جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شورای عالی برنامه ریزی آموزشی

برنامه درسی رشته

مدیریت بازرگانی

BUSINESS ADMINISTRATION

مقطع کارشناسی پیوسته

برنامه درسی مرجع

گروه علوم انسانی

پیشنهادی کارگروه تخصصی مدیریت

باسمه تعالی

نام رشته: مدیریت بازرگانی

عنوان گرایش: –

گروه تحصیلی: علوم انسانی

دوره تحصیلی: کارشناسی پیوسته

زیرگروه تحصیلی: مدیریت

نوع مصوبه: بازنگری

پیشنهادی: کارگروه تخصصی مدیریت

تاریخ تصویب: ۱۴۰۴/۱۱/۱۲

برنامه درسی بازنگری شده دوره کارشناسی پیوسته رشته مدیریت بازرگانی بر اساس تاییدیه شماره ۲۹۹۳۸۴/ق تاریخ ۱۴۰۴/۱۱/۰۵ شورای تحول و ارتقای علوم انسانی در جلسه شماره ۱۸۹ به‌تاریخ ۱۴۰۴/۱۱/۱۲ کمیسیون برنامه ریزی درسی، محتوا و سرفصل رشته های تحصیلی به شرح زیر تصویب شد:

ماده یک– این برنامه درسی برای دانشجویانی که پس از تصویب این برنامه درسی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی پذیرفته می‌شوند، قابل اجرا است.

ماده دو– این برنامه درسی جایگزین برنامه درسی مدیریت بازرگانی مصوب جلسه ۸۵۷ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی تاریخ ۱۳۹۳/۰۷/۲۰ می شود.

ماده سه– این برنامه درسی در سه فصل: مشخصات کلی، جدول‌های واحدهای درسی و سرفصل دروس تنظیم شده است و برای اجرا در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی پس از اخذ مجوز پذیرش دانشجو از شورای گسترش آموزش عالی و سایر ضوابط و مقررات مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ابلاغ می‌شود.

ماده چهار– این برنامه درسی از شروع سال تحصیلی ۱۴۰۵-۱۴۰۴ به مدت ۵ سال قابل اجرا است و پس از آن، در صورت تشخیص کارگروه تخصصی مربوطه، نیاز به بازنگری دارد.

دکتر رضا نقی‌زاده
مدیر کل دفتر برنامه ریزی آموزش عالی
و دبیر کمیسیون

دکتر ابوالفضل واحدی
معاون آموزشی و رئیس کمیسیون

جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شورای عالی برنامه ریزی آموزشی

برنامه درسی رشته

مدیریت بازرگانی

BUSINESS ADMINISTRATION

مقطع کارشناسی

کارگروه تخصصی «مدیریت» شورای تحول و ارتقاء علوم انسانی

با استعانت از درگاه خداوند متعال، کارگروه تخصصی مدیریت شورای تحول و ارتقاء علوم انسانی با تکیه بر تخصص علمی و تجربه حرفه‌ای، برنامه درسی دوره کارشناسی رشته‌های مدیریت را با ابتناء بر چهار اصل راهبردی: اسلامی‌سازی، بومی‌سازی، کارآمدی و روزآمدی و مستند به اسناد بالادستی و در هماهنگی کامل با سیاست‌های کلان و جهت‌گیری‌های تحول‌آفرین وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و همچنین استانداردهای جهانی آموزش مدیریت، با بهره‌گیری از نظر خبرگان دانشگاهی و متخصصان حرفه‌ای در قالب سازوکاری کارشناسانه و مبتنی بر خرد جمعی، طی فرایندی منظم، شفاف و عالمانه، به‌صورت جامع مورد بازنگری قرار داده است. کارگروه تخصصی با ایجاد کارگروه فرعی و به‌کارگیری اعضای منتخب از دانشگاه‌های مختلف، فرایند بازنگری را با دقت علمی، رویکرد تحلیلی و بهره‌گیری از تنوع دیدگاه‌های تخصصی به سرانجام رسانده است.

اعضای کمیته تدوین و بازنگری برنامه درسی رشته مدیریت بازرگانی

• دکتر شهریار عزیزی	دانشگاه شهید بهشتی
• دکتر سیدحمید خداد حسینی	دانشگاه تربیت مدرس
• دکتر شهربانو یداللهی	دانشگاه شهید بهشتی
• دکتر محمد رحیم اسفیدانی	دانشگاه تهران
• دکتر امیر خانلری	دانشگاه تهران
• دکتر ابوالقاسم ابراهیمی	دانشگاه شیراز
• دکتر محمدرضا کریمی علویجه	دانشگاه علامه طباطبایی
• دکتر وحید مکی زاده	دانشگاه هرمزگان
• دکتر میثم شیرخدایی	دانشگاه مازندران

اعضای کارگروه تخصصی مدیریت شورای تحول و ارتقاء علوم انسانی شورای عالی انقلاب فرهنگی

نام و نام خانوادگی	تخصص	مرتبه علمی	دانشگاه / پژوهشگاه
سید محمد مقیمی (رئیس کارگروه)	مدیریت منابع انسانی	استاد	تهران
محمدمهدی ذوالفقارزاده (دبیر کارگروه)	مدیریت دولتی	دانشیار	تهران
سید حمید خداداد حسینی	مدیریت بازرگانی	استاد	تربیت مدرس
حسن دانایی‌فرد	مدیریت دولتی	استاد	تربیت مدرس
علی اصغر پورعزت	مدیریت دولتی	استاد	تهران
حسین خنیفر	مدیریت آموزشی	استاد	تهران
طاهر روشندل	مدیریت رسانه	استاد	تهران
محمد رضا آراستی	مدیریت فناوری	استاد	صنعتی شریف
شهریار عزیزی	مدیریت بازرگانی	دانشیار	شهید بهشتی
روح الله سهرابی	مدیریت صنعتی	دانشیار	بوعلی سینا
محمد توحیدی	مدیریت مالی	دانشیار	امام صادق (ع)
محسن منطقی	مدیریت	دانشیار	موسسه امام خمینی (ره)
داود حسین پور	مدیریت دولتی	استاد	علامه طباطبایی
داود فیض	مدیریت دولتی	استاد	سمنان
میثم لطیفی	مدیریت منابع انسانی	دانشیار	امام صادق(ع)
ابراهیم سوزنچی کاشانی	مدیریت فناوری	دانشیار	صنعتی شریف
عبدالله توکلی	مدیریت	دانشیار	پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
روح الله رازینی	مدیریت صنعتی	دانشیار	امام صادق (ع)
ابوالفضل گائینی	مدیریت دولتی	استادیار	پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
اسد الله کردنایيج	مدیریت بازرگانی	استاد	تربیت مدرس
امیرحسین رهبر	آینده پژوهی	استادیار	بوعلی سینای همدان
علیرضا امینی	مدیریت رفتار سازمانی	دانشیار	شیراز
سید مجتبی امامی	مدیریت دولتی	دانشیار	امام صادق(ع)
روح اله تولایی	مدیریت صنعتی	دانشیار	امام حسین (ع)

جدول تغییرات

ردیف	در برنامه قبلی[1]	در برنامه بازنگری شده
۱.	-	مدیریت خرید و سفارشات خارجی
۲.	-	محیط کسب و کار در ایران
۳.	-	مبانی قراردادهای تجاری
۴.	-	اصول بازاریابی شرکتی
۵.	-	فروش و مدیریت فروش
۶.	-	مدیریت خرده فروشی
۷.	-	مدیریت ترفیع و ارتباطات بازاریابی
۸.	-	مبانی ریسک
۹.	-	اصول مدیریت و بازاریابی خدمات
۱۰.	-	مبانی مدیریت برند
۱۱.	-	مدیریت پروژه
۱۲.	-	اصول مدیریت و بازاریابی گردشگری
۱۳.	-	کیفیت و بهره وری
۱۴.	-	مبانی علم داده و تحلیل گری کسب و کار
۱۵.	-	کاربینی
۱۶.	-	کارآموزی
۱۷.	-	بحران شناسی و مدیریت بحران
۱۸.	-	اصول بیمه
۱۹.	-	کارآفرینی سازمانی
۲۰.	-	فروش و مدیریت فروش
۲۱.	-	مبانی مدیریت ریسک
۲۲.	-	مبانی بیمه اموال، اشخاص و مسئولیت
۲۳.	-	مبانی نظام گمرکی ایران
۲۴.	کاربرد کامپیوتر در مدیریت	هوش مصنوعی و کاربرد آن در مدیریت
۲۵.	احکام کسب و کار	مبانی اخلاق و احکام کسب و کار
۲۶.	ریاضیات پایه	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۱)
۲۷.	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۲)
۲۸.	اقتصاد خرد	اقتصاد خرد
۲۹.	اقتصاد کلان	اقتصاد کلان
۳۰.	اصول حسابداری (۱)	اصول حسابداری (۱)
۳۱.	اصول حسابداری (۲)	اصول حسابداری (۲)
۳۲.	آمار و احتمالات و کاربرد آن در مدیریت (۱)	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)
۳۳.	آمار و احتمالات و کاربرد آن در مدیریت (۲)	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)
۳۴.	روش تحقیق در مدیریت	روش‌های پژوهش در مدیریت
۳۵.	روان شناسی سازمانی	-

[1] مبنای مقایسه، دروس (پایه، اصلی، تخصصی و اختیاری) برنامه درسی بازنگری شده کارشناسی رشته مدیریت بازرگانی در جلسه شماره ۸۲ مورخ ۱۳۹۳/۰۱/۲۵ شورای تحول و ارتقای علوم انسانی شورای عالی انقلاب فرهنگی و جلسه شماره ۸۵۷ مورخ ۱۳۹۳/۰۷/۲۰ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی دانلود شده از وب گاه وزارت علوم است.

ردیف	در برنامه قبلی[1]	در برنامه بازنگری شده
۳۶.	مبانی بانکداری و مدیریت بانک	اصول بانکداری
۳۷.	روابط کار در سازمان	-
۳۸.	مساله یابی و حل مساله	-
۳۹.	مبانی سازمان و مدیریت	مبانی سازمان و مدیریت(۱)
۴۰.	آموزش مهارت‌های حرفه‌ای	مبانی سازمان و مدیریت(۲)
۴۱.	مدیریت رفتار سازمانی	مدیریت رفتار سازمانی
۴۲.	مدیریت منابع انسانی	مدیریت منابع انسانی
۴۳.	تحقیق در عملیات (۱)	پژوهش عملیاتی (۱)
۴۴.	تحقیق در عملیات (۲)	پژوهش عملیاتی (۲)
۴۵.	مدیریت مالی (۱) از منظر اسلام	مدیریت مالی (۱)
۴۶.	بازاریابی و مدیریت بازار (با رویکرد اسلامی)	مدیریت بازاریابی
۴۷.	آشنایی با قوانین کسب و کار	اصول حقوق تجارت
۴۸.	حسابداری صنعتی (۱)	بهایابی
۴۹.	مبانی برنامه ریزی پیشرفت و عدالت	مدیریت توسعه و پیشرفت اسلامی ایرانی
۵۰.	اخلاق حرفه‌ای در مدیریت با رویکرد اسلامی	مبانی اخلاق و احکام کسب و کار
۵۱.	فنون تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم‌ها	-
۵۲.	مدیریت استراتژیک	مبانی مدیریت راهبردی
۵۳.	سازمان‌های پولی و مالی اسلامی و بین المللی	بازار پول و سرمایه
۵۴.	مدیریت مالی (۲)	مدیریت مالی (۲)
۵۵.	سیستم‌های اطلاعاتی در مدیریت	سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت
۵۶.	بازاریابی بین المللی	مدیریت بازاریابی بین المللی
۵۷.	سیستم‌های خرید و انبارداری و توزیع	مدیریت خرید داخلی و زنجیره تامین
۵۸.	بازرگانی بین المللی	کسب وکار بین المللی
۵۹.	تجارت الکترونیک	تجارت و بازاریابی دیجیتال
۶۰.	حقوق بازرگانی (تطبیقی و اسلامی)	مبانی قراردادهای تجاری
۶۱.	حسابرسی (۱)	حسابرسی
۶۲.	مدیریت تولید و عملیات	مدیریت تولید و عملیات
۶۳.	زبان تخصصی (۱)	مکاتبات تجاری
۶۴.	زبان تخصصی (۲)	
۶۵.	سمینار در مسائل بازاریابی و بازاریابی اسلامی	سمینار در مسائل کسب و کار در ایران
۶۶.	حقوق بازرگانی بین‌المللی	اصول حقوق تجارت
۶۷.	اصول و مبانی کارآفرینی	طراحی و تدوین طرح کسب وکار

فصل اول

مشخصات کلی برنامه درسی

الف) مقدمه: معرفی کلی و تبیین برنامه درسی

دوره کارشناسی رشته مدیریت بازرگانی یکی از دوره‌های تحصیلی آموزش عالی است. طول دوره کارشناسی رشته مدیریت بازرگانی، ۴ سال است. تمامی درس‌های آن در مدت ۸ نیمسال ارائه و برگزار می‌شود. طول هر نیمسال تحصیلی ۱۶ هفته است. در این دوره علاوه بر درس‌های نظری، بر جنبه‌های کاربردی درس‌ها تاکید ویژه‌ای شده است.

ب) اهداف

هدف از تشکیل این دوره آموزش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز سازمان‌ها، ادارات، موسسات و به طور کلی هر نوع کسب و کار دولتی و خصوصی است. دانشجویان در این دوره علاوه بر آشنایی با مسائل نظری دانش مدیریت کسب و کار، با کاربردهای این رشته آشنا می‌شوند.

پ) اهمیت و ضرورت

هر فارغ التحصیلی دانشگاهی لاجرم یا باید راساً خود اقدام به اشتغال و کارآفرینی نماید یا اینکه برای سایر بنگاه‌ها فعالیت کند. در هر دو حالت درگیر نوعی فعالیت کسب و کاری است. بنابر این باید با مفاهیم، اصول و فنون رایج در کسب و کارها آشنا باشد.

برنامه درسی موجود به چند دلیل با نیازهای بازار کسب و کار در ایران و اشتغال پذیری دانشجویان مطابقت مناسبی ندارد.

نخست)، در برنامه موجود دانشجویان شناخت کافی از فضای کسب و کار در بازار ایران را بدست نمی‌آورند.

دوم)، با توجه به توسعه فناوری در حل مسائل سازمانی و لزوم تصمیم‌گیری مبتنی بر داده توسط مدیران کسب وکار، دانشجویان مهارت فناوری و نرم‌افزاری مناسب را نمی‌آموزند.

سوم)، توانایی و مهارت لازم در امور کسب و کار، مانند مهارت در مذاکرات تجاری، اصول حقوق تجارت و نگارش قرارداد و... را فرا نمی‌گیرند.

چهارم)، دانشجویان نیاز دارند تا درس‌های بنیادی و کاربردی‌تری (مانند تجارت و بازاریابی دیجیتال، اصول بیمه، اصول بانکداری و...) را بیاموزند که زمینه اشتغال پذیری و شایستگی‌های کانونی آنها را برای پاسخ به نیازهای ملی و منطقه‌ای را فراهم می‌سازد.

با توجه به اهمیت این مورد و رفع کاستی‌های موجود در برنامه درسی پیشین، بازنگری، حذف، ادغام، تغییر عنوان یا محتوای سرفصل دروس در برنامه درسی موجود صورت گرفته است. در این بازنگری تلاش شده است تا ارزش‌ها، اهداف و سیاست‌های کلان کشور، روزآمدی و بهره‌مندی از آخرین یافته‌ها و تحولات علمی و دانش دنیا، توجه به مهارت افزایی، توان اشتغال‌پذیری و شایستگی‌های کانونی و پاسخ به نیازهای مالی و منطقه‌ای مبتنی بر آمایش سرزمین و ماموریت‌گرایی و توجه به جایگاه و اقتضائات تمدنی، فرهنگی و اجتماعی کشور مدنظر قرار گیرد.

ت) تعداد و نوع واحدهای درسی

جدول (۱)- توزیع واحدها

نوع دروس	تعداد واحد
دروس عمومی و پیش‌نیاز	۲۲+۳
دروس پایه	۳۰
دروس تخصصی الزامی	۷۰
دروس تخصصی اختیاری	۱۰
دروس مهارتی-اشتغال پذیری	۵
جمع	۱۴۰

ث) نقش، توانایی و شایستگی مورد انتظار از دانش‌آموختگان:

دانش آموختگان رشته کارشناسی مدیریت بازرگانی پس از گذراندن واحدهای درسی تعیین شده، می‌توانند به طور ویژه در حوزه تخصصی کسب و کار و به طور عمومی در حوزه مدیریت مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار را بدست آورند.

مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های ویژه	دروس مرتبط
توانایی شناخت بازار و محیط کسب و کار در ایران	محیط کسب و کار در ایران، سمینار در مسائل کسب و کار در ایران، اقتصاد خرد، اقتصاد کلان، مدیریت توسعه و پیشرفت اسلامی ایرانی، اصول حقوق تجارت
توانمندی در حوزه فنی و تخصصی در امور کسب و کار داخلی و بین المللی	مدیریت بازاریابی، اصول مدیریت و بازاریابی خدمات، مدیریت بازاریابی بین‌المللی، تجارت و بازاریابی دیجیتال، اصول بازاریابی شرکتی، مدیریت خرید داخلی و زنجیره تامین، مدیریت خرید و سفارشات خارجی، مبانی قراردادهای تجاری، کسب و کار بین المللی، مدیریت تولید و عملیات، مبانی مدیریت برند، اصول بیمه، اصول بانکداری، مبانی بیمه اموال،اشخاص و مسئولیت، مبانی نظام گمرکی ایران، مدیریت ترفیع و ارتباطات بازاریابی، اصول مدیریت و بازاریابی گردشگری، طراحی و تدوین طرح کسب وکار
توانمندی در حوزه مالی و حسابداری	بازار پول و سرمایه، مدیریت مالی(۱) و (۲)، اصول حسابداری(۱) و(۲)، حسابرسی، حسابداری صنعتی، ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت(۱و۲)، اصول بانکداری، مبانی مدیریت ریسک
توانمندی در حوزه پژوهشی	روش‌های پژوهش در مدیریت، آمار و کاربرد آن در مدیریت(۱و۲)
مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های عمومی	دروس مرتبط
مهارت‌های کامپیوتری و نرم‌افزاری	سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، هوش مصنوعی و کاربردهای آن در مدیریت، مبانی علم داده و تحلیل‌گیری کسب و کار
مهارت‌های ارتباطی و بین فردی	مکاتبات تجاری، مدیریت رفتارسازمانی، مدیریت منابع انسانی

توانمندی در حوزه مدیریتی و رهبری	مبانی سازمان و مدیریت (۱) و (۲)، مبانی اخلاق و احکام کسب و کار، مبانی مدیریت راهبردی، کیفیت و بهره‌وری، بحران شناسی و مدیریت بحران

ج) شرایط و ضوابط ورود به دوره

افرادی که دوره پیش‌دانشگاهی در رشته‌های ریاضی- فیزیک، علوم تجربی و علوم انسانی را با موفقیت گذرانده باشند و در کنکور سراسری رتبه مقتضی را کسب کنند، می‌توانند در این دوره حضور داشته باشند. تغییر در این شرایط، مطابق با ضوابط ورود به دوره‌های تحصیلی منطبق با سیاست‌های بالادستی می‌باشد.

چ) شرایط، ضوابط و الزامات اجرا و گسترش رشته؛

برای اجرا و گسترش رشته مدیریت بازرگانی در دوره کارشناسی نیازمند ایجاد شرایط و الزامات زیر است:

- نخست به اساتید و مدرسان مجرب و متخصصی در حوزه امور کسب و کار در بازارهای داخلی و بین المللی نیاز است که بتوان دانش نظری و عملی را به دانشجویان منتقل کرد.
- دوم، مطالب درسی باید به صورت عملی و کاربردی به دانشجویان ارائه گردد تا بتوانند در مواجهه با مسائل محیط کسب و کار واقعی به خوبی نقش آفرینی نمایند.
- سوم، ارتقا شبکه ارتباطی با صنعت و جامعه از یک طرف برای عملیاتی‌سازی مهارت‌های فنی دانشجویان این رشته و از طرف دیگر برای ایجاد فرصت‌های شغلی و کارآموزی برای دانشجویان مورد نیاز است.
- چهارم، بایستی تجهیزات و امکانات آموزشی به روز نظیر کتابخانه با کتاب‌های تخصصی رشته، سیستم‌ها و نرم‌افزارهای کامپیوتری برای آموزش عملی فراهم باشد.
- پنجم، وجود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و دسترسی به اینترنت برای ارائه دوره‌های آموزشی به صورت الکترونیکی مفید خواهد بود.

فصل دوم

جدول عناوین و مشخصات دروس

دروس عمومی مطابق با آخرین مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی اجرا می‌شود.

جدول (۲)- عنوان و مشخصات کلی دروس پایه

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش‌نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی		نظری	عملی		
۱	مبانی سازمان و مدیریت (۱)	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	–	
۲	مبانی سازمان و مدیریت (۲)	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	مبانی سازمان و مدیریت (۱)	
۳	مدیریت رفتار سازمانی	۳	۳	–	–	۳۲**	۴۸	–	مبانی سازمان و مدیریت (۲)	
٤	ریاضیات و کاربرد آن مدیریت (۱)	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	–	
۵	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۲)	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۱)	
٦	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۱)	
۷	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)	
۸	روش‌های پژوهش در مدیریت	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	–	
۹	اقتصاد خرد	۳	۳	–	–	۳۲**	۴۸	–	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۲)	
۱۰	اقتصاد کلان	۳	۳	–	–	۳۲**	۴۸	–	اقتصاد خرد	
۱۱	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	۳	۳	–	–	۳۲**	۴۸	–	مدیریت رفتار سازمانی	
۱۲	هوش مصنوعی و کاربرد آن در مدیریت	۲	–	–	۲	۱۶	۱۶	۳۲	نیم‌سال سوم به بعد	
۱۳	کارآفرینی سازمانی	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	مدیریت رفتار سازمانی	
جمع		۳۰	۲۸	–	۲	–	–	–	–	–

* ساعت آموزش برای هر واحد نظری ۱۶ ساعت، عملی ۳۲ ساعت، عملی (از نوع کارگاهی) ۴۸ ساعت، کارآموزی و کارورزی ۶۴ یا ۱۲۸ ساعت است.

** جلسات آموزش به صورت ۲ جلسه ۱/۵ ساعته در هفته برگزار می‌شود.

جدول (۳)- عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی الزامی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش‌نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی		نظری	عملی		
۱	محیط کسب و کار در ایران	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	مدیریت توسعه و پیشرفت اسلامی ایرانی	
۲	اصول حسابداری (۱)	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	-	
۳	اصول حسابداری (۲)	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	اصول حسابداری (۱)	
٤	اصول بانکداری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	اقتصاد کلان	
٥	مدیریت منابع انسانی	۳	۳	-	-	۱۶	٤۸	-	مدیریت رفتار سازمانی	
٦	پژوهش عملیاتی (۱)	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ریاضیان و کاربرد آن در مدیریت (۲)	
۷	پژوهش عملیاتی (۲)	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	پژوهش عملیاتی (۱)	
۸	مدیریت مالی (۱)	۳	۳	-	-	۳۲**	٤۸	-	اصول حسابداری(۲)	
۹	مدیریت مالی (۲)	۳	۳	-	-	۳۲**	٤۸	-	مدیریت مالی (۱)	
۱۰	بازار پول و سرمایه	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	مدیریت مالی (۲)	
۱۱	اصول بیمه	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	بازار پول و سرمایه	
۱۲	بهایابی	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	اصول حسابداری (۲)	
۱۳	حسابرسی	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	اصول حسابداری (۲)	
۱٤	مدیریت بازاریابی	۳	۳	-	-	۳۲**	٤۸	-	اقتصاد خرد	
۱٥	مدیریت توسعه و پیشرفت اسلامی ایرانی	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	
۱٦	مبانی اخلاق و احکام کسب و کار	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	
۱۷	مبانی مدیریت راهبردی	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ترم آخر	
۱۸	سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	مبانی سازمان و مدیریت (۲)	
۱۹	مدیریت بازاریابی بین المللی	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	مدیریت بازاریابی	مدیریت خرید و سفارشات خارجی
۲۰	مدیریت خرید و سفارشات خارجی	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	مدیریت خرید داخلی و زنجیره تامین،	

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش‌نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی		نظری	عملی		
									کسب و کار بین المللی، مکاتبات تجاری	
۲۱	مدیریت خرید داخلی و زنجیره تامین	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	مدیریت تولید و عملیات، مکاتبات تجاری	
۲۲	کسب و کار بین المللی	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	اقتصاد کلان	
۲۳	تجارت و بازاریابی دیجیتال	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، مدیریت بازاریابی	
۲۴	مکاتبات تجاری	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	زبان انگلیسی عمومی، مدیریت بازاریابی	
۲۵	اصول بازاریابی شرکتی	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	مدیریت بازاریابی	
۲۶	مبانی قراردادهای تجاری	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	اصول حقوق تجارت	
۲۷	اصول مدیریت و بازاریابی خدمات	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	مدیریت بازاریابی، مدیریت تولید و عملیات	
۲۸	مدیریت تولید و عملیات	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	–	
۲۹	فروش و مدیریت فروش	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	مدیریت بازاریابی	
۳۰	مبانی علم داده و تحلیل‌گری کسب و کار	۲	–	–	۲	۱۶	۱۶	۳۲	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)	
۳۱	اصول حقوق تجارت	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	–	
۳۲	طراحی و تدوین طرح کسب وکار	۲	–	–	۲	۱۶	۱۶	۳۲	محیط کسب و کار در ایران مدیریت مالی (۲)	
۳۳	مبانی مدیریت ریسک	۲	۲	–	–	۱۶	۳۲	–	مدیریت مالی (۱) آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)	
جمع		۷۰	۶۶	–	٤	–	–	–	–	–

*: ساعت آموزش برای هر واحد نظری ۱۶ ساعت، عملی ۳۲ ساعت، عملی (از نوع کارگاهی) ۴۸ ساعت، کارآموزی و کارورزی ۶۴ یا

ت است.

** جلسات آموزش به صورت ۲ جلسه ۱/۵ ساعته در هفته برگزار می‌شود.

جدول (٤)- عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی اختیاری

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش‌نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری – عملی		نظری	عملی		
۱	مبانی مدیریت برند	۲	۲	–	–	۱٦	۳۲	–	مدیریت بازاریابی	
۲	مبانی نظام گمرکی ایران	۳	۳			۳۲	٤۸	–	کسب و کار بین‌المللی	
۳	مبانی بیمه اموال، اشخاص و مسئولیت	۳	۳			۳۲	٤۸	–	اصول بیمه، مبانی مدیریت ریسک	
٤	مدیریت ترفیع و ارتباطات بازاریابی	۲	۲	–	–	۱٦	۳۲	–	مدیریت بازاریابی	
٥	اصول مدیریت و بازاریابی گردشگری	۲	۲	–	–	۱٦	۳۲	–	مدیریت بازاریابی	
٦	مدیریت پروژه	۲	۲	–	–	۱٦	۳۲	–	پژوهش عملیاتی (۲)	
۷	کیفیت و بهره‌وری	۲	۲	–	–	۱٦	۳۲	–	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)	
۸	مدیریت خرده‌فروشی	۲	۲	–	–	۱٦	۳۲	–	مدیریت بازاریابی	
۹	بحران شناسی و مدیریت بحران	۲	۲	–	–	۱٦	۳۲	–	مدیریت رفتار سازمانی	
۱۰	سمینار در مسائل کسب و کار در ایران	۲	–	–	۲	۱٦	۱٦	۳۲	محیط کسب و کار در ایران ارائه در نیم‌سال آخر	
جمع		۲۰	۱۸	–	۲	–	–	–	–	–

* گذراندن ۱۰ واحد (نه کمتر و نه بیشتر) از درس‌های اختیاری، الزامی است.

جدول (۵)- عنوان و مشخصات کلی دروس مهارتی-اشتغال پذیری

ردیف	عنوان درس*	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش‌نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی		نظری	عملی		
۱	مهارت‌های کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار	۲	۱	۱	-	۱۶	۱۶	۳۲	-	-
۲	کاربینی	۱	۰/۵	۰/۵	-	-	۸	۲۴	-	-
۳	کارآموزی و یادگیری تجربی	۲	-	۲	-	-	-	۱۵۰	-	-
جمع		۵	۲/۵	۲/۵						

* بر اساس شیوه‌نامه اجرای دروس مهارتی و اشتغال‌پذیری مصوب جلسه ۹۵۹ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۰ شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، گذراندن دروس این جدول (حداقل ۵ واحد) به صورت الزامی است.

فصل سوم

ویژگی‌های دروس

ویژگی‌های دروس پایه

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی سازمان و مدیریت (۱)			
عنوان درس به انگلیسی:	Fundamentals of Organization and Management (1)	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	-	پایه ■	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی □	عملی □
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری □	نظری-عملی □
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه □	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری □	

ب) هدف کلی:

مدیریت در جایگاه «زیربنایی‌ترین سازه دانشی توسعه»، نقش تعیین‌کننده‌ای در پیش‌رانی تحول اقتصادی، اجتماعی و نهادی ایفا می‌کند؛ به‌گونه‌ای که کارآمدی هر جامعه و سازمان را می‌توان برآیند کیفیت مدیریت منابع و ظرفیت‌های آن دانست. تحقق این کیفیت، مستلزم اتکای روشمند به نظریه‌ها و پارادایم‌ها و یافته‌های علمی مدیریت حاصل می‌شود. سازمان و مدیریت در امتداد تاریخ، از سپیده‌دم زیست جمعی بشر تا دوره حکمرانی دیجیتال، در بستر ارزش‌ها، ساختارهای نهادی، تحولات تکنولوژیک و منطق‌های فرهنگیِ مسلط، دستخوش تکامل‌های پی‌درپی شده‌اند. مدیریت به‌مثابه «دانشی میان‌رشته‌ای»، بر شانه‌های علوم گوناگون همچون اقتصاد، علوم سیاسی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، آمار و تحقیق در عملیات بنا شده و همین ریشه‌های متکثر، پویایی و قابلیت انطباق بالای آن را تضمین کرده‌اند. فهم دقیق مفاهیم بنیادین سازمان و مدیریت، واکاوی سیر تکوینی مکاتب و نظریه‌های مدیریتی و تحلیل زمینه‌های فرهنگی، نهادی و تاریخی مدیریت، از اهداف محوری این درس به شمار می‌آیند.

