جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شورای عالی برنامه ریزی آموزشی

برنامه درسی

رشته مربیگری کسب و کار

دوره کارشناسی ارشد ناپیوسته

گروه علوم انسانی



مصوب جلسه شماره ۹۲۵ تاریخ ۱۳۹۸/۱۲/۰۴ شورای گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی

باسمه تعالی

نام رشته: مربیگری کسب و کار | **عنوان گرایش: ــ**

گروه: علوم انسانی | **دوره تحصیلی: کارشناسی ارشد ناپیوسته**

کارگروه تخصصی: مدیریت | **نوع مصوبه: تدوین**

پیشنهادی دانشگاه: تهران | **تاریخ تصویب: ۱۳۹۸/۱۲/۰۴**

به استناد آیین نامه واگذاری اختیارات برنامه‌ریزی درسی مصوب جلسه شماره ۸۸۲ تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۲۳ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی به دانشگاه‌های سطح یک و دو؛ برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد ناپیوسته رشته مربیگری کسب و کار، بر اساس نامه شماره ۱۲۳/۳۹۸۲۵۶تاریخ ۱۳۹۶/۱۲/۱۴ دانشگاه تهران دریافت شد:

ماده یک- برنامه درسی فوق در جلسه شماره ۹۲۵ تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۰۴ شورای گسترش و برنامه ریزی آموزش عالی به تصویب رسیده است.

ماده دو- این برنامه درسی برای دانشجویانی که از مهر ماه سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ وارد دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی می شوند، قابل اجرا است.

ماده سه- برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد ناپیوسته رشته مربیگری کسب و کار در سه فصل: مشخصات کلی، جدول های واحدهای درسی و سرفصل دروس تنظیم شده است و به دانشگاه هایی که مجوز پذیرش دانشجو از شورای گسترش و برنامه ریزی آموزش عالی را اخذ نموده و دارای سایر ضوابط و مقررات مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری هستند، برای اجرا ابلاغ می شود.

ماده چهار- این برنامه درسی از شروع سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ به مدت ۵ سال قابل اجرا است و پس از آن نیاز به بازنگری دارد.

دکتر محمدرضا آهنچیان

دبیر کمیسیون برنامه ریزی آموزش عالی

دکتر علی خاکی صدیق

دبیر شورای گسترش و برنامه ریزی آموزش عالی

شورای عالی انقلاب فرهنگی

شورای تخصصی تحول و ارتقاء علوم انسانی

مشخصات کلی

برنامه درسی رشته "مربیگری کسب و کار "

Curriculum of business coaching

مقطع: کارشناسی ارشد

تعریف رشته:

مجموعه پیش رو، سندی است که به منظور معرفی درس‌ها و سرفصل‌های درس‌های رشته تربیت مربی کسب و کاردر دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، طراحی و تدوین شده است. هدف اصلی از طراحی و معرفی این رشته، پرورش شایستگی های لازم در افراد برای ایفای نقش های مربی‌گری در ایجاد کسب و کارهای نوپا و توسعه کسب و کارها می‌باشد.

- مربی کسب و کار به فردی گفته می‌شود که از شایستگی های لازم برای برقراری ارتباط مبتی بر اعتماد با علاقه‌مندان به ایجاد کسب و کارهای نوپا ،یا مالکان و مدیران کسب و کارهای متداول برخوردار است و از این طریق تلاش می‌کند شایستگی های لازم را برای ایجاد و یا توسعه کسب و کارها در آنها ایجاد یا تقویت کند. به بیانی دیگر در مربیگری کسب و کار تلاش می شود یادگیری شاگردان از طریق انجام فعالیت های عملی و اجرائی و در جریان کار تقویت گردد.
- مربیگری کسب و کار به فرایند شناسائی و بکارگیری مجموعه اصول ، نظریه ها و تکنیک های لازم برای تسهیل تغییر و یادگیری عملی در شاگردان کسب و کارها شامل : علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای نوپا،کوچک ، متوسط و بزرگ اشاره دارد.
- رشته مربیگری کسب و کار، این رشته ایجاد و یا تقویت تمامی الگوها ،نظریه ها و شایستگی های لازم جهت ایفای "نقش ها و حرفه مربی کسب و کار" را پوشش می دهد تا مربیان کسب و کار بتوانند با بکارگیری آن ها بنیان گذاران ، مالکان و مدیران کسب و کارها را آماده راهبری موثر شرکت ها و واحدهای خود نمایند.
- از دانش آموختگان این حرفه انتظار می رود در قالب ایفای نقش های مربیگری یا حرفه مربیگری موارد متعاقب را در گروه هدف شامل علاقه مندان به ایجاد کسب و کارهای نوپا ، بنیان گذاران ، مالکان و مدیران کسب و کارهای موجود را مورد توجه جدی قرار دهند:

❖ برقراری ارتباط اثربخش با علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای نوپا،کوچک ، متوسط و بزرگ.

❖ بکارگیری اصول ،الگوها و نظریه های مناسب جهت شناسائی و ارزیابی شایستگی های مورد نیاز علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای مورد اشاره برای تاسیس ، توسعه و اداره اثربخش کسب و کارهای خود.

❖ بکارگیری اصول و نظریه های تسهیل گری و رویاروئی موثر جهت ایجاد فضای تغییر و دگرگونی در شایستگی های مورد انتظار از علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای مورد اشاره .

- بکارگیری اصول ،الگوها و نظریه های مناسب جهت هدایت تغییر و دگرگونی در شایستگی های مورد نیاز علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای مورد اشاره .
- بکارگیری اصول ،الگوهاو نظریه های مناسب جهت ارزیابی میزان اثربخشی هدایت تغییر و دگرگونی در شایستگی های مورد نیاز علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای مورد اشاره .

اهداف رشته:

نقش و توانائی های دانش آموختگان این دوره بر اساس اهداف اصلی و فرعی به شرح زیر ارائه می شود:

الف) هدف اصلی دوره:

پرورش شایستگی‌های لازم در افراد علاقه مند به ایفای نقش ها یا حرفه مربی‌گری در کسب و کارهای نوپا و یا کسب و کارهای بزرگ

ب) اهداف فرعی دوره:

۱) توسعه شایستگی های برقراری روابط حرفه ای ، ارزیابی شایستگی های علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای نوپا و بزرگ
۲) توسعه شایستگی های تسهیل گری و رویاروئی موثر برای کمک به ایجاد یا تقویت یادگیری های لازم در علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای نوپا و بزرگ
۳) توسعه شایستگی هدایت تغییرات و دگرگونی در شایستگی های مورد نیاز علاقه مندان به ایجاد کسب و کار نوپا ، مالکان و مدیران کسب و کارهای نوپا و بزرگ
۴) پرورش شایستگی‌های ارائه خدمات آموزشی در زمینه ایجاد و رشدکسب و کارها

نقش ها و شایستگی های دانش‌آموختگان رشته:

دانش آموختگان این رشته از مهارت های زیر برخوردار می شوند:

۱) شایستگی شناسائی مسائل و چالش های کسب و کارهای کوچک ، متوسط و بزرگ
۲) شایستگی تدوین برنامه های تحول و دگرگونی در کسب و کارهای کوچک ، متوسط و بزرگ از طریق توسعه مالکان ، مدیران و کارکنان کسب و کارها
۳) شایستگی ارائه خدمات مربی گری به مالکان و مدیران کسب و کارها
۴) شایستگی بکارگیری دانش و استراتژی های تغییر رفتار و شناخت در مالکان و مدیران کسب و کار
۵) دانش آموختگان این رشته می توانند در قالب فعالیت ها و حرفه های زیر فعالیت داشته باشند:

۶) تاسیس کسب و کارها در زمینه ارائه خدمات مربی گری به مالکان و مدیران کسب و کارها

۷) اداره کسب و کارهای ویژه ارائه خدمات مربی گری به مالکان و مدیران کسب و کارهای کوچک ، متوسط و بزرگ

۸) ایفای نقش مربیگری برای پرورش علاقه مندان به ایجاد کسب و کارهای نوپا ، بنیان گذاران و مدیران در کسب و کارهای کوچک ، متوسط و بزرگ

۹) فعالیت به عنوان مدرس برنامه های آموزشی و تربیتی کارآفرینی برای نسل جوان در موسسات و نهادهای آموزشی

ضرورت و اهمیت رشته:

این رشته برای ایجاد شایستگی های لازم در افراد علاقه‌مند به فعالیت مربی‌گری در زمینه‌های زیر ایجاد شده است:

۱- بسیاری از دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی کشور، جوانان و یا افراد شاغل در سازمان‌ها علاقه‌مند هستند که کسب و کاری مستقل برای خود راه‌اندازی نمایند اما از شایستگی های لازم برخوردار نیستند، افراد دانش‌آموخته این دوره‌ها به عنوان مربی ایجاد کسب و کار با افراد مورد نظر ارتباط اثربخش کاری برقرار نموده و آنها را در راه ایجاد کسب و کارهای خود یاری می‌دهند.

۲- بسیاری از مالکان و مدیران کسب و کارهای موجود از شایستگی های لازم برای اداره موثر و یا رشد کسب و کارهای خود برخوردار نیستند. پژوهش‌های معتبر نشان می‌دهند که اداره موثر یا رشد پایدار کسب و کارهای موجود می‌تواند نقشی اساسی در رشد و توسعه منطقه‌ای و ملی ایفاء کند. افراد دانش‌آموخته این دوره‌ها به عنوان مربی توسعه کسب و کار با مدیران و مالکان مورد نظر ارتباط اثربخش کاری برقرار نموده و شایستگی های لازم برای اداره موثر یا رشد پایدار کسب و کارها را در آنها ایجاد یا تقویت می کنند.

۳- دانش آموختگان این رشته می توانند نقش های یا حرفه مربیگری را در بازارهای کاری متعاقب انجام دهند: گروه جوانان و علاقه مندان به ایجاد کسب و کارهای نوپا ، توسعه خوشه های صنعتی در جایگاه عضو تیم خوشه ، مراکز توسعه خدمات کسب و کارها(BDSPs)در جایگاه مربی، مراکز شتاب دهی کسب و کارها در جایگاه مربی ، مراکز رشد یا نوآوری کسب و کارها در جایگاه مربی ، حوزه توسعه منابع انسانی کسب و کارها در جایگاه مربی مدیران یا مربیگری مدیریتی یا مالک فرایند یادگیری و توسعه کارکنان و مدیران ، تدریس مربیگری کسب و کار به علاقه مندان در سازمان ونهادها مختلف ، ایجاد کسب و کار خدمات مربیگری در صنایع و بخش های مختلف ، ایجاد کسب و کار مورد علاقه خود، ....

با توجه به اهمیت دوره تلاش شده است تا درس‌های لازم برای رشته بر اساس ۳ محور ذیل شناسائی شوند:

۱- شناسایی چالش‌های ایجاد و اداره کسب و کارهای نوپا (کوچک و متوسط) و همچنین چالش‌های رشد و توسعه آنها در کشور

۲- شناسایی چالش‌های مربیان و مشاوران کسب و کارهای نوپا (کوچک و متوسط) و کسب و کارهای بزرگ در کشور

۳- شناسایی درس‌های مرتبط با موضوع متداول در دانشگاه‌ها و دانشکده‌های جهان

بر اساس تحلیل کارشناسی و اجماع رای جمعی از کارشناسان و البته مبتنی بر "چارچوب سه سطحی ابتکاری دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران " ، درس‌ها انتخاب گردید.

طول دوره و شکل نظام:

ضوابط آموزشی دوره کارشناسی ارشد مربیگری کسب و کار در گرایش‌های مختلف طبق آیین نامه‌های مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می باشد ، طول دوره ۲ سال معادل ۴ نیم‌سال تحصیلی منظور شده است. این دوره در چارچوب نظام آموزشی ترمی واحدی اجرا می‌شود.

برنامه دوره کارشناسی ارشد رشته مربیگری کسب و کار شامل ۳۲ واحد به شرح زیر است:

جدول شماره ۱- برنامه رشته مربیگری کسب و کار مقطع کارشناسی ارشد

نوع واحد	تعداد درس	جمع واحدها
دروس پایه- مشترک	۸	۱۶
دروس اختیاری	۶	۱۲
پایان نامه	۱	۴
جمع	۱۵	۳۲

شرایط پذیرش دانشجو:

با توجه به نقش انکار ناپذیر منش، دانش و تجربه در موفقیت ایفای نقش ها و حرفه مربیگری، پذیرش افراد علاقه مند به این رشته توامان بر اساس آزمون ورودی و مصاحبه با اسناد و مدارک مرتبط به شرح زیر مورد توجه می‌باشد:

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

الف) آزمون کتبی:

ردیف	نام درس	ضریب
۱	زبان انگلیسی	۳
۲	مبانی کارآفرینی	۳
۳	تئوری های مدیریت	۲
۴	بازاریابی	۲
۵	نظریه های یادگیری و تغییر رفتار	۳

ب) ارزیابی منش و تجربه کاری مرتبط متقاضیان بر اساس مصاحبه های حضوری:

از آنجا که این رشته، بر پایه نیازهای فعالان کسب و کار طراحی شده است، و دانش آموخته بعد از گذراندن این دوره باید شایستگی ارائه خدمات مربی‌گری در حوزه‌ی ایجاد و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه را کسب کند، بنابراین بهتر است افرادی در این رشته به تحصیل مشغول شوند ، که علاوه بر برخورداری ازدانش و منش لازم برای ایفای نقش های مربیگری ، همچنین مجرب نیز باشند ، به بیانی دیگر از تجربه اجرائی مناسب برخوردار باشد. ارائه مستنداتی از قبیل اساسنامه شرکت تاسیس شده، روزنامه رسمی، و یا محصولات و خدمات تولید شده، قراردادهای همکاری در گذشته می‌تواند در مصاحبه رفتاری موثر باشد. معیارهای ارزیابی مجرب بودن متقاضیان عبارتند از:

۱) تجربه مدیریت یا سابقه کار کارشناسی در کسب و کارها

۲) تجربه تاسیس و اداره یک کسب و کار

۳) تجربه ارائه خدمات مربی‌گری یا مشاوره کسب و کار

جداول درس ها

جدول شماره ۲ : دروس جبرانی، رشته مربیگری کسب و کار در مقطع کارشناسی ارشد

ردیف	نام درس	کدهای درس ها	تعداد واحدها			تعداد ساعت			پیش نیاز
			نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	مبانی کارآفرینی	6601238	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	روان شناسی یادگیری	۵۱۰۶۱۲۱	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۳	اصول حسابداری	.....	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
	جمع		۶	-	۶	۹۶	-	۹۶	-

* توضیح درباره تعداد درس‌های جبرانی: دانشجو مجاز به انتخاب ۶ واحد از جدول فوق می باشد.

