثرات داخلی و خارجی رفتار های مصرف کنندگان و چگونه شناخت رفتار مصرف کنندگان در فضای ادراکی کامپیوتری بر روی تصمیمات استراتژیکی مربوط به بازار یابی که در جهان اینترنتی و غیر اینترنتی اتفاق می افتد تاثیر می گذارد، تمرکز دارد.

- فرضیه های اخلاقی مشتری
- رفتارهای مشتری
- فاکتورهای اثر گذار بر مشتری
- مدلهای تصمیم گیری بر مشتری

- تئوریهای یکپارچگی
- گروههای فشار تأثیر گذار بر رفتارهای مشتریان
- فضاهای الکترونیکی
- امنیت فضاهای الکترونیکی
- فاکتورهای موفقیت
- استراتژی ها
- چگونگی حفظ مشتری در فضای الکترونیکی
- رفتارهای مختلف مشتری بر روی محصولات مختلف
- چگونگی تأثیر رفتار مشتری بر روی اقتصاد
- انواع تحریمات
- بررسی کیفی بر رفتار مشتریان
- بررسی کمی بر رفتار مشتریان
- تعریف های CRM
- تعریف های eCRM
- تبلیغات اینترنتی
- ابتکارات بازاریابی مدیریت ارتباط با مشتری
- خدمات مشتری
- اتوماسیون نیروی فروش
- Data Warehousing
- Data Mining
- OLAP
- مهندسی مجدد

- یکپارچگی مدیریت ارتباط با مشتری
- تئوری برنامه ریزی رفتاری (TPB)
- مدل های رقابتی

منابع:

1. Peelen E., Customer Relationship Management, Prentice Hall (latest edition)

2. Baran, R. J.; Galka, R.; and D. P. Strunk, (2007), Principles of Customer Relationship Management, South-Western College Pub, 1 edition, ISBN: 0324322380.

3. Greenberg P., (2004), CRM at the Speed of Light, McGraw-Hill Osborne Media, 3 edition, ISBN: 0072231734.

4. Brown, S. A. (2000), Customer Relationship Management: A Strategic Imperative in the World of E-Business, Wiley, 1 edition, ISBN: 0471644099.

5. Fjermestad, J. and N. C., Jr. Romano, (2006), Electronic Customer Relationship Management, M.E. Sharpe, ISBN: 0765613271.

6. Lindstrand, A. (2005), Managing Customer Relationships on the Internet, Elsevier Science.

7. Iacobucci, D. (2003), Consumers in Cyberspace: A Special Double Issue of the journal of Consumer Psychology, Journal of Consumer Psychology, Vol. 13, Number 1&2, Lawrence Erlbaum; 1 edition, ISBN: 0805896236.

8. Harrison R., T. Newholm and D. Shaw, (2005), The Ethical Consumer, Sage Publications Ltd, 1 edition, ISBN: 1412903521.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی-درس تخصصی

گرایش کسب و کار الکترونیکی

عنوان درس:تجارت الکترونیک

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

با تمام شدن این درس ، دانشجویان قادر خواهند بود:

- مفاهیم اصلی در رابطه به B2B را درک کنند.
- مزایا و چالش های وابسته به مدل های مختلف B2B را تعریف کنند.
- فن آوری اطلاعاتی را که مدل های مختلف B2B را توانمند می کند تشخیص دهند.
- راه حل های B2B را گسترش و ارزیابی کنند.

سرفصل درس

- BTOC
- CTOC
- طراحی مدل کسب و کار BTOB
- تغییرات سازمانی
- فرهنگ
- جریان کار
- مراحل اجرایی BTOB
- مدیریت زنجیره تامین
- فروش بالابر (up-selling)
- فروش تقاطعی (cross-selling)
- انواع یکپارچگی

- طبقه بندی مبادلات.
- بدست آوردن و خطرات مبادلات B2B
- راه حل های ابتکاری B2B
- بیرون دهی اقدامات مربوط به تهیه و توزیع
- فضای بازیابی و صلاحیت
- گسترش اعتماد کسب و کار



منابع

1. Sexton, J. D. (2000), Business-to-business e-commerce, Wines & Vines (Magazine/Journal).
2. Faulkner Information Services, (2001), Business-to-Business E-Commerce Basics.
3. Manufacturers Alliance/MAPI, (2000),Business-to-Business E-Commerce - A Look at Manufacturers' Best Practices for Thriving in the Digital Economy.



برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی-درس تخصصی
گرایش کسب و کار الکترونیکی
عنوان درس:مدیریت پروژه های کسب و کار الکترونیک

نوع واحد: نظری-عملی

تعداد واحد: یک واحد نظری- یک واحد عملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

دانشجویان دانشی راجع به قابلیت استفاده از وب بدست خواهند آورد.دانشجویان یک دیدگاه راجع به اهمیت رهنمود های ساختار یافته و موضوعات مهم برای ساختن صفحات وب بدست می آورند. سپس این دیدگاه را با موضوعات در پروژه های وب کاربردی می سازند.

سرفصل درس

این درس استفاده مقدماتی از وب را که از طریق بکارگیری دیدگاه و متدولوژی کاربر محور پوشش می دهد. این دیدگاه و متدولوژی منجر به یک سایت با طراحی خوب با کاربر، محتوای مناسب، سازمان و فعل و انفعالات مناسب می شود. موضوعات این درس عبارتند از:

- رابطه متقابل انسان-کامپیوتر (HCI)
- سیستم های راهبری
- HTML
- Dreamweaver
- بازیابی اطلاعات
- فیلتر کردن
- طراحی گرافیکی
- نمودارها
- طراحی نرم افزار
- معماری وب سایت
- تحلیل نیازمندیها

- تحلیل هدف گروه
- پشتیبانی راهبری
- سازماندهی محتوا
- سازماندهی بصری
- ارزیابی قابلیت استفاده از وب
- جهانی سازی
- دسترسی
- خصوصی سازی
- دوره حیات پروژه
- صورت وضعیت احتیاجات و ضوابط معیار های موفقیت پروژه
- ساختار شکست کار
- تخمین
- شبکه ها، نمودارگانت و زمان بندی
- خطرات پروژه
- تخصیص منابع
- جریان نقدی و منحنی S
- سنجش عملکرد و شمار نشان (مقطع)
- مدیریت کیفیت
- تعاریف و اصطلاحات
- نرم افزار های استاندارد
- ERP
- پرتال

- تکنولوژی زیر ساخت
- مراحل اجرا
- مدیریت سریع اجرا
- مشکلات اجرا
- مدیریت خطرات
- برنامه ریزی روز آوری
- PERT
- نمودار گانت
- استراتژی بودجه
- استراتژی منابع



منابع

1. Till, A. and A. Itzkovitvch, (2003), Design-It-Yourself: Web Sites: A Step-by-Step Guide, Rockport Publishers, ISBN: 1564967603.
2. Dimarco, J. (2006), Web Portfolio Design and Applications, Idea Group Publishing, ISBN: 1591408555.
3. Fowler, S. (2004), Web Application Design Handbook: Best Practices for Web-Based Software, Morgan Kaufmann; 1 edition, ISBN: 1558607528.
4. Hoekman Jr. R. (2006), Designing the Obvious: A Common Sense Approach to Web Application Design, New Riders Press, 1 edition, ISBN: 032145345X.
5. Dijck, P. V. (2003), Information Architecture for Designers: Structuring Websites for Business Success, Rotovision, ISBN: 2880467314.
6. Stoehr, T. (2002), Managing e-business Projects: 99 Key Success Factors, Springer, 1 edition.
7. Shields, M. G. (2001), E-Business and ERP: Rapid Implementation

and Project Planning, Wiley, 1 edition, ISBN: 0471406775.

8. Balakian, B.; Young, K. and Veerapaneni, R. (2002), Managing E-Business Projects, Authorhouse, ISBN: 0759684731.
9. Schalz, Y. (2005), Tips for Managing e-Business Projects, Multi-Media Publications Inc., ISBN: 1895186463.
10. Stoehr, T. (2002), Managing e-business Projects: 99 Key Success Factors, Springer, 1 edition.
11. Shields, M. G. (2001), E-Business and ERP: Rapid Implementation and Project Planning, Wiley, 1 edition, ISBN: 0471406775.
12. Balakian, B.; Young, K. and Veerapaneni, R. (2002), Managing E-Business Projects, Authorhouse, ISBN: 0759684731.
13. Schalz, Y. (2005), Tips for Managing e-Business Projects, Multi-Media Publications Inc., ISBN: 1895186463.
14. Lientz, P. B., K. P. Rea, (2000), Dynamic E-Business Implementation Management: How to Effectively Manage E-Business Implementation (E-Business Solutions), Academic Press, 1 edition, ISBN: 0124499805.





برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی-درس تخصصی
گرایش کسب و کار الکترونیکی
عنوان درس:دولت الکترونیکی

نوع واحد: نظری-عملی

تعداد واحد: یک واحد نظری- یک واحد عملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

توسعه تکنولوژی در عصر نو و بویژه در دو دهه گذشته علاوه بر ایجاد تغییرات فراوان در شیوه زندگی و سطح رفاه بشر بر مناسبات و روابط انسانی در همه زمینه ها از جمله اداره جوامع و نحوه اداره حکومتها تاثیرات فراوانی داشته است. دامنه این تغییرات، کاربرد آنها و تلاش برای تطبیق باروند تو فن آوری ها در سالهای اخیر به دولتها و تشکیلات تابعه آنها نیز بسط پیدا کرده است. بکارگیری و توسعه نظامات و فن آوری اطلاعاتی چنین امکاناتی را برای دولت به عنوان فراگیر ترین سازمان کشور فراهم می آورد به نحوی که با تجهیز خود به شبکه های اطلاعاتی را گسترده پوشش دهد.