اهداف ویژه:

- ✓ آشنایی با مفاهیم و تعاریف و توسعه‌ی درک مفهومی و نظری از سازمان و مدیریت از طریق مرور دیدگاه‌های اندیشمندان برجسته و بررسی تعاریف کلاسیک و معاصر.
- ✓ کسب توانمندی تحلیل‌گرانه در تشخیص و ارزیابی سطوح مدیریتی، نقش‌ها، شایستگی‌ها و قابلیت‌های مورد نیاز مدیران در بافت‌های مختلف سازمانی.
- ✓ فهم عمیق سیر تحول اندیشه‌های مدیریتی و توانایی دسته‌بندی پارادایم‌ها و مکاتب مدیریت بر اساس مبانی نظری، مفروضات معرفتی و فلسفی مشترک.
- ✓ تسلط بر اصول و مبانی نظریه‌های سازمان و مدیریت و شناخت منطق شکل‌گیری مکاتب مختلف در چارچوب تحولات علمی، نهادی و محیطی.
- ✓ تقویت مهارت نقد و کاربرد نظریه‌ها از طریق تحلیل دیدگاه‌های موافق و مخالف، با هدف تدوین و بومی‌سازی چارچوب‌های مدیریتی متناسب با ارزش‌های ایرانی ـ اسلامی و اقتضائات بومی.
- ✓ شناخت جامع ابعاد محیطی مؤثر بر مدیریت و تحلیل پیوندهای بین سازمان و زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فناورانه و فرهنگی به‌منظور فهم حکمرانی و مدیریت در بستر واقعی.

پ) سرفصل‌ها:

- فلسفه وجودی سازمان و نوع شناسی‌های صورت گرفته از سازمان؛
- -ایگاه مدیریت و تعاریف مدیریت از دیدگاه اندیشمندان؛

- تمایز بین اداره امور و مدیریت از دیدگاه آمریکایی‌ها، اروپایی‌ها و متقدّمین مدیریت
- مدیریت به عنوان علم، هنر یا حرفه؟
- شایستگی‌های رفتاری مدیران و قطب‌های مدیریت از دیدگاه هنری مینتزبرگ
- سطوح مدیریت عالی، میانی و عملیاتی و وظایف و مشخصه‌های این سطوح در سازمان؛
- وظایف و نقش‌های مدیران و تجزیه و تحلیل آنها؛
- آشنایی با مهارت‌های مدیریت و اهمیت این مهارت‌ها با توجه به سطوح مدیریت؛
- تبیین شایستگی‌های مدیریت با عنایت به دیدگاه اندیشمندان غربی و اسلامی؛
- مرور مدیریت در تمدن‌های باستان (تمدن‌های خاور دور، مصر باستان، یونان باستان و روم) و مقایسه آنها با تمدن ایران؛
- آشنایی با دیدگاه‌های اندیشمندان مدیریت در عصر انقلاب صنعتی (آدام اسمیت، رابرت اُون، دانیل مک کالوم، هنری پور)؛
- اهمیت نظریه‌ها در مدیریت و سیر تکامل مکاتب مدیریت در عصر مدیریت علمی؛
- آشنایی با نهضت مدیریت علمی فردریک وینسلو تیلور، تجزیه و تحلیل اصول مدیریت علمی، سرپرستی وظیفه‌ای، آشنایی با نظریات همکاران و مروجین مدیریت علمی (کارل برث، هنری گانت، فرانک و لیلیان گیلبرت، هارینگتون امرسون، موریس کوک و هنری فورد) و منتقدین مدیریت علمی؛
- رویکرد اداری به مدیریت، فعالیت‌های سازمان، وظایف مدیریت، ابزارهای مدیریت موفق و اصول چهارده‌گانه هنری فایول؛
- نظریه بوروکراسی ماکس وبر، ویژگی‌های بوروکراسی و کژکارکردهای بوروکراسی از دیدگاه مایکل لیپسکی، تالکوت پارسونز، رابرت مرتون، الوین گلدنر، پیتر بلاو، گرینر، سلزنیک، پارکینسون، لارنس پیتر، کروزیر، کریس آرجریس و وارن بنیس؛
- بررسی مفروضات نظریه‌های مکتب کلاسیک
- تشریح مرحله گذار از مکتب کلاسیک به مکتب رفتاری با توجه به ایده‌های مری پارکر فالت و خدمات علمی چستر بارنارد؛
- بررسی و مقایسه نظریه‌های مطرح در مکتب رفتاری:
  - نهضت روابط انسانی (هرم نهضت روابط انسانی، تشریح چهار فاز اصلی آزمایشات هاثورن توسط التون مایو و همکاران)،
  - رویکرد منابع انسانی(نظریه سلسله مراتب آبراهام مازلو و نظریه X و Y داگلاس مک گریگور)
  - رویکرد علوم اجتماعی (دیدگاه فریتز روتلیسبرگر و ویلیام دیکسون و نظریه اجتماعی- فنی)
- ارزیابی و مقایسه مفروضات مکتب کلاسیک و رفتاری؛
- آشنایی با تاریخچه و زیرمجموعه‌های رویکرد کمی یا علم مدیریت (تحقیق در عملیات، مدیریت عملیات و فناوری اطلاعات)؛
- بررسی مکتب‌سیستم‌ها با عنایت به نظریه‌های بارنارد، آکاف، هگل، سطوح سیستم‌ها وسیستم‌های‌عمومی بولدینگ و برتالانفی؛
- تشریح رویکرد اقتضایی و مراحل نظریه‌سازی اقتضایی در مدیریت با توجه به دیدگاه‌ها و مطالعات صورت‌گرفته سایمون- مارچ- سیرت، تامپسون، لارنس و لورش، تام برنز و جورج استاکر، جوآن وودوارد؛
- آشنایی با نظریه‌های جدید مدیریت:
  - تبیین نظریه آشوب و کاربردهای آن در دنیای کسب و کار و سازمان‌ها؛
  - مدیریت دانش و سازمان یادگیرنده؛
  - رویکرد پست مدرن به سازمان و مدیریت؛
  - نظریه نهادی و هم‌شکلی سازمانی؛
  - پارادایم‌های جامعه‌شناختی و تجزیه و تحلیل سازمانی؛
  - استعاره‌های سازمان؛
  - رویکردهای ساختارگرای اجتماعی؛

- مروری بر نظریه‌های وابستگی منابع، هزینه مبادله، بوم‌شناختی جمعیت؛
- رویکرد ترکیبی به نظریه‌های مدیریت.

- آشنایی با کتب وآثار تأثیرگذار اندیشمندان مدیریت و مقایسه مکاتب مدیریت وکاربردهای آنها در دنیای کسب و کار؛
- تشریح ارتباط بین محیط با سازمان و مدیریت در قالب نیروهای محیطی و مسئولیت اجتماعی؛
- ارزیابی محیط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی کشورهای مهم دنیا با رویکرد مدیریتی؛
- تبیین رویکردهای واگرا و همگرا در تأثیر و تأثر متقابل نظریه سازمان با محیط؛
- ارتباط بین فرهنگ و مدیریت سازمان‌ها را با عنایت به مطالعات صورت گرفته؛
- تشریح رویکردها، نوع شناسی‌ها و سطوح اخلاق حرفه‌ای و سازمانی و آشنایی با فرهنگ واخلاق اسلامی؛
- آشنایی با مدیریت تنوع و تغییر و تبیین فرآیندها، کانون‌ها و استراتژی‌های مدیریت تغییر در سازمان‌ها؛
- تشریح اهمیت کارآفرینی در محیط کسب و کار و نحوه کارکرد کارآفرینی در سازمان‌ها.

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش یاددهی–یادگیری فرایندی تعاملی است که هدف آن ارتقای فهم، مهارت و نگرش دانشجویان از طریق مشارکت فعال با محتوا و مدرس می‌باشد. در این رویکرد، دانشجو با تحلیل مسائل، بحث و نقد مفاهیم و تجربه عملی، توانایی کاربرد دانش در محیط واقعی را کسب می‌کند. استفاده از روش‌های ترکیبی مانند تدریس فعال، کار گروهی و مطالعات موردی، تعامل مستمر میان مدرس، دانشجو و محتوا را تقویت کرده و یادگیری عمیق و پایدار را تضمین می‌کند.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۰ درصد
پروژه	۱۰ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، ماژیک، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مقیمی، سید محمد (۱۴۰۳) ، مبانی سازمان و مدیریت (فصول ۱ و ۲ و ۳) ، تهران: انتشارات راه دان.

۲. الوانی، سید مهدی (۱۴۰۳)، مدیریت عمومی (فصل ۱)، تهران: نشر نی.

۳. رضائیان علی (۱۴۰۳)، مبانی سازمان و مدیریت (فصل ۱ و ۲)، تهران: انتشارات سمت.

۴. رابینز ، استیفن پی. (۱۴۰۳)، تئوری سازمان ساختار و طرح سازمانی (فصل سوم تا هشتم)، ترجمه: سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد، تهران: انتشارات صفار.

۵. مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید(۱۳۹۴)، پژوهشنامه مدیریت (جلد اول): مبانی سازمان و مدیریت، تهران: انتشارات مهربان.

6. Robbins Stephen P. & Coulter Mary & Randel Amy (2021), Management , New York: Pearson Education Limited.

7. Kreitner Robert (2013) , Management , Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی سازمان و مدیریت (۲)			
عنوان درس به انگلیسی:	Fundamentals of Organization and Management (2)		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	مبانی سازمان و مدیریت (۱)		پایه ■ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی □ عملی □
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری □ نظری-عملی □
			پروژه/ رساله / پایان‌نامه □
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری □

ب) هدف کلی:

انسان‌ها برخوردار از مجموعه‌ای از نیازهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی‌اند و برای معنابخشی به زندگی جمعی و پاسخ‌گویی کارآمد به این نیازها، اقدام به خلق سازمان‌ها و نظام‌های همکاری می‌کنند. مدیریت، به‌مثابه نیروی محرکه و عنصر پویا، شریان حیاتی هر سازمان را شکل می‌دهد؛ زیرا در غیاب آن، منابع انسانی، مالی و فنی صرفاً بالقوه باقی می‌مانند و امکان تبدیل‌شدن به محصول، خدمت یا ارزش عمومی را نخواهند یافت. دانش مدیریت بر بستری از عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فناورانه و فرهنگی استوار است و در قالب کارکردهای بنیادین خود (برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، مدیریت منابع انسانی، هدایت و کنترل) تجلی می‌یابد. فهم و به‌کارگیری این کارکردها مستلزم توجه به اقتضائات بومی، فرهنگی و نهادی است تا مدیریت بتواند در میدان عمل، کارایی و مشروعیت لازم را کسب کند. هدف کلی این درس، فراهم ساختن درکی عمیق و نظام‌مند از کارکردهای اصلی مدیریت و تبیین نقش آنها در پویایی و اثربخشی سازمان‌هاست.

اهداف ویژه:

- ✓ شناخت عمیق کارکردهای اصلی مدیریت و تبیین نقش و اهمیت آنها در ارتقای کارایی، اثربخشی و مزیت رقابتی سازمان.
- ✓ درک مفهومی و تحلیلی برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری از طریق شناخت رویکردها، ابعاد، فرآیندها و ابزارهای علمی مورد استفاده در محیط‌های پیچیده و پویا.
- ✓ کسب توانمندی در تحلیل و کاربست اصول سازمان‌دهی و طراحی ساختار به‌گونه‌ای که دانشجو بتواند معماری سازمانی کارآمد و متناسب با مأموریت، راهبرد و محیط ایجاد کند.
- ✓ آشنایی نظام‌مند با فعالیت‌ها و فرآیندهای مدیریت منابع انسانی و تأکید بر اهمیت نگهداشت، توسعه و توانمندسازی سرمایه انسانی به‌عنوان زیربنای مزیت پایدار سازمان.
- ✓ درک مباحث بنیادین هدایت و رهبری سازمانی شامل مدیریت تیم‌های اثربخش، ایجاد انگیزش، تسهیل ارتباطات سازنده و شکل‌دهی به فرهنگ عملکردمحور.
- ✓ تسلط بر فلسفه، فرآیند و رویکردهای کنترل، نظارت و ارزیابی عملکرد با هدف ارتقای انسجام، پاسخ‌گویی و کیفیت تصمیم‌گیری.
- ✓ کسب قابلیت تحلیل و فهم مدیریت بهره‌وری، کیفیت و اثربخشی به‌منظور درک نظام مدیریتی یکپارچه‌ای که سازمان را به سوی بهبود مستمر و ارزش‌آفرینی هدایت می‌کند

پ) سرفصل‌ها:

- آشنایی با دسته‌بندی صاحبنظران از کارکردها و وظایف مدیریت، تعاریف و ابعاد آنها؛
- تشریح تعاریف، اهداف، فرآیند، اصول و موانع برنامه‌ریزی و روش‌های پیش‌بینی؛

منایی با ویژگی‌های اهداف سازمان، سطوح اهداف و رویکردها به هدفگذاری؛

- تبیین سطوح مختلف برنامه‌ریزی و تقسیم‌بندی انواع برنامه‌ریزی؛
- انواع نگرش‌ها به برنامه‌ریزی و تشریح ویژگی‌های آنها ؛
- معرفی ابزارهای برنامه‌ریزی و کاربردهای آنها در برنامه‌ریزی‌های سازمانی؛
- تشریح مدیریت استراتژیک و معیارهای انتخاب و ارزیابی تصمیمات استراتژیک؛
- تشریح فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک در قالب سطوح استراتژیک سازمان ؛
- انواع مکاتب فکری شکل‌گیری تفکر استراتژیک در سازمان و ارزیابی و تحلیل مفروضات آنها؛
- آشنایی با تقسیم‌بندی‌های مربوط به انواع استراتژی‌ها و مشخصات استراتژی‌های سازمانی؛
- انواع مدل‌های تصمیم‌گیری و سبک‌های مختلف تصمیم‌گیری مدیران؛
- تصمیم‌گیری گروهی، فنون کمی و خطاها و سوگیری‌های تصمیم‌گیری؛
- فرآیندها، فنون و موانع خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها؛
- آشنایی با جایگاه وکارکرد سازماندهی در سازمان وگام‌های فرآیند سازماندهی؛
- عناصر کلیدی سازماندهی و ساختار سازمانی و تشریح هر یک از این عناصر و روابط آنها با یکدیگر؛
- آشنایی با ابعاد زمینه‌ای و اقتضائات طراحی ساختار سازمانی و نحوه تأثیرگذاری هر یک از آنها در معماری سازمان با توجه به مطالعات محققان؛
- تشریح انواع ساختارهای سازمانی و مقایسه نقاط قوت و ضعف آنها؛
- معرفی ساختارهای سازمانی متناسب با دوران معاصر و کاربردهای آنها ؛
- انواع پیکره‌بندی سازمانی با توجه به بخش کلیدی سازمان، ساز وکار اصلی هماهنگی و نوع تمرکززدایی؛
- رویکردهای هماهنگی و انواع وابستگی جریان کار در میان واحدهای سازمانی و ویژگی‌های آنها؛
- شناسایی فعالیت‌های اصلی مدیریت منابع انسانی و روابط بین آنها؛
- تشریح مدیریت مسیر ترقی و رویکردهای مربوط به آن؛
- اهمیت روابط کار و سبک‌های مدیریت روابط کار؛
- تشریح عوامل تشکیل دهنده رفتار در سازمان، نوع شناسی‌های شخصیت و فرآیند ادراک در محیط کار؛
- درک نقش انگیزش در تحقق اهداف سازمان و تجزیه و تحلیل نظریه‌های مهم انگیزش در سازمان به همراه کاربردهای آنها؛
- آشنایی با مفاهیم گروه و تیم و تشریح مشخصات تیم‌های اثربخش؛
- ابعاد مدیریت تعارض، فرآیند مذاکره، رفتارهای سیاسی، فرآیند ارتباطات؛
- آشنایی با ماهیت و سیر تکامل نظریه‌های رهبری و عناصر اساسی فرآیند نفوذ و تأثیرگذاری متقابل رهبران و پیروان؛
- ترسیم فرایند کنترل و نظارت در سازمان و تشریح هر یک از مراحل کنترل؛
- ارزیابی عملکرد سازمانی از طریق معیارهای مالی و سیستم‌های جامع مدیریت و مقایسه ابعاد آنها؛
- تشریح ویژگی‌های سیستم کنترل اثربخش با توجه به رویکردهای جدید؛
- بررسی فلسفه‌های مطرح در کنترل و نظارت سازمان با عنایت به مولفه‌هایی همچون مفروضات اساسی، اقدامات و پیامدها؛
- تشریح انواع رویکردهای کنترل سازمانی و نحوه کارکرد آنها در سازمان؛
- آشنایی با انواع استراتژی‌های کنترل سازمانی و ویژگی‌های آنها؛
- تجزیه و تحلیل کنترل در شرایط بحرانی با توجه به مراحل بحران و چارچوب‌های پیشنهادی؛
- آشنایی با عناصر مختلف و رویکردهای بهره‌وری و روش‌های سنجش بهره‌وری؛
- تبیین رویکردهای مطرح در مدیریت بهره‌وری وسنجش اثر بخشی سازمانی.

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش یاددهی–یادگیری فرایندی تعاملی است که هدف آن ارتقای فهم، مهارت و نگرش دانشجویان از طریق مشارکت فعال با محتوا و مدرس می‌باشد. در این رویکرد، دانشجو با تحلیل مسائل، بحث و نقد مفاهیم و تجربه عملی، توانایی کاربرد دانش در محیط واقعی را کسب می‌کند. استفاده از روش‌های ترکیبی مانند تدریس فعال، کار گروهی و مطالعات موردی، تعامل مستمر میان مدرس، دانشجو و محتوا را تقویت کرده و یادگیری عمیق و پایدار را تضمین می‌کند.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۰ درصد
پروژه	۱۰ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مقیمی، سید محمد (۱۴۰۳)، مبانی سازمان و مدیریت (فصل چهارم تا دوازدهم) ، تهران: انتشارات راه دان.

۲. الوانی، سید مهدی (۱۴۰۳)، مدیریت عمومی (فصل دوم تا هشتم)، تهران: نشر نی.

۳. رضائیان علی (۱۴۰۳)، مبانی سازمان و مدیریت (فصل سوم تا شانزدهم)، تهران: انتشارات سمت.

۴. رابینز ، استیفن پی. (۱۴۰۳)، تئوری سازمان ساختار و طرح سازمانی (فصل سوم تا هشتم)، ترجمه: سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد، تهران: انتشارات صفار.

۵. مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید(۱۳۹۴)، پژوهشنامه مدیریت (جلد اول): مبانی سازمان و مدیریت، تهران: انتشارات مهربان.

6. Robbins Stephen P. & Coulter Mary & Randel Amy (2021) , Management , New York: Pearson Education Limited.

7. Kreitner Robert (2013) , Management , Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت رفتار سازمانی			
عنوان درس به انگلیسی:	Organizational Behavior Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مبانی سازمان و مدیریت (۲)	پایه ■	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی □	عملی □
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری □	نظری-عملی □
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه □	
تعداد ساعت:	٤٨	مهارتی-اشتغال پذیری □	

ب) هدف کلی:

هدف بنیادین این درس، ارتقای توانمندی‌های تحلیلی، شناختی و مهارتی دانشجویان در فهم، تبیین و هدایت رفتار انسان‌ها در بستر سازمانی است. بدین منظور، دانشجویان با مفاهیم پایه، نظریه‌های محوری و شواهد تجربی رفتار سازمانی در سه سطح فرد، گروه و کلان سازمان آشنا می‌شوند. این درس آنان را توانمند می‌سازد تا با تکیه بر رویکردهای علمی و میان‌رشته‌ای، الگوهای رفتاری کارکنان را در محیط‌های کاری پیچیده تحلیل کرده، پیامدهای آن را پیش‌بینی نموده و برای ارتقای اثربخشی فردی، تیمی و سازمانی راهکارهای مبتنی بر شواهد ارائه دهند. افزون بر این، درس رفتار سازمانی بستری برای توسعه شایستگی‌های مدیریتی کلیدی (از جمله رهبری تحول‌آفرین، ایجاد انگیزش، ارتباطات اثربخش، مدیریت تعارض، همکاری تیمی و مدیریت فرهنگ سازمانی) فراهم می‌آورد. در نهایت، این درس به تکوین نگرشی نظام‌مند، انسان‌گرایانه و اخلاق‌محور نسبت به سرمایه انسانی کمک کرده و فهم دانشجویان از پویایی‌های اجتماعی و روان‌شناختی سازمان‌ها را تعمیق می‌بخشد.

اهداف ویژه:

- ✓ ایجاد شناختی عمیق از مفاهیم، پیشینه تاریخی و بنیان‌های نظری رفتار سازمانی به‌منظور درک ریشه‌های علمی این حوزه و جایگاه آن در علوم مدیریت و روان‌شناسی اجتماعی.
- ✓ تبیین پیوند میان ویژگی‌های فردی از جمله: شخصیت، نگرش‌ها، هیجان‌ها و سازوکارهای انگیزشی و پیامدهای رفتاری و عملکرد شغلی در محیط‌های کاری.
- ✓ شناخت پیشرفته پویایی‌های گروهی و فرآیندهای تیمی و تحلیل عواملی که در انسجام، کارکرد و اثربخشی گروه‌های سازمانی نقش‌آفرین‌اند.
- ✓ تحلیل علمی تعارض، مذاکره و همکاری از طریق واکاوی سازوکارهای شکل‌گیری، مدیریت و تبدیل آنها به فرصت‌های یادگیری و هم‌افزایی سازمانی.
- ✓ بررسی نقش رهبری و سبک‌های گوناگون آن و تحلیل تأثیر رهبران بر نگرش‌ها، رفتارها و عملکرد کارکنان در سطوح فردی و جمعی.
- ✓ تقویت توانایی شناخت و به‌کارگیری نظریه‌های خلاقیت و نوآوری برای حل مسائل سازمانی و شکل‌دهی به محیطی یادگیرنده و تحول‌محور.
- ✓ شناسایی ابعاد، کارکردها و پیامدهای فرهنگ سازمانی و تسلط بر شیوه‌های هدایت، مدیریت و تغییر فرهنگ برای بهبود عملکرد و انسجام هنجاری.
- ✓ پرورش نگرش اخلاقی، مسئولیت‌پذیری حرفه‌ای و بینش اسلامی نسبت به رفتار سازمانی، در راستای ارتقای سرمایه انسانی و شکل‌دهی به سازمان‌های اخلاق‌محور و ارزش‌مدار.

پ) سرفصل‌ها:

مقدمه‌ای بر علم رفتار سازمانی

- تعریف و اهمیت رفتار سازمانی
- سیر تحول و بنیان‌های نظری

- چارچوب‌های شناختی، رفتاری و شناختی-اجتماعی
- ویژگی‌های دانش رفتار سازمانی
- چالش‌های نوین در رفتار سازمانی

۱. مدیریت رفتار سازمانی در سطح فردی

احساسات، نگرش‌ها و ارزش‌ها

- ماهیت احساسات و نظریه وقایع عاطفی
- رابطه عواطف با نگرش‌ها و رفتار کاری
- نگرش‌های شغلی (رضایت، تعهد، درگیری شغلی و حمایت سازمانی)
- ارزش‌ها و نقش آنها در رفتار سازمانی
- نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و پیامدهای آن

یادگیری و ادراک

- نظریه‌های یادگیری رفتاری و شناختی
- سبک‌ها و روش‌های یادگیری سازمانی
- مدل‌های تقویت و یادگیری اجتماعی
- فرایند ادراک و سوگیری‌های ادراکی
- راهکارهای بهبود ادراک و تصمیم‌گیری

شخصیت

- مفهوم و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری شخصیت
- نظریه‌های کلاسیک و معاصر شخصیت
- ابعاد و الگوهای شخصیتی (مثلث تاریک و دیگر صفات)
- دیدگاه اسلام درباره شخصیت و منش رفتاری
- تغییر و رشد شخصیت در محیط کار

نظریه‌های انگیزش

- مفهوم نیاز، انگیزه و تمایز آنها
- نظریه‌های محتوایی انگیزش (مزلو، هرزبرگ، مک‌کللند...)
- نظریه‌های فرآیندی انگیزش (انتظار، برابری، تقویت...)
- دیدگاه اسلامی درباره انگیزش و نیازهای انسانی
- اصول مکتب اسلام در تعادل مادی و معنوی

انگیزش در عمل

- رابطه انگیزش با طراحی شغل
- مدل ویژگی‌های شغلی و توسعه شغلی
- غنی‌سازی و بازآفرینی شغل
- انگیزش از طریق پاداش، قدردانی و ارزشمندی تلاش
- شکل‌های نوین کار (دورکاری، ساعات شناور، تقسیم کار)

۲. مدیریت رفتار سازمانی در سطح گروهی

و پویایی‌های گروهی

- تعریف گروه و انواع آن
- مراحل تشکیل و توسعه گروه
- مفاهیم اساسی (نقش، هنجار، انسجام، منزلت)
- پدیده‌های گروهی مانند هم‌نوایی و مقایسه اجتماعی
- اثرات روان‌شناختی در عملکرد گروه

تیم و اثربخشی تیم

- تمایز گروه و تیم
- ویژگی‌های تیم‌های اثربخش و چارچوب‌های عملکرد
- ترکیب اعضا و عوامل فردی مؤثر (شخصیت، ارزش‌ها، تنوع)
- توانمندسازی، تاب‌آوری و یادگیری تیمی
- مشکلات تیمی (سواری مجانی، گروه‌اندیشی، مسئولیت‌گریزی)

مدیریت تعارض و مذاکره

- ماهیت و سطوح تعارض
- دیدگاه‌های سنتی و تعاملی به تعارض
- راهبردها و سبک‌های مدیریت تعارض
- فرایند و مهارت‌های مذاکره
- نقش احساسات، اخلاق و شهرت در مذاکره

۳. مدیریت رفتار سازمانی در سطح سازمانی

رهبری

- مفهوم، اهمیت و تمایز رهبری از مدیریت
- نظریه‌های کلاسیک (آیووا، میشیگان، اوهایو)
- نظریه‌های معاصر و تحولی در رهبری
- جنبه‌های تاریک رهبری
- رهبری زنان و چالش‌های نوین

خلاقیت و نوآوری در سازمان

- تعریف و اهمیت خلاقیت سازمانی
- رویکردهای خلاقیت (شناختی، انگیزشی، شخصیتی، محیطی)
- فرآیند خلاقیت و عوامل مؤثر بر آن
- تکنیک‌های فردی و سازمانی پرورش خلاقیت
- نوآوری و زیست‌پذیری سازمان‌های دوسوتوان

فرهنگ سازمانی

- تعریف، سطوح و کارکردهای فرهنگ سازمانی
- جو سازمانی و نقش آن در عملکرد
- انواع فرهنگ (غالب، خرده‌فرهنگ، ضدفرهنگ)
- تفاوت فرهنگ قوی و ضعیف
- تغییر و مدیریت فرهنگ سازمانی

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش یاددهی–یادگیری فرایندی تعاملی است که هدف آن ارتقای فهم، مهارت و نگرش دانشجویان از طریق مشارکت فعال با محتوا و مدرس می‌باشد. در این رویکرد، دانشجو با تحلیل مسائل، بحث و نقد مفاهیم و تجربه عملی، توانایی کاربرد دانش در محیط واقعی را کسب می‌کند. استفاده از روش‌های ترکیبی مانند تدریس فعال، کار گروهی و مطالعات موردی، تعامل مستمر میان مدرس، دانشجو و محتوا را تقویت کرده و یادگیری عمیق و پایدار را تضمین می‌کند.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۰ درصد
پروژه	۱۰ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مقیمی، سید محمد؛ ایمانی، حسین؛ عبداله‌زاده، امیرحسین (۱۴۰۴)، مدیریت رفتار سازمانی. تهران: انتشارات سمت.

۲. رضائیان علی (۱۴۰۳)، مدیریت رفتار سازمانی، تهران: انتشارات سمت.

۳. قلی پور، آرین (۱۴۰۳)، مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی) ، تهران: انتشارات سمت.

۴. مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید (۱۳۹۴)، پژوهشنامه مدیریت (جلد دوم): مدیریت رفتار سازمانی (سطح فردی و گروهی)، تهران: انتشارات مهربان.

۵. مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید(۱۳۹۴)، پژوهشنامه مدیریت (جلد سوم): مدیریت رفتار سازمانی (سطح سازمانی)، تهران: انتشارات مهربان.

6. Luthans, F., Luthans, B. C., & Luthans, K. (2021). Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach. Information Age Publishing.
7. McShane, S. L., & Von Glinow, M. A. Y. (2024). Organizational Behavior. McGraw Hill LLC.
8. Robbins, S. P., & Judge, A. T. A. (2019). Organizational Behavior. 18th Editi. New York City, NY.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۱)			
عنوان درس به انگلیسی:	Applications of Mathematics in Management 1		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	-		پایه ■ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی □ عملی □
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری □ نظری-عملی □
			پروژه/ رساله / پایان‌نامه □
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری □

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان مدیریت با مفاهیم پایه و ابزارهای مقدماتی ریاضی که در تحلیل‌های مدیریتی و مالی کاربرد مستقیم دارند.

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم اولیه مجموعه‌ها و توابع به‌منظور مدل‌سازی مسائل مدیریتی.
۲. آشنایی با توابع پرکاربرد در اقتصاد و مدیریت (خطی، درجه دوم، نمایی و لگاریتمی).
۳. تسلط بر مفهوم مشتق و کاربرد آن در تحلیل هزینه، درآمد و سود.
۴. آشنایی با ریاضیات مالی (سود ساده و مرکب، ارزش حال و آینده، اقساط).