جدول شماره ۳ : دروس پایه-مشترک رشته مربیگری کسب و کار در مقطع کارشناسی ارشد

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعت			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	ایده پردازی و فرصت یابی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	اصول و نظریه های مربیگری کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	نوآوری : طراحی و تجاری سازی محصول جدید	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	تدوین طرح و مدل کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	بازاریابی در کسب و کارهای کوچک	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۶	فقه و حقوق کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۷	کارآموزی ۱: مربیگری ایجاد کسب و کار	-	۲	۲	-	۶۴	۶۴	اصول و نظریه های مربیگری کسب و کار
۸	کارآموزی ۲: مربیگری مدیریتی	-	۲	۲	-	۶۴	۶۴	اصول و نظریه های مربیگری کسب و کار
جمع		۱۲	۴	۱۶	۱۹۲	۱۲۸	۳۲۰	-

توضیح : دانشجو ملزم به انتخاب و گذراندن تمام درس های جدول پایه- مشترک می باشد.

جدول شماره ۴: دروس اختیاری رشته مربیگری کسب و کار در مقطع کارشناسی ارشد [۱]

ردیف	نام درس	تعداد واحدها			تعداد ساعت			پیش نیاز
		نظری	عملی	جمع	نظری	عملی	جمع	
۱	تامین مالی کسب و کارهای کوچک	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۲	تحلیل محیط کسب و کار ایران	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۳	تئوری‌های کارآفرینی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۴	تدوین و اجرای استراتژی کارآفرینانه	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۵	روان شناسی مربیگری کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-

---

۱) [۱] با توجه به لزوم ایجاد انسجام منطقی لازم در انتخاب درس های اختیاری ، توضیحات زیر در باره چگونگی انتخاب درس های از جدول دروس اختیاری لازم و ضروری به نظر می رسد تا راهنمائی متولیان ، استادان و دانشجویان محترم باشد. درس های اختیاری بر اساس هدف گذاری یا دست آوردهای یادگیری مبتنی بر چارچوب سه سطحی به شرح زیر شناسائی و نگارش شده اند:

۲) سطح اول : هدف شکل گیری شایستگی ایجاد و اداره موثر کسب و کارهای نوپا می باشد ، لذا درس های پایه- مشترک به شماره های ۱،۳،۴،۵، و درس های اختیاری به شماره های ۱ ، ۲ ، ۴ ، ۱۴ ، ۱۵ ، ۱۷ ، ۱۸ ، مرتبط با این هدف هستند.

۳) سطح دوم : هدف شکل گیری شایستگی انجام فعل مربیگری است . لذا درس های پایه- مشترک به شماره های ۲،۷،۸، و درس های اختیاری به شماره های ۵، ۶ ، ۷ ، ۸، ۹ ، ۱۲ مرتبط با این هدف هستند.

۴) سطح سوم : هدف شکل گیری شایستگی طراحی واستقرار فرایند مربیگری در کسب و کارها می باشد، لذا درس های اختیاری به شماره های ۱۰ ، ۱۱ ، ۱۲ مرتبط با این هدف هستند.

- همچنین درس های فقه و حقوق کسب و کار ، آداب و اخلاق استادی-شاگردی در فرهنگ اسلامی – ایرانی ناظر به سطوح سه گانه هستند.
- درس های تئوری های کارآفرینی و روش تحقیق برای علاقه مندان به ادامه تحصیل در سطوح عالی تر توصیه می شوند.

۶	شناخت شاگرد	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۷	روش های تسهیل یادگیری و تغییر شاگردان	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	-
۸	ملاحظات پیاده سازی برنامه توسعه فردی (PDP)	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۹	تجربه نگاری تاملی رویدادهای مربیگری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	اصول و نظریه های مربی‌گری کسب و کار
۱۰	طراحی و پیاده سازی فرایند مربی گری	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۱	یکپارچه سازی مربی گری با فرایندهای کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۲	آزمایشگاه مربیگری	-	۲	۲	-	۶۴	۶۴	
۱۳	اخلاق و آداب استادی - شاگردی درفرهنگ اسلامی – ایرانی	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۴	رهبری تیم های کارآفرینانه	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۵	مدیریت منابع انسانی در SMEs	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۶	روش تحقیق کیفی در کسب و کار	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۷	کارآفرینی در بستر تکنولوژی اطلاعات	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
۱۸	سیاست‌گذاری کارآفرینی : نظریه ها و تجارب	۲	-	۲	۳۲	-	۳۲	
	جمع	**۳۶**	**۲**	**۳۸**	**۵۴۴**	**۶۴**	**۶۱۰**	-

توضیح درباره تعداد واحدهای جدول درس‌های اختیاری: دانشجویان موظف به انتخاب شش درس، معادل دوازده واحد از جدول درس‌های اختیاری می‌باشند.

سرفصل های دروس

ایده پردازی و فرصت یابی
Generating idea and opportunity recognition

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: پایه- مشترک

پیش نیاز: ندارد

هدف

۱. تقویت ظرفیت شناختی دانشجویان درباره وضعیت صنعت مربی گری کسب و کارها در جهان و ایران
۲. ایجاد ظرفیت شناخت و علاقه در دانشجو درباره چگونگی ایده پردازی و شناسائی فرصت های کسب و کار .
۳. ایجاد مهارت ایده پردازی و فرصت یابی در دانشجویان

سر فصل درس

۱) مفاهیم خلاقیت ، ایده ، ایده پردازی ، فرصت
۲) فرایند و تکنیک های ایده پردازی در کسب و کارها
۳) شایستگی های لازم برای ایده پردازی در کسب و کارها
۴) ارزیابی وضعیت و روندهای پیدایش و گسترش فعالیت های مربی گری در کسب و کارها در جهان
۵) شناسائی و ارزیابی مصادیق و شواهد ایده ها و فرصت های مربی گری در کسب و کارها
۶) بازدید میدانی از مراکز و نهادهای مرتبط با ایده ها و فرصت های مربی گری از قبیل: پارک های علم و فناوری ، مراکز تسهیل گری دانشجوئی ، مراکز تسهیل گری بنگاهی ، BDSPs ، مراکز رشد در دانشگاه ها .....
۷) تحلیل ، ملاحظات و کاربردهای فرآیند رسمی تشخیص فرصت شامل کنکاش محیطی(scanning) ، پایش (monitoring) ،پیش بینی (forecasting) ، ارزیابی (assessment):
۸) تحلیل و آینده نگری در باب روندهای کسب و کارهای جدید
۹) جایگاه ، دیدگاه ها ، روش ها و تکنیک های تشخیص فرصت در فرآیند کارآفرینی
۱۰) عوامل مهم موثر در تشخیص فرصت توسط کارآفرین
۱۱) قابلیت‌های فردی و سازمانی برای تشخیص فرصت ها به صورت فردی و سازمانی
۱۲) ایجاد فرصت و فرآیندهای ایجاد فرصت
۱۳) تشخیص/ ایجاد فرصت بر مبنای منابع/ دانش و فناوری
۱۴) چارچوب تدوین گزارش تشخیص فرصت کسب و کار
۱۵) الگوهای بهره‌برداری از فرصت در مقیاس کوچک (الگوی کسب و کار خانگی، الگوی کسب و کار خانوادگی، الگوی کاریزماتیک، الگوی فردی)
۱۶) الگوهای بهره‌برداری از فرصت در مقیاس بزرگ (قراردادهای بلند مدت، کنسرسیوم‌ها، سرمایه گذاری های مشترکJoint venture، ائتلاف، شبکه‌های صنعتی)

منابع

1. Jeff Dyer, Hal Gregersen, Clayton M. Christensen (2011) , The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators , Harvard Business Review Press.
2. Fishbein Mike, (2014) ,Where Startup Ideas Come From: A Playbook for Generating Business Ideas, International Council for Small business (ICSB).
3. Igor Byttebier, Ramon Vullings ,(2015), Creativity in Business: The Basic Guide for Generating and Selecting Ideas , BIS Publishers.

4. Roni Reiter-Palmon, Victoria L. Kennel, et al.,(2018), Individual Creativity in the Workplace ,Explorations in Creativity Research.
5. Shrader, R. C., & Hills, G. E. (2015). Opportunity Recognition: Perceptions of Highly Successful Entrpreneurs. *Journal of Small Business Strategy,14*(2), 92-108.
6. Short, J. C., Ketchen, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2009). The concept of" opportunity" in entrepreneurship research: accomplishments and future challenges. *Journal of Management*.
7. Chelly, A. (2011, January). Searching for Opportunities and Opportunity Discovery: an Extension of Bhave's (1994) work. In *ICSB World Conference Proceedings* (p. 1). International Council for Small business (ICSB).
8. Shepherd, D. A., McMullen, J. S., & Jennings, P. D. (2007). The formation of opportunity beliefs: Overcoming ignorance and reducing doubt. *Strategic Entrepreneurship Journal*, *1*(1-2), 75-95.
9. Sarasvathy, S. D., Dew, N., Velamuri, S. R., & Venkataraman, S. (2003). Three views of entrepreneurial opportunity. In Handbook of entrepreneurship research (pp. 141-160). Springer US.

۱۰. فرصتها و ایده های کارآفرینی ، جهانگیر یداللهی فارسی- سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

اصول و نظریه های مربی‌گری کسب و کار
Foundations and theories of business Coaching

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: پایه- مشترک

پیش نیاز: ندارد

هدف

۱) ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره مبانی و مدل های فعل و فرایند مربیگری در کسب و کارها

۲) تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان درباره " ملاحظات و مبانی فعل و فرایند مربیگری در کسب و کارها "

۳) تقویت مهارت بکارگیری اصول و مدل های مرتبط با فعل و فرایند مربیگری در کسب و کارها

سرفصل درس

۱) مفهوم مدیریت ، رهبری ، مشاوره ، مربیگری و مرشدی در کسب و کارهای مختلف

۲) مربیگری کسب و کار از نقش ها تا شغل حرفه ای در کسب و کارها

۳) اهمیت و ضرورت مربیگری کسب و کار در سطوح تحلیل چندگانه

۴) رویکردها به مربی‌گری، رویکرد گشتالت، رویکرد رفتاری شناختی، رویکرد شخص محور ، رویکرد انتقادی

۵) نگاه های انتقادی و بدیل به مربیگری کسب و کارها

۶) چارچوب ها و مدل های فعل و فرایند مربیگری در کسب و کارها

۷) مفاهیم شایستگی ، عملکرد و رابطه بین این دو در فرایند مربیگری در کسب و کارها

۸) آموزش و تقویت شایستگی " آینده نگری " در بنیانگذاران ، مالکان و مدیران کسب و کارها

۹) چارچوب یا مدل شایستگی های مورد نیاز شاگرد و مربی در فرایند مربیگری

۱۰) روش های شناسائی و تدوین چارچوب یا مدل شایستگی های مورد نیاز در فرایند مربیگری در کسب و کارها

۱۱) چگونگی تهیه سند "شایستگی های مورد انتظار("(expected competencies در فرایند ایجاد و رشد کسب و کارها به عنوان پایه فعالیت های مربیگری.

۱۲) آداب شاگردی شاگردان در فرایند مربیگری

۱۳) چارچوب ارزیابی و تدوین برنامه توسعه فرهنگ مربیگری در کسب و کارها

۱۴) چارچوب ها و مدل های شایستگی های مربیان در فرایند مربیگری

۱۵) انتخاب سبک مربیگری در روابط با شاگردان در فرایند مربیگری

۱۶) شناسائی و بکارگیری تکنیک های مرشدی برای تربیت شاگردان در کسب و کارها

۱۷) شناسائی و بکارگیری تکنیک های مربیگری برای تربیت شاگردان در کسب و کارها

۱۸) مدل ها و چارچوب های تربیت مربی کسب و کار

۱۹) موسسه ها و گزارش های جهانی در باره وضعیت نقش ها ، شغل یا حرفه مربیگری کسب و کار در جهان

منابع

1. Lancer, N., Clutterbuck, D., & Megginson, D. (2016). *Techniques for Coaching and Mentoring*. Routledge.
2. Gray, D. E., Garvey, B., Garvey, R., & Lane, D. A. (2016). *A Critical Introduction to Coaching and Mentoring: Debates, Dialogues and Discourses*. SAGE.
3. David, S. (2016). *Beyond goals: Effective strategies for coaching and mentoring.*

Routledge.
4. Lawrence R. Samuel, (2018),Future Trends: A Guide to Decision Making and Leadership in Business , Rowman & Littlefield Publishers.
5. Edgar H. Schein ,(2010),Organizational Culture and Leadership , The Jossey-Bass Business & Management Series.
6. Simon Western,(2012), Coaching and Mentoring: A Critical Text, SAGE Publications Ltd.
7. David E Gray et al , (2016), A Critical Introduction to Coaching and Mentoring: Debates, Dialogues and Discourses , SAGE Publications Ltd.
8. David E Gray et al , (2016), A Critical Introduction to Coaching and Mentoring: Debates, Dialogues and Discourses , SAGE Publications Ltd.
9. **Ravishankar Gundlapalli, (2017), The Art of Mentoring: Simple tools & techniques to achieve your full potential , CreateSpace Independent Publishing Platform.**

نوآوری : طراحی و تجاری‌سازی محصول جدید
Innovation : Designing and commercialization of new products

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: پایه- مشترک

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره طراحی و تجاری‌سازی محصول-خدمت
۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان در لزوم تسلط بر مدل‌های طراحی و تجاری‌سازی
۳. تقویت مهارت به کارگیری مدل‌های طراحی و تجاری سازی

سرفصل درس

- نوآوری: مفهوم ، صور
- ویژگی ها و شایستگی های افراد نوآور
- خلاقیت ، ایده پردازی کارآفرینانه و نوآوری
- ایجاد قابلیت ایده پردازی و نوآوری فردی (Building Individual Innovation Capability:)
- اهمیت و جایگاه تجاری‌سازی در فرایند نوآوری
- کلیات و تاریخچه تجاری سازی ایده
- فرآیند طراحی محصول از ایده تا عمل
- قوانین مالکیت فکری (آشنایی با مبانی و اصول ثبت اختراع)
- قوانین و مقررات تجاری
- تکنیک‌های فرایند تجاری‌سازی
- چالش‌ها و مشکلات فراروی نظام تحقیقاتی در تجاری‌سازی
- اندازه گیری دست آوردهای تجاری سازی محصولات و خدمات
- استانداردهای جهانی رتبه بندی فعالیت های تجاری سازی محصولات و خدمات
- شایستگی ها و قابلیت های مالکان و مدیران جهت تجاری سازی محصولات و خدمات
- ارزیابی فرایند تجاری سازی محصولات و خدمات
- بررسی جایگاه و باید و نبایدهای واحد تحقیق و توسعه در سازمان

منابع

۱. احمد پور داریانی .محمود ، ملکی.علی.(۹۳) ، کارآفرینی پیشرفته ، انتشارات راه دان.

2. JH Dyer, HB Gregersen, CM Christensen, (2009) , innovator's DNA, Harvard business review, 2009 - solbridge.ac.kr
3. Trott, P. (2008). *Innovation management and new product development*. Pearson education.
4. Cooper, R. G. (1988). The new product process: a decision guide for management. *Journal of Marketing Management*, *3*(3), 238-255.
5. Ahmadi, H., & O'Cass, A. (2016). The role of entrepreneurial marketing in new technology ventures first product commercialisation. *Journal of Strategic Marketing*, *24*(1), 47-60.
6. Morgan, T., Anokhin, S., Kretinin, A., & Frishammar, J. (2015). The dark side of the entrepreneurial orientation and market orientation interplay: A new product development perspective. International Small Business Journal,33(7), 731-751.