دولت الکترونیکی تلاشی است مبتنی بر مطالعات و تجارب علمی برای انتقال مفاهیم و اصول مرتبط با موضوع به مدیران تا با ایجاد درک و برداشتی مشترک از ضرورتها، اصول و لوازم و راهکارهای الکترونیکی کردن امور، زمینه لازم برای شروع حرکت دستگاهها به سوی پیوستن به دولت الکترونیک فراهم آید. همچنین انتظار می‌رود در این رهگذر مجموعه مدیریتی به دیدگاههای متناسب با سازمان خود برای یافتن و تعریف کردن فرصتهای توسعه اقتصادی از مسیر توسعه فناوری اطلاعات دست یابند.

سرفصل درس

- تاریخچه دولت الکترونیک
- دولت الکترونیک در سایر کشورها
- ضرورت اجرا و پیاده‌سازی دولت الکترونیک در ایران
- اهمیت دولت الکترونیک در ایران

- فعالیتهای انجام شده در دولت الکترونیک ایران
- بهبود سازمانها از طریق پیاده‌سازی دولت الکترونیک
- عوامل موثر در پیاده‌سازی دولت الکترونیک ایران
- نتایج استقرار دولت الکترونیک ایران
- مثالهایی از اجرای موفق و ناموفق دولت الکترونیک در کشورهای مختلف
- اتوماسیون اداری؟
- مشکلات روندهای کاری کنونی
- اهداف مهندسی مجدد
- ابعاد مهندسی مجدد
- چهار قدم عمومی در اصلاح فرایندها
- زنجیره مهندسی مجدد
- ترکیب تیم اصلاح فرایندها
- روشهای طراحی وضع مطلوب
- تاثیر پیاده سازی دولت الکترونیک در مهندسی مجدد فرایندهای دولت



منابع

1. Hsinchun Chen , Lawrence Brandt , Valerie Gregg , 2007 , Digital Government: E-Government Research, Case Studies, and Implementation (Integrated Series in Information Systems) (Integrated Series in Information Systems) , Springer; 1 edition (December 10, 2007)
2. Latif Al-hakim , 2006 ,Global E-government: Theory, Applications and Benchmarking , IGI Global (September 7, 2006)
3. Pan Shan Ling , 2004, Managing Strategic Enterprise Systems And E-government Initiatives In Asia: A Casebook (Series on Innovation and Knowledge Management, Vol. 1) , World Scientific Publishing Company (August 30, 2004)

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی – درس اختیاری

عنوان درس: مدیریت کسب وکار در اسلام

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

پیش‌نیاز: ندارد

هدف

آشنایی دانشجویان با مبانی و دیدگاه های اسلامی نسبت به کسب و کار، مهارت و تحلیل برخی مسائل شرعی کسب و کار

سرفصل درس

- جایگاه کار و تلاش در اسلام
- ارزش خدمت به جامعه
- احکام خرید و فروش
- اخلاق کسب و کار
- اخلاق مدیریت
- توجه به حقوق جامعه در مدیریت کسب و کار
- عدالت محوری در مدیریت کسب و کار
- دیدگاه اسلام نسبت به رقابت
- رابطه همکاری و رقابت از دیدگاه اسلامی
- ترویج فرهنگ دینی به عنوان زمینه کار، تلاش و نوآوری
- جایگاه علم اندوزی در مدیریت کسب و کار اسلامی
- مسائل محیط زیست و کسب و کار اسلامی
- نقش کسب و کار رهبران دینی در اداره و کاهش مشکلات جوامع اسلامی
- آیات قرآنی مربوط به کسب و کار
- کسب و کار در نهج البلاغه
- درآمد از دیدگاه اسلام
- تجارت از دیدگاه اسلام
- اهمیت سرمایه گذاری از دیدگاه اسلام

- کسب و کارهای حلال درآمد، ثروت، مصرف از دیدگاه اسلام
- بازاریابی، تعیین قیمت وفروش از دیدگاه اسلام

منابع

۱. خنیفر، حسین ،کارآفرینی در نظام ارزشی .
۲. موسایی، میثم (۱۳۸۲) بررسی مهمترین ویژگی رفتارهای اقتصادی جامعه با توجه به فرهنگ مطلوب اسلام (مطالعه موردی: شهر تهران) قم : صبح صادق
۳. طباطبائی ، محمد حسین (۱۳۶۰) ترجمه تفسیر المیزان قم : دارالعلم تهران ، محمدی.
۴. فرهنگ و آداب کار در کلام امام رضا علیه السلام(۱۳۸۱) قم : وثوق .
۵. فرهنگ و آداب کار در کلام امام علی علیه السلام (۱۳۸۱) قم : وثوق.
۶. ابن ابی الحدید، عبدالحمید بن هبه الله شرح نهج البلاغه بیروت (۱۳۷۳) : دارالفکر .

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی درس اختیاری

عنوان درس: مدیریت بین فرهنگی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد : ۲

پیش نیاز: ندارد

اهداف:

گسترش مفهوم ارتباطات در تقابل حوزه های فرهنگی در عرصه ی تئوری و عمل به نحوی که دانشجویان قادر شوند با شناخت مسائل و الگوهای ارتباطات بین فرهنگی، استراتژی های لازم را برای مدیریت موثر بین فرهنگی طراحی و به کار فرا گیرند.

سرفصل درس

بخش اول: مفاهیم و مبانی

- مفهوم و ابعاد فرهنگ
- تاثیر فرهنگ بر سازمان ها
- ضرورت و اهمیت ارتباطات بین فرهنگی
- ایجاد هم افزایی فرهنگی و مدیریت تنوع فرهنگی

بخش دوم : مسائل فردی و گروهی در مدیریت بین فرهنگی

- تیم های چند فرهنگی
- مسئولیت اجتماعی و اخلاقیات بین فرهنگی
- مبادلات بین فرهنگی:رفتن و بازگشت به وطن.
- مدیریت مسیر های شغلی جهانی
- تطبیق با تفاوتهای فرهنگی
- روش شناسی ارزیابی فرهنگی
- رویکردی برای ارزیابی تغییر فرهنگی
- رویکردی برای دوری از تعارض فرهنگی
- ارزیابی فرهنگ بخشی
- الگو های تصمیم گیری
- بیان عدم توافق
- ارزش فرهنگی

- شوک فرهنگی
- زبان
- الگوهای ارتباطات شفاهی و غیر شفاهی
- الگوهای ارتباط نوشتاری
- اخلاق جهانی
- عادات و رسوم اجتماعی و کسب وکار
- بخش سوم: مسائل سازمانی و پیش سازمانی در مدیریت بین فرهنگی
- تصمیم گیری و رهبری جهانی
- ارزیابی فرهنگی جامع برای مدیریت
- ماتریس سیستم های پیام اولیه
- فهم تغییر فرهنگ
- تغییر فرهنگ پویای اجتماعی در سازمان
- مدیریت کسب و کار بین المللی بعنوان فرصتی برای تغییر
- چالش های مدیریت بین فرهنگ ها
- ماهیت ارتباطات بین فرهنگی
- سیستم های جهان شمول
- فرآیند مذاکره بین فرهنگی
- استراتژی های مذاکره بین فرهنگی

منابع

1. Carlos Conejo,(2005),4 Steps to multicultural management : An article from: Credit Union Management ،Credit Union Executives Society .
2. Ph.D.،Elashmawi. Farid ،(2001),Competing Globally،Mastering Multicultural Management and Negotiation (Managing Cultural

Differences) ،Butterworth-Heinemann.

3. Elashmawi . Farid،Harris . Philip R ،(1993),Multicultural Management: New Skills for Global Success (Managing Cultural Differences) ،Gulf Publishing Company .
4. Elashmawi. Farid ،Harris. ،(1998), Multicultural Management 2000: Essential Cultural Insights for Global Business Success (Managing Cultural Differences Series),Butterworth-Heinemann; Revised edition.]
5. Maruyama . Magoroh ،(1994),Mindscapes in Management: Use of Individual Differences in Multicultural Management ،Dartmouth Publishing Group .
6. L-R. L. Cheng,(1994),Management of Communication Disorders in Multicultural ،Mosby-Year Book.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی – درس اختیاری

عنوان درس: تئوری های مدیریت پیشرفته

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد.

هدف:

۱- ارتقاءسطح دانش آموزش گیرندگان در خصوص نظریه سازی و نظریه های سازمان

۲- ارتقاءتوان آموزش گیرندگان جهت نقد و تحلیل ابعاد مختلف سازمان ها در پرتو نظریه های سازمانی پیشرفته

سرفصل درس:

- چیستی نظریه، الگو پردازی و تحلیل نظریه ها
- نقش نظریه ها در شناخت و ارتقاء ظرفیت لازم برای نقد و تحلیل سازمان ها
- کلیات مکاتب مدیریت با دیدگاههای کلاسیک، اقتضایی، سیستمی و روندهای جدید
- نظریه های اثر بخشی سازمان ها
- نظریه های بنگاه کارآفرینی و ملت کارآفرین

الف- نظریه های سازمان به عنوان سیستم عقلایی

- نظریه اصول مدیریت اداری فایول
- نظریه مدیریت علمی تیلور
- نظریه های تکنولوژی و سازمان ها

ب- نظریه های سازمان به عنوان سیستم طبیعی:

- نظریه سرمایه اجتماعی و سازمان ها
- نظریه های نهاد و مشروعیت
- نظریه های فرهنگ و سازمان ها

ج) نظریه های سازمان به عنوان سیستم باز

- نظریه های پیکره بندی سازمانی
- نظریه های سازمانی یادگیرنده و مدیریت دانش
- نظریه های محیط و عملکرد سازمان
- نظریه های وابستگی منابع و قدرت سازمانی
- نظریه دوره حیات سازمان و الزامات مدیریتی آن
- نظریه بنگاه کارآفرین

د)ترکیب نظریه:

- نظریه های اثربخشی سازمان ها

ه) نظریه های نوین:

- نظریه هوشمندی رقابتی سازمان ها
- نظریه های آشوب و پیچیدگی
- جهانشمول گرایی نظریه های سازمانی
- روش های نوین پژوهشی در نظریه های سازمان و مدیریت
- نوآوری بنیادین

منابع

1. Claudio Albanese،Giuseppe Campolieti,(2005),Advanced Derivatives Pricing and Risk Management: Theory،Tools،and Hands-On Programming Applications (Academic Press Advanced Finance Series) (Academic Press Advanced Finance Series) ،Academic Press.
2. Yannis Manolopoulos،Alexandros Nanopoulos،Apostolos N. Papadopoulos،Y. Theodoridis,(2005),R-Trees: Theory and Applications (Advanced Information and Knowledge Processing) ,Springer.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی – درس اختیاری
عنوان درس: تحلیل محیط کسب و کاربین الملل

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با عناصر محیط کسب و کار بین الملل و کسب مهارت ، بررسی و ارزیابی محیط کسب وکاربین الملل، بررسی نقش حکومت های ملی در رقابت پذیری وتوسعه بین المللی وکسب وکارهای ملی، بررسی تعامل بین اقتصاد منطقه ونقش اقتصاد کشور مبدا ، و کسب توانایی تهیه گزارشات تحلیل محیط کسب وکاربین الملل.