پ) سرفصل‌ها:

۱. مقدمه: نقش و کاربرد ریاضیات در مدیریت و تصمیم‌گیری.
۲. مجموعه‌ها و روابط (مروری کوتاه و کاربردی).
۳. توابع و کاربرد آن‌ها در مدیریت:
۴. توابع خطی و درجه دوم (کاربرد در هزینه، درآمد، سود، نقطه سر به سر).
۵. توابع نمایی و لگاریتمی (کاربرد در بهره مرکب و رشد اقتصادی).
۶. مشتق و کاربردهای آن در مدیریت:
۷. تحلیل تغییرات و روندها.
۸. تعیین ماکزیمم و مینیمم در مسائل مدیریتی.
۹. کشش قیمتی تقاضا و سایر کاربردهای اقتصادی.
۱۰. ریاضیات مالی: سود ساده و مرکب، ارزش حال و آینده، اقساط.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

این درس مبتنی بر مدل تعامل سه‌جانبه مدرس، دانشجو و محتوا طراحی شده است. روش تدریس در این درس بر مشارکت فعال دانشجویان استوار است و می‌تواند از راهکارهای زیر متناسب با اهداف آموزشی استفاده کند:

- انجام تمرین‌ها و تکالیف فردی برای تقویت مهارت‌های محاسباتی و تحلیلی،
- کارگروهی برای حل مسائل مدیریتی و افزایش توانایی تصمیم‌گیری جمعی،
- بحث‌های کلاسی برای ارتقای درک مفهومی و ارتباط میان ریاضیات و مدیریت،
- بررسی مطالعات موردی (Case Studies) جهت کاربرد عملی مفاهیم ریاضی در مدیریت دولتی،
- به‌کارگیری سایر روش‌های مناسب به تشخیص مدرس.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۵ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور، اینترنت، نرم‌افزارهای ریاضی

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. پور کاظمی، محمد حسین (۱۴۰۰)، ریاضیات عمومی و کاربردهای آن جلد اول، تهران: نشر نی.

۲. نیکوکار، مسعود (۱۳۹۹)، ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت ۱، تهران: انتشارات گسترش علوم پایه.

3. Veinott, A. F. (1965). Mathematical studies in management science. Macmillan; Collier-Macmillan.
4. Werner, F., & Sotskov, Y. N. (2006). *Mathematics of Economics and Business*. Taylor & Francis.
5. Sydsaeter, K., Hammond, P., & Strom, A. (۲۰۲۱). *Essential Mathematics for Economic Analysis* (۶th Ed.). Pearson.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۲)			
عنوان درس به انگلیسی:	Applications of Mathematics in Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت ۱	پایه ■	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی □	عملی □
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری □	نظری-عملی □
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه □	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری □	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان مدیریت با ابزارهای پیشرفته‌تر ریاضی و توانایی استفاده از آن‌ها در مدل‌سازی و حل مسائل مدیریتی پیچیده‌تر.

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با توابع چندمتغیره و مشتقات جزئی و کاربرد آن‌ها در مدیریت منابع.
۲. استفاده از ماتریس‌ها و جبر خطی برای تحلیل سیستم‌ها و مدل ورودی–خروجی.
۳. تسلط بر انتگرال و کاربردهای آن در مسائل هزینه و درآمد تجمعی.
۴. آشنایی با معادلات دیفرانسیل ساده و کاربرد آن‌ها در مدل‌های پویا (رشد سرمایه، موجودی‌ها).
۵. آشنایی مقدماتی با برنامه‌ریزی خطی و کاربرد آن در بهینه‌سازی مدیریتی.

پ) سرفصل‌ها:

۱. توابع چندمتغیره و مشتقات جزئی – کاربرد در تحلیل هزینه و تولید چندعاملی.
۲. ماتریس‌ها و جبر خطی – حل دستگاه معادلات خطی، مدل‌های ورودی–خروجی.
۳. مقادیر ویژه و بردارهای ویژه – مروری مقدماتی و کاربرد در تحلیل سیستم‌ها.
۴. انتگرال و کاربردهای مدیریتی: هزینه کل، درآمد تجمعی، توزیع منابع.
۵. معادلات دیفرانسیل ساده و کاربرد آن در مدیریت: رشد و زوال جمعیت/سرمایه، مدل‌های موجودی.
۶. مقدمه‌ای بر بهینه‌سازی و برنامه‌ریزی خطی – مسائل تخصیص منابع و حمل‌ونقل.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

این درس مبتنی بر مدل تعامل سه‌جانبه مدرس، دانشجو و محتوا طراحی شده است. روش تدریس در این درس بر مشارکت فعال دانشجویان استوار است و می‌تواند از راهکارهای زیر متناسب با اهداف آموزشی استفاده کند:

- انجام تمرین‌ها و تکالیف فردی برای تقویت مهارت‌های محاسباتی و تحلیلی،
- کارگروهی برای حل مسائل مدیریتی و افزایش توانایی تصمیم‌گیری جمعی،
- بحث‌های کلاسی برای ارتقای درک مفهومی و ارتباط میان ریاضیات و مدیریت،
- بررسی مطالعات موردی (Case Studies) جهت کاربرد عملی مفاهیم ریاضی در مدیریت دولتی،
- و به‌کارگیری سایر روش‌های مناسب به تشخیص مدرس.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۵ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور، اینترنت، نرم‌افزارهای ریاضی

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. محمد حسین پور کاظمی (۱۳۹۵)، ریاضیات عمومی و کاربردهای آن، جلد دوم، تهران: نشر نی.

۲. مسعود نیکوکار (۱۳۹۵)، ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت، تهران: انتشارات گسترش علوم پایه.

3. Chiang, A. C., & Wainwright, K. (2005). Fundamental Methods of Mathematical Economics (4th Ed.). McGraw-Hill
4. Taha, H. A. (2017). *Operations Research: An Introduction* (10th Ed.). Pearson.
5. Simon, C. P., & Blume, L. (1994). Mathematics for Economists. W.W. Norton & Company.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

لف) عنوان درس به فارسی: آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)			
عنوان درس به انگلیسی:	Applications of Statistics in Management (1)		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	ریاضیات وکاربرد آن در مدیریت (۱)		پایه ■ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی □ عملی □
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری □ نظری-عملی □
تعداد ساعت:	۳۲		پروژه/ رساله / پایان‌نامه □
			مهارتی-اشتغال پذیری □

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مبانی و روش‌های آماری که در پژوهش‌های کاربردی مدیریت و سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

اهداف ویژه:

۱. مبانی آمار توصیفی و استنباطی.
۲. آشنایی با روش‌های آمار توصیفی
۳. آشنایی دانشجویان با مبانی احتمال، توابع توزیع احتمال پیوسته و گسسته.
۴. آشنایی با تابع توزیع احتمال نرمال.

پ) سرفصل‌ها:

۱. تعریف علم آمار، آمار توصیفی و آمار استنباطی، آشنایی با مفاهیم اداری (از قبیل جامعه محدود و غیر محدود نمونه و ....).
۲. توزیع‌های فراوانی، نحوه ساختن توزیع‌های فراوانی، توزیع‌های فراوانی کیفی.
۳. نمودارهای آماری، هیستوگرام، پُلی‌گُن، نمودارهای فراوانی تجمعی، نمودارهای میله‌ای، ستونی و دایره‌ای و سری‌های زمانی.
۴. شاخص آماری، مرکزی، پراکندگی، چولکی و کشیدگی.
۵. احتمال، مفهوم و منشا احتمال، مفاهیم اساسی احتمال، برخی از قوانین احتمالات، احتمالات شرطی استقلال دو پیشامد قاعده بیز.
۶. متغیر تصادفی: تابع جرم احتمال، تابع چگالی احتمال، تابع توزیع توأم (مشترک)، امید ریاضی، واریانس و کوواریانس.
۷. توزیع‌های احتمال: مفهوم متغیر تصادفی گسسته و تابع احتمال گسسته، چندین توزیع احتمال گسسته (یکنواخت و برنولی، دوجمله‌ای، پواسون، هندسی، پاسکال (دو جمله‌ای منفی)، فوق‌هندسی، چندجمله‌ای) مفهوم متغیر تصادفی پیوسته و تابع چگالی، چند توزیع احتمال پیوسته (یکنواخت، نرمال، نمایی، ارلانگ، گاما).
۸. تصمیم‌گیری: تصمیم‌گیری در شرایط اطمینان، تصمیم‌گیری در شرایط عدم اطمینان، تصمیم‌گیری در شرایط ریسک (مخاطره)، تصمیم‌گیری شاخه‌ای با استفاده از قضیه بیز به منظوره به هنگام کردن اطلاعات.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

این درس مبتنی بر مدل تعامل سه‌جانبه مدرس، دانشجو و محتوا طراحی شده است. روش تدریس در این درس بر مشارکت فعال دانشجویان تأکید دارد و می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- انجام تمرین‌ها و تکالیف کلاسی برای تقویت مهارت‌های تحلیلی و آماری،
- کارگروهی برای حل مسائل مدیریتی و کاربرد آمار در تصمیم‌گیری،
- بحث‌های کلاسی برای درک بهتر مفاهیم و ارتباط آنها با مدیریت،
- بررسی مطالعات موردی (Case Studies) جهت کاربرد عملی آمار و احتمالات،

- و استفاده از سایر روش‌های مناسب به تشخیص مدرس.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۵ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. عادل آذر و منصور مومنی (۱۳۹۵)، آمار و کاربرد آن در مدیریت، جلد اول، تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

۲. ویلیام و هایلز و داگلاس س. موتگمری (۱۳۹۱)، احتمال و آمار مهندسی و علم مدیریت، برگردان: محمد صالح اولیاء، یزد: انتشارات دانشگاه یزد.

3. Keller, G. (2022). Statistics for management and economics. Cengage Learning, Boston, Massachusetts, USA.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)			
عنوان درس به انگلیسی:	Applications of Statistics in Management (2)		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)		پایه ■ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی □ عملی □
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری □ نظری-عملی □
			پروژه/ رساله / پایان‌نامه □
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری □

ب) هدف کلی:

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

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با روش‌های پارامتریک و پیش‌بینی در آمار
۲. آشنایی با روش‌های مقایسه‌ای به ویژه در جامعه آماری (با استفاده از نمونه)

پ) سرفصل‌ها:

۱. نمونه و توزیع‌های نمونه‌گیری.
۲. استنباط آماری بر اساس نمونهٔ بزرگ:
۳. تخمین بر اساس نمونهٔ بزرگ.
۴. آزمون فرض آماری بر اساس نمونهٔ بزرگ.
۵. استنباط آماری از نمونهٔ کوچک:
۶. کاربردهای توزیع‌های t استیودنت،کای- دو و فیشر
۷. کاربردهای دیگر ار توزیع کای- دو (آزمون استقلال، همگنی، نیکویی برازش)
۸. رگرسیون خطی ساده و همبستگی.
۹. آشنایی با یکی از نرم افزارهای Minitab, R, SAS, SPSS .

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

این درس مبتنی بر مدل تعامل سه‌جانبه مدرس، دانشجو و محتوا طراحی شده است. روش تدریس در این درس بر مشارکت فعال دانشجویان تأکید دارد و می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- انجام تمرین‌ها و تکالیف کلاسی برای تقویت مهارت‌های تحلیلی و آماری،
- کارگروهی برای حل مسائل مدیریتی و کاربرد آمار در تصمیم‌گیری،
- بحث‌های کلاسی برای درک بهتر مفاهیم و ارتباط آنها با مدیریت،
- بررسی مطالعات موردی (Case Studies) جهت کاربرد عملی آمار و احتمالات،
- و استفاده از سایر روش‌های مناسب به تشخیص مدرس.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۱۵ درصد

آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. عادل آذر و منصور مؤمنی (۱۳۹۵)، آمار و کاربر آن در مدیریت، جلد دوم، تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

۲. تقی زاده یزدی، محمدرضا؛ نجاتی، محمد؛ پیری زاده، علی (۱۴۰۱)، روش‌های جامع تحلیل آماری (مفاهیم، اصول و کاربردها)، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

۳. ویلیام و هاینز و داگلاس س. مونتگمری (۱۳۹۱)، احتمال و آمار در مهندسی و علم مدیریت، برگردان: محمد صالح اولیاء، یزد: انتشارات دانشگاه یزد.

4. Keller, G. (2022). Statistics for management and economics. Cengage Learning, Boston, Massachusetts, USA.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: روش‌های پژوهش در مدیریت			
عنوان درس به انگلیسی:	Reasearch Methods in Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	-	پایه■	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

ارتقاء سطح آگاهی و مهارت دانشجویان در روش‌های علمی پژوهش، به نحوی که شایستگی و انگیزه پژوهش علمی برای شناخت و حل مسائل مدیریتی تقویت شود.

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با فلسفه و مبانی روش تحقیق علمی.
۲. آشنایی با گام‌ها و روش‌های تحقیق علمی.
۳. توانمندسازی دانشجویان در تدوین و اجرای پژوهش‌های علمی مدیریتی.

پ) سرفصل‌ها:

۱. روش علمی و مراحل آن.
۲. تبین بیان مسأله
۳. تعیین گزاره‌های پژوهش (هدف‌ها/سوالات و فرضیه‌ها).
۴. بررسی مبانی نظری و پیشینهٔ پژوهش.
۵. روش‌های پژوهش.
۶. ابزار اندازه گیری در پژوهش.
۷. جامعه، نمونه و روش نمونه گیری.
۸. اعتبار درونی و برونی پژوهش.
۹. مفاهیم اساسی در تحلیل داده ها.
۱۰. تدوین گزارش پژوهش.
۱۱. اخلاق پژوهش.
۱۲. اعتبارسنجی نشریات علمی داخلی و بین المللی برای انتشار یافته ها.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

این درس مبتنی بر مدل تعامل سه‌جانبه مدرس، دانشجو و محتوا طراحی شده است. روش تدریس در این درس بر مشارکت فعال دانشجویان تأکید دارد و می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- مشارکت فعال کلاسی،
- تمرین‌ها و تکالیف کلاسی،
- کار گروهی و بحث‌های کلاسی،
- بررسی مطالعات موردی،
- و سایر روش‌های مناسب به تشخیص مدرس باشد.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۵ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه کلاسی	۲۵ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. شهریار عزیزی (۱۴۰۲). روش پژوهش در مدیریت.تهران: انتشارات سمت.

۲. حسن دانایی فرد، سید مهدی الوائی و عادل آذر (۱۳۹۰)، روش‌شناسی پژوهش کمّی در مدیریت رویکردی جامع، تهران: انتشارات صفّار – اشراقی.

۳. سرمد، زهره؛ بازرگان هرند، عباس؛ حجازی ، الهه (۱۴۰۲)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: نشر آگه.

۴. محمدرضا حافظ نیا (۱۴۰۳). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.

5. Lancaster, G. (2007). Research methods in management. Routledge, London: UK.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می تواند از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: اقتصاد خرد			
عنوان درس به انگلیسی:	Micro Economics	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۲)	پایه ■	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	٤٨	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی با مبانی علم اقتصاد.
- آشنایی با نظریات اقتصاد خرد.

اهداف ویژه:

۱. مسائل اقتصاد خرد، نحوهٔ تصمیم‌گیری خانوارها و بنگاه‌ها برای تخصیص بهینه منابع آن‌ها.
۲. افزایش قدرت تحلیل پدیده‌های اقتصادی و بالا بردن مهارت تصمیم‌گیری برای بنگاه‌های اقتصادی.
۳. عرضه و تقاضا، تعادل بازار، تئوری مصرف‌کننده، تولید و رفتار شرکت‌ها، انحصار، رقابت، اقتصاد رفاه، کالاهای عمومی.
۴. مفاهیم در اقتصاد اسلامی.

پ) سرفصل‌ها:

۱. آشنایی با علم اقتصاد.
۲. ضرورت آشنایی با علم اقتصاد
۳. تعریف علم اقتصاد (آشنایی با مفاهیم کمیابی، تخصیص، بهینه و...)
۴. اقتصاد اثباتی و هنجاری .
۵. مبانی اقتصاد خرد
۶. دیدگاه اسلام درباره بازارها و معاملات.
۷. تقاضا، عرضه، تعادل
۸. نظریه رفتار مصرف کننده
۹. نظریه رفتار تولید کننده
۱۰. بازار رقابت کامل
۱۱. بازار انحصار کامل فروش
۱۲. مقایسه تطبیقی کشورها در حوزهٔ شاخص‌های اقتصاد خرد.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

مدرس بعد از نهایی کردن محتوای درسی در هر ترم و قبل از تعیین وسیله، باید خط مشی و روش مناسبی برای تدریس خود انتخاب نماید. در این درس مثلث یادگیری با سه ضلع مدرس، دانشجو و محتوا مورد نظر است که هر یک از این عوامل با یکدیگر رابطه دوسویه و تعاملی دارند و برای یادگیری هرچه بیشتر حفظ و تقویت این تعامل ضروری به نظر می رسد. روش مدرس بر مشارکت مستمر کلاسی، تمرین

و تکالیف کلاسی، کارگروهی، بحث کلاسی، بررسی مطالعات موردی و سایر روش‌ها بر حسب صلاحدید مدرس متناسب با اهداف یادگیری درس قابل استفاده است.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۲۰ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱- چارلز موریس (۱۳۸۶)، تحلیل اقتصادی، نظریه و کاربرد (اقتصاد خرد)، برگردان: اکبر کمیجانی، تهران: انتشارات نگاه دانش.

۲- سالواتوره، (۱۳۹۴)، تئوری و مسائل اقتصاد خرد، برگردان: حسن سبحانی، تهران: انتشارات نگاه دانش.

۳- محسن نظری (۱۳۹۳)، مبانی علم اقتصاد، تهران: انتشارات نگاه دانش.

۴- محسن نظری (۱۳۸۳)، اقتصاد خرد (رشتهٔ مدیریت)، تهران: انتشارات نگاه دانش.

5- Kolmar, M., & Hoffmann, M. (2022). Workbook for Principles of Microeconomics. Springer.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد، می‌تواند از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: اقتصاد کلان			
عنوان درس به انگلیسی:	Macro Economics	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اقتصاد خرد	پایه ■	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی □	عملی □
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری □	نظری-عملی □
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه □	
تعداد ساعت:	٤٨	مهارتی-اشتغال پذیری □	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با محیط کلانی که در آن فعالیت می‌نمایند تصمیمات هربنگاه بازرگانی متاثر از محیطی است که در آن فعالیت می‌کند، متغییرهایی مثل رکود و رونق اقتصادی، نرخ ارز، نرخ بهره و ... بر عملکرد بنگاه‌ها اثرگذار است ولی در اختیار مدیر بنگاه نیست. دانشجو در این درس با نحوه شکل‌گیری و تغییرات این متغیرها آشنا خواهد شد.
- این دوره مروری بر مسائل کلان اقتصادی ارائه می دهد: تعیین تولید، اشتغال، بیکاری، نرخ بهره و تورم. خط‌مشی‌های پولی و مالی مورد بحث قرار می‌گیرد. بحث‌های مهم سطح خط‌مشی‌های کلان مانند، بحران گران‌فروشی، امنیت اجتماعی، بدهی عمومی و مسائل اقتصادی بین‌المللی به طور انتقادی مورد بررسی قرار می‌گیرند. این دوره مدل‌های پایه اقتصاد کلان را معرفی می‌کند و اصول را با تجربه اقتصاد ایران و سایر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه نشان می‌دهد.

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مباحث اقتصاد کلان.
۲. کاربرد مباحث اقتصاد کلان در مدیریت.
۳. بررسی اثرات اقتصاد کلان بر بنگاه‌های تولیدی و خدماتی.
۴. بررسی عملکرد اقتصادی ایران در شاخص‌های اقتصاد کلان.

پ) سرفصل‌ها:

۱. آشنایی با علم اقتصاد:
اهداف اقتصاد کلان، منابع جامعه، و تخصیص بهینه آن‌ها.
نقش خط‌مشی‌گذاری کلان در تحقق اهداف.
اهداف و خط‌مشی‌های کلان از دید اسلام .
نحوهٔ استفاده مدیر بنگاه از اقتصاد کلان .
۲. نحوهٔ انجام فعالیت‌های اقتصادی در سطح کلان:
عاملین اقتصادی و وظایف آن‌ها در سیستم کلان .
تعادل اقتصاد در سطح کلان.
۳. حسابداری ملی:
شاخص‌های اندازه‌گیری فعالیت‌های اقتصادی .
رابطه شاخص‌های فعالیت‌های اقتصادی با یکدیگر.
رفاه اقتصادی و شاخص‌های کلان.
۴. شاخص قیمت‌ها :
تعریف انواع شاخص قیمت‌ها .

کاربردهای شاخص قیمت در مدیریت .

وضعیت شاخص‌های قیمت در اقتصاد ایران .

۵. بازار پول و خط‌مشی‌های پولی:

تعاریف پول، وظایف پول، تاریخچهٔ تکامل شکل پول .

عرضهٔ پول: پایهٔ پولی، ضریب تکاثر پولی.

تعادل بازار پول، تغییر در تعادل بازار پول .

خط‌مشی‌های پولی و ابزارهای آن.

تاثیرگذاری خط‌مشی‌های پولی بر بنگاه های اقتصادی.

بررسی نحوهٔ تنظیم خط‌مشی‌های پولی در ایران .

۶. اقتصاد بین‌الملل:

تجارت بین الملل دلایل و منافع تجارت، مزیت مطلق و مزیت نسبی، اتحادیه های تجاری.

مالیه بین الملل، تقاضای ارز، عرضه ارز، تغییرات نرخ ارز .

وضعیت تجارت خارجی در ایران، بازار ارز و تحولات آن در اقتصاد ایران .

۷. نظریه های تورم و بیکاری :

تورم، تعاریف، انواع، علل و خط‌مشی‌های آن .

بیکاری تعاریف، انواع و علل .

خط‌مشی‌های مبارزه با تورم و بیکاری .

۸. نظریه‌های مصرف و سرمایه گذاری :

مصرف: نظریه‌های مصرف، نقش نظریه‌های مصرفی در خط‌مشی‌گذاری.

سرمایه گذاری: انواع سرمایه گذاری، نظریه‌های سرمایه گذاری.

وضعیت مصرف و سرمایه‌گذاری در ایران.

دیدگاه اسلام در مورد مصرف.

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

مدرس بعد از نهایی کردن محتوای درسی در هر ترم و قبل از تعیین وسیله، باید خط مشی و روش مناسبی برای تدریس خود انتخاب نماید. در این درس مثلث یادگیری با سه ضلع مدرس، دانشجو و محتوا مورد نظر است که هر یک از این عوامل با یکدیگر رابطه دوسویه و تعاملی دارند و برای یادگیری هرچه بیشتر حفظ و تقویت این تعامل ضروری به نظر می رسد. روش مدرس بر مشارکت مستمر کلاسی، تمرین و تکالیف کلاسی، کارگروهی، بحث کلاسی، بررسی مطالعات موردی و سایر روش ها بر حسب صلاحدید مدرس متناسب با اهداف یادگیری درس قابل استفاده است.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۲۰ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. طبیبیان، سید محمد (۱۳۹۰)، اقتصاد کلان، تهران: انتشارات بازتاب.

۲. تفضلی، فریدون (۱۳۷۲)، اقتصاد کلان، تهران: نشر نی.

۳. نظری، محسن (۱۳۷۸)، اقتصاد کلان رشته های مدیریت، تهران: انتشارات نگاه دانش.

۴. مهرگان، نادر (۱۳۹۳)، اقتصاد کلان، تهران: انتشارات نور علم.

5. Mankiw, N. G. (2020). Principles of macroeconomics. 9th edition.Cengage learning. Boston, Massachusetts, USA.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام			
عنوان درس به انگلیسی:	Principles and Fundamentals of Management from an Islamic Perspective	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت رفتار سازمانی	پایه ■	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی □	عملی □
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری □	نظری-عملی □
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه □	
تعداد ساعت:	٤٨	مهارتی-اشتغال پذیری □	

ب) هدف کلی:

این درس با هدف ارتقای سطح آگاهی و توان تحلیلی دانشجویان تمامی رشته‌های مدیریت طراحی گردیده است. محور بنیادین این درس، بررسی و تحلیل شیوه‌های مدیریتی پیامبران الهی و بهره‌گیری از آیات و روایات در مکتب الهام‌بخش اسلام؛ به ویژه قرآن کریم، نهج‌البلاغه و سیره نظری و عملی معصومین(ع) می‌باشد. هدف این است که بر پایه این منابع اصیل، چارچوبی نوین و متناسب با مقتضیات روز مدیریت و سازگار با الزامات زمانی و مکانی در چهارچوب نظام ارزشی اسلام شناسایی و به‌طور دقیق تحلیل شود. با توجه به غنای عظیم قرآن کریم، نهج‌البلاغه و سایر منابع معتبر اسلامی، امکان استخراج گزاره‌ها و پیش‌فرض‌هایی وجود دارد که بنیان‌های جهان‌بینی مدیریت را روشن ساخته و تبیین می‌نمایند. این گزاره‌ها می‌توانند افق نظری نوینی پیش‌روی پژوهشگران حوزه سازمان و مدیریت قرار دهند، تا آنان بتوانند با الهام از این مبانی و تلفیق آن با خلاقیت و دیدگاه انتقادی خود، اصول، قواعد راهنما، و حتی مدل‌ها و فنون مدیریتی را طراحی و تدوین کنند، به‌گونه‌ای که ضمن رعایت ارزش‌های اسلامی، موجبات سعادت دنیوی و اخروی انسان را نیز فراهم آورد.

اهداف ویژه:

- ✓ آشنایی با دیدگاه اندیشمندان اسلامی و اهمیت و ضرورت مدیریت در اسلام
- ✓ تبیین مفهوم سازمان و مدیریت از دیدگاه اسلام و تفاوت آن با مکاتب غربی.
- ✓ درک فلسفه وجودی و کارکرد سازمان در تحقق حیات طیّبه.
- ✓ شناسایی فرآیند شکل‌گیری علم مدیریت اسلامی و رویکردهای آن.
- ✓ آشنایی با اصول و مبانی برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری در اسلام.
- ✓ بررسی الگوهای سازماندهی، تقسیم کار و سلسله مراتب بر پایه مدیریت نبوی و علوی.
- ✓ شناخت ویژگی‌ها و ابعاد منابع انسانی از دیدگاه اسلام و معیارهای شایسته‌سالاری.
- ✓ درک مبانی رفتار سازمانی فردی و گروهی در سازمان‌های آخرت‌گرا.
- ✓ تبیین الگوهای رهبری اسلامی و سبک‌های رهبری پیامبر اکرم (ص)، امام علی (ع) و پیامبران الهی
- ✓ تحلیل اصول و استراتژی‌های کنترل و نظارت سازمانی در نظام مدیریت اسلامی.
- ✓ ایجاد نگرش تلفیقی میان علم مدیریت مدرن و آموزه‌های دینی برای کاربست در محیط‌های سازمانی اسلامی.
- ✓ کسب توانایی تجزیه و تحلیل و کاربرد رویکرد اسلامی در عرصه نظر و عمل مدیریت

پ) سرفصل‌ها:

مفهوم‌شناسی سازمان و مدیریت از دیدگاه اسلام

- تعریف و فلسفه وجودی سازمان در اندیشه اسلامی.
- ماهیت و هدف سازمان در مسیر حیات طیّبه.
- عناصر و ارکان سازمان در اسلام (هدف، سیاست، مدیریت، روابط).
- ویژگی‌ها و صفات مدیران شایسته در قرآن و سنت.
- نوع‌شناسی سازمان‌ها و جایگاه آن‌ها در نظام اجتماعی اسلام.

فرآیند شکل‌گیری و رویکردهای مدیریت اسلامی

- ماهیت علم مدیریت اسلامی به عنوان علم نافع.
- رابطه دین، عقل و تجربه در تولید دانش مدیریتی اسلامی.
- رویکردهای گوناگون به مدیریت اسلامی (توحیدی، فقهی، اخلاقی، عقلی).
- روش‌شناسی‌های کشف و استنباط در مدیریت اسلامی (وحیانی، شهودی، نقلی، عقلی، تجربی).
- مکتب‌ها و نظریه‌پردازان برجسته در حوزه مدیریت اسلامی.

مبانی برنامه‌ریزی در مدیریت اسلامی

- اهمیت و ضرورت برنامه‌ریزی از منظر قرآن و روایات.
- اصول راهنمای برنامه‌ریزی اسلامی (تبعیت، بصیرت، عدالت، اعتدال، انعطاف).
- برنامه‌ریزی در چارچوب اقتصاد مقاومتی و عدالت‌محور.
- مدیریت زمان و اولویت‌بندی اهداف در مدیریت اسلامی.
- نقش بیت‌المال و بودجه‌ریزی اسلامی در تحقق عدالت اقتصادی.

تصمیم‌گیری و سیاستگذاری در مدیریت اسلامی

- مبانی تصمیم‌گیری بر اساس مصلحت و منافع عامه.
- جایگاه مشورت و شورا در فرایند تصمیم‌گیری.
- اصول فقهی و اخلاقی حاکم بر سیاستگذاری اسلامی.
- تصمیم‌گیری در شرایط بحران، فتنه و ابهام.
- تصمیم‌گیری مبتنی بر توکل و ایمان به وعده الهی.

مبانی سازماندهی در مدیریت اسلامی

- مفهوم و ضرورت سازماندهی در نظام توحیدی.
- ساختار و سلسله‌مراتب مدیریت در اسلام (توحیدی، نبوی، علوی، فقهی).
- قوانین و مقررات اسلامی در تنظیم روابط سازمانی.
- اصول مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی و تقسیم‌کار عادلانه.
- حدود اختیار، قدرت و عدالت در سازمان‌های اسلامی.

مدیریت منابع انسانی در مدیریت اسلامی

- هدف آفرینش و کرامت انسانی در مدیریت منابع انسانی.
- ابعاد وجودی انسان و ویژگی‌های نیروی انسانی مؤمن.
- شایسته‌سالاری، عدالت شغلی و جانشین‌پروری در اسلام.
- آموزش، ارزیابی و پاداش بر اساس معیارهای اخلاقی.

- نقش جامعه‌پذیری سازمانی در پرورش سرمایه انسانی مؤمن.

مبانی رفتار و مدیریت رفتار سازمانی در سطح فردی

- مبانی رفتار در سازمان‌های آخرت‌گرا.
- نیت، انگیزش و سلسله‌مراتب نیازها از دیدگاه اسلام.
- شخصیت، منش و عوامل مؤثر بر رفتار انسان.
- رفتارهای سازنده، خنثی و مخرب در سازمان اسلامی.
- عدالت، اعتماد، تعهد و بهداشت روانی در محیط کار.