تدوین طرح و مدل کسب و کار
formulating Business plan and Business model

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: پایه- مشترک

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره تدوین برنامه کسب و کار و پیاده‌سازی مدل کسب و کار

۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان در لزوم تسلط بر نظریه‌ها و ابزارهای تدوین برنامه کسب و کار و پیاده سازی مدل کسب و کار

۳. تقویت مهارت به‌کارگیری ابزارهای تدوین برنامه کسب و کار و پیاده‌سازی مدل کسب و کار در فرآیند مربی‌گری و مشاوره کسب و کار

سرفصل درس

- تاریخچه و مطالعه مفهوم طرح کسب و کار و مفهوم مدل کسب و کار
- ساختار و مولفه های و کاربردهای امکان سنجی و طرح کسب و کار از طریق مطالعه نمونه‌هایی از طرح های کسب و کار
- مطالعات امکان سنجی مالی، فنی ، مکانی و هزینه‌ای
- کاربردهای و نقش طراحی طرح کسب و کار در رسیدن به استراتژی میان مدت و بلند مدت
- فرایند و فعالیت های اساسی تدوین گزارش امکان سنجی
- شیوه‌ها و ابزارهای ارزیابی و پایش اجرای طرح کسب و کار حین و بعد از اجرا
- چالش ها و موانع تدوین و بکارگیری امکان سنجی و تدوین طرح کسب و کار
- تعاریف مدل کسب و کار (از منظر اقتصادی، اجزاء و عناصر، نتایج و استراتژی‌ها)
- بررسی دیدگاه‌های نظری و تجربی در مورد مدل کسب و کارو طبقه‌بندی مدل‌های کسب و کار (taxonomy)
- مولفه های مشتری و ایجاد ارزش در مدل کسب و کار
- تناسب و همسوئی بین مشتری و ایجاد ارزش در مدل کسب و کار
- روش‌های طراحی مدل کسب و کار از ابتدا و تئوری های نهفته در پشت و زیر بنای مدل های کسب و کار
- چارچوب مدل کسب و کار و پیاده‌سازی مدل‌های کسب و کار
- چالش ها و موانع پیاده سازی مدل های کسب و کار
- چگونگی بکارگیری چارچوب و بصیرت های مدل کسب و کار جهت تدوین برنامه برای حوزه های تخصصی کسب و کار.
- مهارت های لازم برای طراحی و پیاده سازی مدل کسب و کار



منابع

۱. احدپور داریانی ، محمود، احمدی . سید روح ا... ، (۹۳) ، طراحی و تدوین طرح کسب و کار ، انتشارات راه دان.

۲. استروالدر، الکساندر؛ پیگنیور، ایو (۱۳۹۳). خلق مدل کسب و کار. مترجمان: بابک وطن دوست و غلامرضا توکلی. تهران: آریانا قلم.

3. DaSilva, C. M., & Trkman, P. (2014). Business model: What it is and what it is not. *Long Range Planning*, *47*(6), 379-389.

4. Morris, M., Schindehutte, M., Richardson, J., & Allen, J. (2015). Is the business model a useful strategic concept? Conceptual, theoretical, and empirical insights. *Journal of Small Business Strategy*, *17*(1), 27-50.

۵. کاولو، جوزف ا.؛ هیزل گرن، برایان چ. (۱۳۹۰). مرجعی کامل از تدوین طرح کسب و کار. مترجمان: حسین صفرزاده؛ علیرضا سلوکدار. تهران: واحد تهران مرکزی.

6. Butler, R. D. (2015). So You Need to Write a Business Plan!. Journal of Small Business Strategy, 14(1), 103-104.

7. Havard, T. (2013). Financial feasibility studies for property development: Theory and practice. Routledge.

بازاریابی در کسب و کارهای کوچک
Marketing in SMEs

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: پایه- مشترک

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره بازاریابی و فروش در کسب و کارهای کوچک
۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان در لزوم تسلط بر اصول بازاریابی و فروش در کسب و کارهای کوچک
۳. تقویت مهارت به کارگیری اصول و شیوه‌های بازاریابی و فروش در کسب و کارهای کوچک

سرفصل درس

۱- آشنایی با مفهوم بازاریابی به عنوان یک فلسفه کسب و کار

مفاهیم بازاریابی، محیط بازاریابی و تحلیل محیطی، نیاز و خواست مشتری مبنای بازاریابی، فلسفه‌های بازاریابی (تولیدگرا، فروش‌گرا، خریدارگرا و ...)، بازار، مبادله، بازاریابی رابطه‌ای، وظایف مدیران بازاریابی

۲- رفتار مصرف‌کننده و جایگاه سازی

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)، مبانی تقسیم بندی بازار در کسب و کارهای B2B

۳- استراتژی‌های بازاریابی/ استراتژی‌های رشد

- آشنایی با شبکه توسعه بازار- محصول (ماتریس انسف)
- آشنایی با مفهوم مسیرهای توسعه هرمی (leaverage)
- آشنایی با مدل‌های تدوین استراتژی‌های بازاریابی

۴- مدیریت محصول

طبقه بندی محصول و نام گذاری آنها، آمیخته 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 برند، بسته بندی، خدمات پس از فروش

۵- قیمت‌گذاری

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- روش‌های قیمت گذاری بر اساس تقاضا ۲- روش‌های قیمت-گذاری براساس قیمت تمام شده و سود ۳- قیمت گذاری براساس رقابت)
- مرحله ششم- مدیریت قیمت (تخفیف ها و انواع آن)

۶- کانال‌های بازاریابی

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

۷- ارتباطات یکپارچه بازاریابی

- تبلیغات
- پیشبرد فروش
- روابط عمومی
- بازاریابی مستقیم
- فروش شخصی
- رویدادها و حامی‌گری

۸- نگرش های تکمیلی

مباحث جدید بازاریابی، بازاریابی، برپایه برند (Brand) بازاریابی براساس طبقه، بازاریابی بین‌المللی، خوشه‌سازی

۹- مورد سنجی

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

۱۰- مورد سنجی بازار ایران

بازار مصرف و رفتار مصرف کننده/بازار تجاری و رفتار خریدار

فرایند تحقیقات بازاریابی

منابع

۱. رضوانی، مهران، و همکاران ،(۱۳۹۵)، "مفهوم پردازی بازاریابی کارآفرینانه بین‌المللی در بنگاه‌های کارآفرین ایرانی: بخش صنایع غذایی"، فصلنامه علمی-پژوهشی توسعه کارآفرینی، شماره ۵.

2. Kelly A. Mahoney,(2019), Marketing for Entrepreneurs and Small to Medium Businesses: The Definitive Guide to Driving Growth And Success , Castle Swan Media.
3. Rich Brooks,(2017), The Lead Machine: The Small Business Guide to Digital Marketing: Everything Entrepreneurs Need to Know About SEO, Social Media, Email Marketing, and Generating Leads Online , take flyte publishing.
4. Anne Miltenburg,(2018), Brand the Change:The Branding Guide for social entrepreneurs, disruptors, not-for-profits and corporate troublemakers , BIS Publishers.
5. Trish Mandewo , (2018), Growth Strategies for the Hungry Entrepreneure: A Guide for Small to Medium-Sized Businesses. BIS Publishers.
6. Wilson, R. M. (2010). *Strategic marketing planning*. Routledge.
7. Kilenthong, P., Hills, G., & Hultman, C. M. (2015). An empirical investigation of entrepreneurial marketing dimensions. *Journal of Strategic Marketing*.

تامین مالی کسب وکارهای کوچک
Financing SMEs

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره روش‌های تأمین مالی کسب و کارهای کوچک

۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان در لزوم تسلط بر روش‌ها و تکنیک‌های ارزش گذاری و تأمین تقویت مهارت به مالی

۳. تقویت مهارت به کارگیری روش‌های تخمین ارزش بنگاه و تأمین منابع مالی مورد نیاز کسب و کارهای کوچک

سرفصل درس

- کلیات تامین مالی کسب و کارهای کوچک
- تفاوت ها و وجوه اشتراک تامین مالی کسب و کارهای کوچک و بزرگ
- آشنایی با مبانی تأمین مالی کارآفرینان
- نقش تامین مالی در بقاء و پایداری کسب و کارهای کوچک
- آشنایی با پیوستار تأمین مالی(financing continuum)
- تأمین مالی خود راه انداز (Bootstrapping)
- فرشتگان سرمایه گذار (Angel Investor)
- بنگاه‌های سرمایه گذاری مخاطره پذیر (Venture Capitalist (VC)
- بررسی روش‌های تخمین ارزش یک کسب و کار
- مخاطرات و ریسک های تامین مالی در کسب و کارهای کوچ
- چالش های تامین مالی در کسب و کارهای کوچک
- ارزیابی اثربخشی روش های تامین مالی در کسب و کارهای کوچک
- ارزیابی تاثیر ویژگی های شخصیتی مالکان کسب و کارهای کوچک بر شیوه و اثربخشی روش های تامین مالی آن ها.
- ارزیابی تاثیر روابط و شبکه اجتماعی بر شیوه های تامین مالی مالکان کسب و کارهای کوچک.
- تاثیر محیط ارزشی و هنجاری بر شیوه های تامین مالی مالکان کسب و کارهای کوچک.

منابع

1. Murthy. Gopala Krishna., ,(2007),Financing of Small and Medium Enterprises (SMEs) : Indian and Global Scenario.
2. OECD, (2016),Financing SMEs and Entrepreneurs: An OECD Scoreboard , Published annually, this report documents the financing difficulties of SMES and entrepreneurs and monitors.
3. Yifu, L., & Xifang, S. (2005). Information, Informal Finance and SME Financing [J]. *Economic Research Journal*, 7, P35-44.
4. Udell, G. F. (2015). Issues in SME Access to Finance. *Who takes the risks for funding SMEs?* 61.
5. Tanrisever, F., Cetinay, H., Reindorp, M., & Fransoo, J. C. (2015). Reverse Factoring for SME Finance. *Available at SSRN 2183991*.

تحلیل محیط کسب و کار ایران
Analysis of the business environment in Iran

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش نیاز: ندارد

هدف

۱. تقویت ظرفیت شناختی دانشجویان درباره ابعاد و مولفه‌های محیط کسب و کار ایران
۲. ایجاد علاقه در دانشجو درباره تحلیل محیط کسب و کار ایران
۳. ایجاد توانایی و مهارت تحلیل محیط کسب و کار کشور در دانشجویان

سرفصل درس

- مفاهیم کلیدی تحلیل محیط کسب و کار از قبیل: تحلیل ، محیط ، کسب و کار
- ضرورت و کاربردهای تحلیل محیط کسب و کار برای مربیان کسب و کارها
- نکات و قواعد با اهمیت در آموزش "تحلیل محیط کسب و کار" به مربیان کسب و کار
- تحلیل و بحث گزارش های پایش و تحلیل محیط کسب و کار ایران مرتبط با ایجاد و رشد کسب و کارها
- شاخص های کلیدی سهولت انجام کسب و کار در ایران شامل :شروع کسب و کار ، مدت زمان و هزینه اخذ مجوزهای لازم ، مقررات بازار کار ، هزینه استخدام اخراج کارمندان ، تامین اعتبارات ، حمایت قضائی از مالکان و سرمایه گذاران ، پرداخت مالیات ، تجارت فرامرزی ، حل و فصل اختلافات ، تعطیلی کسب و کار
- آشنائی مربیان کسب و کار با مدل های شناسائی ، دسته بندی و اولویت بندی " مسائل محیطی کسب و کارها".
- مهارت های لازم برای مواجه با مسائل محیطی کسب و کارها
- مربیان کسب و کار با چه الگوها و چارچوب های مدیران و مالکان کسب و کارها به عنوان "شاگردها " را در شناسائی ، تحلیل و حل مسائل و اداره تاثیرات محیطی کسب و کار یاری دهند؟.
- مربیان کسب و کار باید از چه مهارت های برای شناسائی ،تحلیل و اداره اثربخش مسائل و تاثیرات محیط بر کسب و کارها برخوردار باشند؟
- چارچوب های " تحلیل و تامل " در رویدادها " و انتخاب چارچوبی یا چارچوب های برای تحلیل کسب و کارها
- تئوری های پایه تحلیل محیط کسب و کار
- تئوری های مربوط به تاثیر محیط و مکانیزه های تاثیر گذاری محیط بر بقاء ، رشد و پایداری کسب و کارها در سطح خرد و کلان
- آشنایی مربیان فرایند تحلیل محیط کسب و کار ، اجزا و عناصر محیط کسب و کار
- آشنایی با ابزارها و تکنیک‌های تحلیل محیط کسب و کار
- آشنائی با قانون بهبود محیط کسب و کار و سازمان های موثر در بهبود محیط کسب و کار
- وضعیت آموزش " تحلیل کسب و کار " در نهادهای آموزشی در ایران و جهان
- وضعیت پژوهش "تحلیل محیط کسب و کار" در نهادهای آموزشی و پژوهشی در ایران و جهان

منابع

۱. مرادی، محمدعلی. (۱۳۹۳). محیط کسب و کار ایران: نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها. موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
۲. گزارش پایش ملی محیط کسب و کار ایران ، مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی ، ۱۳۹۸.

۳. گزارش شاخص های سهولت کسب و کار در ایران ، ادواری ، اتاق بازرگانی ، صنایع ، معادنو کشاورزی تهران ، ۱۳۹۸
4. Worthington, I., & Britton, C. (2015). The business environment. Pearson Education Limited.

تئوری‌های کارآفرینی

Entrepreneurship Theories

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره تئوری‌های کارآفرینی

۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان درباره چگونگی به کارگیری تئوری‌ها و مکاتب کارآفرینی

۳. تقویت مهارت به کارگیری قواعد و پیام‌های منبعث از تئوری‌های کارآفرینی در فرآیند مربی‌گری و مشاوره کسب و کار

سرفصل درس

۱) تعاریف مفهوم ،نظریه ، الگو ، سیاست های توسعه کارآفرینی

۲) تعاریف، مفاهیم و ماهیت کارآفرینی، نظریه‌پردازی

۳) نگرش‌ها و مکاتب کارآفرینی ،

۴) دیدگاه ها و چارچوب ها در باره ایجاد و رشد کسب و کارها

۵) دیدگاه‌ها درباره نوآوری

۶) دیدگاه‌ها درباره عدم اطمینان

۷) دیدگاه‌ها درباره عدالت در کارآفرینی

۸) دیدگاه‌ها درباره ویژگی‌های شخصیتی و رفتارهای کارآفرینان

۹) دیدگاه‌ها درباره عواطف و احساسات کارآفرینان

۱۰) دیدگاه ها و الگوهای در باره مدیریت کارآفرینانه ، سازمان کارآفرین ، استراتژی های کارآفرینانه

۱۱) دیدگاه‌ها درباره دستاوردهای کارآفرینی

۱۲) دیدگاه ها در باره تاریخ کسب و کار

۱۳) دیدگاه ها در باره اخلاق کسب و کار

۱۴) دیدگاه جامعه شناسی در خصوص کسب و کار

۱۵) دیدگاه روان شناسی در باره کسب و کارها

۱۶) دیدگاه ها و الگوها در خصوص " کارآفرینی اجتماعی ، ایجاد ارزش مشترک "

منابع

۱. احمد پور داریانی ،محمود ، (۱۳۸۴) ، کارآفرینی : تعاریف ، نظریات و الگوها ، انتشارات شرکت پردیس ۵۷.