سرفصل درس

- مفاهیم محیط بین الملل،کسب وکاربین الملل
- رقابت پذیری و عملکرد بین الملل- چارچوب محرک های عملکرد و رقابت پذیری بین الملل
- اقتصاد ملی،منطقه ای و بین المللی
- خط مشی های دولتی و رقابت پذیری اقتصاد و صنایع در حوزه مورد نظر
- سازمان تجارت جهانی وجهانی سازی
- عناصر محیط کسب وکاربین الملل
- فرهنگ های ملی وکسب وکاربین الملل
- سیاست های خارجی وکسب وکار بین الملل
- قوانین بین المللی موثر بر کسب و کار
- سازمانهای بین المللی موثر در عملکرد کسب و کارهای بین المللی
- مداخلات دولتها در امور کسب وکار بین المللی
- تحلیل تغییرات جمعیتی در سطح جهان و تأثیر آن بر کسب وکار
- تحلیل تحولات در فناوری مخصول و فرآیند و پیامدهای آن برای سازمان
- نهادهای مالی بین المللی
- ارزیابی مزایا و معایب روشهای ورود و ادامه فعالیت در بازار بین المللی
- مخاطرات فعالیت در بازار بین الملل
- عدم اطمینان و ابهام در متغیرهای محیطی بین المللی
- زیر ساختهای کسب و کار ونقش آنها در انتخاب بازاربین الملل
- تحلیل ابعاد مزیت محصول و خدمت در بازار بین الملل
- تحلیل اعتبار و پیش‌گویی آشوب وتلاطم محیطی

- مدیریت تغییر و رهبری سازمان در کسب وکارهای بین المللی
- ارزیابی محیط کسب و کاربین الملل

منابع

1. Herbert M. Bohlman،Mary Jane Dundas،(2004)،Legal،Ethical and International Environment of Business ،South-Western College/West.

2. JohnD.Daniels،LeeH.Radebaugh،DanielP.Sullivan،(2003)،International Business: Environments and Operations،Prentice Hall.

3. Frank B. Cross،Roger Leroy Miller،(2000)،West's Legal Environment of Business: Text and Cases--Ethical،Regulatory،International and E-Commerce Issues،WestLegalStudies/Thomson Learning.

4. Vern Terpstra،Kenneth David،(1992)،The Cultural Environment of International Business (Sb-Principles of Marketing) South-Western Educational Publishing.
5. Janet Morrison،(2002)،The International Business Environment: Diversity and the Global Economy ،Palgrave Macmillan.
6. Herbert M Bohlman،(1993)،Study guide to accompany The legal،ethical،and international environment of business (Unknown Binding) ،West Pub.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس اختیاری

عنوان درس: اقتصاد مدیریت

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی با آن دسته از تئوری ها و الگوهای اقتصادی است که می تواند در تصمیم گیری برای مؤسسات بازرگانی و تجزیه و تحلیل موقعیت اقتصادی آنها به کارگرفته شود و دانش مدیریت بازرگانی را در زمینه شرایط حاکم بر بازار و جنبه های اقتصادی مدیریت افزایش دهد.

سرفصل درس

۱- تعاریف و قلمرو اقتصاد مدیریت

- کیفیت علم و اقتصاد مدیریت

- نیاز به آشنایی با اقتصاد مدیریت

- تفاوت استفاده از ابزارهای اقتصاد مدیریت در بخش عمومی و خصوصی

- اصول پایه ای یک مدیریت کارآمد

۲-تجزیه و تحلیل نیروهای بازار(تقاضا و عرضه)

- عوامل مؤثر بر تقاضا و عرضه

- اضافه مصرف کننده و تولید کننده

- تعادل بازار

- اثر تعیین قیمت های کف و سقف

۳- تحلیل کمی تقاضا

- مفهوم کشش

- رابطه کشش و درآمد کل

- رابطه درآمد نهایی و کشش قیمتی تقاضا

- محاسبه کشش با استفاده از توابع خطی و غیر خطی تقاضا

- تحلیل رگرسیون

۴- تصمیم گیری مصرف کننده و عوامل مؤثر بر آن

- مقایسه رقبا و مصرف کننده و تولید کننده

- تئوری های رفتار مصرف کننده

- مطلوبیت نهایی پول

- استخراج منحنی های تقاضای معمولی و جبرانی از طریق منحنی بی تفاوتی

- مثال های کاربردی از تحلیل منحنی های بی تفاوتی (نظیر انتخاب های پیش روی مصرف کننده، درآمد و فراغت)

۵- تجزیه و تحلیل تولید، هزینه های تولید و کاربردهای آنها در تصمیم گیری

- نظریه تولید

- نقش مدیر در فرایند تولید (تولید روی تابع تولید، استفاده از سطح مناسب نهاد ه ها)

- توابع تولید چند متغیره و توابع تولید خاص

- بهره وری تولید

- کشش توابع تولید

- تعادل تولید

- توابع هزینه

- تفاوت هزینه های اقتصادی و حسابداری

- مقیاس اقتصادی(Economics of scale)

- قلمرو اقتصادی(Economics of scope)

- هزینه توامان(Cost complementary)

۶- بازارها و ماهیت صنعت

- بازار رقابت کامل

- بازار انحصار کامل

- ساختار بازار

- درجه تمرکز صنعت

- اندازه گیری قدرت در بازار

- تصمیمات بهینه برای تبلیغات

- رفتار قیمت گذاری

۷- اقتصاد اطلاعات

- نااطمینانی و رفتار مصرف کننده

- نااطمینانی و رفتار بنگاه

- نااطمینانی و رفتار بازار

حراجAuctions

۸- تجارت داخلی و تجارت بین الملل

- اهمیت تجارت داخلی

- نظریه های تجارت بین الملل

- محدودیت های تجاری

- سیاست های تعدیل

۹- سیاست تجاری بین الملل

- ابزارهای سیاست تجاری

- اقتصاد سیاسی و سیاست تجاری

- سیاست تجاری در کشورهای درحال توسعه

۱۰- تهیه یک گزارش تحقیقی بوسیله هر یک از دانشجویان در مورد یکی از مباحث مطروحه در این درس

منابع

1. P. Tordoir,(1995),The Professional Knowledge Economy : The Management and Integration of Professional Services in Business Organizations.Springer.

2. Hiroyuki Odagir,(1981),The Theory of Growth in a Corporate Economy: Management Preferences.Research and Development.and Economic Growth (A Spectrum book) Cambridge Univ Pr.

3. Marius Leibold.Gilbert J. B. Probst.Michael Gibbert,(2005),Strategic Management in the Knowledge Economy : New Approaches and Business Applications ,Wiley-VCH; 2Rev Ed edition.

4. Thomas H. Davenport.Marius Leibold.Sven C. Voelpel,(2006),Strategic Management in the Innovation Economy : Strategic Approaches and Tools for Dynamic Innovation Capabilities Wiley-VCH.

۵. تقوی، مهدی،(۱۳۷۸) ،اقتصاد مدیریت،لاهیجان : نشر نیک نگار.
۶. سالواتوره ، دومینیک ،(۱۳۷۶) اقتصاد مدیریت،تهران : موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی- درس اختیاری
عنوان درس: مدیریت تامین و عملیات

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف :

هدف این درس آشنایی دانشجویان با فنون مدیریت تامین منابع و برنامه ریزی و مدیریت پیشرفته عملیات در شرکت های تولیدی است .