مدیریت رفتار سازمانی در سطح گروهی و سازمانی

- اصول ارتباطات سازمانی (گفتاری، شنیداری، دیداری، نوشتاری).
- فرهنگ سازمانی اسلامی و فرهنگ عاشورایی به عنوان الگوی رفتار جمعی.
- نقش ارزش‌ها، عرف و سنت در شکل‌دهی فرهنگ سازمانی.
- اخلاق اسلامی به مثابه جوهره فرهنگ سازمانی.
- مدیریت تعارض بر اساس قرآن، اندیشه علما و سیره معصومان.

رهبری سازمانی در مدیریت اسلامی

- مفهوم و ماهیت رهبری در سازمان اسلامی.
- حقوق و تکالیف رهبر و پیرو از منظر قرآن و سنت.
- انواع سبک‌های رهبری اسلامی (ناصحانه، رحمانی، جهادی، خدمتگزار).
- نقش ارتباط رهبر–پیرو در تحقق اهداف الهی.
- مطالعه موردی سبک رهبری امام خمینی (ره) به عنوان الگوی رهبری خدمتگزار.

کنترل سازمانی در مدیریت اسلامی

- مفهوم و اهمیت کنترل و نظارت در سازمان‌های آخرت‌گرا.
- اصول الهی نظارت: عدالت، پاداش و تنبیه، توبه‌پذیری و مستندسازی.
- انواع کنترل سازمانی و استراتژی‌های انضباط اسلامی.
- توازن میان قاطعیت و بخشش در اعمال مجازات‌ها.
- عدالت در پاداش و اصلاح رفتار سازمانی از طریق نیکی‌ها.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش یاددهی–یادگیری فرایندی تعاملی است که هدف آن ارتقای فهم، مهارت و نگرش دانشجویان از طریق مشارکت فعال با محتوا و مدرس می‌باشد. در این رویکرد، دانشجو با تحلیل مسائل، بحث و نقد مفاهیم و تجربه عملی، توانایی کاربرد دانش در محیط واقعی را کسب می‌کند. استفاده از روش‌های ترکیبی مانند تدریس فعال، کار گروهی و مطالعات موردی، تعامل مستمر میان مدرس، دانشجو و محتوا را تقویت کرده و یادگیری عمیق و پایدار را تضمین می‌کند.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۰ درصد
پروژه	۱۰ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص،ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مقیمی، سید محمد (۱۴۰۴)، اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام، تهران: انتشارات راه دان.

۲. مصباح یزدی، محمدتقی(۱۳۹۱)، پیش‌نیازهای مدیریت اسلامی، انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره).

3. Moghimi, Seyed Mohammad (2018), Principles and Fundamentals of Islamic Management, Emerald Publishing Limited.
4. Moghimi, Seyed Mohammad (2018), Organizational Behavior Management: An Islamic Approach, Emerald Publishing Limited.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: هوش مصنوعی و کاربرد آن در مدیریت			
عنوان درس به انگلیسی:	Artificial Intelligence and Its Applications in Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	نیمسال سوم به بعد	پایه ■	نظری □
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی□	عملی □
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری □	نظری-عملی ■
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه □	
تعداد ساعت:	۴۸	مهارتی-اشتغال پذیری □	

ب) هدف کلی:

هدف کلی درس هوش مصنوعی و کاربرد آن در مدیریت برای دانشجویان کارشناسی رشته‌های مدیریت، ارائه آشنایی جامع با مبانی و مفاهیم هوش مصنوعی و کاربردهای آن در محیط‌های مدیریتی است. این درس دانشجویان را با تفاوت‌ها و ارتباط هوش مصنوعی با یادگیری ماشین، یادگیری ژرف، علوم داده و هوشمندی کسب‌وکار آشنا می‌کند و توانایی تحلیل داده‌های بزرگ و استخراج الگوهای پنهان برای تصمیم‌گیری مؤثر در سازمان‌ها را ارتقا می‌دهد. همچنین دانشجویان با روش‌های آماده‌سازی سازمان و داده‌ها برای استقرار موفق سیستم‌های هوش مصنوعی و استفاده عملی از مدل‌های استاندارد آشنا می‌شوند. درس، تکنیک‌ها و ابزارهای هوش مصنوعی شامل طبقه‌بندی، رگرسیون، خوشه‌بندی، یادگیری ژرف و یادگیری تقویتی را معرفی می‌کند و کاربرد آن‌ها در حوزه‌های مختلف مدیریت مانند منابع انسانی، بازاریابی، عملیات، مالی و مدیریت ارتباط با مشتری را بررسی می‌کند. علاوه بر این، دانشجویان با اهمیت تدوین استراتژی هوش مصنوعی، مدیریت ریسک و آمادگی برای تحولات دیجیتال آشنا می‌شوند و مهارت‌های لازم برای بهره‌گیری مؤثر از هوش مصنوعی در سازمان‌های هوشمند را کسب می‌کنند. این درس تلفیقی از مباحث نظری و تمرین‌های عملی است تا توانایی دانشجویان در کاربرد عملی هوش مصنوعی در مدیریت تقویت شود.

اهداف ویژه:

- ✓ درک مفاهیم و مبانی هوش مصنوعی: آشنایی با تاریخچه، تعریف، شاخه‌ها و نقش هوش مصنوعی در تصمیم‌گیری و حل مسئله در محیط‌های مدیریتی.
- ✓ شناخت تکنیک‌ها و ابزارهای هوش مصنوعی: آشنایی با روش‌های طبقه‌بندی، رگرسیون، خوشه‌بندی، یادگیری ژرف، یادگیری تقویتی و کاربرد آن‌ها در مدیریت سازمانی.
- ✓ آماده‌سازی سازمان و داده‌ها برای پیاده‌سازیAI : یادگیری نحوه جمع‌آوری، پاک‌سازی و استانداردسازی داده‌ها و استفاده از مدل‌های کاربردی مانند TUSCANE و FAB-4
- ✓ کاربرد هوش مصنوعی در حوزه‌های مختلف مدیریت: بررسی استفاده AI در مدیریت منابع انسانی، بازاریابی، عملیات، مالی و مدیریت ارتباط با مشتری(CRM).
- ✓ تدوین استراتژی و مدیریت ریسک هوش مصنوعی: آشنایی با اصول خط‌مشی کاریAI ، ریسک‌های اجتماعی، اقتصادی، امنیتی و حاکمیت داده.
- ✓ تحلیل و بهبود تصمیم‌گیری سازمانی با هوش مصنوعی: توانمندسازی دانشجویان در تحلیل داده‌های بزرگ، شناسایی الگوها و ارائه راهکارهای بهینه برای مدیریت پروژه‌ها و عملیات سازمانی.
- ✓ آمادگی برای تحولات دیجیتال و مدیریت نوآوری: توسعه مهارت‌های استفاده مؤثر ازAI ، مدیریت تغییر و ایجاد محیط یادگیری و نوآوری در سازمان‌های هوشمند.

ج) سرفصل‌ها:

مبانی هوش مصنوعی

۱. درک هوش مصنوعی
- تعریف هوش مصنوعی (AI) به‌عنوان شاخه‌ای از علوم کامپیوتر
- شبیه‌سازی توانایی‌های انسانی شامل یادگیری، تصمیم‌گیری و حل مسئله
- اهمیت کیفیت داده‌ها و شفافیت تصمیمات

۲. رشد هوش مصنوعی
- توسعه سریع AI در کسب‌وکارها و سازمان‌ها
- نقش AI در تحلیل داده‌های بزرگ و کشف الگوهای پنهان

۳. هوش مصنوعی در برابر یادگیری ماشین، یادگیری ژرف، علوم داده و هوشمندی کسب‌وکار
- تمایز AI با سایر فناوری‌های وابسته
- کاربردهای ترکیبی در تصمیم‌گیری و حل مسئله

آماده‌سازی سازمان و داده‌ها برای هوش مصنوعی

۱. مدل TUSCANE : جمع‌آوری، پاک‌سازی و استانداردسازی داده‌ها

۲. مدل FAB-4 : انتخاب بهترین راهکار AI متناسب با نیازها و اهداف سازمان

۳. فازهای استقرار هوش مصنوعی
- پیش از استقرار: تحلیل نیاز سازمان، تعریف مسئله، تشکیل تیم تخصصی
- استقرار: آزمایش مدل‌ها، آموزش کارکنان، یکپارچه‌سازی با فرآیندها
- پس از استقرار: پایش عملکرد، اصلاح مدل‌ها، به‌روزرسانی داده‌ها و سنجش ارزش ایجاد شده

تکنیک‌ها و ابزارهای هوش مصنوعی در مدیریت

۱. پیش‌بینی و طبقه‌بندی
- طبقه‌بندی و رگرسیون برای پیش‌بینی رفتار مشتری و روند بازار
- درخت تصمیم و یادگیری جمعی برای تحلیل ریسک و اولویت‌بندی پروژه‌ها

۲. خوشه‌بندی و کشف الگو
- خوشه‌بندی K-Means و سلسله‌مراتبی برای بخش‌بندی مشتریان و کارکنان
- الگوریتم‌های Apriori و Eclat برای کشف الگوهای رفتاری مشتریان و بهینه‌سازی عرضه

۳. یادگیری ژرف و هوش انسان‌گونه
- شبکه‌های عصبی مصنوعی و پیچشی برای تحلیل تصویر، صدا و متن
- یادگیری تقویتی برای بهینه‌سازی مسیرها، مدیریت موجودی و تصمیمات چندمرحله‌ای
- تشخیص مراحل انجام کار و ارائه راهکارهای بهینه

کاربردهای هوش مصنوعی در مدیریت

۱. استخدام و گزینش نیروی انسانی: تحلیل رزومه‌ها، پیش‌بینی شایستگی‌ها و توانمندی‌های متقاضیان با الگوریتم‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشین.

۲. ارزیابی عملکرد و توسعه کارکنان: پردازش داده‌های عملکردی، رتبه‌بندی کارکنان، شناسایی نقاط قوت و ضعف و برنامه‌ریزی مسیرهای توسعه شغلی.

۳. پیش‌بینی ریزش و نگهداشت کارکنان: شناسایی الگوهای رفتاری و عوامل مؤثر در ترک سازمان، کاهش نرخ ریزش و برنامه‌ریزی جایگزینی نیروی انسانی.

۴. بهینه‌سازی آموزش و یادگیری سازمانی: شخصی‌سازی برنامه‌های آموزشی، تحلیل تأثیر آموزش‌ها بر عملکرد کارکنان و ارتقای مهارت‌ها.

۵. تحلیل رفتار و نیازهای مشتریان: پردازش داده‌های فروش، شبکه‌های اجتماعی و تعاملات دیجیتال برای شناسایی الگوهای خرید و نیازهای مشتریان.

۶. شخصی‌سازی تبلیغات و کمپین‌های بازاریابی: ارائه پیشنهادات و تبلیغات هوشمند مبتنی بر داده‌ها، افزایش نرخ تبدیل و بهبود بازدهی کمپین‌ها.

۷. بهینه‌سازی لجستیک و زنجیره تأمین: برنامه‌ریزی مسیر حمل‌ونقل، کاهش هزینه‌ها، بهبود مدیریت موجودی و افزایش کارایی فرآیندهای عملیاتی.

۸. تحلیل ریسک و مدیریت مالی: رتبه‌بندی دارایی‌ها، پیش‌بینی سود و زیان، مدیریت پرتفوی و اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری هوشمند.

۹. مدیریت ارتباط با مشتری(CRM) : استفاده از چت‌بات‌ها، سیستم‌های پیشنهاددهنده و تحلیل تعاملات مشتریان برای افزایش رضایت و وفاداری.

۱۰. محاسبه ارزش طول عمر مشتری و بهینه‌سازی بازدهی کمپین‌ها: پیش‌بینی سوددهی مشتریان در طول زمان، اولویت‌بندی منابع و بهبود استراتژی‌های بازاریابی با داده‌های تحلیلی.

استراتژی، خط‌مشی و مدیریت ریسک هوش مصنوعی

- توازن میان تصمیمات انسانی و ماشینی
- شفافیت و قابلیت توضیح تصمیمات
- مدیریت چالش‌ها: مقاومت کارکنان، داده‌های ناقص، هزینه‌های بالای استقرار
- خط‌مشی اخلاقی و حاکمیت داده
- کاهش ریسک‌های اجتماعی و اقتصادی

چشم‌انداز مدیریت و هوش مصنوعی

- آماده‌سازی سازمان‌ها برای تحولات دیجیتال
- ایجاد محیط یادگیری و نوآوری مداوم
- آمادگی مدیران برای آینده دیجیتال، برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت تغییر
- توسعه رهبری و توانمندسازی مدیران در عصر هوش مصنوعی

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه کلاسی	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور، دسترسی به اینترنت پرسرعت، نرم‌افزارهای تخصصی هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، ابزارهای شبیه‌سازی و تحلیل داده.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

1. Todaro, D. (2024). The Use of Artificial Intelligence in the Public Sector in Shanghai: Ambition, Capacity and Reality. Germany: Springer Nature Singapore.
2. Artificial Intelligence in Government: Latin America Challenges and Expectations. (2025). Germany: Springer Nature Switzerland.
3. Akerkar, R. (2019). Artificial Intelligence for Business. Springer.
4. Teoh, T. T., & Goh, Y. J. (2023). Artificial Intelligence in Business Management. Springer.
5. Yaseen, S. G. (2025). Applied Artificial Intelligence in Business: Systems, Tools and Techniques. Springer.

۶. اوپادهیای، م. آ. (۱۴۰۳). هوش مصنوعی برای مدیران: بهره‌گیری از قدرت هوش مصنوعی برای تغییر شکل سازمان‌ها و مشاغل ترجمه: آ. خدیور، ح. سیاه‌سرانی، ر. بصرایی.تهران: انتشارات آتی‌نگر.

۷. دونیس، ک. ا. (۱۳۹۶). هوش مصنوعی در بازارهای مالی . ترجمه: م. رعیت. تهران: انتشارات فوژان.

۸. کانالز، ج. (۱۴۰۳). آینده مدیریت در دنیای هوش مصنوعی: تعریف مجدد هدف و استراتژی در انقلاب صنعتی چهارم . ترجمه: ا. ادیب. تهران: نشر کتاب پارسه.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: کارآفرینی سازمانی			
عنوان درس به انگلیسی:	Organizational or Corporate Entrepreneurship		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت رفتار سازمانی		پایه ■ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی □ عملی □
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری □ نظری-عملی □
			پروژه/ رساله / پایان‌نامه □
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری □

ب) هدف کلی:

هدف این درس، ارتقای فهم نظری و توان تحلیلی دانشجویان در حوزه کارآفرینی سازمانی و شرکتی است تا نقش آن را به‌عنوان راهبردی محوری در خلق نوآوری و ارزش سازمانی بازشناسی کنند. درس می‌کوشد با تحلیل چابکی، انعطاف‌پذیری و ظرفیت‌های نوآورانه سازمان‌ها، درک عمیقی از پویایی‌های محیطی و چالش‌های نوظهور فراهم آورد. دانشجویان می‌آموزند چگونه با تقویت فرهنگ کارآفرینانه، رهبری تحول‌گرا و مدیریت خلاقانه ریسک، توانمندی‌های درونی سازمان را به فعلیت برسانند. درس بر ارتباط میان کارآفرینی سازمانی، هم‌آفرینی ارزش عمومی و توسعه زیست‌بوم‌های کارآفرینانه تأکید داشته و نقش بازیگران دولتی، خصوصی و مدنی را در خلق ارزش مشترک تحلیل می‌کند. با بهره‌گیری از مطالعات موردی و چارچوب‌های میان‌بخشی، فراگیران قادر به تحلیل و طراحی سیاست‌ها و راهبردهای کارآفرینانه در سطوح فردی، سازمانی و کلان خواهند بود. در نهایت، انتظار می‌رود دانشجویان با تلفیق دانش نظری و مهارت‌های تحلیلی، در نهادینه‌سازی رفتارهای کارآفرینانه، ارتقای تاب‌آوری و هدایت سازمان‌های نوآور و یادگیرنده نقش‌آفرینی اثرگذار داشته باشند.

اهداف ویژه:

- ✓ شناخت مبانی نظری و سیر تحول تاریخی کارآفرینی سازمانی و شرکتی.
- ✓ درک چارچوب‌ها، ابعاد و سطوح کارآفرینی سازمانی در حوزه‌های فردی، گروهی، سازمانی و کلان.
- ✓ تحلیل نقش فرهنگ، ساختار و رهبری سازمانی در تسهیل یا بازدارندگی رفتارهای کارآفرینانه.
- ✓ آشنایی با مؤلفه‌های گرایش کارآفرینانه شامل نوآوری، ریسک‌پذیری، و پیشگامی در تصمیم‌گیری و اقدام.
- ✓ توانایی شناسایی موانع توسعه کارآفرینی سازمانی و ارائه راهکارهای مدیریتی و سیاستی برای رفع آن‌ها.
- ✓ درک ارتباط میان کارآفرینی سازمانی و مدیریت نوآوری، ریسک و رفتار پیشگامانه در سازمان‌ها.
- ✓ تحلیل نقش فناوری‌های دیجیتال در شکل‌گیری کارآفرینی سازمانی دیجیتال و مدل‌های جدید کسب‌وکار.
- ✓ آشنایی با مفهوم هم‌آفرینی ارزش عمومی و همکاری میان‌بخشی در چارچوب حکمرانی نوین و شبکه‌ای.
- ✓ درک جایگاه زیست‌بوم‌های کارآفرینانه و تعامل میان نهادهای دولتی، خصوصی و مدنی در خلق ارزش پایدار.
- ✓ تقویت مهارت‌های تحلیلی و سیاست‌گذاری کارآفرینانه برای طراحی و اجرای راهبردهای تحول‌آفرین در سازمان‌های مختلف.

پ) سرفصل‌ها:

بخش اول: کلیات کارآفرینی سازمانی و شرکتی

- سیر تکامل تاریخی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی: بررسی تحول مفهومی کارآفرینی از شکل فردی و سنتی به چارچوب سازمانی و شرکتی، و نقش آن در توسعه اقتصادی و سازمانی.
- مفاهیم بنیادین، تعاریف و نوع‌شناسی کارآفرینی سازمانی:تحلیل مفاهیم کلیدی، طبقه‌بندی انواع کارآفرینی سازمانی و تفاوت‌های آن با کارآفرینی مستقل و فردی.

بخش دوم: چارچوب‌ها و بسترهای مفهومی کارآفرینی سازمانی

- تحلیل چارچوب‌ها و ابعاد کارآفرینی سازمانی: شناسایی عناصر کلیدی شامل نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و توانمندسازی منابع انسانی.
- بررسی سطوح کارآفرینی سازمانی: تحلیل کارآفرینی در سطوح فردی، گروهی، سازمانی و کلان، و اثرگذاری آن بر تصمیم‌گیری‌ها و عملکرد سازمان.
- موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی سازمانی: بررسی عوامل بازدارنده سازمانی، فرهنگی و ساختاری و ارائه راهبردها و سیاست‌های مدیریتی برای تقویت رفتارهای کارآفرینانه.

بخش سوم: تحلیل عناصر و گرایش‌های کارآفرینانه

- گرایش کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی: بررسی ویژگی‌های فردی و سازمانی که گرایش به کارآفرینی را تقویت می‌کند و نقش آن در شکل‌دهی فرهنگ سازمانی نوآور.
- مدیریت نوآوری سازمانی: تبیین فرآیندها و ساختارهای سازمانی که نوآوری را تسهیل می‌کنند و ابزارهای عملیاتی برای پیاده‌سازی نوآوری.
- مدیریت ریسک کارآفرینانه: تحلیل نحوه شناسایی، ارزیابی و مدیریت ریسک‌های مرتبط با تصمیم‌گیری‌های نوآورانه و کارآفرینانه.
- رفتارهای پیشگامانه در سازمان‌های کارآفرین: بررسی اقدامات ابتکاری و پیشرو در سازمان و تأثیر آن‌ها بر رشد و موفقیت سازمان.

بخش چهارم: معماری سازمان کارآفرین

- معماری سازمانی کارآفرینانه: طراحی ساختار، فرآیندها و سیستم‌های سازمانی متناسب با فرهنگ و اهداف کارآفرینانه.
- رهبری کارآفرینانه سازمانی: بررسی سبک‌ها و رویکردهای رهبری که نوآوری و انگیزش کارکنان را تقویت می‌کند.
- ساختار و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه: تحلیل اجزای سازمانی و فرهنگی که تسهیل‌کننده رفتارهای کارآفرینانه هستند.
- کارآفرینی استراتژیک و استراتژی‌های نوآورانه: تدوین استراتژی‌های سازمانی که بر نوآوری، فرصت‌یابی و ایجاد مزیت رقابتی متمرکز است.

بخش پنجم: هم‌آفرینی و زیست‌بوم‌های کارآفرینانه

- زیست‌بوم کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی: بررسی تعامل میان سازمان‌ها، نهادها و محیط بیرونی برای تقویت نوآوری و خلق ارزش.
- هم‌آفرینی ارزش عمومی در سازمان‌های دولتی و عمومی کارآفرین: تحلیل نقش سازمان‌های دولتی و عمومی در خلق ارزش مشترک و بهبود خدمات عمومی.
- شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه سازمانی: ابزارها و روش‌های شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌های نوظهور در محیط سازمانی.

کارآفرینی سازمانی دیجیتال و مدل‌های نوین کسب‌وکار: بررسی تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر ایجاد نوآوری، تحول سازمانی و توسعه مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش یاددهی–یادگیری فرایندی تعاملی است که هدف آن ارتقای فهم، مهارت و نگرش دانشجویان از طریق مشارکت فعال با محتوا و مدرس می‌باشد. در این رویکرد، دانشجو با تحلیل مسائل، بحث و نقد مفاهیم و تجربه عملی، توانایی کاربرد دانش در محیط واقعی را کسب می‌کند. استفاده از روش‌های ترکیبی مانند تدریس فعال، کار گروهی و مطالعات موردی، تعامل مستمر میان مدرس، دانشجو و محتوا را تقویت کرده و یادگیری عمیق و پایدار را تضمین می‌کند.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص،ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منبع علمی پیشنهادی:

۱. مقیمی ، سید محمد (۱۴۰۴) ، کارآفرینی سازمانی: رویکرد هم‌آفرینی بین‌بخشی (دولتی، خصوصی و مدنی)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

2. Burns Paul (2020). Corporate Entrepreneurship and Innovation, London: Macmillan Education Limited.
3. Engelen, A., Engelen, M., & Bachmann, J.-T. (2015). *Corporate Entrepreneurship: Unternehmerisches Management in etablierten Unternehmen*. Springer.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.

ویژگی‌های دروس تخصصی الزامی

الف) عنوان درس به فارسی: محیط کسب و کار در ایران			
عنوان درس به انگلیسی:	Business Environment in Iran		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت توسعه و پیشرفت اسلامی ایرانی		پایه☐ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی ■ عملی ☐
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐
			پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب: هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم محیط کسب و کار و روش‌های تحلیل آن.

اهداف ویژه:

- شناخت محیط ویژه کسب و کار در ایران و قابلیت تحلیل جایگاه کشور.
- آشنایی دانشجویان با عناصر اقتصادی و حل مسائل اقتصادی کسب و کارها.

پ) سرفصل‌ها:

- مبانی شناخت محیط کسب و کار
- آشنایی با دسته‌بندی‌های متعارف در اقتصاد
- کلیات اقتصاد ایران
- جایگاه اقتصاد ایران در جهان و منطقه
- پارادایم‌های فکری و الگوهای حاکم در اقتصاد ایران
- سیاست‌های تجاری، ارزی و توزیعی
- حکمرانی در اقتصاد ایران
- روند تولید ملی و رشد اقتصادی
- منابع و مصارف تولید ملی در اقتصاد ایران
- وضعیت فضای کسب و کار در ایران
- علل و عوامل توسعه نیافتگی
- الگوی اسلامی و ایرانی پیشرفت
- تحولات داخلی و توسعه
- آشنایی با مهمترین قوانین موضوعه در محیط کسب و کار ایران
- نگاهی به اساسی ترین مسائل اقتصادی در ایران

ت) روش یاددهی–یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ، مشارکتی، نقد و تحلیل، حل مسئله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مرادی، محمدعلی (۱۳۹۸). محیط کسب وکار، تهران، مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

۲. موسایی، میثم (۱۳۹۰). اقتصاد برای علوم اجتماعی. تهران، انتشارات جامعه شناسان. تهران.

۳. قنبری، علی و صادقی، حسین (۱۳۸۶). تحولات اقتصادی ایران (۱) و (۲)، تهران، انتشارات سمت. تهران

منابع کمکی

۴. نیلی، مسعود (۱۳۸۳). اقتصاد ایران و معمای توسعه نیافتگی، انتشارات دانشگاه شریف، تهران.

i. Brinkman, J., Navarro, I., and Harper, D. unlocking the business environment. Routledge
ii. White, S. (2018). Creating better business environments for micro and small enterprises. Technical Report, Donor Committee for Enterprise Development. Cambridge, 55.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس: امکان برگزاری درس به صورت ترکیبی (حضوری و مجازی) وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: اصول حسابداری (۱)			
عنوان درس به انگلیسی:	Principles of Accounting (1)		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	-		پایه ☐ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی ■ عملی ☐
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐
			پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم حسابداری و نقش حسابداری در تهیه اطلاعات مفید در سازمان‌های اقتصادی

اهداف ویژه:

- آشنایی با اصول، مفاهیم و مفروضات حسابداری
- آشنایی با معادله حسابداری، انواع حساب‌ها، نحوه تجزیه و تحلیل و ثبت رویدادهای مالی
- آشنایی مقدماتی با نحوه تهیه صورت‌های مالی
- آشنایی با حسابداری موجوی کالا و مطالبات

پ) سرفصل‌ها:

- اصول، مفاهیم و مفروضات حسابداری
- انواع حسابها، تجزیه و تحلیل رویدادهای مالی و تأثیر آنها بر اجزای معادله حسابداری
- ثبت رویدادهای مالی در دفاتر روزنامه و کل
- شناسایی درآمد و هزینه و اندازه‌گیری سود واحد تجاری
- تعدیل حساب‌ها، تکمیل چرخه حسابداری و تهیه صورت‌های مالی شامل صورت سود و زیان، صورت حساب سرمایه و صورت وضعیت مالی
- سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری
- حسابداری موجودی کالا
- مقدمه‌ای بر حسابداری مطالبات و تعیین ذخیره مطالبات مشکوک الوصول
- مقدمه‌ای عملی بر بکارگیری نرم افزار حسابداری جهت ثبت رویدادهای مالی و تهیه گزارشات مالی

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس مطالب بخش‌های مربوطه توسط استاد و عمق‌بخشی به فرایند تدریس از طریق حل مسائلی برای حالت‌های مختلف و ارائهٔ تکالیف مسئله‌محور، آموزش پروژه محور و آموزش مشارکتی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

کلاسی (تمرین) ۲۰ درصد

آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر دارای نرم‌افزار حسابداری، ویدئو پروژکتور. امکانات اولیه کلاس آموزشی و نمایش فایل/ در صورت غیرحضوری بودن سامانه LMS

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. چارلز هورن گرن، والتر هریسون و مایک رابینسون (۱۴۰۱)، اصول حسابداری (۱). ترجمه ایرج نوروش و غلامرضا کرمی. انتشارات صفار

۲. مصطفی علیمدد و نظام الدین ملک آرایی .(۱۴۰۲) مبانی و روش‌های عمومی حسابداری (نشریه ۱۰۱)، سازمان حسابرسی.

3. Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Jill E. Mitchell (2024). Accounting Principles. Wiley; 15th edition
4. Wild, J., and Shaw, K. (2019). Fundamental accounting principles. McGraw-Hill.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

باید امکانات، متناسب با نوع معلولیت دانشجو و افراد با نیازهای ویژه، در محیط آموزشی در نظر گرفته شود.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

این درس می‌تواند به شکل تمام الکترونیکی یا ترکیبی ارائه شود.

الف) عنوان درس به فارسی: اصول حسابداری (۲)			
عنوان درس به انگلیسی:	Principles of Accounting (2)	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اصول حسابداری (۱)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:		تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با اصول حسابداری و گزارشگری مالی در شرکت‌های تضامنی و سهامی.

اهداف ویژه:

- آشنایی با مسائل اخلاقی و کنترل‌های داخلی و به‌طور ویژه کنترل‌های مربوط به حساب وجوه نقد
- آشنایی با نحوه حسابداری حقوق و دستمزد
- آشنایی با حسابداری و گزارشگری مالی در شرکت‌های تضامنی
- آشنایی با حسابداری و گزارشگری مالی در شرکت‌های سهامی
- آشنایی با حسابداری بدهی‌ها

پ) سرفصل‌ها:

- کنترل‌های داخلی، آیین رفتار حرفه‌ای و اصول اخلاقی
- وجوه نقد و کنترل‌های مربوط به صندوق، تنخواه‌گردان و بانک
- حسابداری حقوق و دستمزد
- حسابداری شرکت‌های تضامنی: تشکیل، تقسیم سود و تصفیه
- حسابداری شرکت‌های سهامی: معرفی شرکت‌های سهامی و انواع سهام، حسابداری انتشار سهام و سود سهام
- حسابداری شرکت‌های سهامی: سود انباشته، سهام خزانه و تهیه صورت‌های مالی شرکت‌های سهامی
- حسابداری بدهی‌های جاری و بلندمدت
- به‌کارگیری نرم افزار برای حسابداری سرفصل‌های ذکر شده

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس مطالب بخش‌های مربوطه توسط استاد و عمق‌بخشی به فرایند تدریس با استفاده از روش‌های آموزش مباحثه‌ای، آموزش پروژه محور، آموزش مشارکتی، آموزش مبتنی بر تفکر، تکرار و تمرین و آموزش عملی با استفاده از نرم افزار حسابداری

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد

آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر دارای نرم‌افزار حسابداری، ویدئو پروژکتور. امکانات اولیه کلاس آموزشی و نمایش فایل/ در صورت غیرحضوری بودن سامانه LMS

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱- چارلز هورن گرن، والتر هریسون و مایک رابینسون (۱۴۰۳)، اصول حسابداری (۲). ترجمه ایرج نوروش و غلامرضا کرمی. انتشارات صفار

۲- ایرج نوروش و فیض‌الله شیرزادی .(۱۴۰۱) اصول حسابداری (۲)، انتشارات صفار.