۲. احمد پور داریانی ،محمود ،نصیری ، محمد کاظم ، (۱۳۸۴) ، تئوری های کارآفرینی ، ناشر اخلاص.

۳. وکیلی، یوسف؛ مقیمی، سیدمحمد؛ اکبری، مرتضی (۱۳۹۲). نظریه‌های کارآفرینی. تهران: دانشگاه تهران.

4. Alvarez. Sharon. A..,(),Theories of Entrepreneurship:Alternative Assumptions and the Study of Entrepreneurial Action , Foundations and Trends in Entrepreneurship ,the essence of knowledge.

5. Swedberg. Richard, (2007), Rebuilding Schumpeter's Theory of Entrepreneurship, working paper.

6. Baumol, W.J., 1990. Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive.

Journal of Political Economy 98 (5), 893–921.
7. Baumol, W.J., 2002. The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism. Princeton University Press, Princeton.
8. Kirzner, I.M., 1973. Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press, Chicago.
9. Kirzner, I.M., 1997. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach. Journal of Economic Literature 35 (1), 60–85.
10. Shane, S. (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research", Academy of Management Review, Vol. 25 No. 1, pp. 217-26.
11. Reynolds, P.D., Hay, M., Camp, S.M., 1999. Global Entrepreneurship Monitor. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City
12. Hoang .Ha,and Antoncic. Bostjan.,(2003),Network-based research in entrepreneurship :A critical review ,Journal of Business Venturing 18 , 165–187.
13. Hofstede, G., Hofstede, G. J. & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (Rev. 3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
14. Javidan. Mansour, and Dastmalchian. Ali ,(2003),Culture and leadership in Iran: The land of individual achievers, strong family ties, and powerful elite ,Academy of Management Executive, , Vol. 17, No. 4.
15. McMullan, W. E., & Kenworthy, T. P. (2015). Modernizing Schumpeter: Toward a New General Theory of Entrepreneurship. In *Creativity and Entrepreneurial Performance* (pp. 57-72). Springer International Publishing.
16. Parker, S. C. (2012). Theories of entrepreneurship, innovation and the business cycle. *Journal of Economic Surveys*, *26*(3), 377-394.

تدوین و اجرای استراتژی کارآفرینانه process of formulating and implementing entrepreneurial strategy
تعداد واحد:۲ **نوع واحد:** نظری **نوع درس:** اختیاری **پیش‌نیاز :** ندارد
هدف
۱. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره استراتژی و برنامه‌های استراتژیک کارآفرینانه کسب و کارها ۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان در اتسراتژی و برنامه‌های استراتژیک کارآفرینانه کسب و کارها ۳. تقویت مهارت طراحی تدوین و و بکارگیری استراتژی ها و برنامه‌های استراتژیک کارآفرینانه کسب و کارها
سرفصل درس
• مفهوم و ضرورت تدوین و پیاده‌سازی برنامه‌های استراتژیک کارآفرینانه در کسب و کارها • تشریح و تحلیل فرایند تدوین و پیاده‌سازی برنامه‌های استراتژیک کارآفرینانه در کسب و کارها • چالش‌های کسب و کارها در تدوین و اجرای برنامه‌های استراتژیک کارآفرینانه در کسب و کارها • رویکرد شناسایی موضوعات راهبردی کارآفرینانه کسب و کارها به جای رویکرد تدوین و اجرای برنامه‌های استراتژیک در کسب و کارها • الزامات اجرا کردن برنامه‌ها و گزینه‌های راهبردی کارآفرینانه در کسب و کارها • نقش قابلیت‌های مدیران و کارکنان در تدوین و پیاده سازی برنامه‌های راهبردی کارآفرینانه کسب و کارها • ساختار و نظام نظارت و هدایت برنامه‌های راهبردی کارآفرینانه کسب و کارها • دیدگاه‌های اندیشمندان درباره استراتژی‌های کارآفرینانه کسب و کارها • تفکر استراتژیک کارآفرینانه در کسب و کارها: ضرورت، چگونگی، دستاوردها • ارزیابی اثربخشی فرایند برنامه ریزی استراتژیک در کسب و کارهای کوچک و بزرگ • ارزیابی تاثیر ویژگی های مالکان کسب و کارهای بر پذیرش و پیاده سازی فرایند برنامه ریزی راهبردی در کسب و کارهای کوچک و بزرگ • مقایسه تطبیقی کاربردی بودن رویکردهای " مسائل استراتژیک ، برنامه ریزی راهبردی ، برنامه ریزی راهبردی در کسب و کارهای کوچک و بزرگ • نقش ارزش ها و هنجارهای محیطی در پذیرش رویکردهای مختلف به تدوین و اجرای برنامه های راهبردی در کسب و کارها • راهکارهای توسعه مولفه های تفکر راهبردی در مالکان و مدیران کسب و کارها
منابع
1. Chang, J. F. (2016). *Business process management systems: strategy and implementation.* CRC Press. 2. Cassidy, A. (2016). *A practical guide to information systems strategic planning.* CRC press.

روان شناسی مربی گری کسب و کار
Psychology of Business coaching

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۴. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره اصول ، مفاهیم و دیدگاه های روان شناسی مرتبط با فعل مربیگری در کسب و کارها .

۵. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان درباره چگونگی بکارگیری دیدگاه ها و ابزارهای روان شناسی در مربی گری

۶. تقویت مهارت به کارگیری قواعد و پیام‌های منبعث از تئوری‌های روان شناسی در فرآیند مربی‌گری کسب و کار

سرفصل درس

۱) مفاهیم رفتار و دیدگاه های تغییر رفتار در روان شناسی

۲) مفاهیم شناخت و دیدگاه های تحول شناختی در روان شناسی

۳) روان شناسی انسان با تاکید بر شکوفائی انسان از دیدگاه اسلام

۴) فرایندها ، مهارت ها و کاربردهای روان شناسی مشاوره برای مربیگری در کسب و کارها

۵) روان شناسی انتخاب حرفه : دیدگاه ها و الگوها و ارزیابی ها و کاربردها در فرایند مربیگری در کسب و کارها

۶) انواع تئوری ها و مدل های تغییر ذهنیت و رفتار برای فعالیت های مربیگری

۷) صور ، مدل ها و کاربردهای هیجان ها و احساسات مثبت و منفی در فعالیت های مربیگری

۸) مدل ها ، کاربردها و نقش خودباوری (self efficay) در رفتارهای شاگردی و مربیگری :

۹) مدل ها ، کاربردها و نقش عاملیت (agency)در رفتارهای شاگردی و مربیگری

۱۰) کاربردها و بصیرت های فرایند شکل گیری و تغییر عادات ذهنی و رفتاری برای فعالیت مربیگری در کسب و کارها

۱۱) کاربردها و بصیرت های تئوری هدف گذاری (Goal-Setting Theory) در فعالیت مربیگری در کسب و کارها

۱۲) معنا ، آموزه ها و کاربردهای مکاتب روان شناسی از قبیل : انسان گرائی ، مثبت گرا ، معناگرا، اصالت وجود ...برای فعالیت مربیگری در کسب و کارها

۱۳) کاربردهای نظریه های شخصیت در فرایند مربیگری و به ویژه تغییر رفتار و ذهنیت شاگردان.

۱۴) بصیرت ها و کاربردهای نظریه های روان درمانی در مربیگری کسب و کارها

۱۵) روانشناسی فردیت شاگرد-مربی (الگوی یونگ)

۱۶) تقویت روحیه انتخابگری شاگرد (الگوی گلاسر) ، ذهنیت‌های شاگرد در فعل مربیگری (الگوی برن-هریس)

۱۷) تله‌های مربیگری (الگوی یانگ-کلوسکو)

۱۸) شیوه‌های حفظ خوش‌بینی و تاب‌آوری شاگرد (الگوی سلیگمن)

منابع

۱. مرتضی فرقانی و همکاران ، (۱۳۹۳) ، نگاهی به روان شناسی اسلامی ، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

۲. محمدصادق شجاعی ، (۱۳۹۶) ، روان شناسی اسلامی (مبانی، تاریخچه و قلمرو) ، ناشر:مرکز بین المللی ترجمه و نشر المصطفی (ص).

۳. جمعی از نویسندگان،(۱۳۹۵)، آرای دانشمندان مسلمان در تعلیم و تربیت و مبانی آن، نشر پژوهشکده حوزه و دانشگاه، چهار جلد.

۴. مرتضی اخلاقی‌فرد، (۱۳۹۶) ،روان‌شناسی فلسفی (علم‌النفس): از دیدگاه دانشمندان برجسته‌ی اسلامی، ناشر: سرافراز

5. Peltier. Bruce ,(2009), The Psychology of Executive Coaching: Theory and Application , Routledge ,2nd Edition,Routledge.
6. Biswas-Diener .Robert, and Dean .Ben, (2010), Positive Psychology Coaching: Putting the Science of Happiness to Work for Your Clients, John Wiley & Sons.
7. Brown . Steven D.,and W. Lent. Robert,(2008),Handbook of Counseling Psychology, John Wiley & Sons.
8. Dryden.Windy,(2017),The Coaching Alliance: Theory and Guidelines for Practice ,Routledge Focus on Coaching, Taylor & Francis.
9. Grant, A. (2009). Executive coaching enhances goal attainment, resilience and workplace wellbeing: a randomised controlled study. *The Journal of Positive Psychology.*
10. Duhigg. Charles, (2014),The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business, Random House Trade Paperbacks.
11. Locke, E., Latham, G. (2006). New Directions in Goal-Setting Theory. *Association for Psychological Science* 15 (5): 265–268.
12. Peterson, C. (2014) Meaning and Positive Psychology, *International Journal of Existential Psychology & Psychotherapy.*
13. Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change.

۱۴. فیست .جس و فیست. گریگوری ،(۲۰۰۲)، نظریه های شخصیت ، ترجمه : یحیی سید محمدی ، انتشارات روان.

15. Schultz .Duane P. ,(1997), Growth Psychology: Models of the Healthy Personality.
16. Jacob. Gitta, (2015), Breaking Negative Thinking Patterns: A Schema Therapy Self-Help and Support Book, Wiley-Blackwell.

شناخت شاگردان در مربیگری کسب و کار
Assessing mentees in business coaching

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۴. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره ابزارها و فرایند ارزیابی و بازخوردها به شاگردان

۵. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان درباره چگونگی بکارگیری ابزارهای ارزیابی رفتار شاگردان در فرایند مربی گری

۶. تقویت مهارت به کارگیری ابزارهای ارزیابی رفتارها و ارائه بازخورد به شاگردان در مربی گری

سرفصل درس

- تاریخچه ارزیابی افراد در روان شناسی و کسب و کارها
- دیدگاه ارزیابی افراد در محیط واقعی زندگی و کار
- دیدگاه شبیه سازی به ارزیابی افراد : ابزارها و کاربردها
- در فرایند مربی گری چه موضوعی را در افراد مورد ارزیابی قرار می دهیم؟: رفتار ، شناخت ، عملکرد ، انگیزه ، ویژگی های شخصیتی ، دانش
- اهداف و کاربردهای ارزیابی شایستگی های افراد در کسب و کارها
- رویکرد کانون های ارزیابی به ارزیابی رفتار افراد :ابعاد و ابزارها
- رویکرد روان شناسی به ارزیابی افراد : ابزارها و کاربردها
- چگونگی استفاده از روش های مشاهده ،مصاحبه ، پرسشنامه های روان شناسی جهت ارزیابی رفتار افراد در فرایند مربی گری
- چگونگی استفاده از ابزارهای کانون ارزیابی جهت ارزیابی رفتار افراد در فرایند مربی گری
- چگونگی غربال اطلاعات و شواهد در دسترس در باره افراد در فرایند مربی گری
- چگونگی نگارش گزارش ارائه بازخورد در باره افراد در فرایند مربی گری
- ارائه گزارش بازخورد به شاگردان در فرایند مربی گری
- تحلیل پذیرش بازخورد توسطط شاگردان در فرایند مربی گری
- تحلیل چگونگی ایجاد انگیزه تغییر رفتار و دیدگاه در افراد در فرایند مربی گری
- شناسایی انواع خطاها در ارائه بازخوردها در فرایند مربی‌گری
- سطوح بازخوردهای رفتاری / عملکردی در فرایند مربی‌گری
- رویکردها و روش های ارزیابی رفتارها و قابلیت های افراد از دیدگاه اسلام
- روش های ارائه بازخورد موثر به افراد از دیدگاه اسلام

منابع

1) Nigel Povah, George C. Thornton,(2011),Assessment Centres and Global Talent Management, Gower Publishing, Ltd.
2) Thornton .George C, Rupp. Deborah E, and Brian J. Hoffman,(2014), Assessment Center Perspectives for Talent Management Strategies , Routledge.
3) George C. Thornton, Rose A. Mueller-Hanson, Deborah E. Rupp, (2017), Developing

Organizational Simulations: A Guide for Practitioners, Students, and Researchers, Taylor & Francis.
4) Lisa A. Hollis-Sawyer, Margaret E. Condon, George C. Thornton,(2009),Exercises in Psychological Testing ,pearson/Allyn and Bacon.
5) Robert J. Gregory, (1996), Psychological Testing: History, Principles, and Applications, Allyn and Bacon.
6) 6. Stephen N. Haynes, William Hayes O'Brien, (2003), Principles and Practice of Behavioral Assessment, Springer Science & Business Media.

روش های تسهیل یادگیری و تغییر شاگردان methods of facilitating mentees learning and transformation
تعداد واحد:۲ **نوع واحد:** نظری **نوع درس:** اختیاری **پیش‌نیاز :** ندارد
هدف
۱. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره روش‌های تسهیل یادگیری و توسعه در مربی‌گری ۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان در خصوص لزوم به‌کارگیری روش‌های تسهیل یادگیری و توسعه در مربی‌گری ۳. تقویت مهارت مربیان جهت طراحی و به‌کارگیری روش‌های تسهیل یادگیری و توسعه در مربی‌گری.
سرفصل درس
• تشریح مفاهیم یادگیری، مربی، شاگرد، روش یادگیری، تکنیک‌های یادگیری در فرایند مربی‌گری • تشریح و بکارگیری مدل های تغییر شناخت و رفتار فعالان کسب و کارها • اهداف و روش های تغییر و دگرگونی در انسان از دیدگاه اسلام • تشریح ابعاد برنامه توسعه شخصی (IDP) و ضرورت آن برای هدایت فعالیت‌های یاددهی به شاگردها توسط مربی • بکارگیری چارچوب های تغییر شایستگی های به عنوان پایه نگارش سند توسعه شخصی (IDP) افراد • تشریح نقش شایستگی‌ها در برقراری روابط بین مرشد- شاگرد • تشریح روش‌های ارتقا شایستگی برگزیده شاگردها • تشریح فرایند و چگونگی به‌کارگیری روش یادگیری از چالش‌های کاری • تشریح فرایند و چگونگی به‌کارگیری روش یادگیری از خطاها و شکست‌های کاری • تشریح فرایند و چگونگی به‌کارگیری روش یادگیری از تعاملات انسانی با همکاران، مافوق‌ها • تشریح فرایند و چگونگی به‌کارگیری روش یادگیری از مشارکت در جلسات کاری • تشریح فرایند و چگونگی به‌کارگیری روش یادگیری از طریق طراحی محصولات و خدمات جدید • تشریح مفاهیم پایه (آموزش، انتشارات، یادگیری از دوره‌ها- یادگیری از انتشارات) • ابعاد فعالیت‌های آموزش- انتشارات به عنوان کانون‌های یادگیری • روش‌های مختلف یادگیری از فعالیت‌های آموزش- انتشارات بر اساس پژوهش‌ها • چگونگی یادگیری از طریق مشارکت در کارگاه‌ها، کنفرانس • چگونگی یادگیری از طریق مطالعه سرگذشت‌های افراد بزرگ • چگونگی یادگیری از طریق مطالعه اسناد و مدارک • چگونگی یادگیری از طریق مشارکت در حل و فصل مسائل و موضوعات فنی • شناسایی و بازنگری در «وقایع کلیدی یادگیری» توسط مربی- شاگرد
منابع
۱. قائمی مقدم ،محمد رضا ، (۱۳۹۱) ، روش های تربیتی در قرآن ، جلد ۱ و ۲ ، کار مشترک پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و سازمان سمت. ۲. آیه ا.. مجتبی تهرانی ،(۱۳۹۸) ، ادب الهی : تربیت مربی (کتاب پنجم) ، ناشر : موسسه فرهنگی پژوهشی مصابیح الهدی .