سرفصل درس

- تنظیم استراتژی تولید
- رقابت در هزینه
- رقابت در کیفیت
- رقابت در انعطاف‌پذیری
- رقابت در تحویل
- ارتباط استراتژی تولید با بقیه عوامل و متغیرهای سازمانی
- ارتباط استراتژی کسب و کار و استراتژی تولید
- ارتباط بین استراتژی تولید و سایر استراتژی‌های کارکردی
- ارتباط محیط و استراتژی تولید
- استراتژی‌های مبتنی بر فرآیند
- استراتژی عملیات
- فرآیندها و تکنولوژی
- ظرفیت و تسهیلات
- سیستم‌های عملیاتی
- تولید دستی
- تولید انبوه
- نیروی کار در تولید انبوه
- سازماندهی در تولید انبوه
- ابزارهای تولید انبوه
- تولید ناب
- تاریخچه تولید ناب
- زنجیره تأمین درتولید انبوه و ناب

- تولید انبوه و ناب در برخورد با مشتری
- مدیریت منابع انسانی درتولید انبوه و ناب
- تعمیرات ونگهداری بهره ور جامع در تولید ناب
- اتلاف و ضرر ناشی از مشکل تجهیزات در آغاز تولید
- سیستم مدیریت ناب
- فرآیند تجدید حیات سازمان
- چرخه بهبود استراتژیک
- تولید چابک
- تاریخچه چابکی
- ابعاد چابکی
- سیستم تولید چابک
- تواناسازنده‌های چابکی
- عوامل اصلی JIT
- منابع انعطاف‌پذیر
- چیدمان سلولی
- سیستم‌های کششی
- کانبان
- سیستم کانبان
- سیستم کانویپ
- کنترل هیبریدی
- تولید در دسته‌های کوچک
- راه‌اندازی سریع
- تولید یکنواخت
- کیفیت در مبدأ
- نگهداری بهره ور جامع(TPM)
- شبکه تأمین‌کنندگان
- مزایای JIT
- اجرای JIT
- JIT در خدمات
- پنج گام اصلی برای اجرای سیستم تولیدی JIT
- MRPII در مقابل کانبان
- فرهنگ مشارکت و همکاری: بستر اصلی اجرای JIT
- زنجیره تأمین و مدیریت آن

- طراحی زنجیره تأمین، یک موضوع استراتژیک
- ارتباط‌های زنجیره تأمین
- سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع شرکت SAP
- تأثیر اینترنت بر زنجیره تأمین
- مشکلات اثر شلاق گاوی در زنجیره تأمین
- زنجیره عرضه ناب و چابک
- زنجیره تأمین و تجارت الکترونیک
- زنجیره تأمین الکترونیک
- زنجیره تأمین جهانی
- تجارت آزاد و فرصت‌های جهانی
- مشکلات و راه حل‌های زنجیره تأمین جهانی
- خرید و عرضه‌کننده‌ها
- منبع‌یابی واحد
- روابط مشتری–عرضه‌کننده
- انواع تسهیلات
- صنایع سنگین
- صنایع سبک
- انبارها و مراکز توزیع
- سازمان‌های خرده‌فروشی و خدماتی
- انتخاب مکان: در کجا باید قرار گرفت؟
- عوامل مکان‌یابی جهانی
- عوامل جایابی مکان
- محرک‌های موقعیت
- تکنیک‌های تحلیل موقعیت
- رتبه‌بندی عامل موقعیت
- تکنیک مرکز ثقل
- تکنیک بار– فاصله
- روش های تامین مالی
- منابع تامین مالی
- استراتژی انتخاب منابع تامین مالی

منابع

1. Michael Simmons,(2002),Securities Operations: A Guide to Trade

and Position Management.John Wiley & Sons.

2. Robert McCrie,(2001),Security Operations Management.Butterworth-Heinemann

3. David Loader,(2006),Advanced Operations Management (Securities Institute) John Wiley & Sons.

4. David Loader,(2003),Regulation and Compliance in Operations (Securities Institute Operations Management) ,Butterworth-Heinemann.

5. Clay E. Higgins,(1989),Utility Security Operations Management: For Gas.Water.Electric and Nuclear Utilities,Charles C Thomas Pub Ltd.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس اختیاری

عنوان درس: مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش نیاز: ندارد

اهداف:

۱- ارتقاء سطح دانش آموزش گیرندگان در خصوص چگونگی تلفیق نظریه های مدیریت، سازمان و رفتار و بکارگیری آن‌ها.

۲- ارتقاء توان آموزش گیرندگان در نقد و تحلیل رفتارهای سازمانی و دستیابی به بهبود عملکرد در سطح فردی، گروهی و سازمانی .

سر فصل درس:

بخش اول – چگونگی رفتار سازمان به عنوان سیستم:

- مدیران موفق چگونه عمل می‌کنند
- چگونگی اثر گذاری مدیران بر سیستم های سازمانی
- موضوعاتی که مدیران آتی باید به آنها توجه کنند
- فرهنگ سازمانی
- آثار فرهنگی بر رفتار سازمانی
- چگونگی معنی بخشی پیش فرضها به فرهنگ سازمانی
- چرا سیستم ارزش سازمان‌ها با هم متفاوتند؟
- کارکردهای فرهنگ سازمانی چیست ؟
- فرهنگ اجتماعی و پاره فرهنگها

بخش دوم

۱. رفتار فردی در سازمانها

- چگونگی شکل‌گیری شخصیت
- سبک‌های شناختی
- روابط شخصیت و رفتار تفاوت‌های فردی در سازمان
- عزت نفس
- خود مدیریتی
- خود کامیابی
- بهبود شایستگی‌های فردی و اجتماعی از طریق هوش عاطفی
- مدل نیت رفتاری

- رفتار اخلاقی در محیط کار
- چگونگی برخورد با اقدام‌های غیراخلاقی
- عوامل اثرگذار بر عملکرد
- توانایی‌های ذهنی
- فیزیکی

۲-فراگردهای گروهی و اجتماعی

- پویایی‌های گروهی و میان گروهی
- کارکردهای فردی و سازمانی گروه‌های رسمی
- شاخص‌های جامعه شناختی گروه
- دسته‌بندی گروه‌ها
- مراحل توسعه گروه
- رفتار گروه کاری
- شرایط خارجی تحمیلی برگروه
- منابع گروه
- ساختار گروه
- نقش‌هایی که افراد در گروه ایفا می‌کنند
- تسهیل اجتماعی
- دسته‌بندی هنجارها
- چگونگی شکل‌گیری هنجارها
- سازگاری
- وجهه و اعتبار
- نمادهای وجهه
- روابط مبتنی بر وجهه واعتبار
- تأثیر گروه بر رفتار فردی
- طفره رفتن اجتماعی
- اندازه و ترکیب گروه
- گروه فکری
- فرادگردهای گروهی
- انسجام گروهی
- تصمیم‌گیری گروهی
- اثربخشی گروه کاری
- مدل اقتضایی به کارگماری افراد
- شبکه اجتماعی.

- **تیم‌سازی:**
  - نوع شناسی تیم
  - مدل بومی اثربخشی تیم کاری
  - همکاری و ابعاد آن
  - اعتماد
  - اعتماد سازی در سازمان
  - انواع انسجام گروهی
  - مطالعات پویائی گروهی
  - حلقه‌های کنترل کیفیت
  - تیم‌های مجازی و خودگردان
  - چرخه‌ی حیات حلقه‌های کنترل کیفیت
  - تکامل تیم‌های خود گردان.

۳. فراگردهای سازمانی

- **ارزیابی عملکرد**
  - عناصر فراگرد ارزیابی عملکرد
  - رهیافت‌های اساسی ارزیابی عملکرد
  - نقش‌های بیش فعال ضمن ارزیابی عملکرد
  - شاخص‌های ششگانه سیستم‌های ارزیابی عملکرد قابل دفاع قانونی
  - رهیافت اقتضایی به ارزیابی عملکرد
  - مزایای بازخورد عینی
  - مدل بازخور عملکرد شغلی
  - انواع پاداشها
  - برنامه‌های مشارکت در سود و صرفه‌جویی
- **سیاست در سازمان**
  - تاکتیک‌های عام نفوذ
  - تعریف قدرت و چگونگی کسب آن
  - انواع قدرت
  - توانمندسازی
  - قدرت وسطوح رفتار سیاسی در سازمان
  - تاکتیک‌های عام سیاسی
  - مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان.
- **تعارض :**
  - تعریف و دیدگاه‌های نسبت به تعارض

- ارزش‌های تعارض
- فراگرد تعارض
- فراگرد مدیریت تعارض
- تحریک تعارض سودمند و فنون آن
- شبکه مدیریت تعارض
- کاربردهای سبک های پنجگانه مدیریت تعارض
- تعارض میان گروهی
- **فشار و تنیدگی در کار:**
- فشار چیست؟ علل آن کدامند؟
- مدل فشار حرفه‌ای
- تفاوت‌های فردی آثار فشار
- ساز و کارهای حمایت اجتماعی
- فنون کاهش تنیدگی
- فراگرد انطباق با فشار
- تحلیل رفتگی
- آثار نگرشی و رفتاری تنیدگی
- مدیریت اثربخشی تنیدگی
- **تغییر و توسعه سازمانی**
- علل تغییر
- فراگرد تغییر
- مدیریت تغییر
- اهداف و ارزش‌های بهبود و بازسازی سازمان
- فراگرد مشاوره و بهبود سازمانی
- راهبردهای اجرای تغییر
- فنون بهبود: بازخور پیمایشی
- تیم سازی
- ارزیابی اثربخشی بهبود سازمانی
- مکعب بهبود سازمانی
- شالوده‌های تشخیص بهبود سازمان
- پژوهش عملی
- زبان تغییر سازمانی
- مقایسه رهیافت‌های بهبود متمرکز بر افراد وفرهنگ
- مقایسه رهیافت‌های بهبود متمرکز بر کار و فناوری

- عناصر مدیریت کیفیت جامع

منابع

۱. مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته ،دکتر علی رضائیان ، ۱۳۸۰، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها .

۲. رفتار سازمانی، استیفن پی رابینز،علی پارسائیان ومحمد اعرابی، تهران دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۷۸ .

۳. رفتار سازمانی ،مورهد و گریفین،مهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده،۱۳۷۴.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی- درس اختیاری

عنوان درس: جهانی سازی و رشد در کسب و کارهای کوچک و متوسط

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مسایل رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط و ورود آنها به بازار بین الملل و کسب مهارت مدیریت رشد و جهانی سازی در این سازمانها است.