۳- کمیته تدوین استانداردهای حسابداری. (۱۴۰۲)، استانداردهای حسابداری نشریه ۱۶۰، تهران: سازمان حسابرسی.

4- Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Jill E. Mitchell (2024). Accounting Principles. Wiley; 15th edition.

5- Wild, J., Shaw, K. (2019). Fundamental accounting principles. McGraw-Hill.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

باید امکانات، متناسب با نوع معلولیت دانشجو و افراد با نیازهای ویژه، در محیط آموزشی در نظر گرفته شود.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

این درس می‌تواند به شکل تمام الکترونیکی یا ترکیبی ارائه شود.

الف) عنوان درس به فارسی: اصول بانکداری			
عنوان درس به انگلیسی:	Principles of Banking	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اقتصاد کلان	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مبانی و اصول فعالیت بانک و نقش بانک مرکزی

اهداف ویژه:

- ✓ درک مبانی و تکامل نظام بانکداری در ایران و جهان
- ✓ شناخت ساختار، کارکردها و وظایف بانک‌ها و بانک مرکزی
- ✓ توانمندی در مدیریت دارایی‌ها، بدهی‌ها، سرمایه و نقدینگی بانک‌ها
- ✓ مهارت در مدیریت ریسک، اعتبارات، ابزارهای مالی و بانکداری بین‌الملل
- ✓ کاربری نوین بانکداری دیجیتال و ابزارهای سیاست پولی در نظام بانکداری اسلامی

پ) سرفصل‌ها:

- تاریخچه و تکامل بانکداری در جهان و ایران
- مبانی بانک و بانکداری(تعریف بانک، شکل قانونی بانک، مقایسه بانک با سایر شرکت‌های تجاری، نقش بانک‌ها در تغییرات حجم پول (قدرت پول‌آفرینی بانک‌ها)، انواع بانک‌ها به اعتبار نوع فعالیت آنها، طبقه بندی بانک‌ها در ایران، نقش بانک‌ها در اقتصاد، اشخاص و سازمان‌های ذینفع، اصول چهارگانه در بانکداری، اهداف نظارت بر بانک‌ها، ساختار نظارت بر بانک‌ها، نهاد نظارتی، اصول محوری برای نظارت مؤثر بانکی، شرح مختصری در باره قوانین بانکداری و مقررات نظارت بانکی در ایران
- آشنایی با نقش، ماهیت، کارکردها و وظایف بانک مرکزی
- ابزارهای سیاست پولی در نظام بانکداری بدون ربا
- مدیریت بانک‌ها (اصول مدیریت بانک، نقدینگی دارائی‌های بانکی، مدیریت داریی‌های بانکی، مدیریت بدهی‌های بانکی، سرمایه مدیریت کفایت سرمایه، نسبت کفایت سرمایه، توانایی در باز پرداخت بدهی، چگونگی افزایش صنایع مالی بانک‌های تجاری ذخایر پنهان، اوراق سهام قابل عرضه در بازار، اوراق بهادار بدهی قابل عرضه در بازار، مستغلات، بدهی، بدهی‌های احتمالی – اقلام خارج از ترازنامه، تضمین وام‌های پرداختی سایر بانک‌ها، تنزیل و تنزیل مجدد بروات تجاری، تأمین اعتبارات، اعتبارات اسنادی، ضمانتنامه‌های کشتی بخار یا خطوط هوایی، سایر ضمانتنامه‌ها، قرارداد سلف نرخ بهره، تعهدات سلف
- روابط بین بانکی (بازار بین بانکی، سازمان کلرینگ (اطاق پایاپای اسناد بانک)، روش کار سازمان کلرینگ (اطاق پایاپای اسناد بانکی)، روابط نمایندگی بین بانک‌ها، روش تسویه)
- تجهیز منابع (انواع سپرده‌های بانک)
- مبانی نظام اعتباری بانک
- خدمات بانکی
- مدیریت ریسک (تعریف ریسک و انواع آن، مدیریت ریسک، ریسک‌های مرسوم در بانکداری اسلامی)

ابزارهای جدید مالی و اقلام زیر خط ترازنامه

- عملیات بانکداری بین المللی
- بانکداری دیجیتال

ت) روش یاددهی–یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ، مشارکتی، حل مسئله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- بهمنی، محمود و غفاری مهدی. ۱۴۰۳. اصول بانکداری.موسسه عالی آموزش بانکداری ایران.
- صفاکیش، محمدی.۱۴۰۳. بانکداری و مدیریت بانک. چاپ و نشر بازرگانی.
- نظامی‌وند چگینی، هوشنگ.۱۴۰۳. استراتژی بانکداری دیجیتال. چاپ و نشر بازرگانی.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

این درس می‌تواند به شکل تمام الکترونیکی یا ترکیبی ارائه شود

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت منابع انسانی			
عنوان درس به انگلیسی:	Human Resource Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت رفتار سازمانی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	٤٨	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی با نحوه تفکر سیستماتیک و استراتژیک در مورد جنبه‌های مدیریت دارایی‌های انسانی سازمان، و
- آشنایی با روش‌هایی که در عمل برای اجرای این خط‌مشی‌ها و دستیابی به مزیت رقابتی از طریق مدیریت منابع انسانی و سرمایه انسانی: شامل سیستم‌های پاداش، مدیریت عملکرد، سیستم‌های منابع انسانی با عملکرد بالا، آموزش و توسعه، استخدام، حفظ، قوانین فرصت‌های شغلی برابر، تنوع نیروی کار و مدیریت اتحادیه کارگری، ...

اهداف ویژه:

- آشنایی دانشجویان با دیدگاه اسلام در مورد جایگاه منابع انسانی و رویکردهای اسلامی به مدیریت منابع انسانی.
- آشنا کردن دانشجویان با مفاهیم اساسی مبانی نظری و روش‌های مدیریت منابع انسانی.
- بررسی مسائل و مشکلات جاری کشور در حوزه مدیریت انسانی و بررسی مطالعات موردی برای حل این مسائل.
- آشنایی با کاربرد فناوری‌های نوظهور و تحول آفرین در مدیریت منابع انسانی.

پ) سرفصل‌ها:

- بررسی اهمیت مدیریت منابع انسانی از دیدگاه اسلام، تبیین رویکرد پیامبران، امامان و دانشمندان اسلامی در مدیریت منابع انسانی.
- تعریف مدیریت منابع انسانی، سیر تحول مدیریت منابع انسانی و نقش مدیریت منابع انسانی در زنجیرهٔ ارزش سازمان.
- برنامه‌ریزی منابع انسانی، برنامه ریزی راهبردی منابع انسانی، روش‌ها و مدل‌ها.
- تجزیه و تحلیل شغل، طراحی شغل و مدل‌های شایستگی.
- جذب و بکارگیری منابع انسانی همراه با تشریح مواد مرتبط در قانون مدیریت خدمات کشوری.
- اجتماعی‌سازی در سازمان و جامعه‌پذیری.
- آموزش و توسعهٔ منابع انسانی.
- مدیریت عملکرد نیروی انسانی و طراحی و بکارگیری سیستم ارزشیابی عملکرد کارکنان.
- کارراهه شغلی و جانشین پروری و مدیریت استعداد.
- مدیریت جبران خدمات (حقوق و دستمزد و پاداش) حقوق و دستمزد در اسلام، چگونگی پرداخت حقوق و دستمزد با تأکید بر دیدگاه اسلام.
- حسابداری منابع انسانی و منابع انسانی سبز و پایدار.
- کاربرد فناوری‌های نوظهور و تحول آفرین در منابع انسانی.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

مدرس بعد از نهایی کردن محتوای درسی در هر ترم و قبل از تعیین وسیله، باید خط مشی و روش مناسبی برای تدریس خود انتخاب نماید. در این درس مثلث یادگیری با سه ضلع مدرس، دانشجو و محتوا مورد نظر است که هر یک از این عوامل با یکدیگر رابطه دوسویه و تعاملی دارند و برای یادگیری هرچه بیشتر حفظ و تقویت این تعامل ضروری به نظر می رسد. روش مدرس بر مشارکت مستمر کلاسی، تمرین و تکالیف کلاسی، کارگروهی، بحث کلاسی، بررسی مطالعات موردی و سایر روش ها بر حسب صلاحدید مدرس متناسب با اهداف یادگیری درس قابل استفاده است.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. قلی پور، آرین (۱۴۰۳)، مدیریت منابع انسانی (مفاهیم تئوری ها و کاربردها)، تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

۲. سعادت، اسفندیار (۱۳۹۵)، مدیریت منابع انسانی، تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

۳. سید جوادین، سید رضا (۱۳۹۱)، مبانی مدیریت منابع انسانی . تهران: انتشارات دانشکدهٔ مدیریت دانشگاه تهران.

۴. مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید(۱۳۹۴)، پژوهشنامه مدیریت (جلد پنجم): مدیریت منابع انسانی، تهران: انتشارات مهربان.

5. Armstrong, M., & Taylor, S. (2023). Armstrong’s Handbook of Human Resource Management Practice: A Guide to the Theory and Practice of People Management. Kogan Page Publishers.
6. Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2020). Fundamentals of human resource management. McGraw-Hill.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

در صورت به وجود آمدن شرایط ویژه که نیاز به برگزاری آموزش الکترونیکی باشد می‌توان از سامانهٔ یادگیری الکترونیکی دانشگاه استفاده کرد.

الف) عنوان درس به فارسی: پژوهش عملیاتی (۱)			
عنوان درس به انگلیسی:	Operational Research (1)	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت (۲)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب: هدف کلی:

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

اهداف ویژه:

- ✓ درک مفاهیم و روش‌های پژوهش در عملیات و مدل‌سازی مسائل مدیریتی
- ✓ توانمندی در مدل‌سازی و حل مسائل واقعی به کمک برنامه‌ریزی خطی و مسایل ثانویه
- ✓ مهارت در تحلیل حساسیت، تفسیر اقتصادی نتایج و بهینه‌سازی تصمیمات مدیریتی

پ) سرفصل‌ها:

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

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ، مشارکتی، حل مسئله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. محمدرضا، مهرگان، بهروز، دری، محمود، صارمی. تحقیق در عملیات (جلد اول)، انتشارات سمت (چاپ نهم)، تهران.

۲. محمدرضا، مهرگان. پژوهش عملیاتی، نشر سالکان، تهران

۳. عادل،آذر، تحقیق در عملیات، انتشارات سمت، تهران.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت ترکیبی (حضوری و مجازی) وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: پژوهش عملیاتی (۲)			
عنوان درس به انگلیسی:	Operational Research (2)	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	پژوهش عملیاتی (۱)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

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

اهداف ویژه:

- ✓ درک مفاهیم و روش‌های برنامه‌ریزی خطی و سیمپلکس برای حل مسائل مدیریتی
- ✓ توانمندی در مدل‌سازی و حل مسائل حمل و نقل، تخصیص و برنامه‌ریزی عدد صحیح
- ✓ مهارت در تحلیل حساسیت، برنامه‌ریزی پارامتری و تفسیر اقتصادی نتایج تصمیم‌گیری

پ) سرفصل‌ها:

- مروری اجمالی بر مفاهیم اساسی برنامه ریزی خطی و روش‌های آن
- روابط بین جداول سیمپلکس
- تحلیل حساسیت، مفاهیم و روش‌ها (در قالب روش ترسیمی و جبری، سیمپلکس) برای پارامترهای سه‌گانه cj,bi,aij
- برنامه‌ریزی پارامتری برای اعداد سمت راست و ضرایب تابع هدف
- مدل‌سازی حمل و نقل در اشکال ساده و مرکب
- حل مسائل حمل و نقل (بدست آوردن جواب موجه ابتدایی و بهبود جواب)
- مدل تخصیص، مدل‌سازی و روش‌های حل مساله
- برنامه‌ریزی عدد صحیح، آشنایی با مدل صفر-یک، روش‌های حل مساله (صفحه برش و شاخه و کران)
- آشنایی مقدماتی با مبانی ریاضی سیمپلکس، روابط ریاضی جدول سیمپلکس

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ، مشارکتی، حل مسئله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی،کارگاه رایانه.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. محمدرضا، مهرگان. پژوهش عملیاتی، نشر سالکان، تهران
۲. حمدی طه، آشنایی با تحقیق در عملیات، ترجمه طلوع و علیرضایی، انتشارات نشر دانشگاهی
۳. عادل،آذر، تحقیق در عملیات، انتشارات سمت، تهران.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت ترکیبی (حضوری و مجازی) وجود دارد

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت مالی (۱)			
عنوان درس به انگلیسی:	Financial Management (1)	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اصول حسابداری (۲)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۴۸	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم و اصول بنیادی به منظور مدیریت مالی در سطح شرکت‌ها

اهداف ویژه:

- آشنایی با اهداف و گسترهٔ مدیریت مالی در شرکت؛ تحلیل وضعیت عمومی شرکت از ابعاد، نقدینگی، کارایی، بدهی و سودآوری
- آشنایی با ارزش زمانی پول و آشنایی با نحوه تعیین ارزش شرکت

پ) سرفصل‌ها:

- مقدمه: اهداف و گسترهٔ مدیریت مالی
- صورت‌های مالی، مالیات و جریان‌های نقدی
- تجزیه‌وتحلیل صورت‌های مالی
- نقطه سربسر و تحلیل حساسیت
- تجزیه‌وتحلیل سود و اهرم‌ها
- مقدمه‌ای بر ارزشیابی: ارزش زمانی پول
- ارزشیابی جریانات نقدی تنزیل شده
- نرخ بهره و ارزشیابی اوراق‌قرضه
- بازار سهام و ارزشیابی سهام
- ارزیابی مالی و اقتصادی پروژه‌ها و طرح‌های سرمایه‌گذاری(NAV,ARR,IRR، دوره بازگشت سرمایه،...)

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ، مشارکتی، حل مسئله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، نرم‌افزارهای کاربردی تعیین تحلیل صورت‌های مالی، ارزش زمانی پول و ارزش شرکت.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. استفان راس، رندلف وسترفیلد، بردفورد جردن، (۱۴۰۱). مدیریت مالی نوین ۲، ترجمه: علی جهانخانی، مجتبی شوری، انتشارات سمت.

۲. آسوات دمودران، (۱۴۰۱). مالی شرکتی پیشرفته رویکردی کاربردی، ترجمه: احمد بدری و همکاران، انتشارت نص.

3. Brealey, R. A., Myers, S. C., and Allen, F. (2020). Principles of Corporate Finance (13th ed.). McGraw-Hill Education.
4. Ross, S. A., Westerfield, R. W., and Jordan, B. D. (2019). Essentials of corporate finance. McGraw-Hill.
5. Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jaffe, J., and Jordan, B. D. (2018). Corporate Finance (12th Ed.). McGraw-Hill Education.

۶. محمدمهدی اسکونژاد. اقتصاد مهندسی ارزیابی اقتصادی پروژه های صنعتی. انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت ترکیبی (حضوری و مجازی) وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت مالی (۲)			
عنوان درس به انگلیسی:	Financial Management(2)	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت مالی (۱)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۴۸	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی با اصول و مفاهیم تحلیلی مدیریت مالی در سطح شرکت‌ها

اهداف ویژه:

- آشنایی با معیارهای سودآوری طرح‌های سرمایه‌گذاری، محاسبات سودآوری، هزینه و ساختار سرمایه و مفاهیم سود تقسیمی

پ) سرفصل‌ها:

- ارزش فعلی خالص و سایر معیارهای بودجه‌بندی سرمایه‌ای
- اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری بلندمدت (سرمایه‌ای)
- درس‌آموخته‌هایی از تاریخچه بازار سرمایه
- ریسک و بازده
- هزینه سرمایه
- اهرم و ساختار سرمایه
- تأمین مالی بلندمدت
- سود تقسیمی و خط‌مشی‌های سود تقسیمی
- مفروضات و مبانی نظام مالی اسلامی
- ابزارهای مالی اسلامی شامل: اوراق قرضه الحسنه، اوراق وقف، اوراق مرابحه، اوراق سلف، اوراق اجاره، اوراق جعاله، اوراق استصناع، اوراق مشارکت، اوراق مضاربه، اوراق مزارعه و مساقات و اوراق بانکی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ، مشارکتی، حل مسئله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. استفان راس ، رندلف وسترفیلد ، بردفورد جردن، (۱۴۰۴)، مدیریت مالی نوین (جلد دوم)، ترجمه علی جهانخانی و مجتبی شوری. انتشارات سمت.

۲. ریموند پی نوو ،(۱۴۰۴)، مدیریت مالی(جلد دوم)، ترجمه علی جهانخانی و علی پارساییان. انتشارات سمت

۳. رضا تهرانی، (۱۴۰۲). مدیریت مالی. نگاه دانش.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت ترکیبی (حضوری و مجازی) وجود دارد

الف) عنوان درس به فارسی: بازار پول و سرمایه			
عنوان درس به انگلیسی:	Money and Capital Market	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت مالی (۲)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با بازارهای پول و سرمایه و نقش آن‌ها در سیستم اقتصادی کشور

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان آشنایی با بورس‌ها، بازارهای خارج از بورس، بازار کالا و بازار ارز

پ) سرفصل‌ها:

مقدمه: مروری بر بازارهای پول و سرمایه

۱. عوامل تعیین کننده نرخ بهره
۲. نرخ بهره و ارزشیابی اوراق بهادار
۳. سیستم فدرال رزرو، سیاست‌های پولی و نرخ بهره
۴. بازار پول
۵. بازار اوراق قرضه
۶. بازار وامهای رهنی
۷. بازار سهام
۸. بازار ارز خارجی
۹. بازار اوراق مشتقه
۱۰. بازارهای مالی بین‌المللی
۱۱. بازار رمز ارزها و ارزهای دیجیتال
۱۲. مباحث فقهی بازار پول و سرمایه

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مهرداد بنداری، محمد قجر، منوچهر حاضر.(۱۴۰۳). بازار پول و سرمایه، تهران، انتشارات هوشمند تدبیر.
۲. چارلز جونز، (۱۴۰۱). مدیریت سرمایه گذاری، مترجم: رضا تهرانی و عسگر نوربخش، انتشارات نگاه دانش.
۳. رضا راعی، احمد پویان فر، (۱۴۰۱). مدیریت سرمایه گذاری پیشرفته، انتشارات سمت.
۴. زوی بادی، الکس کین، (۱۴۰۰). مدیریت سرمایه‌گذاری (جلد اول)، مترجم: سید مجید شریعتپناهی، روح اله فرهادی، محمد
۵. ایمنی فر، انتشارات بورس.
۶. سعید فتحی، علیرضا عجم محمدی و ابراهیم صدرالدین، (۱۴۰۱). مبانی مدیریت سرمایه گذاری، انتشارات سمت.
۷. سیدعباس موسویان، حسن بهاری قراملکی.(۱۳۹۱). مباحث فقهی بازار پول و سرمایه، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۸. علیرضا کریمیان. (۱۴۰۰).بازار رمز ارزها و ارزهای دیجیتال. آراد کتاب.
۹. محمدرضا تقوا و زهرا جلاییان زعفرانی.(۱۴۰۲). رمز ارز: مفاهیم و کاربردها. دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۰. محمود بهمنی و مهدی غفاری.(۱۴۰۳). اصول بانکداری. موسسه عالی آموزش بانکداری ایران.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: اصول بیمه			
عنوان درس به انگلیسی:	Priciples of Insurance	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	بازار پول و سرمایه	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با نقش و جایگاه بیمه و مبانی فعالیت بیمه

اهداف ویژه:

- ✓ درک نقش، جایگاه و ساختار بازار بیمه و عملکرد بیمه‌گران در نظام مالی و اقتصادی
- ✓ توانمندی در مدیریت ریسک، فرآیند بیمه‌گری و خسارت و شناخت حقوق و تعهدات بیمه‌گذار
- ✓ مهارت در کاربرد فناوری‌های نوین بیمه‌ای (اینشورتک) و آشنایی با کارکردهای بیمه مرکزی

پ) سرفصل‌ها:

- نقش و جایگاه بیمه در نظام مالی و اقتصادی
- تاریخچه و تکامل بیمه در ایران و جهان
- عملکرد و ساختار بازار بیمه در ایران
- انواع طبقات محصولی بیمه ای در ایران
- فرایند بیمه گری
- فرآیند خسارت
- وظایف و تعهدات بیمه گزار
- اصول اساسی بیمه عوامل فنی بیمه
- ریسک و مدیریت ریسک در بیمه
- سازمان و تشکیلات بیمه
- حقوق بیمه
- نقش و کارکردهای بیمه مرکزی
- اینشورتک و فناوری‌های نوین در بیمه

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد

آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. عبدالناصر همتی و علی دهقانی. (۱۴۰۴). مبانی نظری و عملی بیمه. پژوهشکده بیمه.

۲. جمعی از اعضای انجمن صنعت بیمه. مفاهیم و اصول بیمه. نشر سادس.

۳. هادی دستباز، سمیرا فاضل. (۱۴۰۴). بیمه و اینشورتک: نقشه راه تحول. پژوهشکده بیمه.

۴. سوزان چیستی، سابین وندرلیندن، و سان مایلی، ترجمه احسان روحی و مازیار معتمدی .کتاب اینشورتک: هندبوک فناوری بیمه برای سرمایه گذاران کارآفرینان و ایده پردازان فین تک. راه پرداخت.

۵. صبری دشتی، خسرو و همکاران (۱۳۹۳). قوانین و مقررات بیمه ای، تهران، انتشارات پژوهشکده بیمه.

۶. حنیفه زاده، لطیف. (۱۳۹۰). اصول و کلیات بیمه، تهران، انتشارات اندیشه آریا.

۷. رضا راعی و علی سعیدی.(۱۴۰۲). مبانی مهندسی مالی و مدیریت ریسک، انتشارات سمت.

۸. سجاد سیاح و علی صالح آبادی. (۱۳۹۷). مبانی مهندسی مالی و مدیریت ریسک، انتشارات بورس.

۹. رضایی دوانی، مجید و رضایی، مرتضی (۱۴۰۰). اصول بیمه اسلامی. انتشارات سمت.

10. Swisher, P. N. (2011). Principles of Insurance Law.
11. Dayal, H. (2017). The fundamentals of insurance: Theories, principles and practices. Notion Press.
12. Thoyts, R. (2010). Insurance theory and practice. Routledge.
13. Vaughan, E. J., & Vaughan, T. (2007). Fundamentals of risk and insurance. John Wiley & Sons

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: بهایابی			
عنوان درس به انگلیسی:	Costing		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	اصول حسابداری (۲)		پایه ☐ نظری ■
دروس هم‌نیاز:			تخصصی الزامی ■ عملی ☐
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐
			پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با ماهیت مخارج و سایر اطلاعات اقتصادی و موارد استفاده مدیریت از این اطلاعات

اهداف ویژه:

بسط و توسعه داخلی اطلاعات مربوط به بهای تمام شده و نحوه استفاده از آن در امر تجزیه‌وتحلیل، برنامه‌ریزی و کنترل عملیات در مؤسسات صنعتی، خدماتی و حتی بازرگانی

پ) سرفصل‌ها:

- اهمیت و نقش بهای تمام شده محصولات در مدیریت سازمان‌ها
- تبیین مفهوم مخارج سازمان، شامل بهای تمام شده، هزینه و زیان
- مفاهیم بها، اصطلاحات و طبقه‌بندی آنها
- تعریف مفاهیم اصلی بهای تمام شده، شامل مواد مستقیم، دستمزد مستقیم و سربار کارخانه
- حسابداری تولید، صورت بهای تمام شده کالای ساخته شده
- تعیین بهای تمام شده واحد محصول: (۱) سیستم تعیین بهای تمام شده سفارش و سیستم تعیین بهای تمام شده مراحل تولید
- تعیین قیمت تمام شده واحد محصول: (۲) ثبت هزینه‌های غیرمستقیم تولید، تجزیه و تحلیل و طرز بستن مابه التفاوت هزینه‌های غیرمستقیم تخصیص یافته و واقعی
- استفاده از نرم افزار رایانه‌ای برای محاسبه بهای تمام شده

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب بامحتوا و هدف:

تدریس مطالب در هر جلسه توسط استاد و استفاده از روش‌های حل مسئله جهت عمق بخشیدن به مطالب آموزشی، آموزش پروژه محور و آموزش مشارکتی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

نرم‌افزار حسابداری مربوطه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. محمد کاشانی پور و محمد کاظم‌پور، (۱۴۰۰). بهایابی، انتشارات جهاد دانشگاهی (دانشگاه شهید بهشتی).

۲. ایرج نوروش و همکاران، (۱۴۰۱). مروری جامع بر حسابداری مالی و صنعتی، انتشارات نگاه دانش.

۳. عزیز عالی‌ور، (۱۳۹۸). حسابداری صنعتی - جلد اول: مفاهیم و کاربردها در هزینه‌یابی، انتشارات سازمان حسابرسی.

4. Steven M. Bragg (2022). Cost Accounting Fundamentals. AccountingTools, Inc., Seventh Edition.
5. Steven M. Bragg (2019). Cost Accounting Fundamentals: Essential Concepts and Examples. AccountingTools, Inc., Sixth Edition.
6. William Lanen, Shannon Anderson & Michael Maher (2016). Fundamentals of Cost Accounting. McGraw Hill; 5th edition.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

باید امکانات، متناسب با نوع معلولیت دانشجو و افراد با نیازهای ویژه، در محیط آموزشی در نظر گرفته شود.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

این درس می‌تواند به شکل تمام الکترونیکی یا ترکیبی ارائه شود.

الف) عنوان درس به فارسی: حسابرسی			
عنوان درس به انگلیسی:	Auditing	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اصول حسابداری (۲)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با استانداردهای حسابرسی و نحوه برنامه ریزی حسابرسی

اهداف ویژه:

- ✓ درک استانداردها، نقش و مسئولیت‌های حرفه‌ای حسابرسان در اقتصاد و نظام مالی
- ✓ توانمندی در برنامه‌ریزی حسابرسی، طراحی روش‌ها و ارزیابی کنترل‌های داخلی
- ✓ مهارت در جمع‌آوری، تحلیل و رسیدگی به اسناد و مدارک حسابرسی و استفاده از نمونه‌گیری آماری

پ) سرفصل‌ها:

- نقش حسابرسی در اقتصاد کشور
- رفتار حرفه‌ای
- مسئولیت قانونی حسابرسان
- حرفه حسابرسی
- کنترل‌های داخلی
- حسابرسی سیستم‌های حسابگر الکترونیکی
- دلایل و مدارک حسابرسی و انواع و میزان آن
- نمونه‌گیری آماری
- کاربرگ‌های حسابرسی کنترل کیفیت در مورد کار حسابرسی
- رسیدگی به اسناد و مدارک طرح ریزی برنامه حسابرسی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) لازومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. افسانه رفیعی، الهام حمیدی. (۱۴۰۴). اصول حسابرسی جلد اول نشریه ۲۰۶. سازمان حسابرسی.

۲. ایرج نوروش، مهدی حیدری، امید زارع زادگان.(۱۳۹۸). اصول حسابرسی ۱، کتاب نو. تهران

۳. اسفندیار دشمن زیاری و علیرضا ثابتی. (۱۳۹۴). اصول حسابرسی. مهربان نشر.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت بازاریابی			
عنوان درس به انگلیسی:	Marketing Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اقتصاد خرد	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	٤٨	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم کلی مدیریت بازار و کاربرد آن در رابطه با نیازهای جامعه در جهت خودکفایی و رفع نیازهای مادی و معنوی و با توجه به شرایط موجود از نظر فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و اقتصادی در جامعه اسلامی

اهداف ویژه:

- ✓ درک مفاهیم، اصول و چارچوب‌های مدیریت و بازاریابی با رعایت ارزش‌ها و الزامات اسلامی
- ✓ توانمندی در تحلیل بازار، رفتار مصرف‌کننده و برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی
- ✓ مهارت در طراحی و اجرای استراتژی‌های بازاریابی، توسعه محصول و مدیریت کانال‌های توزیع
- ✓ توانایی مدیریت ارتباط با مشتری، فروش حرفه‌ای و بهره‌گیری از بازاریابی دیجیتال و مستقیم
- ✓ کاربرد اصول حرفه‌ای، اخلاقی و اسلامی در بازاریابی و خلق مزیت رقابتی در محیط‌های واقعی و بومی

پ) سرفصل‌ها:

- مبانی و اصول بازاریابی و مدیریت بازار با ملاحظه ارزش‌های اسلام
- برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی
- بازارشناسی و تحلیل محیط بازاریابی
- تحقیقات بازاریابی و مدیریت اطلاعات بازاریابی
- بازارهای مصرفی و رفتار خرید مصرف کننده
- بازارهای سازمانی و رفتار خرید سازمان
- تقسیم بازار و انتخاب بازار هدف و جایگاه‌یابی شرکت و محصول
- طراحی استراتژی مشتری مدار
- ارزش مشتری کالا، خدمت و برند
- توسعه محصول جدید و استراتژی‌های منحنی عمر محصول
- قیمت و قیمت‌گذاری
- کانال‌های بازاریابی و تحول ارزش مشتری
- مدیریت فروش حرفه ای
- خرده‌فروشی و عمده‌فروشی
- ارتباطات یکپارچه بازاریابی برای اطلاع رسانی ارزش مشتری
- تبلیغات و روابط عمومی
- فروش حضوری و مشوق‌های فروش

زاریابی مستقیم و آنلاین ارتباط مستقیم با مشتری

- خلق مزیت رقابتی از طریق بازاریابی
- برنامه ریزی عملیاتی بازاریابی
- سازماندهی فعالیت‌های بازاریابی
- اجرا و کنترل برنامه بازاریابی
- اصول حرفه‌ای، اخلاقی و اسلامی کسب و کار (مکاسب) و الگوهای اسلامی مدیریت بازار
- سایر موضوعات جدید (بازاریابی جهانی، بازاریابی پایدار، بازاریابی صنعتی سازمانی، بازاریابی خدمات، مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی الکترونیکی)
- مطالعات موردی و مسایل بازاریابی در بافت ایرانی–اسلامی

ت) روش یاددهی–یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. شهریار عزیزی، ابوالقاسم ابراهیمی، محمدرضا کریمی علویجه. مدیریت بازاریابی، انتشارات سمت، تهران.
۲. کاتلر فیلیپ، مدیریت بازاریابی، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آموخته، تهران.
۳. آرمسترانگ گری و کاتلر فیلیپ، اصول بازاریابی، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آموخته، تهران.
۴. احمد روستا، داور ونوس، عبدالحمید ابراهیمی. مدیریت بازاریابی. انتشارات سمت، تهران.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به مجازی نیز وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت توسعه و پیشرفت اسلامی-ایرانی			
عنوان درس به انگلیسی:	development and progress Management with an Iranian-Islamic approach		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام		پایه ☐ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی ■ عملی ☐
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐
			پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب) هدف کلی:

هدف این درس، فراهم‌آوردن مبنای نظری و چارچوب تحلیلی برای فهم و تبیین مدیریت توسعه و پیشرفت در الگوی اسلامی-ایرانی است، به‌گونه‌ای که دانشجویان توانایی تحلیل نظام‌مند، چندبعدی و انسان‌محور فرآیندهای توسعه را کسب کنند. این درس با تلفیق دانش کلاسیک و معاصر توسعه، شاخص‌های کمی و کیفی و آموزه‌های وحیانی، زمینه‌ای برای درک جامع ساحت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی توسعه فراهم می‌آورد. همچنین، با بررسی تجربه‌های تاریخی و تطبیقی مدیریت توسعه در ایران و جهان، دانشجویان قادر خواهند بود چالش‌ها، فرصت‌ها و ظرفیت‌های نهادی، فناورانه و اجتماعی را شناسایی و ارزیابی کنند. درس بر نقش محوری دین، فقه، اخلاق و فرهنگ در جهت‌دهی به سیاست‌های توسعه تأکید دارد و توانمندی دانشجویان را در طراحی، ارزیابی و بهینه‌سازی راهبردهای بومی و پایدار افزایش می‌دهد. افزون بر آن، با آشنایی با نوآوری، فناوری و نظام‌های نوآوری، دانشجویان قادر خواهند بود ارتباط میان توسعه انسانی، اقتصادی و فناورانه را تحلیل کنند. نهایتاً، این درس قصد دارد نگرش تحلیلی، آینده‌پژوهانه و انسان‌محور در مدیریت توسعه را در دانشجویان پرورش دهد تا بتوانند پیشرفت اسلامی-ایرانی را در عرصه‌های مختلف به‌صورت علمی و کاربردی هدایت کنند.