۳. آیه ا.. مجتبی تهرانی ،(۱۳۹۸) ، ادب الهی :مبانی تربیت (کتاب دوم) ، ناشر : موسسه فرهنگی پژوهشی مصابیح الهدی .

۴. آجردن.آن ،کارلیل .اوریسون و استاک آنیتا ،(۲۰۰۸)،رویکردهای یادگیری ،نظریه و کاربست ،ترجمه: حجازی .الهه ،و شهابی .روح الله،(۱۳۹۱)، انتشارات دانشگاه تهران .

۵. شفلر ،ایزرایل .شفلر ،در باب استعداد آدمی : گفتاری در فلسفه تعلیم و تربیت ،ترجمه : دفتر همکاری حوزه و دانشگاه ،(۱۳۷۷)،سازمان سمت.

۶. فیض و همکاران ،(۱۳۹۵) ، مدرسان کارآفرینی : ویژگی ها ، مهارت ها و شیوه های آموزشی، انتشارات دانشگاه سمنان.

7. Fayolle. Alain,(2007),Handbook of Research in Entrepreneurship Education,Volume 1,2, Edward Elgar.

8. Hodson, D. (2014). Learning science, learning about science, doing science: Different goals demand different learning methods. *International Journal of Science Education*, *36*(15), 2534-2553.

9. Lancer, N., Clutterbuck, D., & Megginson, D. (2016). *Techniques for Coaching and Mentoring*. Routledge.

ملاحظات پیاده سازی برنامه توسعه فردی (PDP)

Considerations of implementing PDP

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱) ارتقا ظرفیت شناختی درباره اصول و ملاحظات کلیدی پیاده سازی برنامه توسعه فردی (PDP) شاگردان

۲) تقویت عواطف و علاقه‌مندی شاگردان و مربیان درباره ملاحظات کلیدی پیاده سازی برنامه توسعه فردی (PDP) .

۳) تقویت مهارت های لازم برای پیاده سازی برنامه توسعه فردی (PDP) شاگردان

سرفصل

۱) تشریح مفاهیم مقدماتی و پایه مرتبط با تدوین و پیاده سازی برنامه توسعه فردی

۲) مفهوم " برنامه توسعه فردی (PDP) شاگردان به چه معنا است؟ ، چه ابعادی دارد؟ ، چه ضرورتی دارد؟

۳) مزیت ها و چالش های برنامه های توسعه فردی مکتوب یا رسمی و غیر رسمی کدامند؟.

۴) مفهوم " تغییر در شاگرد و هدایت تغییر در فرایند مربیگری و در مرحله اجرای برنامه توسعه فردی " به چه معنا است؟.

۵) وضعیت ، چگونگی و چرائی موفقیت ها و شکست های برنامه های توسعه فردی شاگردان (PDP) در فرایند مربیگری.

۶) مهارت های مورد نیاز برای تسهیل موثر پیاده سازی برنامه های توسعه فردی شاگردان

۷) نقش ها و مسئولیت های شاگردان ، مربیان ، همکاران و واحدهای مرتبط با توسعه افراد جهت تسهیل اجرای برنامه های توسعه فردی شاگردان

۸) سبک های هدایت تغییر در شاگردان : چیستی ، انواع سبک ها ، موقعیت های بکارگیری سبک های مربیگری ، خویشتن شناسی یا خود ارزیابی.

۹) سطح یا عمق تغییر مورد نظر یا مورد انتظار در برنامه توسعه فردی و چالش های منبعث از آن

۱۰) ملاحظات بکارگیری موثر نظام ارتباطات (communication plan) مربی- شاگرد برای تسهیل اجرای برنامه های توسعه فردی شاگردان

۱۱) مربیان توانمند با چه تدابیر و شیوه های انگیزه التزام و اجرای برنامه توسعه فردی را در شاگردان تقویت می کنند؟.

۱۲) اضطراب ها، تضادها و مقاومت های متداول در جریان تغییر شاگردان در فرایند مربیگری کدامند؟ ، مربیان توانمند چگونه اینگونه اضطراب ها و مقاومت ها را اداره می کنند؟.

۱۳) در جریان تغییر همکاران ، از مالکان و مدیران در جایگاه انتظار صبوری و بردباری خاصی می رود ، صبوری چیست ؟ ، صبوری و بردباری در باره چه موضوعات و دغدغه های ؟.

۱۴) ملاحظات و تکنیک های برگزاری نشست های تبادل تجربیات(exchanging experiances

sessions) گفت و گوهای تاملی مربیان با شاگردان ، نگارش تاملی (reflective writing)تجربیات ، ارائه عملی بازخورد های انگیزشی و توسعه ای ، استفاده از همتایان

۱۵) ویژگی ها و منش های مناسب شاگردان جهت تسهیل اجرای برنامه های توسعه فردی

۱۶) " لحظات کلیدی و یادماندنی (critical moments) شاگردان در فرایند مربیگری کدامند ، و چه نقشی در "هدایت موثر تغییرات در شاگردان دارند؟.

۱۷) چگونگی و ابعاد پایش مستمر دست آوردهای یادگیری (learning outcomes) در برنامه های توسعه فردی .

منابع

1) Amar. Rughani, Dixon .Stephen and Franklin. Chris,(2003), Personal Development Plans for Dentists: The New Approach to Continuing Professional Development , CRC Press.
2) Cottrell. Stella, (2010), Skills for Success: The Personal Development Planning Handbook, Palgrave Macmillan.
3) Grit. Roel ,(2009),Managing Your Competencies: Personal Development Plan, Routledge.
4) Manktelow. James, (2014), Personal Development Plan Workbook, Mind Tools Ltd. Version 2.0.
5) Hicks. Robert F., (2013), Coaching as a Leadership Style, Routledge.
6) Schein. Edgar H.and Coutu. Diane L., (2002), The Anxiety of Learning: The Darker Side of Organizational Learning, Harvard Business Review, March, Vol. 80, No. 3.
7) Haan. Erik de ,(2010),Clients' Critical Moments of Coaching: Toward a "Client Model" of Executive Coaching , Academy of Management Learning and Education, The 9(4):607-621.
8) Haan. Erik de ,(2017), Evaluating coaching behavior in managers, consultants, and coaches: A model, questionnaire, and initial findings, Consulting Psychology Journal Practice and Research 69(4):315-333.

تجربه نگاری تاملی رویدادهای مربیگری
Reflective writing of coaching experiences

تعداد واحد:۲

نوع واحد: عملی

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : اصول و نظریه های مربی گری کسب و کارها

هدف

۱) ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره موردکاوی نگاری یا تجربه نگاری با نگاه تاملی در مربیگری در عرصه های مختلف

۲) تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان به نگارش تاملی خاطرات و تجربیات در عرصه های مختلف

۳) تقویت مهارت به‌کارگیری اصول و مدل های تاملی در نگارش تجربیات مربیگری در عرصه های مختلف

سرفصل درس

- تشریح مفاهیم تجربه، تجربیات برتر، شبکه تجربیات برتر، تاریخچه بحث تجربیات برتر ، فرایند مستند سازی ،توصیف ، تامل و...
- تشریح مفاهیم پایه نگارش تاملی رویدادها و تجربیات مربیگری
- اهمیت ، ضرورت و دست آوردهای نگارش تاملی تجربیات مربی گری در کسب و کارها
- اهداف نگارش تاملی در فرایند مربیگری
- انواع و فرایند نگارش سفرها و بازدیدها و تجربیات مرتبط با یادگیری در فرایند مربیگری
- معیارهای شناسائی " تجربیات کلیدی و حیاتی " در مربی گری
- فرایندها و چارچوب های تامل در تجربیات مربی گری در کسب و کارها
- روش های تامل در تجربیات مربی گری در کسب و کارها
- قواعد مشاهده دقیق و معنادار در بازدیده ها ، نشست ها و سفرها برای نگارش تاملی
- استفاده از روش‌های مصاحبه واقعه محور جهت مستندسازی تجربیات کارآفرینان، مربیان و مدیران در کسب و کارها
- تجربیات سازمان‌ها از منظر ارزیابی نیاز به نظام مربی‌گری ، چگونگی و وضعیت حمایت مالکان و مدیران سطوح مختلف در طراحی و به‌کارگیری نظام مربی‌گری ، روش‌های توسعه ای مورد استفاده در نظام مربی‌گری ، انگیزه‌ها، شیوه ایجاد انگیزش و خزانه مربیان داخلی و خارجی مورد استفاده در نظام مربی‌گری ،پیوند نظام مربی‌گری با سایر نظام‌های منابع انسانی در سازمان‌ها
- برگزاری نشست های و ارائه تاملی بین دانشجویان : فرمت ، فرایند، انتظارات ، یادگیری ها(برگزاری نشست های عملی برای دانشجویان)
- چگونگی بکارگیری یادگیری های حاصل از تامل در تجربیات جهت پرورش مدیران در کسب و کارها
- بکارگیری یادگیری های حاصل از تامل در تجربیات جهت پرورش کارآفرینان بالقوه و کارآفرینان با تجربه در کسب و کارها

منابع

1. Bolton. Gillie ,(2010), Reflective practice : writing and professional development ,Publisher: Sage.
2. Dewey J.,(1933), How We Think. Boston, MA.
3. Gibbs G.,(1998), Learning by Doing: a guide to teaching and learning methods. Oxford.
4. Moon J.,(1999), Learning Journals: a handbook for academics, students and professional development. London: Kogan Page.
5. Schön DA.,(1983), The Refl ective Practitioner: how professionals think in action. New York.
6. جعفری مقدم، سعید (۱۳۸۶). مستندسازی تجربیات مدیران (از دیدگاه مدیریت دانش). تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
7. Lemke, J., Lecusay, R., Cole, M., & Michalchik, V. (2015). Documenting and assessing learning in informal and media-rich environments. MIT Press.
8. Sherman, S. R. (2015). Documenting ourselves: Film, video, and culture. University Press of Kentucky.
9. Brondyk, S., & Searby, L. (2013). Best practices in mentoring: complexities and possibilities. *International Journal of Mentoring and Coaching in Education*, *2*(3), 189-203.
10. Passmore, J. (Ed.). (2015). *Excellence in coaching: The industry guide*. Kogan Page Publishers.

کارآموزی ۱: مربیگری در ایجاد کسب و کارها Internship 2: business coaching on creating businesses
تعداد واحد:۲ **نوع واحد:** عملی **نوع درس:** پایه – مشترک **پیش‌نیاز :** اصول و نظریه های مربیگری
هدف
۱) ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره فرایند ایجاد کسب و کارهای نوپا و تجربیات مربیگری مرتبط با ایجاد کسب و کارهای نوپا در مراکز و نهادی حامی . ۲) تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان به یادگیری و ایفای نقش مربیگری مرتبط با ایجاد کسب و کارهای نوپا. ۳) تقویت مهارت ایجاد کسب و کار و ایفای نقش های مربیگری از طریق کارآموزی در محیط واقعی .
سرفصل درس
۱) تهیه فرایند کارآموزی مربیگری در مراکز و نهادهای حامی و مروج ایجاد کسب و کارهای نوپا ۲) برگزاری نشست اشنائی دانشجویان با دو امر لازم برای مربیگری شامل : اول : چگونگی ایده پردازی و ایجاد کسب و کار نوپا توسط تیم های کارآفرینانه ، دوم فرایند مربیگری در مراکز و نهادهای حامی تیم های کارآفرینانه. ۳) انتخاب ، انجام هماهنگی های لازم و معرفی نهاد یا مرکز محل کارآموزی توسط دانشجو به تیم یا مدرسان مربوطه. ۴) برگزاری نشست " ایجاد کسب و کارهای نوپا ، فعل مربیگری مرتبط با کسب و کارهای نوپا ، استقرار فرایند مربیگری مرتبط با کسب و کارهای نوپا " برای افراد در گیر در کارآموزی مربیگری کسب و کارهای نوپا توسط تسهیل گران یا مدرسان مربوطه(چارچوب فرایند ایجاد کسب و کار نوپا ، چارچوب فعل مربیگری ، چارچوب استقرارفرایند مربیگری توسط مدرس با دانشجویان بحث گردد و انتظارات بر اساس اینگونه موارد تعیین گردد). ۵) برگزاری نشست و بحث ساختار گزارش های مرحله ای و نهائی حضور و تاملات در محیط کار. ۶) بحث و ارائه فرم های مشاهدات روزانه ، ثبت وقایع و رویدادهای کلیدی ، مصاحبه های فردی به دانشجویان ۷) الزام دانشجویان به نگارش و ارائه تاملی مشاهدات روزانه ، ثبت وقایع و رویدادهای کلیدی ، مصاحبه های فردی به دانشجویان در حضور سایر دانشجویان و مدرس مربوطه ۸) تعیین برنامه زمانی و اجرائی حضور دانشجو در محیط کار در مراکز یا نهادهای مربوطه . ۹) برگزاری نشست های آموزشی کوتاه توسط مدرسان مربوطه در خصوص چگونگی مشاهده دقیق ، مصاحبه عمیق و رویدادمحور با متولیان امور یادگیری و توسعه افراد و به ویژه تجربیات مربیگری رسمی و غیر رسمی . ۱۰) برگزاری نشست های آموزشی کوتاه توسط مدرسان مربوطه در خصوص چگونگی نگارش تاملی تجربیات متولیان امور و مشاهدات و مصاحبه ها با متولیان امر مربیگری ایجاد کسب و کارها در مراکز و نهادهای حامی. ۱۱) برگزاری نشست های تبادل تجربه بین متولیان امور مربیگری در مراکز و نهادهای حامی برگزیده و دانشجویان کارآموز جهت تبادل آموزه های حاصل از مشاهده ات ، مصاحبه ها و مطالعه اسناد و مدارک. ۱۲) برگزاری نشست های حضوری دو هفته یک مرتبه به صورت گروهی بین دانشجویان درس کارآموزی و مدرس مربوطه جهت ارائه گزارش کار ، ارائه بازخوردهای لازم توسط مدرس مربوطه . ۱۳) حضور و بازدیده مدرس حداقل یک مرتبه از مراکز و نهادهای حامی مربوطه به همراه دانشجو و مشارکت در مشاهدات ، مصاحبه ها و مرور اسناد و مدارک مربوطه.