سرفصل درس

- مفاهیم و تعاریف کسب وکارهای کوچک و متوسط
- مزایا و معایب اندازه کوچک سازمانی تحلیل مقیاس اقتصادی ،اجتماعی و اشتغالزایی کسب و کارهای کوچک
- مسایل رشد در کسب و کارهای کوچک و متوسط
- فرصت های رشد برای کسب وکارهای کوچک و متوسط
- بازار بین الملل به عنوان میدان رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط
- کارآفرینی بین المللی و تأسیس کسب وکارهای کوچک و متوسط
- مزیت رقابتی در کسب وکارهای کوچک و متوسط
- شایستگی های اساسی در ایجاد مزیت رقابتی
- تأمین از سایر شرکت ها به عنوان ابزاری برای ایجاد مزیت رقابتی
- استراتژی اتحاد به عنوان استراتژی ایجاد مزیت رقابتی
- روش های ورود کسب وکارهای کوچک و متوسط به بازار بین الملل
- پویای رشد در کسب وکارهای کوچک و متوسط
- قابلیت سازی در کسب و کارهای کوچک و متوسط
- ایجاد ظرفیت مخاطره پذیری و فوق فعال بودن در کسب و کارهای کوچک و متوسط
- ارزیابی آمادگی ورود کسب وکارهای کوچک و متوسط به بازار بین الملل
- استراتژی های رشد در کسب وکارای کوچک و متوسط
- استراتژی مورد نظر پورتر (مدل الماسی) برای حضور در رقابت جهانی
- شبکه ای شدن SME ها و حضور در بازار جهانی
- نقش خوشه های منطقه ای و فرا منطقه ای
- تحلیل تامین کنندگان ونقش آن در رقابت افزایی SME

منابع

1. Charles Harvie,(2002),Globalisation and Smes in East Asia (Studies of Small and Medium Sized Enterprises in East Asia Series.Edward Elgar Publishing
2. David B. Audretsch,(2003),SMEs in the Age of Globalization.Edward Elgar Publishing .
3. Pierre-Andre Julien.Andre Joyal.Laurent Deshaies,(2005),SMEs and international competition: free trade agreement or globalization? (small and medium-sized enterprises) : An article from: Journal of Small Business Management International Council of Small Business.
4. Charles Harvie,(2002),Globalisation and Smes in East Asia (Studies of Small and Medium Sized Enterprises in East Asia Series.Volume 1) ,Edward Elgar Publishing.
5. Margi Levy.Philip Powell,(2004),Strategies for Growth in SMEs : The Role of Information and Information Sytems ,Butterworth-Heinemann.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس اختیاری

عنوان درس: مدیریت تیم های کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی با تیم سازی و مدیریت تیم های کارآفرین در کسب و کارهای جدید و سازمان های کارآفرین و نیز کسب مهارت توانمند سازی و اداره تیم های کارآفرینی در جهت ایجاد و رشد کسب وکار است.

سرفصل درس:

بخش اول : مفاهیم و مبانی

- کارآفرینی و کار تیمی (ضرورت و اهمیت کار تیمی در کارآفرینی)
- مفهوم تیم کارآفرین
- انواع تیم های کارآفرین
- مسائل کار تیمی در تیم های کارآفرین

بخش دوم: مسائل فردی و گروهی

- پویایی های تیمی و شرکت های کارآفرین
- ایجاد قابلیت های تیمی در افراد
- تیم کارآفرین به عنوان شایستگی اساسی و محوری سازمان
- رقابت در میان اعضای تیم کارآفرین
- تقسیم کار و هماهنگی و ارتباطات در تیم های کارآفرین
- وظایف مسئولیت ها و حقوق اعضای تیم کارآفرین
- اخلاق در تیم کارآفرین
- ویژگی های اعضای تیم های کارآفرین
- وظایف و ویژگی های مدیریت در تیم هی کارآفرین
- مراحل ایجاد و توسعه تیم های کارآفرین
- رشد و زایش در تیم های کارآفرین
- آموزش و یادگیری در تیم های کارآفرین
- مدیریت دانش در تیم های کارآفرین
- تیم های کارآفرین مجازی

- هماهنگی بین تیم های کارآفرین در سازمان
- هدف گذاری تیمی و رابطه ان با چشم انداز و هدف های کسب وکار
- همکاری و رقابت در میان تیم های کارآفرین در سازمان
- رضایت، انگیزش و تعهد در تیم های کارآفرین
- ارتباطات موثر در میان تیم های کارآفرین در سازمان
- مدیریت پروژه در کارهای تیمی

منابع

1. Michael Ensley,(1999),Entrepreneurial Teams as Determinants of of New Venture Performance (Garland StudiesinEntrepreneurship).Garland.

2. Bouncken,Ricard A B., 2004.Cultural Diversity in Entrepreneurial Teams: Findings of New Ventures in Germany.Creativity and Innovation Management.Brandenburg University of Technology.

3. R. C. Jacobs.J. Handelberg.S. Vyakarnam.BDO Stoy,(1999).Formation and development of entrepreneurship teams in Rapid growth business entrepreneurial teams in rapid growth business.

4. Ensley.Michael (1994) Entrepreneurial Teams as Determinants of New Venture Performance (Garland Studies in Entrepreneurship) by "In a recent article entitled "Finding the Entrepreneur in Entrepreneurship.

5. Shailendra Vyakarnam,(2002),Building entrepreneurial teams.Cambridge Hi-Tech Network of Small Enterprises (CHASE) Jun 2002.

6. Clarkin.John E. Peter J. Rosa (2005) Entrepreneurial Teams within Franchise Firms.SAGE Publications.

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس اختیاری

تخصیص منابع و سرمایه انسانی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مفهوم و اهمیت سرمایه انسانی و نقش آن در توسعه و نیز آگاهی آنان از از روش های تخصیص منابع در سطوح کلان و ملی و بویژه نحوه تخصیص منابع در جهت حفظ و تقویت سرمایه های انسانی است.

این درس دانشجویان را با راهبردهای پیشرفته در خصوص چگونگی شناسایی،ارزیابی، توسعه و بکارگیری سرمایه‌های انسانی مورد نیاز برای اهداف اقتصادی و جذب آنها توسط کارآفرینان در شرکتهای دانش بنیان آشنا می‌سازد.

سرفصل درس

- نقش توسعه سرمایه انسانی در رشد اقتصادی و توسعه
- تخصیص منابع مؤثر در سرمایه انسانی و نقش آن در رشد اقتصادی و بهره وری
- نقش سرمایه انسانی در استراتژی های مختلف توسعه اقتصادی
- بررسی و تعیین سهم سرمایه انسانی از منابع مختلف
- برنامه ریزی استراتژیک سرمایه انسانی
- سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در مسیر یادگیری
- روش های تخصیص منابع در سرمایه انسانی
- استراتژی های سرمایه انسانی
- جایگاه سرمایه انسانی در برنامه های ملی- بخشی
- جایگاه سرمایه انسانی در برنامه های منطقه ای -محلی
- تخصیص منابع داخلی و بین المللی (راهکارها و موانع)

- تخصیص منابع در آموزش و پرورش نیروی انسانی(استراتژی‌ها، راهکارها، نقاط قوت و نقاط ضعف)
- تخصیص منابع در آموزش عالی (استراتژی‌ها، راهکارها، نقاط قوت و نقاط قابل بهبود)
- رویکردهای موجود سرمایه انسانی
- برنامه ریزی نیروی انسانی و توسعه
- ایجاد و پرورش سرمایه انسانی
- کسب ، پرورش و حفظ استعدادها
- تأمین نیروی انسانی (انطباق مهارت ها و نیازها)
- مدیریت سرمایه انسانی در سطح بین الملل
- رهبری سرمایه انسانی
- ارزیابی سرمایه انسانی
- مطالعه موردی : درس های مدیریت سرمایه انسانی در بازسازی عراق
- عارضه‌یابی کسب وکارها از لحاظ کمبود و فقدان سرمایه‌های انسانی
- ارائه الگوهای راهبردی مدیریت سرمایه انسانی در کشور و مناطق
- ارائه الگوهای راهبردی مدیریت سرمایه انسانی درسطح سازمانی
- ارائه روشهای تطبیق و الگوسازی (Bench marking) در خصوص انتخاب تکنیکهای مدیریت سرمایه انسانی در سازمانهای مختلف
- ارزیابی اثربخشی ارتباط بین افزایش بهره‌وری ،کیفیت و انگیزه در سازمانها با استفاده از سرمایه‌های انسانی و مقایسه آن با اهداف کلان سازمانها
- مدیریت استراتژیک در برنامه‌ریزی سرمایه‌های انسانی
- استراتژیهای استخدام (بکارگیری)، برنامه‌ریزی و انتخاب منابع انسانی

- استراتژی‌های توسعه سرمایه‌های انسانی
- مدیریت تامین نیروی کار
- استفاده از تکنیکهای انگیزه ساز برای افزایش توانمندیها و سرآمدی سرمایه‌های انسانی

منابع

1. Jac Fitz-Enz (2000) The Roi of Human Capital: Measuring the Economic Value of Employee Performance. Publisher: AMACOM/American Management Association; 1 edition.

2. Gary S. Becker (1994) Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis.with Special Reference to Education.

3. Thomas O. Davenport (1999) Human Capital: What It Is and Why People Invest It (The Jossey-Bass Business & Management Series).

4. Jay Liebowitz (2003) Addressing the Human Capital Crisis in the Federal Government: A Knowledge Management Perspective.

5. Michael E. Echols (2005) ROI on Human Capital Investment.

6. Sandra Burud and Marie Tumolo (2004) Leveraging the New Human Capital: Adaptive Strategies.Results Achieved.and Stories of Transformation.

7. James J. Heckman.Alan B. Krueger.and Benjamin M. Friedman (2005) Inequality in America: What Role for Human Capital Policies? (Alvin Hansen Symposium Series on Public Policy).

8. Mark A. Huselid.Brian E. Becker.and Richard W. Beatty (2005) The Workforce Scorecard: Managing Human Capital To Execute Strategy.