اهداف ویژه:

- تحلیل و بازشناسی تعاریف، الگوها و مفاهیم توسعه و پیشرفت در اندیشه‌های کلاسیک، معاصر و اسلامی، با تأکید بر انسان‌محوری و تعالی معنوی.
- شناسایی و نقد شاخص‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فناورانه و سنجش کارآمدی آن‌ها در بستر بومی.
- ارزیابی نقش دین، فقه اسلامی و ارزش‌های وحیانی در جهت‌دهی به سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه.
- تحلیل انتقادی چالش‌ها و فرصت‌های مدیریت توسعه در ایران و کشورهای در حال گذار، با لحاظ ظرفیت‌های نهادی و اجتماعی.
- تبیین نظریه‌ها و الگوهای مدیریت توسعه فراگیر، چندسطحی و چندبازیگری در عرصه‌های ملی و بین‌المللی.
- توانمندسازی دانشجویان در طراحی و ارزیابی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه مبتنی بر شاخص‌های علمی، اخلاقی و فرهنگی.
- بررسی پیوند میان نوآوری، فناوری، انتقال دانش و توسعه اقتصادی-اجتماعی در چارچوب مدیریت توسعه پایدار.
- تحلیل تطبیقی تجربه‌های بین‌المللی با بهره‌گیری از شاخص‌های جهانی توسعه و ارزیابی کارآمدی آن‌ها برای ایران.
- ارتقای مهارت آینده‌پژوهی، سنجش اثر سیاست‌ها و پیش‌بینی پیامدهای توسعه در حوزه‌های انسانی و فرهنگی.
- توسعه نگرش انسان‌محور، ارزش‌مدار و جامع به مدیریت توسعه، با تمرکز بر پایداری اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و تحقق پیشرفت اسلامی-ایرانی.

پ) سرفصل‌ها:

بخش اول: کلیات مدیریت توسعه و پیشرفت: چارچوب‌های مفهومی، بوم‌شناسی و چالش‌ها

فصل اول: بنیادهای مفهومی مدیریت توسعه و پیشرفت

تحول گفتمانی مفهوم توسعه - مروری تطبیقی بر تعاریف توسعه از دیدگاه اندیشمندان کلاسیک و معاصر - الگوی قرآنی پیشرفت؛ تبیین مفاهیم بنیادین توسعه در نگاه وحیانی - الگوی اسلامی-ایرانی توسعه و پیشرفت: انسان‌محوری، چندبعدی بودن و تعالی معنوی - شاخص‌های توسعه - معناشناسی و چارچوب مفهومی مدیریت توسعه - ماهیت و ابعاد علمی مدیریت توسعه - اهداف، ویژگی‌ها و عناصر مدیریت توسعه - نقش دین در تعیین مسیر و سیاست‌های توسعه - دین، مدرنیته و توسعه: بازخوانی نظریات کلاسیک و معاصر - بازاندیشی توسعه: نقش دین در پیشرفت انسانی و اجتماعی - نقش فقه اسلامی و مبانی پیشرفت مبتنی بر ارزش‌های اسلامی

فصل دوم: نظریه‌ها، الگوها و رویکردهای مدیریت توسعه و پیشرفت

رویکردهای توسعه در کشورهای جهان سوم و نقدهای ساختاری - رویکردهای معاصر مدیریت توسعه - نظریه پسادولت-توسعه و عدالت جهانی - مدیریت توسعه‌ی خوب: چارچوب هنجاری و ارزش‌محور - مدیریت توسعه فراگیر: رویکرد چندبازیگری و چندسطحی - نظریه استوا درباره توسعه: از امپریالیسم مفهومی تا خلاقیت حاشیه‌نشینان - مروری بر اندیشه‌های متفکران اسلامی توسعه و پیشرفت - الگوی مدیریت پیشرفت از دیدگاه امام خمینی (ره) - الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت مبتنی بر اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای.

فصل سوم: چالش‌ها و راهبردهای مدیریت توسعه و پیشرفت: چشم‌انداز ایران

نقش توسعه اداری در ارتقای قابلیت‌های سازمانی و تحقق اهداف توسعه - چالش‌های مدیریت توسعه: از بازسازی پس از جنگ جهانی تا چالش‌های معاصر - توسعه و بروکراسی: از بحران مدیریت توسعه تا ظرفیت‌سازی نهادی - تجربه تاریخی و تطبیقی در توسعه مدیریت - چالش‌ها و فرصت‌های مدیریت توسعه در عصر جهانی‌شدن - چالش‌های ایدئولوژیک و مفهومی در تعریف توسعه - بازاندیشی در مدیریت توسعه: نقش مردم، نهادها و تحول بروکراتیک - چالش‌های بومی‌سازی توسعه اداری - تحلیل و کاربرد مدل منشوری فرد ریگز - مدیریت توسعه و توسعه مدیریت از دیدگاه امام خمینی(ره) - الگوی پیشرفت اسلامی-ایرانی: تحلیل عملیاتی و شاخص‌محور - بازخوانی برنامه‌های توسعه ایران و اصلاح چرخه برنامه‌ریزی - چالش‌ها و راهبردهای عملیاتی‌سازی الگوی اسلامی—ایرانی پیشرفت - سلامت اداری و نظام اداری ایران در پرتو شاخص جهانی کیفیت حکمرانی

فصل چهارم: بوم‌شناسی مدیریت توسعه پایدار و نظامات فناوری و نوآوری

بوم‌شناسی مدیریت توسعه - توسعه پایدار در بستر تاریخی و جهانی - بازاندیشی توسعه پایدار: از سه‌گانه کلاسیک تا نقش محوری فرهنگ - اهداف توسعه پایدار و نقش آن‌ها در مدیریت توسعه - نوآوری، فناوری و مدیریت توسعه: از مدل‌های کلاسیک تا پارادایم شبکه‌ای - سیاست‌های علم، فناوری و نوآوری - رویکرد نظام‌های نوآوری: مفاهیم، ابعاد و گونه‌شناسی - گسترش نوآوری در جامعه: مروری بر مدل کلاسیک راجرز - شاخص جهانی نوآوری کشورها و بررسی رتبه ایران - تکوین تاریخی و فلسفی علم و فناوری: از تمایز تا همگرایی - معماری و تحلیل تطبیقی شاخص‌های توسعه فناوری اطلاعات - پیشرفت فناورانه و توسعه انسانی - ظرفیت سازگاری فناورانه و توسعه فناوری‌های نوظهور - شاخص توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و نقش آن در مدیریت توسعه - آینده‌پژوهی علم، فناوری و نوآوری

بخش دوم: ابعاد مدیریت توسعه و پیشرفت: ساحت‌های سه‌گانه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی

فصل پنجم: مدیریت توسعه اقتصادی-فناوری

درک مفهومی توسعه اقتصادی - مروری تحلیلی بر نظریه‌های توسعه اقتصادی و پیامدهای سیاست‌گذاری برای ایران - دوگانگی‌ها و وحدت در تحلیل توسعه اقتصادی: نظریه‌ها، تضادها و کاربردهای بومی - تحول اقتصاد توسعه: از مدرنیزاسیون تا وابستگی و گذار به نولیبرالیسم - مدل دانشگاه فلوریدای مرکزی برای توسعه اقتصادی منطقه‌ای - شاخص‌های اقتصادی بین‌المللی و تحلیل ترکیبی آن‌ها - تحلیل وضعیت توسعه اقتصادی و انسانی ایران - شاخص مراکز مالی جهانی و درس‌هایی برای مدیریت توسعه اقتصادی - تحقیق و توسعه، نوآوری فناورانه و نقش آن در توسعه اقتصادی - انتقال فناوری و توسعه اقتصادی پایدار در کشورهای درحال‌توسعه - اقتصاد دیجیتال و تجارت الکترونیکی - محیط کسب‌وکار و نقش آن در مدیریت توسعه - توسعه اقتصادی در اندیشه امام خمینی: از خودکفایی تا ارتقای رفاه عمومی

فصل ششم: مدیریت توسعه سیاسی-قانونی

مفهوم‌شناسی توسعه سیاسی - چارچوب‌های نظری توسعه سیاسی و کاربرد آن‌ها - تحولات نظریه‌های توسعه سیاسی: از مدرنیزاسیون تا نقد رادیکال - چارچوب تحلیلی توسعه سیاسی و نظام‌های سیاسی - مشارکت مدنی و سیاسی: بازنگری و گونه‌شناسی نوین - توسعه سیاسی و فرهنگ سیاسی - شاخص‌های بین‌المللی توسعه سیاسی و ابزارهای ارزیابی - بررسی تطبیقی توسعه سیاسی کشورها: شاخص‌ها، نمونه‌ها و عوامل مؤثر - استراتژی‌های توسعه سیاسی در اندیشه امام خمینی (ره)

فصل هفتم: مدیریت توسعه اجتماعی-فرهنگی

مفهوم‌شناسی توسعه اجتماعی-فرهنگی - نظریه‌های توسعه اجتماعی-فرهنگی و کاربرد آن‌ها در مدیریت توسعه - پایداری فرهنگی و اجتماعی: چارچوبی برای توسعه پایدار - مدل‌های یکپارچه‌سازی فرهنگ و پایداری - گونه‌شناسی استراتژی‌های توسعه فرهنگی - شاخص‌ها و ابزارهای سنجش توسعه اجتماعی و فرهنگی - شاخص‌های بین‌المللی و تحلیل وضعیت ایران - رویکرد انسان‌محور به توسعه - توسعه انسانی: رویکردها و چارچوب‌های نوین - شاخص توسعه انسانی و ارزیابی پیشرفت ایران در عصر هوش مصنوعی - شاخص توسعه آموزش و تحلیل دستاوردهای جهانی - رفاه ذهنی و مدیریت توسعه پایدار: تحلیل جهانی و درس‌ها برای سیاستگذاری - نقش فرهنگ در پیشرفت و ملت‌سازی از منظر امام خمینی (ره)

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش یاددهی–یادگیری فرایندی تعاملی است که هدف آن ارتقای فهم، مهارت و نگرش دانشجویان از طریق مشارکت فعال با محتوا و مدرس می‌باشد. در این رویکرد، دانشجو با تحلیل مسائل، بحث و نقد مفاهیم و تجربه عملی، توانایی کاربرد دانش در محیط واقعی را کسب می‌کند. استفاده از روش‌های ترکیبی مانند تدریس فعال، کار گروهی و مطالعات موردی، تعامل مستمر میان مدرس، دانشجو و محتوا را تقویت کرده و یادگیری عمیق و پایدار را تضمین می‌کند.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک مخصوص،ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مقیمی ، سید محمد (۱۴۰۴) ، مدیریت توسعه و پیشرفت اسلامی ایرانی، تهران: انتشارات مهربان.

2. Brinkerhoff Derick W. and Brinkerhoff Jennifer (2006)," International development management in a globalized world ", In Comparative Public Administration: The Essential Readings Research in Public Policy Analysis and Management by: Eric E. Otenyo and Nancy S. Lind, Emerald Group Publishing, Volume 15, 831–861

3. The World Bank (2016), World Development Indicators Highlights: Featuring the Sustainable Development Goals Extracted from the full version of WDI 2016, Washington: The International Bank for Reconstruction and Development.

4. The United Nations Development Programme (UNDP) (2016), Human Development Report 2016: Human Development for Everyone, New York: the United Nations Development Programme (UNDP).

6. Rathod P.B. (2010), Elements of Development-Administration: Theory and Practice, JAIPUR (INDIA): ABD Publishers.
7. Otenyo Eric & Lind Nancy (2006b)," Administrative development and development administration", In Comparative Public Administration: The Essential Readings Research in Public Policy Analysis and Management by: Eric E. Otenyo and Nancy S. Lind, Emerald Group Publishing, Volume 15, 221–230.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی اخلاق و احکام کسب و کار			
عنوان درس به انگلیسی:	Foundamentals of Business Ethics and Legislation	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم ارزشی و اخلاق حرفه‌ای در مدیریت و احکام کسب و کار

اهداف ویژه:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم، کلیات و احکام فقهی و حقوقی کسب و کارها و مکاسب محرمه در فقه اسلامی، آشنایی با ابعاد معاملات و تجارت حلال و حرام در اندیشه فقهی-حقوقی

پ) سرفصل‌ها:

- مفهوم شناسی ارزش و اهمیت کسب و کار در اسلام، اخلاق و اخلاق اسلامی
- تجارت و گونه شناسی آن در اسلام: تجارت‌های واجب، حرام، مکروه، مستحب، رابطه تجارت و ارزش افزوده، ارزش مبادله و کنترل آن، خطرات و آفات تجرات، تقدیر معیشت
- شناخت مکاسب محرمه: احتکار، کم فروشی، دروغ و قسم دروغ در معاملات، سودهای نامشروع، مال شبهه، حرمت بین المال
- پیوند کسب و کار، اخلاق و اخلاق اسلامی
- ارزش‌های اخلاقی اسلام از دیدگاه قرآن و سنت
- مسائل اخلاقی در ارتباطات انسانی و رفتار سازمانی
- رهبری اخلاص مدار با الهام از مکتب شهید سلیمانی
- اصول ارزش‌های اخلاقی حاکم بر مدیریت کسب و کار
- مسئولیت‌های اخلاقی در تجارت داخلی و خارجی
- مسائل اخلاقی داوری اختلافات تجاری داخلی و خارجی
- مسائل اخلاقی در تبلیغات تجاری
- مسائل اخلاقی در کسب رضایتمندی مشتریان، رقابت کسب و کار، جرائم سازمان یافته تجاری
- آداب کسب و کار: مستحبات کسب و کار، مکروهات کسب و کار
- ربا در اسلام
- قواعد فقهی حاکم بر کسب و کار: کلیات قواعد فقه مدنی و معاملاتی، قواعد فقهی حاکم بر قراردادها، قواعد فقهی حاکم بر تجارت، قواعد فقهی حاکم بر بانک و بیمه، قواعد فقهی حاکم بر خسارات و غرامت

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

آزمون میان ترم	۵۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. جوادی آملی، اخلاق کارگزاران در حکومت اسلامی، مرکز فرهنگی رجا. تهران
۲. امام خمینی، اخلاق کارگزاران، نشر بنیاد، تهران.
۳. فرامرز، فراملکی، سازمان‌های اخلاقی در کسب و کار، چاپ سوم، نشر مجنون، تهران.
۴. علیرضا، علی احمدی، حسین علی احمدی، مدیریت ارزشی با تکیه بر ارزش‌های اسلامی، تولید دانش،
۵. شیخ انصاری، کتاب المکاسب، مکاسب محرمه، تهران، افست
۶. امام خمینی، تحریر الوسیله ج۲، تهران، انتشارات اسماعیلیه
۷. سید علی خامنه‌ای، اجوبه الاستفتائات، ج۲
۸. حسین علی احمدی، قواعد فقه ۱، دانشگاه آزاد اسلامی
۹. حسن بجنوردی، القواعد الفقیهه، نشر الهادی
۱۰. مقیمی، سیدمحمد(۱۴۰۰)، رهبری اخلاص مدار؛ جوهره مکتب شهید سلیمانی، تهران: انتشارات راه دان.
11.Practica H.Werhance and R.Edward Freeman, Business Ethics

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت ترکیبی (حضوری و مجازی) وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی مدیریت راهبردی			
عنوان درس به انگلیسی:	Essential of Strategic Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	نیمسال آخر	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با نظریه‌ها و تئوری‌های مدیریت راهبردی، فنون و فرایندهای مربوط به برنامه‌ریزی راهبردی در سازمان‌ها، روش‌های اجرایی مرتبط با راهبردهای سازمان و بررسی و تحلیل نمونه‌های موفق در مدیریت راهبردی

اهداف ویژه:

- ✓ درک نظریه‌ها، تئوری‌ها و فرایندهای مدیریت راهبردی و برنامه‌ریزی راهبردی سازمان‌ها
- ✓ توانمندی در تحلیل محیط داخلی و خارجی سازمان، شناسایی گزینه‌ها و اجرای راهبردها
- ✓ مهارت در مدیریت تغییرهای راهبردی، منابع انسانی، ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی

پ) سرفصل‌ها:

- تعاریف راهبرد و انواع آن، هدف‌بندی، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری
- فرایند مضمون‌بندی راهبرد سازمانی
- تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدات و نقاط قوت و ضعف
- مشخص کردن گزینه‌ها
- انتخاب و اجرا
- آشنایی با تغییرهای راهبردی سازمانی
- نتیجه‌های انسانی و اجتماعی (منابع انسانی)
- متغیرهای ساختاری (اندازه سازمان و تقسیم بندی اداری)
- بازارها و محیط سازمان (مدیریت بازاریابی)
- تکنولوژی و تولید (مدیریت تولید و مدیریت مالی)
- فرهنگ سازمانی
- راهبردهای صنعتی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
میان ترم	۳۰ درصد

آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. فرد آر دیوید، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارساییان، سید محمد اعرابی. تهران

۲. جی.دیوید هانگر، تامس ویلن ترجمه سیدمحمد اعرابی و حمیدرضا رضوانی. ۱۳۹۷. دفتر پژوهش های فرهنگی.

۳. مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید(۱۳۹۴)، پژوهشنامه مدیریت (جلد یازدهم): مدیریت استراتژیک و کارآفرینی، تهران: انتشارات مهربان.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد

الف) عنوان درس به فارسی: سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت			
عنوان درس به انگلیسی:	Management Information Systems	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مبانی سازمان و مدیریت ۲	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنا ساختن دانشجویان با انواع گوناگون سیستم‌های اطلاعاتی و نحوه استفاده از آنها

اهداف ویژه:

- ✓ درک انواع سیستم‌های اطلاعاتی و نقش آن‌ها در مدیریت و تصمیم‌گیری سازمانی
- ✓ توانمندی در تحلیل، طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت
- ✓ مهارت در استفاده کاربردی از پایگاه داده‌ها و سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری برای بهبود عملکرد سازمان

پ) سرفصل‌ها:

- تحلیل و طراحی سیستم‌ها
- اطلاعات و فناوری اطلاعات
- سیستم پردازش داد و ستد
- انواع سیستم‌های اطلاعاتی (سیستم پردازش داد و ستد، سیستم اطلاعات حسابداری، سیستم اطلاعات بازاریابی، سیستم اطلاعاتی برنامه‌ریزی مواد، سیستم اطلاعاتی نیروی انسانی، سیستم اطلاعاتی مدیریت، سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری، سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری گروهی، سیستم پشتیبانی مدیر عالی، سیستم پشتیبانی خبره و سیستم پشتیبانی گروه کاری)
- پایگاه داده‌ها
- ایجاد و اجرای سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت
- سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت: کاربردها

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

آزمون میان ترم	۵۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- دیلیو، اس، جوادکار، سیستم‌های اطلاعاتی در مدیریت (مبانی نظری، طرح، توسعه و اجرا) انتشارات سمت. تهران
- جین.پی لاودن، کنث سی لاودن ترجمه امیرحسین بهروز، حبیب رودساز، سینا محمدنبی.۱۴۰۲.سیستم‌های اطلاعات مدیریت. انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید(۱۳۹۴)، پژوهشنامه مدیریت (جلد دهم): مدیریت دانش و فناوری اطلاعات، تهران: انتشارات مهربان.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت بازاریابی بین المللی			
عنوان درس به انگلیسی:	International Marketing Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی، مدیریت خرید و سفارشات خارجی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی با مفاهیم و ابعاد و فرآیند بازاریابی بین المللی

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک مفاهیم، ابعاد و فرآیندهای بازاریابی بین‌المللی و تحلیل محیط‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی.
- ✓ ارتقای مهارت دانشجویان در ارزیابی بازارهای بین‌المللی، رفتار مصرف‌کنندگان و تدوین استراتژی‌های ورود به بازار.
- ✓ آشنایی عملی با برنامه‌ریزی و مدیریت آمیخته‌های بازاریابی، سازماندهی و کنترل فعالیت‌های بازاریابی در سطح بین‌المللی.

پ) سرفصل‌ها:

- کلیات: مبانی بازاریابی بین‌المللی، تجارت بین‌المللی، تشکل‌های اقتصادی
- تجزیه و تحلیل محیطی: مطالعات اقتصادی، مطالعات فرهنگی و مطالعات سیاسی
- تجزیه و تحلیل بازار: ارزیابی کشورها، ارزیابی رفتار مصرف‌کنندگان، تحقیقات بازاریابی بین‌المللی
- تدوین استراتژی: استراتژی‌های بازاریابی بین‌المللی، استراتژی‌های ورود به بازار بین‌المللی،
- برنامه‌ریزی آمیخته های بازاریابی: مدیریت محصول، قیمت گذاری، تبلیغات و ترفیع، کانال‌های توزیع
- مدیریت بازاریابی بین‌المللی: سازماندهی و نیروی انسانی، برنامه ریزی و کنترل

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. محمدرضا کریمی علویجه ، رحیم محترم ، ابوالقاسم ابراهیمی. ۱۴۰۲. بازاریابی بین المللی و مدیریت صادرات. چاپ دوم: سمت.(فصول ۱تا۹)

۲. وارن جی کیگان، ترجمه عبدالحمیدابراهیمی و هرمز مهرانی.۱۳۹۹.مدیریت بازاریابی جهانی.نشر دفترپژوهشهای فرهنگی، تهران.

۳. محمد علی بابایی زکلیکی. ۱۴۰۱. بازاریابی بین‌الملل. تهران

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت خرید و سفارشات خارجی			
عنوان درس به انگلیسی:	Foreign Purchasing and ordering Management		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت خرید و زنجیره تامین داخلی کسب و کار بین المللی مکاتبات تجاری		پایه ☐ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی ■ عملی ☐
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐ پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲		مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با فرآیند خرید و سفارش‌های خارجی و موارد مهم در هر مرحله

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک کامل فرآیند خرید و سفارش‌های خارجی و آشنایی با اسناد و مدارک قانونی مرتبط در هر مرحله.
- ✓ ارتقای مهارت دانشجویان در کاربرد قوانین بین‌المللی تجارت، اینکوترمز ۲۰۲۰، روش‌های پرداخت و مقررات اعتبار اسنادی در عملیات خرید خارجی.
- ✓ آشنایی عملی با امور گمرکی، بیمه، حمل و نقل بین‌المللی و نظام‌های طبقه‌بندی کالا به منظور مدیریت مؤثر و قانونی سفارشات خارجی.

پ) سرفصل‌ها:

- فرآیند عمومی خرید و سفارشات خارجی و مراحل آن
- اقلام مندرج در پیش فاکتور (پرفورما)
- روش‌های مختلف اینکوترمز ۲۰۲۰(روش‌های دریایی، روش‌های فراگیر، روش‌های غیردریایی)
- روش‌های پرداخت و دریافت در تجارت بین المللی (اعتبار اسنادی، ..)
- مقررات متحدالشکل اعتبار اسنادی(UCP)
- امور گمرکی و ترخیص کالا
- اسناد و گواهیهای بازرسی
- بیمه بین المللی و انواع آن
- حمل و نقل بین المللی (CMR,FIATA)و اسناد و مدارک ضروری
- آشنایی با نظامهای طبقه بندی کالا (نومانکلاتور، SITC، BTN، CCCN، سیستم هماهنگ شده HS))
- آشنایی کلی با گمرک (سازمان و وظایف گمرک، قوانین امور گمرکی ایران و سایر قوانین حاکم، مقررات صادرات و واردات، اصول طبقه بندی کالا در گمرک،تخلفات وقاچاق، کارگزاران گمرکی، مراجع رسیدگی به اختلافات گمرکی، سازمان ها و کنوانسیون های بین المللی گمرکی و مرتبط (حمل و نقل،...)

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه وسایل کمک آموزشی

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. محمدرضا کریمی علویجه ، رحیم محترم ، ابوالقاسم ابراهیمی. ۱۴۰۲. بازاریابی بین المللی و مدیریت صادرات. چاپ دوم: سمت.(فصول ۱۰ تا۱۳)

۲. طهمورث حسنقلی پور، رحیم محترم قلاتی، مجید هوشمندی ماهر. ۱۳۹۸. سیستم‌های خرید و انبارداری. نگاه دانش(فصول۶تا۱۳).

۳. شهاب الدین شمس، میثم شیرخدایی.۱۴۰۲. مدیریت صادرات و واردات.ترمه.

۴. علی عباسی.۱۴۰۰. مدیریت خرید و سفارشات خارجی و مذاکرات بازرگانی. ترمه.

۵. لطفعلی بخشی.۱۳۹۰. خرید و سفارشات خارجی. اقتصاد فردا.

۶. اینکوترمز ۲۰۲۰. اتاق بازرگانی تهران.

۷. کتاب اصول و قواعد کاربردی طبقه بندی و تعیین تعرفه کالا در گمرک، نویسنده مهدی بهادری، انتشارات آترا، ۱۳۹۶

۸. ساختار سیستم هماهنگ شده (HS) و اصول طبقه بندی کالاهای تجاری-گمرک، نویسنده غلامحسین آرام، ناشر زرین اندیشمند، ۱۴۰۰

9. HS Nomenclature 2022 edition, from World Customs Organization, https://www.wcoomd.org/

۱۰. مقدسی، علیرضا.، کریمی کیا، ابراهیم و بهارلویی، محمد (۱۴۰۱). گمرک و مدیریت امور گمرکی، تهران، انتشارات دیباگران.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت خرید داخلی و زنجیره تامین			
عنوان درس به انگلیسی:	Domestic Purchasing and Supply Chain Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت تولید و عملیات، مکاتبات تجاری	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب)هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و مراحل مختلف مدیریت خرید داخل کشور و فرآیند زنجیره تامین

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک مفاهیم و مراحل مدیریت خرید و زنجیره تأمین در سطح ملی و سازمانی.
- ✓ ارتقای مهارت دانشجویان در برنامه‌ریزی، منبع‌یابی، سفارش‌دهی و مدیریت موجودی و توزیع کالا به‌صورت کارآمد و هماهنگ با اهداف سازمان.
- ✓ آشنایی عملی با قوانین و آیین‌نامه‌های معاملات داخلی و ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین به منظور تضمین شفافیت و بهینه‌سازی فرآیندها.

پ) سرفصل‌ها:

- کلیات خرید زنجیره تامین: مفهوم زنجیره تامین، حوزه های کارکردی زنجیره تامین، نقش آن در کسب و کار
- ساختار و عملیات خرید: فرایند خرید، سیاست و رویه‌های خرید، سازمان خرید و زنجیره تامین
- منبع‌یابی و تامین مواد اولیه/قطعات و ملزومات و خدمات (استعلامات/مناقصه/مزایده)، مدیریت تقاضا، مدیریت سفارشات و خدمات مشتریان
- سیستم‌های مدیریت موجودی و انبارش
- روش‌ها و سیستم‌های توزیع و پخش و حمل و نقل کالا
- هم‌راستا سازی زنجیره‌های تامین، ارزیابی عملکرد
- آشنایی با آیین نامه معاملات در ایران (مواد و بندها، محتوا و...)

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور،رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. سیدعلیرضا خرم. ۱۴۰۱. مدیریت خرید و سفارشات. انتشارات رسا(فصل ۹تا۱۷)

۲. طهمورث حسنقلی پور، رحیم محترم قلاتی، مجید هوشمندی ماهر. ۱۳۹۸. سیستم‌های خرید و انبارداری. نگاه دانش(فصول۱تا۵).

۳. علی زواشکیانی، رضا آزادگان و محسن ربیعی. ۱۳۹۴مدیریت انبار و قطعات یدکی.آریانا قلم.

۴. پورابراهیم، علی (۱۳۸۹). مدیریت لجستیک و زنجیره تأمین، تهران، نشر جهاد دانشگاهی واحد صنعتی شریف.