۱۴) ارائه گزارش ها و امتیاز دهی به صورت مرحله ای باشد ، اما گزارش مادر در نشست آخر به صورت حضوری و در جمع دانشجویان ارائه گردد تا موجب تبادل تجربه جمعی گردد.

منابع

11. Timmons.Jeffry.A., Spinelli .Stephen ,(2007),New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, McGraw-Hill/Irwin.
12. *Cohen .Norm ,(2002), Becoming a Mentor Workbook , Human Resource Development Pr.*
13. *Cohen. Norman H., (1999), The Manager's Pocket Guide to Effective Mentoring, Human Resource Development Pr.*
14. Lemke, J., Lecusay, R., Cole, M., & Michalchik, V. (2015). Documenting and assessing learning in informal and media-rich environments. MIT Press.
15. Sherman, S. R. (2015). Documenting ourselves: Film, video, and culture. University Press of Kentucky.
16. Brondyk, S., & Searby, L. (2013). Best practices in mentoring: complexities and possibilities. *International Journal of Mentoring and Coaching in Education*, *2*(3), 189-203.
17. Passmore, J. (Ed.). (2015). *Excellence in coaching: The industry guide*. Kogan Page Publishers.

کارآموزی ۲: مربیگری مدیریتی
Internship 1: executive coaching in organization

تعداد واحد:۲

نوع واحد: عملی

نوع درس: پایه - مشترک

پیش‌نیاز : اصول و نظریه های مربیگری

هدف

۱) ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره تجربیات مربیگری رسمی و غیر رسمی مدیران و همتایان در سازمان ها
۲) تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان به ایفای نقش مربیگری در خصوص لزوم تحلیل موردکاوی‌های مشاوره‌ای و مربی‌گری و مشارکت در مخاطبان در فعالیت‌های مشاوره‌ای و مربی‌گری
۳) تقویت مهارت ایفای نقش های مربیگری از طریق کارآموزی در محیط واقعی .

سرفصل درس

۱) تهیه فرایند کارآموزی مربیگری در سازمان ها توسط مدرسان
۲) برگزاری نشست اشنائی دانشجویان با دو امر لازم برای مربیگری شامل : اول : چگونگی اداره کسب و کارتوسط مالکان و مدیران ارشد و مدیران امور تخصصی . دوم فرایند مربیگری در سازمان های مربوطه.
۳) انتخاب ، انجام هماهنگی های لازم و معرفی سازمان محل کارآموزی توسط دانشجو به تیم یا مدرسان
۴) برگزاری نشست " اداره موثر امور و فرایند مورد انتظار مربیگری " در سازمان ها برای افراد در گیر در کارآموزی مربیگری مدیران در سازمان هاا چارچوب فرایند ادره موثر کسب و کار ، چارچوب فعل مربیگری ، چارچوب استقرارفرایند مربیگری توسط مدرس به دانشجویان بحث گردد و انتظارات بر اساس اینگونه موارد تعیین گردد.).
۵) برگزاری نشست و بحث ساختار گزارش های مرحله ای و نهائی حضور و تاملات در محیط کار.
۶) بحث و ارائه فرم های مشاهدات روزانه ، ثبت وقایع و رویدادهای کلیدی ، مصاحبه های فردی به دانشجویان
۷) الزام دانشجویان به نگارش و ارائه تاملی مشاهدات روزانه ، ثبت وقایع و رویدادهای کلیدی ، مصاحبه های فردی به دانشجویان در حضور سایر دانشجویان و مدرس مربوطه
۸) تعیین برنامه زمانی و اجرائی حضور دانشجو در محیط کار سازمان برگزیده
۹) برگزاری نشست های آموزشی کوتاه توسط مدرسان مربوطه در خصوص چگونگی مشاهده دقیق ، مصاحبه عمیق و رویدادمحور با متولیان امور یادگیری و توسعه افراد و به ویژه تجربیات مربیگری رسمی و غیر رسمی
۱۰) برگزاری نشست های آموزشی کوتاه توسط مدرسان مربوطه در خصوص چگونگی نگارش تاملی تجربیات متولیان امور و مشاهدات و مصاحبه ها با متولیان امر مربیگری در سازمان ها
۱۱) برگزاری نشست های تبادل تجربه بین متولیان امور مربیگری درسازمان های برگزیده و دانشجویان کارآموز جهت تبادل آموزه های حاصل از مشاهده ات ، مصاحبه ها و مطالعه اسناد و مدارک.
۱۲) برگزاری نشست های حضوری دو هفته یک مرتبه به صورت گروهی بین دانشجویان درس کارآموزی و مدرس مربوطه جهت ارائه گزارش کار ، ارائه بازخوردهای لازم توسط مدرس مربوطه .
۱۳) حضور و بازدیده مدرس حداقل یک مرتبه از سازمان مربوطه به همراه دانشجو و مشارکت در مشاهدات ، مصاحبه ها و مرور اسناد و مدارک مربوطه.
۱۴) ارائه گزارش ها و امتیاز دهی به صورت مرحله ای باشد ، اما گزارش مادر در نشست آخر به صورت حضوری و در جمع دانشجویان ارائه گردد تا موجب تبادل تجربه جمعی گردد.

منابع

۱۸. علیان عطاآبادی، حسین؛ تقوی رشیدی‌زاده، حسین؛ زارعی‌نظام، فرهاد (۱۳۹۳). مدیریت استعدادها: مبانی نظری و مورد کاوی‌های سازمانی. تهران: آموخته.

۱۹. جعفری مقدم، سعید (۱۳۸۶). مستندسازی تجربیات مدیران (از دیدگاه مدیریت دانش). تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.

20. Lemke, J., Lecusay, R., Cole, M., & Michalchik, V. (2015). Documenting and assessing learning in informal and media-rich environments. MIT Press.

21. Sherman, S. R. (2015). Documenting ourselves: Film, video, and culture. University Press of Kentucky.

22. Brondyk, S., & Searby, L. (2013). Best practices in mentoring: complexities and possibilities. *International Journal of Mentoring and Coaching in Education*, *2*(3), 189-203.

23. Passmore, J. (Ed.). (2015). *Excellence in coaching: The industry guide*. Kogan Page Publishers.

24. *Cohen .Norm ,(2002), Becoming a Mentor Workbook , Human Resource Development Pr.*

25. *Cohen. Norman H., (1999), The Manager's Pocket Guide to Effective Mentoring*

فقه و حقوق کسب و کار

Jurisprudence and Business Law

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: پایه-مشترک

پیش نیاز: ندارد

اهداف:

۱) آشنایی دانشجویان با مفاهیم، کلیات و احکام فقهی و حقوقی کسب وکارها و مکاسب محرمه در فقه اسلامی، آشنایی با ابعاد معاملات و تجارت حلال و حرام در اندیشه فقهی- حقوقی امام خمینی (ره)

۲) آشنایی دانشجویان با قواعد فقهی و حقوقی حاکم بر کسب و کار

۳) ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره مفاهیم و قواعد حقوق کسب و کار

۴) تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان درباره چگونگی به کارگیری مفاهیم ، قواعد و رویه های حقوق کسب و کار

۵) تقویت مهارت به کارگیری قواعد و رویه های حقوق کسب و کار در فرآیند ایجاد کسب و کار

سرفصل

۱) تجارت و گونه شناسی آن در اسلام

۱،۱.تجارت های واجب، حرام، مکروه و مستحب

۱،۲.رابطه تجارت و ارزش افزوده

۱،۳.ارزش مبادله و کنترل ان

۱،۴.خطرات و آفات تجارت

۱،۵.تقدیر معیشت

۲) قواعد فقهی و حقوقی حاکم بر کسب و کار

۲،۱.کلیت قواعد فقه مدنی و معاملاتی

۲،۲.قواعد فقهی حاکم بر قراردادها

۲،۳.قواعد فقهی حاکم بر تجارت

۲،۴.قواعد فقهی حاکم بر بانک و بیمه

۲،۵. خسارات و غرامات

۳) تشریح مفاهیم و ابعاد کلیات قانون تجارت ، قانون کار ، قانون مالیات ، قانون چک

۳،۱.قاعده حقوقی و اقسام آن ،ضمانت اجراء و اقسام آن

۳،۲. قاعده اخلاقی ، نسبت بین قاعده حقوقی با قاعده اخلاقی

۳،۳.«حق»و «تکلیف » ، رابطه بین حق و تکلیف ، اقسام حق و تکلیف

۴،۳.« شخص» و اقسام آن ، شخصیت حقوقی

۵،۳.تابعیت و اقامتگاه اشخاص حقیقی ،تابعیت و اقامتگاه اشخاص حقوقی

۶،۳.رابطه حقوقی اشخاص

۷،۳.وکالت و نمایندگی

۸،۳.سند و اقسام آن

۴) تعریف اقسام قرارداد و کاربردهای آن ها :

۱،۴. تعریف قرارداد ، اقسام قرارداد ، قراردادهای معین ، قراردادهای نامعین

۲،۴.قراردادهای در سطح ملی، قراردادهای بین المللی(بین الملل عمومی ،بین الملل خصوصی)، قراردادهای مدنی، قراردادهای تجاری، قراردادهای اداری،...

۵) تشریح چیستی و کاربردهای قواعد حقوقی نوعی قراردادها شامل : 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 ،

۶) حقوق و تکالیف ناشی از قراردادها ، انتقال این حقوق و تکالیف ، ضمانت اجرای قرادادها

۷) 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

۸) قواعد حقوقی اقسام قراردادهای معین ، بیع ، شرکت : شرکت مدنی ، شرکت تجاری ،وکالت : وکالت مدنی ، وکالت دادگستری ،اجاره ، مضاربه ، حواله ، رهن ، ضمانت ، صلح ،

۹) 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 ،ق

۱۰) 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 ....

۱۱) 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)

۱۲) 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...

۱۳) آشنایی با قوانین تسهیل کننده کسب و کار

منابع

۱. انصاری، مرتضی (۱۳۷۴)، المکاسب، قم: دهقانی (اسماعیلیان)

۲. امام خمینی، مکاسب محرمه، تهران: انتشارات اسماعیلیه

۳. عادل آذر، خاکباز زاده، محمد حسین، ۱۳۹۲، احکام کسب و کار با رویکرد کاربردی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق

۴. طغیانی مهدی، مرادی باسیری، امین، ۱۳۹۴ احکام عمومی کسب و کار مبتنی بر احکام تجارت از دیدگاه اسلام

۵. خدمتی، ابوطالب، ۱۳۹۷ قواعد فقهی و کاربردهای آن در مدیریت و سازمان، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

۶. فراهانی فرد، سعید، نعامی عبدالله، ۱۳۹۶ اخلاق و احکام کسب و کار، قم: نورعلم

۷. قوامی، سید صمصام الدین ۱۳۹۴ ، فقه الاداره فقه انتخاب ، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

۸. رساله حقوق امام سجاد ع ۱۳۹۴، سید جعفر شهیدی، دانشنامه پژوهه پژوهشکده باقرالعلوم

۹. حلیة المتقین علامه محمد باقر مجلسی

۱۰. قانون اساسی

۱۱. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی کشور

۱۲. قانون تجارت

۱۳. قانون کار و تأمین اجتماعی

۱۴. مقررات تشکیل شرکت سهامی خاص

۱۵. کتب حقوق بازرگانی و حقوق تجارت ایران

۱۶. برنامه های توسعه اول تا ششم و سایر منابع مرتبط

۱۷. قانون بهبود محیط کسب و کار و اشتغال

۱۸. قانون رفع موانع تولید

آزمایشگاه مربی گری کسب و کار
Business Coaching Lab

تعداد واحد:۲

نوع واحد: عملی

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف

۱. تمرین عملی شایستگی های مربی گری
۲. تمرین برای رفتار در شرایط عملی ایجاد و اداره کسب و کار
۳. آزمایش مبادله و پویایی رفتار
۴. شبیه سازی تصمیم گیری توزیع شده در تیم
۵. تمرین عملی هدایت عملکرد تیم کسب و کار

سرفصل

۱. تمرین شایستگی های روش مند(ارتباط موثر، پرسش های ساختار یافته و قدرتمند) در محیط شبیه سازی شده .
۲. تمرین شایستگی های روش مند (تمرین مسوولیت، توسعه تیم) در محیط شبیه سازی شده
۳. تمرین شایستگی های روش مند (مدیریت عملکرد، اعتماد سازی) در محیط شبیه سازی شده
۴. آزمایش ساختار بازخورد مشارکتی در محیط شبیه سازی شده
۵. تمرین تجزیه و تحلیل رفتار متقابل (توانایی های کلیدی) در محیط شبیه سازی شده
۶. تمرین تجزیه و تحلیل رفتار متقابل (آمادگی مربیگری، ارتقای دقت، روند عملکرد) در محیط شبیه سازی شده
۷. تمرین پویایی گروهی در محیط شبیه سازی شده
۸. تمرین خودانعکاسی و جهت گیری شخصی در محیط شبیه سازی شده
۹. تمرین تجزیه و تحلیل مبادله و قانون گذاری در تیم در محیط شبیه سازی شده
۱۰. تغییر - مربیگری در نقاط عطف در محیط شبیه سازی شده
۱۱. تمرین مدیریت استرس در محیط شبیه سازی شده
۱۲. تمرین مدیریت تضاد در محیط شبیه سازی شده
۱۳. شبیه سازی تیم فناوری در محیط شبیه سازی شده
۱۴. شبیه سازی تیم کسب و کاری
۱۵. ارتقای توانمندی های رهبری

منابع

1. Starks, P., & Carroll, W. (2018). Hospitality Business Simulations Today: New Generation Simulations for New Generation Students in a New Generation Marketplace. In Innovation in Hospitality Education (pp. 181-193). Springer, Cham.
2. Caruso, J. V. (2019, March). Using Business Simulations to Prepare Students to Think Critically, Make Better Decisions, and Solve Business Problems. In Developments in Business Simulation and Experiential Learning: Proceedings of the Annual ABSEL conference (Vol. 46).
3. Donnellan, N., Rindos, N., & Biglan, M. W. (2016). Impact of Video-Based Coaching on Gynecologic Resident Laparoscopic Suturing. Obstetrics & Gynecology, 128, 61S.
4. Cadotte, E. (1995) "Business simulations: The next step in management training." Selections, Autumn, 8