9. Society for Human Resource Management (2006) The Value of People: The Challenges and Opportunities of Human Capital Measurement and Reporting.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس اختیاری

عنوان درس: توانمندسازی کارآفرینانه زنان و جوانان روستایی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از ارایه این درس آشنا سازی دانشجویان با فرآیند توانمندسازی زنان و جوانان روستایی به عنوان دو گروه عمده کنشگران و ذینفعان توسعه کشاورزی با رویکرد کارآفرینی از طریق ارایه خدمات ترویجی و آموزشی و نیز تسهیلگری و مشارکت موثر در روند ظرفیت‌سازی و تحقق نظام معیشت پایدار روستایی است.

سرفصل درس

- تعاریف و مفاهیم توانمند سازی
- عوامل بازدارنده توانمندسازی
- عوامل پیش برنده توانمند سازی
- نقش ترویج دو سویه و چند سویه در توانمند سازی
- جایگاه زنان در توسعه کشاورزی و جامعه روستایی
- جایگاه زنان در نظام معیشت روستایی
- موقعیت زنان روستایی در تولید، اشتغال و معیشت پایدار روستایی
- تعریف دوباره (مجدد) نقش زنان و روابط جنسیتی در کار
- روش شناسی و طبقه بندی فقر
- سیاست ها و کاهش فقر
- زنان و تصحیح سیاست ها در جهان سوم
- برنامه ریزی جنسیتی و توسعه
- سوگیری جنسیتی در فرایند توسعه
- مفاهیم اساسی جنسیت و توسعه کشاورزی
- نظریه‌های سیاست‌گذاری برای توانمندسازی کارآفرینانه زنان روستایی
- پویایی جمعیت و تحولات جنسیتی در زیربخش‌های کشاورزی
- عوامل موثر بر مشارکت زنان در توسعه کارآفرینی کشاورزی

- نیازسنجی‌آموزشی ترویجی کارآفرینی زنان روستایی
- روشهای نیاز سنجی آموزشی ترویجی
- تجزیه و تحلیل جنسیتی پروژه های ترویجی کارآفرینی
- الگوهای خدمات‌رسانی ترویجی کارآفرینی به زنان روستایی
- نقش زنان و دختران روستایی در ایجاد و اداره کسب و کارهای کشاورزی و روستایی
- کسب و کارهای خانگی و کارآفرینی زنان روستایی
- شاخص‌های جنسیت و ترویج کارآفرینی کشاورزی
- تاریخچه آموزش و ترویج کارآفرینی زنان روستایی ایران
- نقش تشکل‌های زنان روستایی در ترویج کشاورزی، توسعه روستایی و توانمندی زنان
- زنان و کارآفرینی: رویکردی جنسیتی به کارآفرینی
- تحلیل کارآفرینی در نظام معیشت پایدار روستایی
- کارآفرینی اجتماعی و ظرفیت‌سازی کارآفرینانه در راستای توانمندی گروه‌های حاشیه‌ای، فقرزدایی و کاهش آسیب‌پذیری
- گونه‌شناسی سیاستهای ظرفیت‌سازی کارآفرینی و مداخله‌گری حمایتی
- تعاریف، عناصر(پاسخگویی، ظرفیت سازمانی و تشکیلاتی محلی، شمول و فراگیری مشارکت مدنی، دسترسی به منابع و اطلاعات و خدمات و غیره)، چارچوب و الگوها و رویکردهای توانمندسازی کارآفرینی
- نقش ترویج و توسعه کارآفرینی در توانمندسازی کارآفرینانه
- کارآفرینی توانمندسازانه و توانمندی کارآفرینانه
- جوانان روستایی: کارآفرینی، چالش‌های بیکاری، افزایش سن کشاورزان در بخش کشاورزی و جامعه روستایی، مهاجرت و غیره
- برنامه‌های توسعه‌ای کارآفرینی برای جوانان روستایی(youth development) : سرمایه‌گذاری انسانی و سرمایه‌گذاری برای حال و آینده
- جوانان روستایی و کارآفرینی
- بهره‌گیری جوانان روستایی از فرصت‌های کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای خدماتی، تولیدی و فراوری در بخش کشاورزی
- تشکل‌های روستایی، نهادهای محلی و توانمندسازی زنان و جوانان روستایی
- زمینه‌ها و مزیت‌های نسبی کارآفرینی از سوی زنان و جوانان روستایی در بخش کشاورزی و جامعه روستایی
- کارآفرینی حمایت شده supported entrepreneurship و نقش سیاستهای حمایتی،

اعتباری، خدماتی دولت در توسعه کارآفرینی بین زنان و جوانان روستایی

- شبکه‌سازی چندسطحی(multi-level networking) در راستای جلب حمایت‌های سازمان‌های بین‌المللی و اهداگران(donors) در توسعه کارآفرینی بین زنان و جوانان روستایی با تکیه بر کنشگری سازمان‌های غیردولتی(NGOs)در سطح کشور
- ساماندهی شبکه جوانان و زنان روستایی کارآفرین
- بازدارنده‌های کارآفرینی زنان و جوانان روستایی
- مکانیزم‌های پیشبرنده کارآفرینی در بین زنان و جوانان روستایی
- تجارب جهانی و آموزه‌های داخلی در زمینه توانمندسازی کارآفرینانه زنان و جوانان روستایی
- مدیریت توسعه روستایی: مسائل و چشم اندازها
- چهارچوبی به سوی یک منطق جدید

منابع

۱. صالح نسب، غلامحسین (۱۳۷۴)، زنان در توسعه کشاورزی (برنامه فائو). تهران: وزارت جهادسازندگی، مدیریت مطالعات و بررسی های معاونت ترویج و مشارکت مردمی.

۲. لیس تورس، اماری و روزاریو ریودل، رزا (۱۳۷۵)، جنسیت و توسعه. ترجمه جواد یوسفیان، تهران: انتشارات بانو، ص ۹ و ۱۰.

3. Chun.R.J. (1998.January). A quick guide for women and minority entrepreneurs. Entrepreneur: 25.
4. Janice Jiggins.samanta.R.K. .& Olawoye.J.E. .(1997) .Improving women farmers access to extension services .In: Improving agricultural extention .A refrence manual .Swanson B. E..Bentez.R.P.and sofranko.A.Y..(ED) .FAO .Rome
5. Bonnie O Tanner ,1999,The Entrepreneurial Characteristics of Farm Women (Studies in Entrepreneurship) .
6. United state congress (1989) , Agriculture,Runal development /and relared Agencies Appropriation, pub: university of Michigan.

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی - درس اختیاری

عنوان درس: اقتصاد دیجیتالی و جامعه دیجیتالی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

امروزه شاهد عصر جدیدی در زندگی انسان ها هستیم. کامپیوتر از یک ابزار مدیریت اطلاعات به یک ابزار رشد و توسعه اقتصادی و فرصتی برای سرمایه گذاری تبدیل شده است. در اقتصاد دیجیتالی افراد، به کمک اینترنت و دیگر تکنولوژی نظیر سیستم های بی سیم جوامع و سازمان‌ها با بکارگیری دانش و هوش انسانی شبکه شده، کسب ثروت می کنند. چنین تغییری در روابط اقتصادی و اجتماعی دیگر جنبه‌های زندگی را تغییر داده است و باعث گردیده افراد جامعه، شرکت های تجاری و ... نگران تاثیرات مداوم و متغیر فناوری بر زندگی و کسب و کار خود باشند. این درس طراحی شده تا نیروهای نهادی را که تقاضا برای فناوری اطلاعات را شکل می دهد و ایجاد می کند، ارزیابی نماید. این درس به دانشجویان کمک می‌کند درباره چگونگی تاثیر شرایط متغیر اجتماعی و اقتصادی بر انتخاب نوع فناوری و بکارگیری آن بیاندیشند.

سرفصل درس

- طبقه بندی خدمات دراقتصاد دیجیتال شامل B2B, G2C*
- Productivity Paradox
- شکاف دیجیتالی و نابرابری دیجیتالی
- ارتباط تکنولوپی اطلاعات با رشد ، بیکاری ،بهره ری و تورم
- معیارهای کلیدی ارزیابی عملکرد اقتصاد دیجیتالی
- اندازه گیری منافع غیر ملموس تکنولوژی اطلاعات برای مردم
- تاثیر تکنولوژی بر ساختار
- شرکتها و روابط بین آنها
- تاثیر تکنولوژی بر رضایت درونی و رضایت بین شرکتها
- توزیع قدرت ،تنوع مشاغل ،دسته بندی
- توزیع قدرت و سودآوری اقتصادی مشاغل ،بخشها و شرکتهای دیجیتالی
- تاثیر پذیری NGO از اقتصاد دیجیتالی
- نقش شرکتهای نوپا و SME ها در اقتصاد دیجیتالی
- تاثیر تجارت الکترونیک بر توسعه کارآفرینی
- تاثیر اقتصاد دیجیتالی بر اندازه شرکتها

- تامین مالی، Spinn off و ادغام شرکتها دراقتصاد دیجیتالی
- تاثیر اقتصاد دیجیتالی بر فرصتهای پیشرفت اقتصاد در سطح فردی ،گروهی ومنطقه ای
- تاثیر اقتصاد دیجیتالی بر محصولات ،خدمات و ساختار رقابتی در بازار
- تاثیر سرمایه گذاری در شرکتهای دیجیتالی بر صنایع موجود و منابع اطلاعات محور
- ارزیابی مدلهای موجود اندازه گیری بازار کار ،کمبود نیروی انسانی با توجه به اقتصاد دیجیتالی

منابع

1. rown،John Seely،Duguid،Paul; 2000; The Social Life of Information; Harvard Business School Press.