۵. مایکل هوگس (ترجمه محمدرضا اکبری‌جوکار, محسن شیخ‌سجادیه). ۱۴۰۲. اصول و مبانی مدیریت زنجیره تامین. انتشارات آدینه.

۶. دودانگه، محمود و حمیدی، علی (۱۳۹۱). لجستیک و کارکردهای آن، تهران، مرکز مطالعات و پژوهش های لجستیکی.

۷. عیسایی، حسین (۱۳۹۳). مدیریت لجستیک؛ کارکردها و فرایندها، تهران، انتشارات دانشگاه امام حسین (ع).

8. Robert M. Monczka, Robert B. Handfield,Larry C. Giunipero, James L. Patterson.2016. Purchasing and Supply Chain Management.Sixth Edition. Cengage Learning

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: کسب و کار بین المللی			
عنوان درس به انگلیسی:	International Business	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اقتصاد کلان	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و نظریه‌های کسب و کار بین المللی و چگونگی مدیریت یک کسب و کار بین المللی

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک مفاهیم و نظریه‌های کسب و کار بین‌المللی و تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های محیط جهانی.
- ✓ ارتقای مهارت دانشجویان در تدوین و اجرای استراتژی‌های ورود، توسعه و مدیریت کسب و کار در بازارهای بین‌المللی.
- ✓ آشنایی عملی با مدیریت عملیات، منابع انسانی، بازاریابی و امور مالی در سطح بین‌المللی به منظور بهره‌وری مؤثر در کسب و کار جهانی.

پ) سرفصل‌ها:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم کسب و کار بین المللی و ابعاد آن، نظریه های بین المللی شدن
- محیط کسب و کار بین‌المللی: قانونی و حقوقی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی
- تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی: جریانهای تجارت در سطح بین المللی، سرمایه گذاری بین المللی
- نرخ ارز: نقش نرخ ارز در تجارت بین الملل، عرضه وتقاضای نرخ ارز، استراتژی‌های بهره برداری از بازار ارز
- استراتژی در کسب و کارهای بین المللی: استراتژی‌های کسب و کار بین المللی، تحلیل منابع و قابلیت‌ها، روش‌های ورود به بازارهای بین‌المللی
- مدیریت عملیات بین‌المللی: بازاریابی، مدیریت منابع انسانی، تامین مالی و حسابداری،
- سازماندهی و اجرا در کسب و کار بین المللی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

ایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مهران رضوانی، امیرمحمد کلابی.۱۳۹۵. کسب و کار بین المللی. سازمان مدیریت صنعتی.

۲. محمد، حقیقی، بازرگانی بین‌الملل-نظریه‌ها و کاربردها

3. Daniels, John D., Lee H. Radebaugh, and Daniel P. Sullivan. International business: Environments and operations. Pearson, 2022.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: تجارت و بازاریابی دیجیتال			
عنوان درس به انگلیسی:	Digital Commerce and Marketing	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب: هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان کسب و کار با اصول و مبانی تجارت و بازاریابی دیجیتال به منظور طراحی و اجرای استراتژی‌ها و برنامه‌های بازاریابی در کسب و کارهای الکترونیکی و دیجیتال سازمان‌ها و شرکت‌ها

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در تحلیل و ارزیابی محیط کسب و کار دیجیتال و شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای بازار.
- ✓ ارتقای مهارت طراحی و اجرای استراتژی‌ها و کمپین‌های بازاریابی دیجیتال با بهره‌گیری از ابزارها و رسانه‌های نوین.
- ✓ آشنایی عملی با روش‌های مدیریت ارتباط با مشتری و تجربه کاربری در فضای دیجیتال به منظور افزایش اثربخشی بازاریابی و وفاداری مشتریان.

پ) سرفصل‌ها:

- مقدمه ای بر کسب و کار و بازاریابی دیجیتال
- تحلیل محیط کسب و کار و بازاریابی دیجیتال
- استراتژی بازاریابی دیجیتال
- رسانه‌های دیجیتال و آمیخته بازاریابی
- بازاریابی رابطه‌ای و CRM با استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال
- مدیریت تجربه دیجیتال مشتری
- ارتباطات بازاریابی از طریق رسانه‌های اجتماعی
- سئو داخلی و خارجی
- تبلیغات موتور جستجو
- تبلیغات آنلاین و کمپین دیجیتال
- بازاریابی محتوایی
- بازاریابی ایمیلی
- بازاریابی موبایلی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۱۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
پروژه پایان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۳۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. چافی، دیوید، چادویک، فیونا، مرجع کامل بازاریابی دیجیتال، ترجمه رامین مولاناپور، روح الله باقری و محمدرضا شیخ بهایی، تهران، انتشارات آتی نگر، ۱۳۹۹
۲. چالزورث، آلن، بازاریابی دیجیتال با رویکردی کاربردی، ترجمه محمدرضا کریمی علویجه، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۱۴۰۰
۳. سیدحمید خداداد حسینی، شهریار عزیزی، حسین میرحسینی. ۱۳۹۶.کسب و تجارت الکترونیکی: رویکردی مدیریتی. سمت.
۴. کینگزنورث، سایمون، استراتژی بازاریابی دیجیتال، ترجمه نگین سنگری، مژگان کمپانی و زینب گودرزی، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول، ۱۴۰۰
۵. رونقی، محمدحسین، زمانی، علیرضا، بازاریابی دیجیتالی پیشرفته، تهران، انتشارات سمت، ۱۴۰۰
۶. کیماسی، مسعود، خوشنویس، مژده، مارتک: بازاریابی در عصر دیجیتال، تهران، انتشارات ادیبان روز، ۱۴۰۰. تهران.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مکاتبات تجاری			
عنوان درس به انگلیسی:	Commercial Correspondence	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	زبان انگلیسی عمومی مدیریت بازاریابی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب: هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با انواع مکاتبات تجاری داخلی و بین المللی در چارچوب و فرمت استاندارد و رسمی در حوزه های مختلف کسب و کار

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در نگارش و طراحی مکاتبات تجاری داخلی و بین‌المللی با رعایت چارچوب، عنوان، طرح‌بندی و لحن رسمی مطابق استانداردهای حرفه‌ای.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در مدیریت فرایندهای عملیاتی مکاتبات تجاری شامل استعلام، سفارش، بسته‌بندی، صدور فاکتور، حمل و نقل، امور بانکی، بیمه و پاسخ به شکایات.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در استفاده از ابزارهای ارتباطی و اداری مکمل مکاتبات تجاری از جمله نمایندگی‌ها، تلگراف‌ها و مهارت‌های منشی‌گری برای ارتقای اثربخشی ارتباطات سازمانی.

پ) سرفصل‌ها:

اصول و نکات مهم در مکاتبات تجاری داخلی

1 Business letter writing
2 The letter heading and the layout
3 The enquiry
4 Replies to enquiries: offers
5 Orders and execution of orders
6 Packing and despatch
7 Invoicing, accounting and settlement of accounts
8 Shipping and forwarding
9 Banking and payments in foreign trade
10 Insurance
11 Complaints and replies to complaints
12 Agencies
13 Telegrams
14 Secretarial

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. حمیدرضا خاشعی و فاطمه نادی‌پور. ۱۴۰۳. هنر مکاتبات تجاری بین المللی. تاثیر.

۲. محمد مهدی ابریشم کار.۱۳۹۷. مکاتبات تجاری قرن بیست و یکم. انتشارات جنگل

3. Oxford handbook of commercial correspondence
4. King, Frederick Walter, Doris Ann Cree, and David O'Gorman. English business letters.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت الکترونیکی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: اصول بازاریابی شرکتی			
عنوان درس به انگلیسی:	Principles of Business-to-Business Marketing	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با اصول و استراتژی های بازاریابی شرکتی یا بنگاه به بنگاه (B2B) تا دانش و قابلیت‌های لازم برای بازاریابی کالاها و خدمات در بازارهای سازمانی و شرکتی را کسب کنند.

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک اصول و ویژگی‌های بازارهای شرکتی و رفتار خریداران سازمانی به‌منظور تحلیل محیط بازاریابی، بخش‌بندی، انتخاب بازار هدف و موقعیت‌یابی مؤثر.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در طراحی و مدیریت راهبردهای بازاریابی محصولات، قیمت‌گذاری، توزیع و فروش در بازارهای شرکتی با توجه به الزامات تجارت سازمانی و لجستیک زنجیره تأمین.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در اجرای بازاریابی یکپارچه و اخلاقی در بستر دیجیتال و فیزیکی شامل ارتباطات بازاریابی، تجارت الکترونیکی و رعایت ملاحظات اخلاقی در تعامل با سازمان‌ها و شرکت‌ها.

پ) سرفصل‌ها:

- مقدمه ای بر بازاریابی شرکتی
- تحلیل محیط بازاریابی شرکتی
- ویژگی‌های بازارهای شرکتی
- فرایند خرید و رفتار خریدار سازمانی
- تحقیقات بازاریابی و بازارشناسی شرکتی
- بخش‌بندی، بازارگزینی و موقعیت‌یابی در بازارهای شرکتی
- مدیریت محصول در بازارهای شرکتی
- قیمت گذاری در بازارهای شرکتی
- استراتژی‌های توزیع شرکتی
- مدیریت فروش شرکتی
- ارتباطات بازاریابی یکپارچه در بازاریابی شرکتی
- تجارت الکترونیکی در بازاریابی شرکتی
- لجستیک و مدیریت زنجیره تأمین
- ملاحظات اخلاقی در بازاریابی شرکتی

وش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. بینگهام، فرانک، گومز، راجر، نالز، پاتریشیا، **بازاریابی شرکتی (B2B): اصول و شیوه های عمل**، ترجمه مجید نوریان، تهران، نشر مبلغان، ۱۳۹۶

۲. سیدجوادین، سیدرضا، اسفیدانی، محمدرحیم، **بازاریابی صنعتی**، تهران، نشر نگاه دانش، ۱۳۹۸

۳. گلوویک، ماریو، بروس، سارا مارایا، **بازاریابی صنعتی (B2B)**، ترجمه سیدمحمد طباطبایی نسب و فاطمه زارع زاده مهریزی، یزد، انتشارات دانشگاه یزد، ۱۳۹۹

۴. زیمرمن، آلن اس، بلایث، جیم، **مدیریت بازاریابی شرکتی با رویکرد جهانی**، ترجمه ناصر یزدانی، مهدی اشکانی و محمدعلی زالی، تهران، انتشارات دانشگاه شاهد، ۱۴۰۰

۵. هارت، نورمن، **بازاریابی صنعتی**، ترجمه محمدابراهیم گوهریان، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۸

۶. مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید(۱۳۹۴)، **پژوهشنامه مدیریت (جلد هفتم): مدیریت بازرگانی** ، تهران: انتشارات مهربان.

7. Hall, Simon (2022). Innovative B2B Marketing: New Models, Processes and Theory, 2nd Edition, Kogan Page Publisher.
8. Seebacher, Uwe, G. (2021). B2B Marketing: A Guidebook for the Classroom to the Boardroom, Springer.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت الکترونیکی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی قراردادهای تجاری			
عنوان درس به انگلیسی:	Principles of Commercial Contracts	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	اصول حقوق تجارت	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مبانی و مفاهیم و ارکان عمومی قراردادها و تهیه و تدوین انواع قراردادهای تجاری داخلی و آشنایی با ابعاد قراردادهای بین المللی

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک اصول و مفاهیم اساسی قراردادها و انواع عقود تجاری به‌منظور آشنایی با شروط انعقاد، طرفین قرارداد، موضوع و تفسیر مفاد قراردادها.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در تهیه، تدوین و اجرای قراردادهای تجاری داخلی و تخصصی شامل واسطه‌گری، لجستیک، تأمین مالی و قراردادهای الکترونیکی.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در تحلیل ابعاد حقوقی و عملی قراردادهای بین‌المللی به منظور مدیریت ریسک‌های حقوقی و اقتصادی در معاملات فرامرزی و تطبیق با استانداردهای جهانی.

پ) سرفصل‌ها:

- آشنایی با کلیات: قرارداد، ایقاع و تعهد
- انواع عقود و قراردادها
- شروط انعقاد قرارداد: عیوب اراده، تبادل ایجاب و قبول، موضوع قرارداد، جهت معامله
- اطراف قرارداد: دوطرفه، چندطرفه، اهلیت طرفین،...، نمایندگی و فضولی در قرارداد
- موضوع قرارداد
- مفاد، شروط و تفسیر قرارداد
- اجرا و ضمانت اجرای قرارداد
- انحلال قرارداد
- تنظیم قراردادهای واسطه گری تجاری(دلالی، حق العمل کاری، نمایندگی تجاری، توزیع، فرانچایز)
- تنظیم قراردادهای لجستیک تجاری: حمل و نقل، امانت گذاری در انبارهای عمومی
- تنظیم قراردادهای تامین مالی: وامهای تجاری، اجاره به شرط تملیک
- قراردادهای تجاری در بستر فضای مجازی
- ابعاد و نکات قراردادهای بین المللی

وش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۵۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مجتبی اشراقی آرانی . ۱۴۰۲. حقوق تجارت نوین (قرارداد های تجاری). دانشگاه تهران.

۲. حسن کیا. ۱۴۰۳. بایسته‌های قراردادها (نظری-کاربردی). دادبخش.

۳. موسسه بین المللی یکنواخت کردن حقوق خصوصی ترجمه بهروز اخلاقی و فرهاد امام. ۱۳۹۶. **اصول قراردادهای تجاری بین المللی. شهر دانش.**

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت الکترونیکی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: اصول مدیریت و بازاریابی خدمات			
عنوان درس به انگلیسی:	Priciples of Services Management and Marketing	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی، مدیریت تولید و عملیات	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب: هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با اقتصاد و کسب و کارهای خدماتی و شیوه های مدیریت و بازاریابی در ابعاد مختلف بنگاه‌های خدماتی

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک ماهیت، ویژگی‌ها و نقش اقتصاد خدمات در توسعه اقتصادی به‌منظور تحلیل ساختار صنایع خدماتی و طراحی کسب‌وکارهای خدماتی نوآورانه.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در مدیریت عملیات و فرایندهای خدماتی شامل مدیریت ظرفیت و تقاضا، مدیریت صف، کیفیت خدمات، بهبود فرایندها، طراحی تجربه خدمت و توسعه خدمات جدید.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در برنامه‌ریزی و اجرای راهبردهای بازاریابی خدمات از طریق مدیریت روابط با مشتری، ایجاد وفاداری، مدیریت شکایات، تعیین قیمت، طراحی خدمات و به‌کارگیری سامانه‌های عرضه و بازاریابی داخلی.

پ) سرفصل‌ها:

- کلیات خدمات(تعریف، نقش اقتصاد خدمات در اقتصاد جهان و ایران، ویژگیهای خدمات، انواع صنایع خدماتی و طبقه بندی آنها)
- طراحی کسب و کار خدماتی (توسعه خدمات جدید، فضای خدمات، مواجهه خدماتی، جریان‌های فرآیندی و تسهیلات حمایتی، کیفیت خدمات، بهبود خدمات و بازمهندسی فرآیندها)
- مدیریت عملیات در کسب و کار خدماتی (ارتباطات عرضه خدمات، جهانی شدن خدمات، مدیریت ظرفیت و تقاضا، مدیریت خطوط انتظار، مدل‌های برنامه‌ریزی ظرفیت و صف)
- مدلهای کمی مدیریت خدمات (پیش بینی تقاضای خدمات، مدیریت موجودی خدمات، مدیریت پروژه‌های خدماتی)
- تعاملات مشتری با سازمان‌های خدماتی و مدیریت روابط و ایجاد وفاداری و مدیریت شکایات و بهبود خدمات
- راهبرد بازاریابی خدمات
- جایگاه‌یابی و طراحی خدمات
- سامانه‌های عرضهٔ خدمات
- قیمت و سایر هزینه‌های خدمات
- آموزش مشتری و فعالیت‌های پیشبردی خدمات
- بازاریابی داخلی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۵۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی، رایانه.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. کریستین گرونروس ترجمه کامبیزحیدرزاده و مجیدمیرویسی. ۱۴۰۲. مدیریت و بازاریابی خدمات مدیریت. مهربان نشر.

۲. کریستوفر لاولاک و لارن لایت(ترجمه بهمن فروزنده).۱۴۰۳. اصول و مدیریت بازاریابی خدمات. نشرآموخته

۳. شهریار عزیزی، ابوالقاسم ابراهیمیُ محمدرضا کریمی علویجه.۱۴۰۲. مدیریت بازاریابی. سمت

۴. جیمز ای. فیتز سیمونز، مونا جی. فیتز سیمونز (تر جمه سیدمحمد اعرابی و داوود ایزدی). ۱۳۹۸. مدیریت خدمات. دفتر پژوهشهای فرهنگی. ج۱و۲.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت تولید و عملیات			
عنوان درس به انگلیسی:	Production and Operations Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	-	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

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

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک مفاهیم بنیادی مدیریت تولید و عملیات و به‌کارگیری رویکرد سیستماتیک برای تحلیل، طراحی و بهینه‌سازی فرایندهای تولیدی و خدماتی.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در استفاده از تکنیک‌های کلیدی برنامه‌ریزی و کنترل تولید شامل پیش‌بینی تقاضا، برنامه‌ریزی مواد، توازن خط تولید، تجزیه‌وتحلیل ارزش و کنترل موجودی.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در ارزیابی کارایی، بهره‌وری و بهبود جریان کار از طریق شناخت انواع روش‌های تولید، استقرارهای مختلف، مدیریت حمل‌ونقل مواد و بهینه‌سازی عملیات با توجه به نقش حیاتی نیروی انسانی.

پ) سرفصل‌ها:

- مفاهیم اساسی در مدیریت تولید و عملیات
- ضرورت برخورد سیستماتیک در فعالیت‌های تولیدی
- اهمیت تولید در اقتصاد جامعه، کارایی و بهره وری
- جایگاه تولید در سازمان و طبقه بندی آن براساس روش‌های تولید، نوع کالا و جریان عملیات
- تولید پیوسته-ناپیوسته
- انواع جریان کار و استقرار
- توازن خط تولید
- برنامه ریزی مواد برای موسسات خدماتی و تولیدی
- پیش بینی تقاضا و روش‌های مختلف پیش بینی
- تجزیه و تحلیل ارزش و کاربرد نقطه سر به سر
- حمل و نقل مواد
- کنترل موجودی در سیستم‌های تولیدی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ، مشارکتی، حل مسئله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۵۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. سیدمهدی الوانی، نصرالله میرشفیعی، مدیریت تولید، انتشارات آستان قدس رضوی، تهران
۲. احمد جعفرنژاد، مدیریت تولید و عملیات نوین، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۳. هایده متقی، مدیریت تولید و عملیات، انتشارات کیومرث

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت ترکیبی (حضوری و مجازی) وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: فروش و مدیریت فروش			
عنوان درس به انگلیسی:	Selling and Sales Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب: هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با فرایند مدیریت فروش، مدیریت فروشندگان، روش‌های فروشندگی و اصول و مبانی فروش و مذاکره به منظور کسب دانش و مهارت‌های لازم برای فروش محصولات شرکت‌ها و سازمان‌ها در بازارهای هدف آنها.

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در شناخت فرایند فروش، نقش راهبردی فروشندگی و مهارت‌های کلیدی فروشندگان به‌منظور برنامه‌ریزی و اجرای مؤثر فعالیت‌های فروش در شرکت‌ها و سازمان‌ها.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در مدیریت جلسات فروش، مذاکره اثربخش و بستن فروش از طریق به‌کارگیری استراتژی‌های فروش، تحلیل رفتار مشتری و استفاده از فنون حرفه‌ای مذاکره.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در سازماندهی و کنترل عملیات فروش و مدیریت مشتریان کلیدی شامل برنامه‌ریزی ملاقات‌ها، ارزیابی عملکرد فروشندگان، مدیریت پورسانت و شناخت اصول فروش بین‌المللی.

پ) سرفصل‌ها:

- فروشندگی و نقش راهبردی آن در شرکت‌ها
- فرایند مدیریت فروش و فروشندگی
- ویژگی‌ها و مهارت‌های فروشندگان
- وظایف و مسئولیت‌های فروشندگان
- تحلیل محیط خرید و رفتار مشتری
- استراتژی‌های فروش و ترغیب
- مشتری‌یابی و یافتن مشتریان بالقوه
- برنامه ریزی ملاقات‌های فروش
- مدیریت جلسه و مصاحبه فروش
- بستن و نهایی کردن فروش
- اصول و مبانی مذاکرات فروش
- فنون مذاکرات اثربخش
- مدیریت امور مشتریان کلیدی (Key Account Management)
- سازماندهی عملیات فروش و فروشندگان
- کنترل فروش و عملکرد فروشندگان و موضوع پورسانت

- فروش بین المللی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۵۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. ابراهیمی، عبدالحمید، مهرانی، هرمز، **مدیریت فروش**، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۹۶

۲. ریس، باری، منینگ، جرالد و آرن، مایکل، **فروش در جهان معاصر: مشارکت برای خلق ارزش**، تهران، ترجمه محمدرحیم اسفیدانی، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۹

3. Jobber, David., Lancaster, Geoffrey. (2015). Selling and Sales Management. Tenth Edition., Pearson Education Limited.
4. Ingram, Thomas, N., and et al (2020). Sales Management, Tenth Edition, New York and London: The Routledge Publishing

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی علم داده و تحلیل‌گری کسب و کار			
عنوان درس به انگلیسی:	Funamentals Data Science and Business Analytics	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)	پایه ☐	نظری ☐
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ■
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟:سفر علمی ☐ آزمایشگاه ■ سمینار ☐ کارگاه ■ موارد دیگر: ..			

ب) هدف کلی:

آشنایی مقدماتی دانشجویان با تحلیل‌گری کسب و کار و علوم داده و تحلیل اطلاعات پیچیده

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک مفاهیم بنیادی داده، دانش، هوش تجاری و علم داده به‌منظور ایجاد بنیان تحلیلی لازم برای مواجهه با مسائل داده‌محور در سازمان‌ها.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در به‌کارگیری روش‌ها و تکنیک‌های اولیه تحلیل‌گری کسب‌وکار و داده‌کاوی شامل پاکسازی، مهندسی داده، بصری‌سازی و کار با ابزارهایی مانند Power BI و RapidMiner.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در تحلیل مسائل سازمانی با رویکرد داده‌محور از طریق استفاده از چارچوب‌های استاندارد نظیر DMBOK و BABOK و انتخاب ابزارهای مناسب برای تصمیم‌گیری مؤثر و حل مسائل پیچیده کسب‌وکار.

پ) سرفصل‌ها:

- آشنایی با مفهوم داده، اطلاعات، دانش و هوش تجاری
- آشنایی با علم داده، هوش مصنوعی، داده‌کاوی، یادگیری ماشین
- آشنایی با چارچوب، مراحل و انتخاب ابزارهای مناسب تحلیل‌گری کسب و کار و علم داده
- آشنایی با پایگاه دانشی مدیریت داده ها (DMBOK) و پایگاه دانشی تحلیل‌گری کسب و کار (BABOK)
- معرفی مفاهیم و تکنیک‌های داده کاوی
- معرفی نرم‌افزارهای مناسب در داده کاوی و تحلیل‌گری کسب و کار مانندRapidminer، PowerBi
- آشنایی چگونگی کار با داده‌های کسب و کار و تحلیل آنها
- آشنایی با منابع داده، پاکسازی، مهندسی و بصری سازی داده‌ها در سازمان

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

سخنرانی، انجام پروژۀ، ارائه گزارش پروژه، نقد و تحلیل گزارش و حل مساله.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۱۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
پروژه پایان ترم	**۳۰ درصد**

آزمون پایان ترم **۳۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. محمد، صنیعی آباده، سینا، محمودی، محدثه، طارهر پور، داده کاوی کاربردی، انتشارات نیاز دانش

۲. ژیاوی، هان، میشلین، کمبر، ژان، پی. مفاهیم و تکنیک‌های داده‌کاوی، ترجمه مهدی اسماعیلی، انتشارات نیاز دانش

3. Liba. (2015). A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge (BABOK Guide). 3th edition, International Institute of Business Analysis.
4. Albright, S. C., & Winston, W. L. (2020). Business analytics: Data analysis and decision making. Cengage Learning, Inc..

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: اصول حقوق تجارت			
عنوان درس به انگلیسی:	Pricciples of Commercial Law	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	-	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با ابعاد حقوقی و قانونی تجارت

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک و تحلیل مفاهیم، اصول و منابع حقوق تجارت به‌منظور تشخیص صحیح مقررات حاکم بر فعالیت‌های تجاری و الزامات حرفه‌ای تجار و بنگاه‌ها.
- ✓ ارتقای مهارت دانشجویان در شناخت انواع شرکت‌های تجاری، قراردادهای تجاری و اسناد تجاری و کاربرد آن‌ها در تعاملات اقتصادی و مدیریت کسب‌وکار.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در تحلیل و ارزیابی مسائل مرتبط با ورشکستگی و تصفیه امور ورشکسته با هدف افزایش توان تصمیم‌گیری حقوقی و کاهش ریسک‌های حقوقی فعالیت‌های اقتصادی.

پ) سرفصل‌ها:

- پیش‌درآمد و مفهوم حقوق تجارت: مفهوم حقوق تجارت، حوزه حقوق تجارت، تاریخچه حقوق تجارت، ویژگیهای حقوق تجارت، منابع حقوق تجارت
- قواعد کلی حاکم بر فعالیت تجاری: معاملات تجارتی و انواع آن، تاجر، الزامات حرفه‌ای تاجر، قراردادهای تجاری
- شرکت‌های تجارتی: کلیاتی در باب شرکت‌های تجاری، انواع شرکت‌های تجاری و ویژگیهای آنها (سهامی، مسئولیت محدود، تضامنی، نسبی، تعاونی، مختلط سهامی و غیرسهامی)
- اسناد تجاری: برات، سفته، چک
- ورشکستگی و تصفیه امور ورشکسته: ورشکستگی، تصفیه امور ورشکسته

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ و مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۵۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. ربیعا اسکینی. ۱۴۰۳. حقوق تجارت (ویژه دانشجویان علوم اقتصادی و بازرگانی). چاپ هشتم: سمت.

۲. محمدرضا پاسبان.۱۴۰۲. حقوق تجارت- کلیات، تاجر و اعمال تجاری .چاپ دوم: گنج دانش.

۳. بهرام بهرامی. ۱۳۹۹. حقوق تجارت کاربردی. چاپ ششم: نگاه بینه.

۴. محمد علی عبادی.۱۴۰۲. حقوق تجارت. چاپ چهل و دوم: گنج دانش.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به مجازی نیز وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: طراحی و تدوین طرح کسب و کار			
عنوان درس به انگلیسی:	Business Plan	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	محیط کسب وکار در ایران، مدیریت مالی (۲)	پایه ☐	نظری ☐
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ■	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ■
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مفهوم طرح کسب و کار و اهمیت و نقش آن در کسب و کار

اهداف ویژه:

- آشنایی دانشجویان با اهمیت و نقش طرح کسب و کار
- آشنایی با ارکان و عناصر طرح کسب و کار
- توانایی تهیه یک نمونه طرح کسب و کار

پ) سرفصل‌ها:

- مطالعه امکان سنجی/مفاهیم طرح کسب و کار
- تحلیل صنعت
- تشریح کسب و کار
- تشریح محصول
- ساختار سازمانی و منابع انسانی تیم اجرایی کسب و کار
- برنامه تولید / عملیات
- برنامه بازاریابی
- برنامه مالی
- برنامه های آتی
- ارزیابی طرح کسب و کار/ برنامه ریزی طرح های جایگزین
- حقوق کسب و کار/اخلاق کسب و کار
- نرم افزارهای بخش مالی طرح کسب و کار
- مدل کسب و کار

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی و حل مساله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین) **۱۰ درصد**

آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
پروژه پایان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۳۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. رضا محمد کاظمی. طراحی و تدوین طرح کسب و کار. ۱۴۰۳.

۲. محمود احمدپورداریانی و روح الله احمدی. ۱۳۹۸. طراحی و تدوین طرح کسب و کار. راه دان.

۳. محمود احمدپورداریانی و سید محمد مقیمی. ۱۴۰۲. مبانی کارآفرینی. راه دان.

4. Alexander Osterwaider and Yves Pigneur. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers, Business planning

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی مدیریت ریسک			
عنوان درس به انگلیسی:	Fundamentals of Risk Management		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت مالی (۱) آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)		پایه ☐ نظری ■
دروس هم‌نیاز:			تخصصی الزامی ■ عملی ☐
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐
تعداد ساعت:	۳۲		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐
			مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب) هدف کلی:

- آشنایی با مفهوم ریسک، تعیین و برآورد انواع ریسک و مدیریت ریسک

اهداف ویژه:

- تعریف ریسک و اهمیت مدیریت ریسک
- آشنایی با مفاهیم پایه، اصول، چارچوب و اهداف مدیریت ریسک
- تعیین و تشخیص انواع مختلف ریسک، ارزیابی، برآورد و فرایند مدیریت ریسک
- کنترل، کاهش، انتقال و مدل‌سازی ریسک
- ابزارها و روش‌های تحلیلی ریسک برای تصمیم‌گیری مالی
- شناسایی، ارزیابی و مدیریت انواع ریسک‌ها

پ) سرفصل‌ها:

- مقدمه‌ای بر مدیریت ریسک
- اصول، اهداف و اهمیت مدیریت ریسک و طبقه‌بندی ریسک‌ها (مالی، اعتباری، عملیاتی، بازار، نقدینگی و ...)
- چارچوب، فرآیند و مراحل مدیریت ریسک (شناسایی، ارزیابی، کنترل و نظارت)
- روش‌های شناسایی ریسک و مدل‌های کمی و کیفی ارزیابی ریسک
- شاخص‌های سنجش ریسک: VaR، CVaR، Beta
- مدیریت ریسک بازار (ریسک نرخ بهره، ارز و قیمت کالا) و ابزارهای مشتقه برای پوشش ریسک: قراردادهای آتی، اختیار معامله، سوآپ
- مدیریت ریسک اعتباری: ارزیابی اعتبار و کاهش ریسک اعتباری؛ مدل‌های امتیازدهی و تحلیل پورتفوی بدهی
- مدیریت ریسک عملیاتی و نقدینگی: انواع ریسک عملیاتی و کنترل آن؛ ریسک نقدینگی و مدیریت سرمایه
- تحلیل سناریو، تحلیل حساسیت، شبیه‌سازی و تصمیم‌گیری تحت عدم قطعیت
- مدیریت ریسک در بحران‌ها و تصمیم‌گیری استراتژیک
- اخلاق، حاکمیت شرکتی و گزارش‌دهی ریسک
- ریسک‌های نوظهور (فناوری، سایبری، محیط زیست، ژئوپلیتیک و...) و روندهای نوین در مدیریت ریسک
- نرم‌افزارهای مدیریت ریسک، مطالعه موردی و مرور نهایی

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس مطالب بخش‌های مربوطه توسط استاد و استفاده از روش‌های آموزش مبتنی بر بحث، آموزش پروژه محور، آموزش مشارکتی و مبتنی بر همکاری

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**٤٠ درصد**
آزمون پایان ترم	**٤٠ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تدریس مطالب بخش‌های مربوطه توسط استاد و استفاده از روش‌های آموزش مبتنی بر حل مسئله، معرفی و استفاده از وب‌سایت‌های علمی و آموزش پروژه محور

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. آلن مایلز، (۱۳۹۹). مدیریت ریسک مالی (تاریخچه، مبانی، رویکردها و مدل‌ها) جلد اول، ترجمه: فریدون رهنمای رودپشتی و همکاران، انتشارات ترمه.