5. Maise, E. (1998) "New thinking needed to alter learner's behavior." Computer Reseller News, August, Issue 803, 47
6. Mihaliak, C. and Reilly, M. (2001) "More efficient, less costly training." Best's Review, June, Volume 102, Issue2, 111
7. Moratis, L. and Van Baalen, P. (2002) "The radicalization of the multiversity: The case of the networked business school." The International Journal of Educational Management, Volume 16, Issue 4/5, 160
8. Muir, C. (1996) "Using consulting projects to teach critical-thinking skills in business communication." Business Communication Quarterly, Dec. Volume 59, Number 4, p.77-88
9. Romney, M. B. and Cherrington, J. O. (1993) "Implementing a graduate management consulting course." Journal of Information Systems, Spring 1993, Volume 7, Issue 1, 48-62
10. Schettler, J. (2003). "Training Top 100: Top 100: Best Practices." Training, Mar., Volume 40, Issue 3, 58
11. Thompson, T., Purdy, J. and Fandt, P. (1997) "Building a strong foundation: Using a computer simulation in an introductory management course." Journal of Management Education, Volume 21, Issue 3
12. van Baalen, P. and Leijnse, F. (1995) "Beyond the discipline: inserting interdisciplinary in business and management education." Challenges for the Business Schools, Eburon, Delft, 7-25.
13. Vequist IV, D.G. (2003) "Project-based consulting groups for applied classes." Presentation- ACBSP Annual Conference, Fort Lauderdale, Florida

طراحی و پیاده سازی فرایند مربی گری
Desiging and implementing the coaching process

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : اصول و نظریه های مربی گری در کسب و کارها

هدف

۱. ارتقا ظرفیت شناختی افراد در باره فرایند و مسائل کلیدی طراحی و پیاده سازی فرایند مربی گری در کسب و کارها
۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان فرایند طراحی و پیاده سازی فرایند مربی گری در کسب و کارها
۳. تقویت مهارت طراحی و اجرای فرایند مربی گری در کسب و کارها

سرفصل

- ارزیابی از میزان آمادگی افراد و کسب و کارها برای پذیرش و پیاده سازی فرایند مربی گری
- پیش بینی و نگارش رویه ها ، فرم ها ، جداول و نرم افزارهای لازم برای پیاده سازی فرایند مربی گری در کسب و کارها
- شناسائی نیازهای افراد در معرض فرایند مربی گری به عنوان بازار هدف مربی گری
- شناسائی ، برقراری ارتباط و دعوت از افراد علاقه مند به ایفای نقش مربی گری در کسب و کارها
- تدوین و اجرای برنامه های آموزشی اولیه برای شاگردان و مربیان در فرایند مربی گری در کسب و کارها
- تعیین سیاست های انتخاب و پیوند شاگردان- مربیان در فرایند مربی گری
- انتخاب مدل پایه معتبر برای اجرای فعالیت مربی گری (مانند : ...GROW.....)
- شناسائی و تعریف شایستگی های هدف در شاگردان (کانون تحول در شاگردان..)
- انتخاب و بکارگیری ابزارهای ارزیابی قابلیت های شاگردان
- تهیه گزارش پروفایل شخصی هر یک از شاگردان پس از ارزیابی های اولیه
- تهیه برنامه توسعه شخصی (PDP) برای هر یک از شاگردان
- برگزاری نشست های هدف گذاری بین شاگردان و مربیان در فرایند مربی گری
- انتخاب و بکارگیری روش های تغییر شناخت ، رفتار و تقویت انگیزه در شاگردان در فرایند مربی گری در کسب و کارها
- تهیه برنامه زمان بندی نشست های مربیان- شاگردان
- تهیه برنامه مکانیزم های ارتباط بین مربیان-شاگردان در فرایند مربی گری
- اندازه گیری نتایج و دست آوردهای فرایند مربی گری برای شاگردان ، مربیان و کسب و کارها
- ملاحظات اخلاقی از منظر دین در فرایند پیاده سازی فرایند مربی گری در کسب و کارها

منابع

1- Thomas G. Crane and Lerissa Nancy Patrick,(2012),The Heart of Coaching: Using Transformational Coaching to Create a High-Performance Coaching Cultur, F T A Press.
2- Nadine Klasen, David Clutterbuck, (2012),Implementing Mentoring Schemes , Routledge.
3- Lynne Cooper and Mariette Castellino, (2012),The Five Minute Coach: Coaching Others to High Performance in As Little As Five Minutes.
4- Gillian Jones and Ro Gorell,(2015), 50 Top Tools for Coaching: A

Complete Toolkit for Developing and Empowering People, Jossey-Bass.
5- Lois J. Zachary,(2016), The Mentor's Guide: Facilitating Effective Learning Relations, Jossey-Bas.

یکپارچه سازی مربی گری با فرایندهای کسب و کار
Integrating coaching with business processes

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱. ارتقا ظرفیت شناختی مخاطبان درباره اهمیت یکپارچه سازی فرایند مربی گری با فرایندهاها در کسب و کارها
۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان در یکپارچه سازی فرایند مربی گری با فرایندهاها در در کسب و کارها
۳. تقویت مهارت طراحی یکپارچه فرایند مربی گری با فرایندهاها در در کسب و کارها

سرفصل درس

- تشریح مفاهیم کلیدی مرتبط با درس : یکپارچه سازی فرایندها ، فرایند مربی گری ،فرایند مدیریت عملکرد ، یکپارچه سازی مربی گری با فرایندهاها در
- مدل ها و چارچوب های معتبر زیر بنای طراحی و بکارگیری فرایند مربی گری در کسب و کارها
- مدل ها و چارچوب های یکپارچه سازی فرایندها در کسب و کارها
- فرایند و فعالیت‌های کلیدی نظام مدیریت عملکرد در شرکت
- چارچوب ها و روش‌های شناسایی و تعریف شاخص‌های کلیدی عملکرد واحدها و مشاغل (نقش ماموریت حوزه‌ها، فرایندهای کاری واحدها و شرح مشاغل در شناسائی شاخص‌های کلیدی عملکرد واحدها و مشاغل)
- روش‌های شناسایی و تعریف معیارها نتیجه‌های و ابعاد رفتاری در مشاغل به عنوان پایه ارزیابی متصدیان مشاغل
- چگونگی محاسبه امتیازات عملکردی واحدها و افراد
- چگونگی طراحی و پیاده‌سازی کمیته‌ها و شوراهای مرتبط با فرایند طراحی و پیاده‌سازی نظام مدیریت عملکرد (چگونگی سازماندهی فعالیت‌ها و ارتباطات هدایتی نظام) و همچنین چگونگی پرورش کارشناسان و رابطین نظام مدیریت عملکرد در سازمان
- چگونگی هدف گذاری در سطح معاونت‌ها و واحدها بر اساس KPIs و معیارهای رفتاری
- فرایند، مسائل و چالش‌های دوره ممیزی عملکرد واحدها و مشاغل جهت محاسبه امتیازات نهایی عملکرد کارکنان
- فعالیت‌های طراحی و پیاده‌سازی نرم افزار مدیریت عملکرد در سازمان
- چگونگی و فعالیت‌های تهیه گزارش‌های عملکرد واحدها و افراد برای سطوح مدیریت‌ها، معاونت‌ها، مدیر عامل وهئیت مدیره شرکت
- چگونگی برقراری پیوند بین نتایج ارزیابی عملکرد واحدها- افراد با نظام‌های تشویقی و توسعه‌های افراد در شرکت
- مفهوم، ضرورت و چگونگی طراحی و پیاده‌سازی فرایندهای کسب و کار
- تعریف و اهمیت مفهوم بازخورد دادن و بازخورد گرفتن و همچنین بازخورد به افراد با عملکرد بالا و افراد بدقلق در فرایند مربی‌گری
- ساختار مطالب و محتوای بازخورد در نشست بحث و مرور رفتارها / عملکردها در فرایند مربی‌گری
- بحث و تامل در تجربیات یکپارچه سازی فرایند مربی گری در فرایند مدیریت عملکرد در کسب و کارها

منابع

1. Packová, V., & Karácsóny, P. (2010). Designing and Implementing Performance Management Systems. In Business Performance Measurement and Management (pp. 241-249). Springer Berlin Heidelberg.
2. Smith. Jeff,(2001), The KPI Book: The Ultimate Guide to Understanding the Key Performance Indicators of Your Business , Insight Training & Development Limited.
3. Shanbhag, M., Dutt, M. L., & Bagwe, S. (2016). Strategic Talent Management: A Conceptual Analysis of BCG Model. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, *2*(7).

اخلاق و آداب استادی -شاگردی در فرهنگ اسلامی – ایرانی

Ethics and customs of Mentorship and mentee in Islamic - Iranian Culture

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش نیاز: ندارد

هدف

۴. تقویت ظرفیت شناختی دانشجویان درباره جایگاه ، مولفه ها و کارکردهای نظام مرشدی –شاگردی در دین اسلام

۵. ایجاد علاقه در دانشجو درباره تحلیل جایگاه ، مولفه ها و کارکردهای نظام مرشدی –شاگردی در دین اسلام

۶. تقویت نگاه "نقادی " در دانشجو در خصوص جایگاه ، مولفه ها و کارکردهای نظام مرشدی –شاگردی در دین اسلام

۷. تقویت مهارت " الگو برداری " ازنظام مرشدی –شاگردی در دین اسلام در دانشجویان

سرفصل درس

- آیا یادگیری و توسعه " فرهیختگی و تفکر اخلاقی " در دانشجویان کسب و کار امکان پذیر است؟ ،آیا بروز " کنش اخلاقی " در دانشجویان کسب و کار امکان پذیر است؟
- مفهوم اخلاق و آداب در مکاتب و دیدگاه های مختلف با تاکید بر دیدگاه اخلاق کسب و کار در اسلام
- دلایل و دست آوردهای التزام و عدم التزام به اخلاق و آداب کسب و کار
- چرائی "گریز و اجتناب از اخلاق "در صاحبان و مدیران کسب و کارها
- تحلیل بکارگیری "اخلاق مبتنی بر خود گرائی ،دین ،فضیلت ،فایده باوری ،محبت ،وظیفه گرائی..." در کسب و کارها
- جایگاه و اهمیت روابط استادی - شاگردی در آداب ایرانی و دین اسلام و سایر ادیان به صورت تطبیقی
- کارکردهای روابط استادی- شاگردی در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- فرایند شکل گیری روابط استادی - شاگردی در در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- مراحل و گام های تربیتی در روابط استادی –شاگردی در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- موضوعات و محورهای مورد تحول در شاگرد در در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- مهارت های استادی در روابط توسعه ای در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- ویژگی های اولیه شاگردها و استادها جهت ورود به عرصه روابط توسعه ای در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- نقش روابط مبتنی بر اعتماد در شکل گیری روابط استادی -شاگردی در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- روش های تربیتی مورد استفاده استادکارها جهت تربیت شاگردها در در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- چگونگی تشخیص و بکارگیری "الگوی نقش " در روابط استادی - شاگردی در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- دست آوردهای شاگردها از روابط توسعه ای در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- ویژگی های منفی و نامطلوب استادها و شاگردها که روابط استادی - شاگردی را در در فرهنگ اسلامی – ایرانی تخریب می کنند ،کدامند؟
- معیارهای ارزیابی اثربخشی روابط استادی- شاگردی در در فرهنگ اسلامی – ایرانی
- پیام ها و کاربردهای سیاستی نظام استاد- شاگردی در در فرهنگ اسلامی – ایرانی برای تربیت مربیان و شاگردان حوزه کسب و کارها و سایر ادیان به صورت تطبیقی

منابع

۱- قرآن مجید .

۲- رضی .سید شریف ،نهج البلاغه ،ترجمه : شهیدی .سید جعفر ،(۱۳۸۰) ،انتشارات علمی و فرهنگی.

۳- شهید ثانی، منیه المراد فی آداب المفید و مستفید ، ، ترجمه : آئین دانشوری ، محمد رضا طباطبائی ، حمیدرضا شریعتمداری ، ۱۳۹۷، انتشارات دارالعلم.

۴- آیه ا.. مظاهری، (۱۳۹۶) ، درس های ویژگی های معلم خوب ،ناشر : نشر اخلاق .

۵- آیه ا.. مجتبی تهرانی ،(۱۳۹۸) ، ادب الهی : تربیت مربی (کتاب پنجم) ، ناشر : موسسه فرهنگی پژوهشی مصابیح الهدی .

۶- آیه ا.. مجتبی تهرانی ،(۱۳۹۸) ، ادب الهی :مبانی تربیت (کتاب دوم) ، ناشر : موسسه فرهنگی پژوهشی مصابیح الهدی .

۷- یثربی، سیدمحمد، ۱۳۸۲، سیری در رساله حقوق امام سجاد. تهیه و تنظیم قاسم تصیرزاده. قم. انتشارات فرهنگ آفتاب

۸- جواد ایروانی ، (۱۳۹۷) ،اسلام در باره اخلاق کار و تجارت چه می گوید ؟ ، دانشگاه علوم اسلامی رضوی.

۹- جلال دین محمد –مولانا ،(۱۳۸۷) ،مثنوی معنوی ، انشارات علمی و فرهنگی .

۱۰- عطار نیشابوری.محمد ،(۱۳۸۷) ،تذکره الاولیا ،تصحیح : محمد استعلامی ،انتشارات زوار.

۱۱- شفیعی کد کنی .محمد رضا ،(۱۳۹۱) ،دفتر روشنائی :بایزید بسطامی ،انتشارات سخن.

۱۲- شفیعی کد کنی .محمد رضا ،(۱۳۹۱) ،نوشته بر دریا : ابوالحسن خرقانی ،انتشارات سخن.

۱۳- شفیعی کد کنی .محمد رضا ،(۱۳۹۱) ،چشیدن طعم وقت : ابوسعید ابوالخیر ،انتشارات سخن.

۱۴- ریچلز، جیمز ، (۱۹۹۳) ،فلسفه اخلاق ،ترجمه : اخگری .آرش ،(۱۳۸۷) ،انتشارات حکمت .

۱۵- هولمز .رابرت ال، (۱۹۸۲) ،مبانی فلسفه اخلاق ، ترجمه : علیا.مسعود ،(۱۳۸۵) ،انتشارات ققنوس.

16- Edgar H. Schein ,(2010),Organizational Culture and Leadership , The Jossey-Bass Business & Management Series.

17- Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (2015). Business ethics: Ethical decision making & cases. Nelson Education.

18- Shaw, W. (2016). Business ethics: A textbook with cases. Nelson Education

رهبری تیم های کارآفرینانه

Leading entrepreneurial teams

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱. ارتقا ظرفیت شناختی درباره اصول و مهارت های ایجاد و اداره موثر تیم های کارآفرینانه

۲. تقویت عواطف و علاقه‌مندی شاگردان و مربیان درباره اصول و مهارت های ایجاد و اداره موثر تیم های کارآفرینانه

۳. تقویت مهارت های لازم برای ایجاد و اداره موثر تیم های کارآفرینانه

سرفصل

۱) مفاهیم پایه ایجاد و هدایت تیم ها در فرایند ایجاد و رشد کسب و کارهای کارآفرینانه

۲) شرح شایستگی ایجاد و اداره موثر تیم های کارآفرینانه

۳) هدایت تیم های با عملکرد بالا و تیم های کارآفرینانه : تفاوت ها و اشتراکات

۴) فرایند تیم سازی مرتبط با ایجاد و رشد کسب و کارها

۵) ترکیب و اندازه تیم های کارآفرینانه

۶) معیارهای موفقیت تیم ها در فرایند ایجاد و رشد کسب و کارها

۷) ویژگی های شخصیتی مناسب برای ایفای نقش های مورد انتظار در تیم های کارآفرینانه

۸) مرز همکاری و رقابت در تیم های مرتبط با ایجاد و رشد کسب و کارهای کارآفرینانه

۹) چگونگی شناسائی و اداره موثر چالش های ناکارآمدی روابط ، تضادها ، قدرت طلبی ها و تاثیر گذاری های مخرب اعضاء در فرایند ایجاد و اداره موثر تیم های کارآفرینانه

۱۰) چگونگی پیوند بین مسائل و تیم های کارآفرینانه

۱۱) فرایند ایجاد و اداره موثر تیم های کارآفرینانه خانوادگی

۱۲) مهارت های لازم برای اداره موثر تیم های کارآفرینانه خانوادگی

۱۳) چالش ها ودست آوردهای تیم های کارآفرینانه خانوادگی

۱۴) معیارهای ارزیابی عملکرد تیم و اعضاء تیم کارآفرینانه

۱۵) مبناهای پاداش دهی به اعضاء تیم کارآفرینانه

منابع

1) Ben-Hafaïedh .Cyrine and Cooney. Thomas M. , (2017) , Research Handbook on Entrepreneurial Teams: Theory and Practice , Edward Elgar Pub.