2. Standage،Tom; 1998; The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century،On-line Pioneers; Walker and Company

3. Castells،Manuel; Rise of the Network Society.; Blackwell; 2000 - Volume I of The Information Age: Economy،Society and Culture

4. Fields،Gary; 2004،Territories of Profit: Communications،Capitalist Development،and the Innovative Enterprises of G.F.Swift and Dell Computer; Stanford University Press;

5. Carr،Nicholas; 2004; Does IT Matter? Information Technology and the Corrosion of Competitive Advantage; Harvard Business School Press

6. Harbhajan Kehal and Varinder P. Singh،Digital Economy: Impacts،Influences and Challenges،2004،Idea Group
7. Castells,M,2001,the Internet Galexy: Reflections on the Business ,and socity ,Oxford university press , Oxford.
8. Chen word wellmam B 2004, the global Digital Divide within and between countries , IT and society (1) 39 -45
9. Chin MD and Fairlie RW (2oo6) ICTUSE in developing word:An analysis of Differences in computer and in ineland , Singapore, argentina, and spiain. Telecommunication policy .

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی – درس اختیاری

عنوان درس: روش تحقیق در کارآفرینی

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: آمار پیش نیاز

هدف:

- تسلط کامل دانشجویان بر تجزیه و تحلیل فلسفه علم و معرفت‌شناسی با درک روابط واقعی متغیرها و پدیده‌های اجتماعی
- کسب توانایی در بررسی عمیق و جامع مشکلات عمومی کارآفرینی در کشور و ارائه راه حل برای آنها
- توانایی تدوین طرح تحقیق در کارآفرینی
- توانایی ارزیابی پژوهشهای کارآفرینی

سرفصل درس

- مبانی هستی شناسی و روش‌شناسی علمی
- اهداف علم و ویژگی های روش شناسی علمی تحقیق
- نقش مفاهیم و ارزشها در روش علمی و کاربردی
- جایگاه پژوهش در تئوری‌سازی
- نقش تئوری های کارآفرینی در فرایند تحقیق
- تئوری به عنوان راهنمای روش طرح تحقیق
- تئوری به عنوان ابزار تفسیر نتایج تحقیق
- انواع روش های شناخت:
- شناخت کارآفرینی به عنوان یک پدیده اجتماعی قابل تحقیق
- فرایند تحقیق علمی
- شرایط انتخاب و تدوین موضوع تحقیق کارآفرینی
- بیان مسأله تحقیق:
- انواع مساله تحقیق
- سطوح سلسله مراتب مساله تحقیق درکارآفرینی

- بیان گزارههای تحقیق:
  - انواع اهداف تحقیق
  - ویژگی های اهداف تحقیقاتی خوب
- فرضیه ها /سوالات پژوهشی
  - انواع فرضیه های تحقیق/ سوالات پژوهشی
  - ویژگی یک فرضیه تحقیقاتی خوب
  - شیوه های طراحی مدل مفهومی تحقیق
- بررسی پیشینه تحقیق
- اهداف بررسی پیشینه تحقیق
- شیوههای رفرنس دهی
- بررسی موردی پیشینه تحقیق در تحقیقات کارآفرینی
- انواع متغیر ها، تعاریف مفهومی ،عملیاتی متغیرهای پژوهشی و مقیاسی سنجش آنها
  - انواع متغیر ها در پژوهش های کارآفرینی
  - انواع تعاریف متغیرها(تعاریف مفهومی و عملیاتی)
  - مفهوم سازی (conceptualization) و عملیاتی کردن(coperationalization)
  - سطوح سنجش متغیرها
  - مقیاس سازی و تبدیل مقیاس ها
- روش‌های گردآوری داده‌ها در پژوهش های کارآفرینی
- جامعه،نمونه و روش های نمونه گیری
  - روش های نمونه گیری احتمالی و غیر احتمالی
  - نمونه گیری از افراد ،شرکت ها ،صنایع ،واحدهای خاص یا سایر واحدهای تحلیل
  - روش های تعیین حجم نمونه آماری
- روش شناسی تحقیق در کارآفرینی
  - روش های تحقیق توصیفی
  - روش های تحقیق آزمایشی و نیمه آزمایشی
  - مطالعات کمی و کیفی در تحقیقات کارآفرینی
- روش تحلیل محتوا (triangulation)

- روش تحقیق Grounded theory در کارآفرینی
- ایجاد تعادل بین تحقیقات اکتشافی و تبیین کمی وکیفی در پژوهش های کارآفرینی
- گردآوری داده های کمی و کیفی
- روش‌های کمی ،کیفی و ترکیبی تحلیل داده ها
- تحلیل‌یافته‌های تحقیق به کمک نرم افزارهای آماری مانند SPSS و LISREL
- بحث و نتیجه گیری از تحلیل یافته ای تحقیق
- مرور تحقیقات کارآفرینی در ایران
- روش تدوین پیشنهاد تحقیق در یکی از مسایل کارآفرینی
- تدوین گزارش تحقیق.
- چارچوب تدوین مقاله پژوهشی
- تدوین طرح پژوهشی در زمینه مسائل کارآفرینی درایران

الزامات درس

- انتخاب یک موضوع تحقیق کارآفرینی توسط دانشجویان به عنوان گزارش کار این درس
- تدوین طرح پژوهشی بر اساس موضوع انتخاب شده توسط دانشجو
- نقد یک پایان نامه یا مقاله علمی چاپ شده در زمینه کارآفرینی توسط دانشجو

منابع

1. Davidssonper(2004).ResearchinEntrepreneurship.newyork:springer
2. PervezN.Ghauri,Kjell,GronhaugIvarKristianslund،Research Methods in Business Studies: A Practical Guide ،Prentice Hall .
3. Kevin Hindle,(2004),Choosing qualitative methods for entrepreneurial cognition research: a canonical development approach. : An article from: Entrepreneurship: Theory and Practice ,Entrepreneurship: Theory and Practice (Refereed).
4. Michael Quinn Patton,(2001),Qualitative Research & Evaluation Methods ,SAGE Publications; 3rd edition .
5. Marianne Coleman ،Ann R J Briggs,(2002),Research Methods in Educational Leadership and Management (Educational

Management Research & Practice series) ,SAGE Publications .
6. Van De Ven.Anderae (2000). Research on the Management of Innovation. The Minnesota Studies. NewYork. Oxford University Press.
7. Floyed J.Fowler (2001). Survey Research Methods. Sage Publications.Incorporated

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی -درس اختیاری

عنوان درس: سمینار در کارآفرینی

نوع واحد: نظری وعملی

تعداد واحد:یک واحد نظری – یک واحد عملی

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف این درس آشنایی دانشجو با مطالعات موردی توسعه کارآفرینی و کسب مهارت انجام تحقیقات میدانی و مطالعات موردی مستند توسط دانشجو در حوزه های تخصصی گرایش خود می باشد و آشنایی با مطالعات موردی انجام شده در سایر کشورها و کسب مهارت تحلیل وضعیت کارآفرینی در کشور است .

سرفصل درس

دانشجویان در این درس برحسب گرایش خود یک موضوع را انتخاب کرده و یک تحقیق میدانی در کشور و یک تحلیل در سطح بین المللی انجام داده و سپس آنرا در کلاس ارایه می دهند و پس از ارائه، کارگروهی انجام می گیرد و مقایسه بین تجربیات موجود جهانی انجام می پذیرد.

در این درس براساس جهت گیری های دروس تخصصی، مطالعات موردی به صورت یک مجموعه جهت دار تنظیم و اجرا می شود. مرور مطالعات موردی و ارزیابی نتایج اقدامات کارآفرینانه در سایر کشورها مورد نظر است.

دعوت از کارآفرینان و مدیران موفق در مسائل توسعه کارآفرینی در کشور کار کردند برای گفتگو و سخنرانی در کلاس.

منابع

۱.خسروشاهی, کاظم (۱۳۸۳) یادداشتهای کارآفرینی- برما چه گذشت, تهران, انتشارات کتاب فرزانه.

۲.عظیمی، حسین (۱۳۷۱) مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، تهران، نشر نی.

۳.فقیهی، ابوالحسن و حسن دانایی فرد (۱۳۸۴) بوروکراسی و سیاست در ایران، تهران، نشر رسا.

۴.ربیعی, علی (۱۳۸۳) زنده باد فساد، تهران, سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۵.ماتور، پروشوتام (۱۳۷۶) معمای توسعه نیافتگی، ترجمه علی اصغر بانویی و محمد قلی یوسفی, تهران، انتشارات سازمان برنامه و بودجه.

۶.نخجوانی، احمد (۱۳۸۲) اقتصاد ایران، تهران، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.

۷.سیاست های ۲۰ کشور منتخب در توسعه صنایع کوچک و متوسط سازمان صنایع کوچک (۱۳۸۰) انتشارات کارآفرینان پیگیر.

۸.طالبی, کامبیز، فریدون آذر هوش، مرتضی ایمانی راد (۱۳۸۴) استراتژی های توسعه صنایع کوچک و متوسط در ایران, ترجمه علی شقاقی, سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد، یونیدو، سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی,.

۹.خطیب, محمد علی (۱۳۷۴) اقتصاد ایران, تهران, انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.

۱۰.بدون نام, (۱۳۷۳) نظم نوین اقتصادی جهان و موقعیت ایران در آن، تهران, وزارت امور اقتصادی و دارایی.

۱۱.مومنی, فرشاد (۱۳۷۴) علم اقتصاد و بحران در اقتصاد ایران, تهران, انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.

۱۲.عظیمی, حسین (۱۳۷۵) مدارهای توسعه نیافتگی در ایران, تهران, انتشارات اطلاعات.

۱۳.لیست, فردریک (۱۳۷۰) نظام ملی اقتصاد سیاسی, تهران, شرکت سهامی انتشار.

۱۴.رزاقی, ابراهیم (۱۳۷۶) اقتصاد ایران, تهران, انتشارات اطلاعات.

۱۵.تولید منابع انسانی برای صنعت کوچک و متوسط در منطقه آسیا و اقیانوسیه ترجمه و تدوین، وزارت صنایع، سازمان صنایع کوچک ایران, نشر کارآفرینان بصیر.