2) Maschke .Konstantin , (2014), Entrepreneurial teams: Insights into management team composition , Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften.

3) Wright. Mike,(2009), and Iris VanaelstEntrepreneurial Teams and New Business Creation ,Edward Elgar Publishing Ltd .

4) Timmons .Jeffry A. ,(2008),New Venture Creation: Entrepreneurship in the 21st

Century , McGraw-Hill/Irwin; 8th edition.

5) Timmons. Michael B ,(2013),The Entrepreneurial Engineer: How To Create Value From Ideas , Cambridge University Press.

مدیریت منابع انسانی در کسب و کارهای کوچک

Managing human resources in small businesses

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۱) ارتقا ظرفیت شناختی درباره اصول و شایستگی های مدیریت منابع انسانی در شرکت های نوپا ، کوچک و متوسط و با رشد سریع .

۲) تقویت عواطف و علاقه‌مندی به اصول و شایستگی های مدیریت منابع انسانی در شرکت های نوپا ، کوچک و متوسط و با رشد سریع .

۳) تقویت مهارت های لازم برای ایفای موثر نقش ها یا فرایندهای مدیریت منابع انسانی در شرکت های نوپا ، کوچک و متوسط و با رشد سریع .

۴.

سرفصل

۱) تشریح مفاهیم پایه مدیریت منابع انسانی

۲) استراتژی ها و سیاست های منابع انسانی در شرکت های نوپا ، کوچک و متوسط و با رشد سریع

۳) شایستگی های مورد نیاز برای اداره موثر کارکنان در شرکت های نوپا ، کوچک و متوسط و با رشد سریع

۴) تامین نیروی کار در نوپا و کوچک ، متوسط و با رشد سریع.

۵) نقش مالکان و مدیران کسب و کارهای نوپا و کوچک ، متوسط و با رشد سریع در تامین و بکارگیری نیروی کار.

۶) فرایندها و سازماندهی فعالیت های منابع انسانی در شرکت های نوپا و کوچک ، متوسط و با رشد سریع.

۷) متولیان نقش های منابع انسانی در شرکت های نوپا و کوچک ، متوسط و با رشد سریع.

۸) نظام و وضعیت جبران خدمات در شرکت های نوپا و کوچک ، متوسط و با رشد سریع.

۹) نیروی کار در قوانین کار و استخدامی کشور: پیام ها و کاربردها برای مالکان و مدیران کسب و کارهای نوپا و کوچک

۱۰) آموزش و توسعه دانش ، بینش و رفتارهای نیروی کار ، مالکان و مدیران شرکت های نوپا و کوچک ، متوسط و با رشد سریع.

۱۱) مسائل و چالش های رفتاری – انضباطی نیروی کار در SMEs

۱۲) نقش منابع انسانی در پایداری و رشد کسب و کارهای نوپا و کوچک ، متوسط و با رشد سریع.

۱۳) ویژگی ها ، ذهنیت ها و رفتارهای منحصر بفرد کارکنان و متخصصان در کسب و کارهای نوپا و کوچک ، متوسط و با رشد سریع.

۱۴) تفاوت های معنادار مدیریت منابع انسانی در شرکت های نوپا ، کوچک و متوسط و با رشد سریع با شرکت های بزرگ

۱۵) روندها و مسائل آینده منابع انسانی در شرکت های نوپا ، کوچک و متوسط و با رشد سریع

منابع

1) Wapshott .Robert and Mallett. Oliver , (2015),Managing Human Resources in Small and Medium-Sized Enterprises , Routledge.

2) Wapshott. Robert and Mallett. Oliver, (2015), Managing Human Resources in Small and Medium-Sized Enterprises: Entrepreneurship and the Employment Relationship, Routledge.

3) Marlow. Susan , Patton .Dean, and Monder Ram,(2004),Managing Labour in Small Firms , Routledge.

4) Cooper. Cary ,and Burke. Ronald ,(2011),Human Resource Management in Small Business: Achieving Peak Performance Routledge.

5) Fleischer .Charles ,(2009),HR for Small Business: An Essential Guide for Managers, Human Resources Professionals, and Small Business Owners , Sphinx Publishing.

روش تحقیق کیفی در کسب و کار

Qualitative Research Methods in Business field

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۴. ارتقا ظرفیت شناختی درباره رویکرد و استراتژی پژوهش‌های کیفی در کسب و کار

۵. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان درباره رویکرد و استراتژی پژوهش‌های کیفی در کسب و کار

۶. تقویت مهارت شناسایی و بکارگیری قواعد و اصول رویکرد و استراتژی پژوهش‌های کیفی در کسب و کار

سرفصل

- مسائل و چالش‌های کسب و کارها در فرایند تحقیق
- تشریح مفهوم رویکرد و استراتژی تحقیق کیفی در کسب و کارها
- دلایل پیدایش و گسترش تحقیق‌های کیفی در کسب و کارها
- انواع و منطق‌های روش‌های تحقیق کیفی
- منطق و فرایند استفاده از روش تحقیق مورد کاوی در کسب و کارها
- منطق و فرایند استفاده از روش تحقیق قوم نگاری در کسب و کارها
- منطق و فرایند استفاده از روش تحقیق روایتی در کسب و کارها
- منطق و فرایند استفاده از روش تحقیق پدیدار شناسی در کسب و کارها
- منطق و فرایند استفاده از روش تحقیق "مدیریت تعاملی" در کسب و کارها
- منطق و فرایند استفاده از روش تحقیق تحلیل نظری در کسب و کارها
- منطق و فرایند استفاده از روش تحقیق تحلیل محتوا، تحلیل گفتمان در کسب و کارها
- منطق و فرایند استفاده از روش تحقیق GT در کسب و کارها
- منابع کسب اطلاعات در روش‌های تحقیق کیفی در کسب و کارها
- تکنیک‌های جمع آوری اطاعات در روش‌های تحقیق کیفی در کسب و کارها
- تکنیک‌های تحلیل و قضاوت مبتنی بر داده‌های کیفی در کسب و کارها
- روش‌های ارزیابی کیفیت و صحت قضاوت‌ها در پژوهش‌های کیفی در کسب و کارها

منابع

۱. پرویزی، سرور؛ ادیب حاج باقری، محسن (۱۳۹۴). اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران، جامعه نگر.

2. Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods*. Oxford University Press, USA.

3. Eriksson, P., & Kovalainen, A. (2015). *Qualitative Methods in Business Research: A Practical Guide to Social Research*. Sage.

کارآفرینی در بستر تکنولوژی اطلاعات

Entrepreneurship in the field of information technology

تعداد واحد:۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف

۵. ارتقا ظرفیت شناختی درباره اصول و دیدگاه کارآفرینی در بستر تکنولوژی اطلاعات

۶. تقویت عواطف و علاقه‌مندی مخاطبان درباره اصول و دیدگاه کارآفرینی در بستر تکنولوژی اطلاعات

۷. تقویت مهارت شناسایی و بکارگیری قواعد و اصول کارآفرینی در بستر تکنولوژی اطلاعات

سرفصل

- مبانی فناوری اطلاعات
- سخت افزار- نرم افزار
- مدیریت منابع اطلاعاتی
- شبکه‌ها 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
- برنامه‌ها و سیاست‌های کشور در زمینه توسعه فناوری اطلاعات
- برنامه توسعه دولت الکترونیکی
- سیر تحول فناوری اطلاعات در سازمان‌های کارآفرین
- روند تجارت الکترونیکی در جهان
- کاربردهای فناوری اطلاعات
- تحلیل وب سایت
- الگوها و چارچوب‌های بکارگیری فناوری اطلاعات شامل : مدل گراندون و پیرسون ،مدل پون و سواتمن ،مدل گروه گارتنر ،مدل کتینگر و هک بارت ،مدل سازمان ملل برای اندازه‌گیری 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

- قابلیت‌ها و امکانات و زیرساخت‌های 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

۱. رجب‌زاده قطری، علی؛ نیک‌قدم حجتی، سانار؛ صفری، رضا (۱۳۹۴). کسب‌وکار و تجارت الکترونیکی: مفاهیم و کاربردها. تهران: نگاه دانش.

2. Chen, Y., Wang, Y., Nevo, S., Benitez-Amado, J., & Kou, G. (2015). IT capabilities and product innovation performance: The roles of corporate entrepreneurship and competitive intensity. *Information & Management*, 52(6), 643-657.
3. Nguyen, T. H., Newby, M., & Macaulay, M. J. (2015). Information technology adoption in small business: Confirmation of a proposed framework. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 207-227.

سیاست‌گذاری کارآفرینی: نظریه ها و تجارب
Entrepreneurship Policymaking :theories and experiances

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف

۱- آشنایی با مفهوم، مبانی و اصول سیاست‌گذاری کارآفرینی

۲- شناخت سنخ‌های سیاست‌گذاری کارآفرینی در اسلام/ایران/غرب

۳- آشنایی با نظریه ها و مدل های سیاست‌گذاری کارآفرینی

۴- آشنایی با کاربرد نظریه ها و مدل های سیاست‌گذاری کارآفرینی

سرفصل

۱. مفاهیم، مبانی و اصول سیاست‌گذاری کارآفرینی

۲. مبانی معرفتی (هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و روش‌شناسی) نظام سرمایه‌داری و نظریه‌های سیاست‌گذاری کارآفرینی

۳. مبانی معرفتی (هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و روش‌شناسی) نظام اسلامی و نظریه‌های سیاست‌گذاری کارآفرینی

۴. مبانی زمینه‌ای و نظریه‌های سیاست‌گذاری کارآفرینی

۵. نقش مبانی معرفتی و زمینه‌ای در کارایی سیاست‌های کارآفرینی

۶. تحولات سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی: سیاست‌گذاری و دولت/بازار

۷. سنخ شناسی سیاست‌های توسعه کارآفرینی

۸. فرآیند علمی تهیه و تدوین سیاست و تکنیک‌های مورد نیاز برای هر مرحله

۹. مدل‌های سیاست‌گذاری

۱۰. نظریه‌های سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی

۱۱. نظریه‌های اکوسیستم سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی

۱۲. مدل‌های اکوسیستم سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی

۱۳. کاربرد نظریه‌های اکوسیستم سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی

۱۴. کاربرد مدل‌های اکوسیستم سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی

۱۵. ارزیابی سیاست‌ها و مدل‌های توسعه کارآفرینی

۱۶. الزامات و فرآیند تولید نظریه‌های سیاست‌گذاری کارآفرینی بومی

۱۷. شناسائی و تحلیل چند بعدی تجارب سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی در کشورهای مختلف منتخب از گروه کشورهای:

- کشورهای پیشرفته
- غرب آسیا
- کشورهای نفتی
- کشورهای آسیای جنوب شرقی
- کشورهای اسلامی

منابع

۱. محمد علی مرادی ،(۱۳۹٤) ، مبانی فکری انسان اقتصادی در کتاب‌های اقتصاد خرد دانشگاهی و جایگاه آن بر اساس ارزش‌های اسلامی ،فصل نامه پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی ، دوره ۱۸ ، شماره ۳۵ ،.
۲. سید مهدی سادات نژاد،(۱۳۹۰) ،بررسی تطبیقی گفتمان سیاست اسلامی و غربی با تأکید بر مبانی معرفتی و هنجاری ، کنگره بین المللی سازی علوم انسانی اسلامی.
۳. ابوالقاسم سرآبادانی و همکاران ، (۱۳۹۵)،ارتقای کیفیت سیاست‌گذاری در علم و فناوری با رویکرد اسلامی ایرانی: یک مطالعه کیفی ، مجله پژوهش های نوین و تصمیم گیری ، شماره ۱ ، دوره ۱.
٤. حسن علی پور وحید ، (۱۳۹٦) ، اسلام رحمانی؛ تحلیلی بر مبانی و مولفه‌ها ، نشر معارف.
5. Audretsch, D. B., et al. (2007). Handbook of research on entrepreneurship policy, Edward Elgar Publishing.
6. Birkland, T. A. (2015). An introduction to the policy process: Theories, concepts, and models of public policy making. Routledge.
7. Getz, D., & Page, S. (2016). Event studies: Theory, research and policy for planned events. Routledge.
8. Acs, Zoltan J., Audretsch, David B. & Strom. Robert J. (eds). (2009). Entrepreneurship, Growth and Public Policy. Cambridge University Press.
9. Linan, Francisco, & Fernandez-Serrano, Jose. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: different patterns across the European Union. Journal of Small Bus. Econ. 42: 685–701, DOI 10.1007/s11187-013-9520-x.
10. UNCTAD/United Nations. (2012). Entrepreneurship policy framework and implication guidance.
11. Acs. Zoltan J. Roger R. Stough. (2008). Public policy in an entrepreneurial economy: Creating the conditions for business growth. Springer.
12. Andersson, Thomas, Formica, Piero & Curley, Martin G. (2010). Knowledge-driven entrepreneurship: The key to social and economic transformation. Springer.
13. Lundström, A. and L. A. Stevenson (2005). "Entrepreneurship Policy—Definitions, Foundations and Framework." Entrepreneurship Policy: Theory and Practice: 41-116.
14. Hart, David M. (ed). (2003). The emergence of entrepreneurship policy: Governance, strut-up and growth in the US knowledge economy. Cambridge University Press.
15. Mintrom, M. and P. Norman (2009). "Policy entrepreneurship and policy change." Policy Studies Journal 37(4): 649-667.
16. Amsden, A. H. (1997). "South Korea: Enterprising groups and entrepreneurial government." Big Business and the Wealth of Nations, Cambridge University Press, New York, NY.
17. Andersson, Thomas, Formica, Piero & Curley, Martin G. (2010). Knowledge-driven entrepreneurship: The key to social and economic transformation. Springer.
18. Leitão, João & Baptista Rui. (ed). (2009). Public policy for fostering entrepreneurship: A European perspective. Springer
19. Audretsch, D. B. & Link, A. N. (2012). Entrepreneurship innovation: Public policy framework. J. Technol. Transf., DOI 10.1007/s10961-011-9240-9, 37:1–17.
20. Clarke, Susan E., and Gaile, Gary L. (1989). Moving toward entrepreneurial economic development policies: Opportunities and barriers. Policy Studies Journal, 17:574–598