۱۶.مدیریت مدرن در شرکت های کوچک (۱۳۷۴) سازمان ملی بهره وری ایران.

17.Kanniainen. Vesa, Keuschnigg. Christian, Venture Capital,(2004), Entrepreneurship, and Public Policy (CESifo Seminar Series).

18.Harper . David,(1996),Entrepreneurship and the Market Process (Foundations of the Market Economy) Routledge.

19.Kawasaki. Guy, (2004), The Art of the Start: The Time - Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything , Portfolio Hardcover.

20.Drucker . Peter F,(1993), Innovation and Entrepreneurship, Collins.

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
شورای برنامه ریزی آموزش عالی

برنامهٔ کارشناسی ارشد کارآفرینی -درس اختیاری

عنوان درس: مدیریت منابع انسانی

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

تشریح مباحث، اهمیت و کاربردهای مدیریت منابع انسانی و نقش آن در سازمان با توجه به روندهای ملی و بین المللی و با تاکید بر نقش و کاربردهای آن در سازمان‌های کارآفرین و کسب و کارهای کوچک و متوسط.

سرفصل درس

مبانی، پیشینه و چشم انداز مدیریت منابع انسانی

- تغییرات پیش رو و چشم انداز مدیریت منابع انسانی در قرن ۲۱
- چشم انداز منابع انسانی در سازمان‌های کارآفرین و کسب و کارهای کوچک

وظایف، نقشها و معیارهای ارزیابی مدیریت منابع انسانی

- وظایف و فعالیتهای مدیریت منابع انسانی
- نقش‌های مدیران منابع انسانی
- معیارهای ارزیابی مدیریت منابع انسانی
- نقش مدیر منابع انسانی در کنار سایر نقش های کارآفرینان

نقش‌های مدیریت منابع انسانی در مسیر رشد سازمان های کارآفرین

- کارآفرین در نقش مدیر منابع انسانی در مرحله تاسیس یا راه اندازی کسب وکار جدید
- کارآفرین در نقش مدیر منابع انسانی در مرحله رشد اولیه (قبل از بلوغ)
- کارآفرین در نقش مدیر منابع انسانی در مرحله تثبیت یا بلوغ کسب وکار جدید
- کارآفرین در نقش مدیر منابع انسانی در مرحله توسعه و رقابت یا افول

طراحی و تحلیل شغل

- اهداف و اهمیت طراحی و تحلیل شغل
- ویژگیهای اساسی طراحی شغل

وزارت علوم تحقیقات و فناوری
گروه برنامه ریزی آموزش های عالی

- روشهای طراحی شغل
- مسائل تجزیه و تحلیل و طراحی شغل در فرایند کارآفرینی یا مراحل مختلف راه اندازی و رشد کسب و کار جدید

گزینش و به کار گماری و گردآوری اطلاعات موردنیاز

- مقاصد و اهمیت گزینش و به کار گماری و رابطه آن با سایر فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی
- اطلاعات مربوط به گزینش و به کارگمای
- مراکز ارزیابی
- گزینش و به کارگماری در کسب و کارهای کوچک
- کاربرد اطلاعات در گزینش و به کارگماری (دشواری‌های اندازه گیری کامیابی شغلی؛ تصمیم گیری در گزینش، به کار گماری و عدالت استخدامی؛ ارزیابی تصمیمهای گزینش و به کار گماری کارکنان؛ مسائل جامعه پذیری افراد تازه کار و دوره توجیهی)

آموزش کارکنان در سازمان های کارآفرین

- اصول و فواید آموزش شغلی
- آموزش و یادگیری در سازمانهای فردا
- نقش و راهکارهای آموزش در سازمان های کارآفرین

پرورش مدیران

- فرایند پرورش مدیران
- مسائل پرورش مدیران در سازمان های کارآفرین
- سنجش اثر بخشی آموزش

ارزشیابی عملکرد کارکنان

- تعاریف، مفاهیم، هدفها و اهمیت ارزشیابی عملکرد
- رابطه ارزشیابی عملکرد باسایر وظایف مدیریت منابع انسانی
- فواید، فرایند، منابع و مبانی ارزیابی عملکرد کارکنان

روشهای ارزشیابی عملکرد کارکنان و دشواری های آن در سازمان های کارآفرین

- روشهای ارزشیابی عملکرد کارکنان
- مسائل ارزیابی عملکرد در سازمان های کارآفرینی
- کاربرد اطلاعات در ارزشیابی عملکرد (تعارضهای درونی ارزشیابی عملکرد، طراحی نظام ارزشیابی، مصاحبه ارزشیابی، بهسازی عملکرد، استراتژی‌های بهسازی عملکرد)

مسیر پیشرفت شغلی

- تعاریف و مفاهیم
- اهمیت مسیر پیشرفت شغلی
- پیشرفت در زندگی و مسیر پیشرفت شغلی
- طرح ریزی نظامهای مسیر پیشرفت شغلی
- مسائل و دشواری های مسیر پیشرفت شغلی در سازمان های کارآفرین

نظام‌های حقوق و دستمزد و مسائل آن در سازمان های کارآفرین

- مبانی حقوق و دستمزد و مقاصد و اهمیت نظام پرداخت
- رابطه پرداخت با سایر وظایف مدیریت منابع انسانی
- تأثیر محیط در نظام پرداخت
- مسایل مدیریت حقوق و دستمزد در سازمان های کارآفرین

روابط کار و پیمان‌های گروهی کار

- روابط کار
- هدفهای اتحادیه گرایی
- جایگاه کنونی اتحادیه ها و انجمنهای حرفه ای
- پیمانهای گروهی کار
- هدف و گستره پیمانهای گروهی کار
- تنظیم پیمان های گروهی کار
- روندها و مسایل پیمان های گروهی کار



منابع

۱.سیدجوادین، سید رضا مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان، (تهران: انتشارات غزال، ۱۳۸۴)

۲. والتون، جان، "پرورش راهبردی منابع انسانی"، ترجمه ناصر میر سپاسی و داریوش غلام زاده (تهران: انتشارات انجمن مدیریت منابع انسانی، ۱۳۸۴).

۳. شیمون ال دولان و رندال اس شولر، "مدیریت امور کارکنان و منابع انسانی"، ترجمه محمد علی طوسی و محمد صائبی (تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۸۱).

۴. آرمسترانگ، مایکل (گرد آورنده)، "راهبردهای مدیریت منابع انسانی" ، ترجمه خدایار ابیلی و حسن مونقی، (تهران: فرا، ۱۳۸۰).

۵. حاجی کریمی، عباس و حسن رنگریز، "مدیریت منابع انسانی"، (تهران: ناشر مؤلفین، ۱۳۷۹)

۶. دسلر، گری، "مبانی مدیریت منابع انسانی"، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی (تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۷۸).

۷. دعایی، حبیب اله، "مدیریت منابع انسانی"، (مشهد استادان دانشگاه فردوسی، ۱۳۷۴).

۸. سعادت، اسفندیار، "مدیریت منابع انسانی" (تهران: سمت، ۱۳۷۹).

۹. سینچر، مارک، "مدیریت منابع انسانی"، ترجمه فریده آل آقا (تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸).

برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی

درس اختیاری

عنوان درس: بازاریابی خدمات

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجو با مفاهیم بازاریابی خدمات و مدیریت بازار خدمات ،فراهم کردن چارچوب تحلیلی در بازاریابی خدمات و کسب مهارت کار با سیستم های بازاریابی خدمات و انجام عملیات بازاریابی خدمات ، بویژه در جایابی و توزیع محصول.

سرفصل درس:

- مفاهیم بازاریابی خدمات ، بازار خدمات و خدمات
- تفاوت بازاریابی خدمات و بازاریابی کالا
- روندهای موجود در بازار خدمات
- تحلیل رفتار مصرف کننده خدمات
- ترکیب بازاریابی خدمات: قیمت خدمات ، مکان عرضه خدمات ، توزیع خدمات و ارتقای فروش خدمات
- استراتژی های بازاریابی خدمات و شایستگی های اساسی کسب و کار
- تجلیل زنجیره ارزش خدمات و ارتباطات در بازار خدمات
- زنجیره عرضه خدمات و مدیریت کیفیت خدمات
- مدیریت رابطه با مشتری و مدیریت تعهد مشتری
- آسیب شناسی عرضه خدمات و تحلیل عوامل موثر بر رضایت / نارضایتی مشتری
- جایابی در قطعات بازار خدمات و استراتژی های ورود به بازار خدمات
- تحلیل نقشه شناختی و فرایند خرید مشتری در بازار خدمات
- تجربه مصرف خدمات در بازار ، ادراک انتظارات و ادراکات مشتری
- کاربرد اینترنت در بازاریابی خدمات و اجرای استراتژی رشد

- یکپارچگی بازاریابی با سایر فعالیت ها در کسب و کار خدماتی
- مطالعات موردی در بازاریابی خدمات

منابع

1. Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D،2005.. Gremler Services Marketing ، McGraw-Hill Education .
2. Valarie Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D, 2005. Gremler ,Services Marketing, McGraw-Hill/Irwin.
3. Philip Kotler, Thomas Hayes, Paul N. Bloom, 2002 ,Marketing Professional Services - Revised.Prentice Hall Press.
4. Christopher Lovelock, Lauren Wright ,2001,Principles of Service Marketing and Management, Prentice Hall.
5. K. Douglas Hoffman, John E.G. Bateson,2006, Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases ,South-Western College Pub.
6. Evelyn Ehrlich, Duke Fanelli ,2004,The Financial Services Marketing Handbook: Tactics and Techniques that Produce Results , Bloomberg Press.
7. Laurie Young ,2005, Marketing the Professional Services Firm: Applying the Principles and the Science of Marketing to the Professions , Wiley.