2. Christoffersen, P. (2011). Elements of financial risk management. Academic press.
3. Crouhy, M., Galai, D., and Mark, R. (2014). The essentials of risk management. McGraw-Hill.
4. Hull, J. C. (2023). Risk management and financial institutions. John Wiley & Sons.
5. Hopkin, P. (2018). Fundamentals of Risk Management: Understanding, Evaluating and Implementing Effective Risk Management (5th ed.). London: Koganpage.
6. Malz, A. M. (2011). Financial risk management: Models, history, and institutions. John Wiley and Sons.
7. Nason, R., and Chard, B. (2018). Essentials of Financial Risk Management: Practical Concepts for the General Manager. Business Expert Press.
8. Sweeting, P. (2017). Financial enterprise risk management. Cambridge University Press.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

باید امکانات، متناسب با نوع معلولیت دانشجو و افراد با نیازهای ویژه، در محیط آموزشی در نظر گرفته شود.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

این درس می‌تواند به شکل تمام الکترونیکی یا ترکیبی ارائه شود.

ویژگی‌های دروس تخصصی اختیاری

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی مدیریت برند			
عنوان درس به انگلیسی:	Essential of Brand Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم، مبانی و اصول برندسازی و مدیریت برند است تا دانش و قابلیت‌های لازم برای خلق و مدیریت برند در صنایع و سازمان‌های مختلف را کسب کنند.

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در تحلیل ماهیت، فرایند و عناصر کلیدی برندسازی به‌منظور طراحی پلتفرم برند (چشم‌انداز، مأموریت، ارزش‌ها) و ایجاد هویت منسجم و متمایز برای برند.
- ✓ ارتقای مهارت دانشجویان در برنامه‌ریزی و اجرای راهبردهای جایگاه‌یابی، معرفی و عرضه برند به بازار همراه با طراحی صحیح عناصر هویت بصری، معماری برند و حفاظت حقوقی آن.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در ارزیابی ارزش ویژه و ارزش مالی برند و مدیریت توسعه برندها شامل برندهای صنعتی، ملی، شهری و برند شخصی، با تأکید بر کاربردهای حرفه‌ای در صنایع مختلف.

پ) سرفصل‌ها:

- ماهیت، اهمیت و فرایند برندسازی و مدیریت برند
- طراحی پلتفرم برند: چشم انداز، مأموریت و ارزش های برند
- جایگاه یابی برند
- طراحی هویت برند: نامگذاری و معماری، لوگو و عناصر بصری، شخصیت برند و ...
- ثبت و حفاظت قانونی از برند
- معرفی و عرضه برند به بازار
- سنجش ارزش مالی و ارزش ویژه برند
- رشد و توسعه برندها
- مدیریت برندهای صنعتی
- برندسازی ملی
- برندسازی شهری و مقاصد
- برندسازی و مدیریت برند شخصی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۵۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. عزیزی، شهریار، **مدیریت برند**، تهران، انتشارات مهربان، ۱۳۹۸

۲. خدادادحسینی، سیدحمید، روستا، احمد، خلیلی شجاعی، وهاب، **مدیریت برند با رویکرد برنامه ریزی**، تهران، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۵

۳. کیاراواله، بیل، فیندلی اسکنک، باربارا، **مدیریت برند به زبان ساده**، ترجمه فراز صادق وزیری، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی

۴. سیاوشی، ملیحه، عابدین، بهاره، **مدیریت برند و تبلیغات**، بندرعباس، انتشارات دانشگاه هرمزگان، ۱۳۹۹

۵. مونتویا، پیتر، وندیهی، تیم، **برند خودت باش**، ترجمه سامان شاهین پور، تهران، انتشارات سیته، ۱۳۹۹

6. Heding, Tilde., Knudtzen, Charlotte, F., Bjerre, Mogens (2021). Brand Management: Research, Theory and Practice, Routledge.
7. Beverland, Micheal (2018). Brand Management: Co-Creating Meaningful Brands, Sage Publication Ltd.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی نظام گمرکی ایران			
عنوان درس به انگلیسی:	Introduction to Iran's Customs System	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	کسب و کار بین المللی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۳	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	٤٨	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با ارکان نظام گمرکی ایران

اهداف ویژه:

- آشنایی با سازمان‌ها و نهادهای موثر تجارت خارجی در ایران
- آشنایی با قوانین و مقررات عمومی صادرات و واردت کشور
- آشنایی با قوانین و مقررات گمرکی
- آشنایی با انواع سامانه‌های گمرکی

پ) سرفصل‌ها:

- سازمان‌ها و نهادهای درگیر در تجارت خارجی (تاریخچه شکل گیری، نقش‌ها و وظایف، ساختار و تشکیلات): سازمان گمرک، اتاق بازرگانی، سازمان توسعه تجارت خارجی، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، بانک مرکزی و...
- ابعاد مختلف قوانین و مقررات عمومی صادرات و واردات کشور
- سرفصل‌های مهم در قوانین و مقررات گمرکی کشور
- سامانه‌های مرتبط با تجارت خارجی و امور گمرکی(EPL,..)

ت) روش یاددهی–یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۳۰ درصد
آزمون پایان ترم	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱- سازمان گمرک در یک نگاه، تألیف فاطمه ابراهیمی‌حیدرلو، لیلا ابراهیمی‌حیدرلو، ناشر شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۹
۲- سازمان و وظایف گمرک جمهوری اسلامی ایران، تألیف علیرضا مقدسی، ناشر شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۱
۳- قانون امور گمرکی، نویسنده رضا بنائی، اتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۵
۴- آشنایی با مقررات گمرکی و ترخیص کالا، نویسنده رضا بنایی، اتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۸
۵- مجموعه قانون امور گمرکی و آیین‌نامه اجرایی آن (چاپ پنجم - ویرایش سوم)، معاونت حقوقی ریاست جمهوری.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت حضوری و مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مبانی			
عنوان درس به انگلیسی:	Introduction to Property, Personal and Liability Insurance		نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	اصول بیمه مبانی مدیریت ریسک		پایه ☐ نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-		تخصصی الزامی ☐ عملی ☐
تعداد واحد:	۳		تخصصی اختیاری ■ نظری-عملی ☐ پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐
تعداد ساعت:	۴۸		مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب) هدف کلی:

این درس با هدف آشنا کردن دانشجویان با کلیات بیمه‌های اموال و اصول کاربردی آن ارائه می‌شود. تمرکز درس بر تحلیل بیمه‌های آتش‌سوزی، بیمه مسئولیت، بیمه مهندسی، بیمه اتومبیل، بیمه های حمل و نقل دریایی، زمینی و هوایی و سایر بیمه‌های متفرقه و نحوه مدیریت ریسک مرتبط با اموال است.

اهداف ویژه :

- آشنایی با مفاهیم پایه بیمه‌های اموال، اشخاص و مسولیت و تقسیم‌بندی انواع خسارت‌ها و روش‌های تعیین مبلغ بیمه.
- آشنایی با اصول و فرآیندهای بیمه های اموال، اشخاص و مسولیت
- آشنایی با اصول ارزیابی خسارت، تصفیه بیمه‌نامه و مدیریت ریسک‌های مرتبط با اموال، اشخاص و مسولیت

سرفصل‌های درس:

- مفاهیم و کلیات بیمه‌های اموال، اشخاص و مسولیت
- تقسیم‌بندی انواع خسارت‌ها در بیمه‌های موال، اشخاص و مسولیت
- روش‌های تعیین مبلغ بیمه در موال، اشخاص و مسولیت
- انواع محصولات بیمه در رشته بیمه اموال شامل: اتومبیل، آتش‌سوزی، باربری، مهندسی و سایر موارد مرتبط
- انواع محصولات بیمه در رشته بیمه اشخاص: بیمه های عمر و زندگی و درمان و سایر موارد مرتبط
- انواع محصولات بیمه در رشته بیمه مسئولیت شامل: مسئولیت کارفرما، مدنی عمومی و حرفه ای و سایر مواردمرتبط

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس هر بخش با ارائه محتوای نظری آغاز شده و سپس از طریق طرح مسئله، حل فردی و گروهی، پرسش‌وپاسخ کلاسی و تعیین تکالیف مستمر با مسائل متنوع و داده‌های متفاوت ادامه می‌یابد تا فرایند یادگیری دانشجویان عمق یابد و توانایی تحلیل و حل مسئله آنان تقویت شود.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۴۰ درصد
آزمون پایان ترم	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته سفید، کامپیوتر، ویدئو پروژکتور. امکانات اولیه کلاس آموزشی و نمایش فایل/ در صورت غیرحضوری بودن سامانه LMS

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. آیت کریمی (۱۴۰۰). بیمه امول و مستولیت. انتشارات میزان.

۲. آیت کریمی (۱۴۰۰). مبانی علمی و نظری بیمه های اموال. انتشارات بیمه مرکزی.

3. Christopher J. Boggs, et al (2021). Property and Casualty Insurance Concepts Simplified: The Ultimate "How to" Insurance Guide for Agents, Brokers, Underwriters, and Adjusters. Wells Media Group, Inc.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

این درس میتواند به شکل تمام الکترونیکی یا ترکیبی ارائه شود.

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت ترفیع و ارتباطات بازاریابی			
عنوان درس به انگلیسی:	Promotion Management and Marketing Communications	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب: هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با ماهیت، فرایند و ابزارهای ترفیع و ارتباطات یکپارچه بازاریابی است تا دانش و مهارت های لازم برای برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی اثربخشی فعالیت‌های ترفیع فروش و ارتباطات بازاریابی سازمان را کسب کنند.

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در تشخیص و تحلیل نقش استراتژیک ترفیع و ارتباطات یکپارچه بازاریابی برای ایجاد ارزش، تصویر ذهنی مطلوب و مزیت رقابتی برای سازمان.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در طراحی، برنامه‌ریزی و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی و ترفیعات فروش با بهره‌گیری از رسانه‌های سنتی و نوین، از جمله رسانه‌های اجتماعی و ابزارهای دیجیتال.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در ارزیابی اثربخشی ترفیع و ارتباطات بازاریابی از طریق استفاده از شاخص‌ها، مدل‌ها و روش‌های سنجش عملکرد جهت بهبود مستمر برنامه‌ها و بودجه‌بندی دقیق‌تر.

پ) سرفصل‌ها:

- نقش استراتژیک ترفیع و ارتباطات در مدیریت بازاریابی
- ماهیت و عناصر ترفیع و ارتباطات یکپارچه بازاریابی
- تحلیل محیط و رسانه‌های نوین ارتباطات بازاریابی
- تدوین اهداف و بودجه بندی ترفیع و ارتباطات بازاریابی
- مدیریت تبلیغات
- طراحی و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی
- تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی الکترونیکی و مجازی
- ترفیع فروش
- روابط عمومی بازاریابی و حمایت مالی
- بازاریابی مستقیم و تعاملی
- فروش شخصی
- ارزیابی اثربخشی ترفیعات و ارتباطات بازاریابی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	۲۰ درصد
آزمون میان ترم	۴۰ درصد
آزمون پایان ترم	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. غفاری، محمد، تمیمی، مسعود، **ارتباطات یکپارچه بازاریابی**، تهران، انتشارات مهربان، ۱۳۹۴

۲. کیودی، اُلیجیمی، **ارتباطات بازاریابی**، ترجمه حسین نوروزی و حامد بابایی، تهران، انتشارات ادبیان روز، ۱۳۹۷

۳. جاسکا، جرومی، **ارتباطات یکپارچه بازاریابی (تبلیغات و ترویج در دنیای دیجیتال)**، ترجمه حسین بوداقی خواجه نوبر، یونس کافی لاله و مینا عبدالعلی پور، تهران، انتشارات هوشمند تدبیر، ۱۳۹۷

۴. **منابع کمکی:**

۵. فرهنگی، علی اکبر، میرزایی، مینو، **ارتباطات بازاریابی یکپارچه**، تهران، انتشارات مهربان، ۱۳۹۴

6. Belch, George., Belch, Michael (2021). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, McGraw-Hill.
7. Clow, Kenneth, E., Baack, Donald, E. (2018). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Global Edition, Pearson.
8. . Percy, Larry (2018). Strategic Integrated Marketing Communications, Third Edition, Routledge.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد

الف) عنوان درس به فارسی: اصول مدیریت و بازاریابی گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:	Principles of Tourism Management and Marketing	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با اصول و مبانی مدیریت و بازاریابی گردشگری است تا دانش و مهارت های ضروری برای برنامه ریزی، اجرا و کنترل فرایندهای بازاریابی گردشگری در سازمان ها، نهادها و مقاصد گردشگری و جهانگردی به ویژه گردشگری ایران را کسب کنند.

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در تحلیل بازارهای گردشگری و رفتار مصرف‌کنندگان به‌منظور شناسایی نیازها، ترجیحات و الگوهای تقاضا در مقاصد مختلف به‌ویژه ایران.
- ✓ ارتقای مهارت دانشجویان در طراحی، تدوین و ارزیابی برنامه‌های بازاریابی گردشگری شامل انتخاب بازارهای هدف، موقعیت‌یابی، قیمت‌گذاری، ترفیع و مدیریت کانال‌های توزیع.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در به‌کارگیری رویکردهای نوین بازاریابی دیجیتال و برندسازی ملی برای توسعه پایدار مقاصد گردشگری و افزایش جذابیت رقابتی آن‌ها در سطح ملی و بین‌المللی.

پ) سرفصل‌ها:

- رشد و توسعه صنعت گردشگری
- توسعه مقاصد و مکان‌های گردشگری
- محصولات و بازارهای گردشگری
- اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی گردشگری
- بازاریابی گردشگری و مهمان نوازی
- رفتار مصرف کننده در گردشگری
- انتخاب بازارهای هدف و موقعیت یابی
- تدوین برنامه بازاریابی خدمات گردشگری
- مدیریت محصولات و خدمات گردشگری
- قیمت گذاری خدمات گردشگری
- ترفیع و ارتباطات بازاریابی گردشگری
- شبکه بازاریابی و توزیع خدمات گردشگری
- بازاریابی الکترونیک و دیجیتال در گردشگری

نقش برندسازی ملی و دولت در گردشگری

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**٤٠ درصد**
آزمون پایان ترم	**٤٠ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. ویور، دیوید، لاتون، لورا، **مدیریت گردشگری**، ترجمه علی پارسائیان، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۹۸

۲. پیج، استیون جی، **مقدمه ای بر مدیریت گردشگری**، ترجمه علی پارسائیان، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۹۶

۳. دهدشتی شاهرخ، زهره، فیاضی، مرتضی، **مدیریت بازاریابی در صنعت گردشگری**، تهران، نشر مهکامه، ۱۳۹۶

۴. لومسدن، لس، **بازاریابی گردشگری**، ترجمه محمدابراهیم گوهریان، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۹۹

منابع کمکی:

۵. هادسن، سایمون، **بازاریابی گردشگری**، ترجمه فرزاد مقدم، تهران، انتشارات سیته، ۱۳۹۹

6. Morrison, Alastair , M. (2019). Marketing and Managing Tourism Destinantions, Routledge

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت پروژه			
عنوان درس به انگلیسی:	Project Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	پژوهش عملیاتی (۲)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مفهوم پروژه و برنامه ریزی، اجرا و کنترل پروژه به منظور دستیابی به اهداف تعیین شده برای یک پروژه است.

اهداف ویژه:

- ✓ درک مفاهیم، فرایندها و اصول برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل پروژه
- ✓ توانمندی در زمان‌بندی، محاسبه مسیر بحرانی، مدیریت منابع و کنترل هزینه‌ها
- ✓ مهارت در مدیریت ریسک، گزارش‌دهی پیشرفت پروژه و رهبری نیروی انسانی با بهره‌گیری از ابزارهای نرم‌افزاری

پ) سرفصل‌ها:

- تعاریف و مفاهیم اساسی در مدیریت پروژه
- برنامه ریزی منابع پروژه
- تعیین زمانبندی و هزینه پروژه
- چگونگی تنظیم زمانبندی پروژه
- تعاریف و مفاهیم شبکه و شیوه ترسیم شبکه
- محاسبه مسیر بحرانی و زمان های شروع، پایان و شناوری
- بررسی هزینه و زمان تخصیص فعالیت با توجه به منابع محدود
- مدیریت ریسک پروژه
- گزارش پیشرفت کار و کنترل پروژه
- برنامه ریزی پروژه به روش PERT
- کنترل پیشرفت پروژه، تعیین انحرافات و گزارش عملکرد
- آشنایی با برنامه های کامپیوتری کنترل پروژه
- رهبری نیروی انسانی و ارتباطات در مدیریت پروژه

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش پرسش و پاسخ، مشارکتی، حل مسئله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین) **۲۰ درصد**

آزمون میان ترم **٤٠ درصد**

آزمون پایان ترم **٤٠ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. عاصمی پور، محمدجواد، **مدیریت پروژه**، تهران، انتشارات سمت، چاپ نهم، ۱۳۹۸

۲. گلابچی، محمود، حسینی، سیدضیاء، **مبانی مدیریت پروژه**، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۴۰۰

۳. دانشکده کسب و کار هاروارد، **مدیریت پروژه**، ترجمه هومن درخشانیان و هادی درخشانیان، تهران، انتشارات آریانا قلم، چاپ هشتم

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: کیفیت و بهره وری			
عنوان درس به انگلیسی:	Quality and Productivity	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم مرتبط با کیفیت و بهره وری در سازمان‌ها، استانداردهای کیفیت و ارتقا و بهبود کیفیت محصولات.

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در تحلیل اصول و استانداردهای کیفیت به‌منظور تشخیص نقاط ضعف فرایندها و پیشنهاد راهکارهای بهبود.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در به‌کارگیری تکنیک‌های کنترل کیفیت آماری و روش‌های سنجش بهره‌وری برای ارزیابی عملکرد سازمانی.
- ✓ پرورش توانایی طراحی و اجرای برنامه‌های ارتقای کیفیت و افزایش بهره‌وری با بهره‌گیری از رویکردهای مدیریت کیفیت جامع و ابزارهای بهبود مستمر.

پ) سرفصل‌ها:

- تاریخچه موضوع کیفیت در صنایع
- رشد مدیریت کیفیت جامع
- عوامل کلیدی در مدیریت کیفیت
- اصول سیستم کیفیت
- ارزیابی کیفیت
- کنترل کیفیت آماری و روش‌های آن
- آشنایی با استانداردهای کیفیت
- بهبود و ارتقای کیفیت
- مفهوم بهره وری
- شاخص‌های سنجش بهره وری
- روش‌های تخمین بهره وری
- روش‌های آماری برای بهبود بهره وری

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تلفیقی از روش سخنرانی و پرسش و پاسخ، مشارکتی و حل مساله و تمرین.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

ت کلاسی (تمرین) ۲۰ درصد

آزمون میان ترم ۴۰ درصد

آزمون پایان ترم ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. عالم تبریز، اکبر، شادفر، حسین، **مدیریت بهره وری و کیفیت**، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۲

۲. همتی فر، محمد، پریسوز، علیرضا، یعقوبی، علی، **مدیریت کیفیت و بهره وری**، تهران، انتشارات گسترش علوم پایه، چاپ سوم، ۱۴۰۰

۳. بسترفیلد، کارول و همکاران، **مدیریت کیفیت جامع**، ترجمه عبدالله آقایی و همکاران، تهران، انتشارات دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، ۱۳۹۴

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت خرده فروشی			
عنوان درس به انگلیسی:	Retailing Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت بازاریابی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم اساسی مدیریت خرده فروشی و فنون و روش‌های اثربخشی و بهره وری کسب و کارهای خرده‌فروشی

اهداف ویژه:

- ✓ توانمندسازی دانشجویان در درک ساختار، نقش و انواع الگوهای خرده‌فروشی به‌منظور تحلیل جایگاه خرده‌فروشی در اقتصاد و زنجیره تأمین و شناخت راهبردهای مؤثر برای انتخاب بازار هدف، مکان‌یابی و مدیریت منابع.
- ✓ تقویت مهارت دانشجویان در برنامه‌ریزی و مدیریت کالا در خرده‌فروشی شامل تأمین، خرید، قیمت‌گذاری، آمیزه ترفیع، و طراحی چیدمان و کالاپردازی بصری با هدف افزایش فروش و بهبود تجربه مشتری.
- ✓ پرورش توانایی دانشجویان در مدیریت و بهینه‌سازی عملکرد فروشگاه‌های مستقل، زنجیره‌ای و آنلاین از طریق به‌کارگیری سیستم‌های اطلاعاتی، مدیریت ارتباط با مشتری، ارائه خدمات مشتریان و توسعه مدل‌های خرده‌فروشی دیجیتال.

پ) سرفصل‌ها:

- مقدمه ای بر صنعت خرده فروشی: سهم و جایگاه آن در اقتصاد جهان و ایران، انواع خرده فروش‌ها، خرده فروشی در زنجیره تامین
- راهبردهای خرده فروشی(بازار هدف، امور مالی، انتخاب مکان، مدیریت منابع انسانی، سیستم‌های اطلاعاتی و زنجیره تامین، مدیریت ارتباط با مشتریان)
- مدیریت کالا در خرده فروشی (مدیریت فرآیند برنامه ریزی کالا، تامین و خرید کالا، قیمت گذاری خرده فروشی، آمیزه ارتباطی خرده‌فروشی)
- مدیریت فروشگاه (مدیریت فروشگاه، چیدمان، طراحی و کالاپردازی بصری در فروشگاه، خدمات مشتریان)
- مدیریت فروشگاه‌های زنجیره ای
- خرده فروشی در فضای مجازی

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش سخنرانی و پرسش و پاسخ.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۲۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۵۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، رایانه، وسایل کمک آموزشی.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. علی خویه. مدیریت فروشگاه، چیدمان و مهندسی فروش. انتشارات دوران.

۲. بارتون ویتز، دروو گریوال و مایکل لوی (ترجمه کامبیز حیدرزاده امیرعباس کائینی). ۱۴۰۰.مدیریت فروش فروشگاهی. علم.

۳. یوآخیم زنتس، دیرک مارشت و هانا اسکرامکلین (ترجمه سیدرضا جلال زاده و فاطمه صابریان.۱۳۹۹. مدیریت استراتژیک خرده فروشی. ادبیان روز.

۴. مازیار قاسم زاده سنگرودی و گلناز علیزاده حرفتی. ۱۴۰۱. اصول و روشهای مدیریت و چیدمان فروشگاه. ادبیان روز

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد.

الف) عنوان درس به فارسی: بحران شناسی و مدیریت بحران			
عنوان درس به انگلیسی:	Crisisology and Crisis Management	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	مدیریت رفتار سازمانی	پایه ☐	نظری ■
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

هدف این درس آن است که دانشجو ماهیت، ریشه‌ها و سازوکارهای گسترش بحران را در نظام‌های اجتماعی، سازمانی و طبیعی به‌صورت علمی و دقیق درک کند. با بهره‌گیری از مدل‌های معتبر شناسایی، پایش، پیشگیری، آمادگی، پاسخ و بازسازی، توان تحلیل و مدیریت چرخه حیات بحران در او تقویت می‌شود. دانشجو می‌آموزد چگونه در شرایط عدم‌قطعیت تصمیم‌گیری کند، رهبری اثربخش نشان دهد و ارتباطات حرفه‌ای بحران را مدیریت نماید. آشنایی با الگوهای حکمرانی، تاب‌آوری و آینده‌نگری این امکان را می‌دهد که بحران‌ها به‌عنوان پدیده‌هایی قابل‌فهم و قابل‌مدیریت تحلیل شوند. استفاده نظام‌مند از موردکاوی‌های واقعی، روایت‌های مستند و تحلیل رویدادهای ملی و بین‌المللی، پیوند میان ادراک نظری و فهم عملیاتی بحران را برای دانشجو فراهم می‌سازد. این درس او را برای طراحی مداخلات مبتنی بر شواهد و اقدام در موقعیت‌های واقعی بحران آماده می‌کند. نهایتاً هدف آن تربیت مدیران و تحلیل‌گرانی است که با اتکا به عقلانیت راهبردی، شواهد معتبر و مهارت‌های اجرایی قادر به مدیریت مؤثر بحران و تقویت تاب‌آوری در سطوح سازمانی و ملی باشند.

اهداف ویژه

- ایجاد فهم عمیق و تحلیلی از ماهیت و ریشه‌های بحران از طریق تبیین مفاهیم، الگوهای بروز اختلال و شناخت سازوکارهای شکل‌گیری بحران در نظام‌های انسانی و طبیعی.
- تسلط بر چرخه حیات بحران و مهارت استفاده از مدل‌ها و ابزارهای استاندارد در حوزه پیشگیری، آمادگی، پاسخ و بازسازی، با رویکردی علمی و میان‌رشته‌ای.
- تقویت توان تصمیم‌گیری، رهبری و تحلیل ریسک در شرایط عدم‌قطعیت و ارتقای قابلیت مدیریت پیچیدگی، ابهام و محدودیت منابع.
- توانمندسازی در مدیریت ارتباطات بحران و سخنگویی حرفه‌ای با هدف کاهش ابهام، مدیریت افکار عمومی و هماهنگی اثربخش میان‌سازمانی.
- پرورش مهارت «درک و لمس بحران» از طریق مواجهه با نمونه‌های واقعی شامل مطالعه موردی، مثال‌های کاربردی، روایت‌های مستند و تحلیل رویدادهای ملی و بین‌المللی، به‌گونه‌ای که دانشجو بتواند نظریه را به تجربه و اقدام عملی پیوند دهد.

پ) سرفصل‌ها:

- **مفهوم‌شناسی بحران:** آشنایی با تعاریف، مفاهیم و ماهیت بحران‌ها و بلایا؛ بررسی تمایز میان فاجعه، حادثه و بحران از منظر علمی؛ به‌گونه‌ای که دانشجو بتواند زمینه‌های نظری و مفهومی مطالعه بحران را با دقت علمی درک کند.
- **گونه‌شناسی بحران‌ها و بلایا:** تحلیل نظام‌مند و طبقه‌بندی جامع بحران‌ها و بلایا بر اساس ماهیت طبیعی، انسانی، تکنولوژیک و سازمانی، بررسی پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی هر نوع بحران، و ترسیم تفاوت‌ها، همپوشانی‌ها و پیچیدگی‌های بین بحران‌های محلی، ملی و بین‌المللی.

- **بحران به‌مثابه علم میان‌رشته‌ای:** تبیین ضرورت نگاه میان‌رشته‌ای به بحران و بررسی نقش همزمان علوم طبیعی، مهندسی، اجتماعی، رفتاری و الهیاتی در تحلیل بحران‌ها، به‌گونه‌ای که دانشجو بتواند ارتباط علت‌ها، پیامدها و سازوکارهای مدیریت بحران را به‌صورت جامع و علمی تحلیل کند.شناخت مفاهیم کلیدی مانند آسیب‌پذیری، خطر و تهدید.
- **بلایا و بحران‌ها؛ گذشته، حال و آینده:** تحلیل تطبیقی بحران‌ها و بلایا در طول تاریخ، شناسایی الگوهای تکرارشونده و روندهای کلان، و ارائه چشم‌انداز آینده‌پژوهانه برای پیش‌بینی بحران‌های احتمالی و آماده‌سازی نظام‌ها در مواجهه با پیچیدگی‌ها و ناپایداری‌های آینده.
- **بحران و مدیریت بحران از منظر قرآن کریم:** نوع شناسی بحران‌ها از منظر قرآن کریم(بحران‌های طبیعی- بحران‌های اجتماعی – اخلاقی- بحران‌های سیاسی و حکمرانی - بحران‌های روانی – فردی) تحلیل چندبعدی بحران از منظر قرآن کریم (علت‌شناسی بحران - پیامدهای بحران - سنن الهی مرتبط با بحران - مدیریت بحران در قرآن کریم - الگوهای مدیریتی بحران در قرآن) بررسی آموزه‌ها و راهبردهای قرآنی در مواجهه با بحران و آزمون‌های انسانی وتحلیل ابعاد اخلاقی و راهبردی این آموزه‌ها برای پرورش تفکر راهبردی و اخلاقی دانشجو.
- **مدل‌های چرخه حیات بلایا و بحران:** آشنایی با مفهوم چرخه حیات بحران و مراحل اصلی آن؛ معرفی مدل‌های مختلف چرخه مدیریت بلایا و بحران‌ها؛ تبیین مرحله پیشگیری و کاهش خطر در مدیریت بحران؛ تحلیل برنامه‌ریزی و آمادگی سازمان‌ها در برابر بحران‌ها؛ شناخت سازوکارهای واکنش و پاسخ اضطراری در بحران؛ بررسی مرحله بازیابی، بازتوانی و بازسازی پس از بحران؛ ابزارهای پایش و چک‌لیست‌ها به‌منظور مدیریت نظام‌مند و علمی بحران‌ها در سطوح مختلف.
- **آشنایی با بحران‌ها و بلایای طبیعی:** تحلیل کامل بلایای طبیعی نظیر زلزله، سیل، خشکسالی و آتش‌سوزی، بررسی پیامدهای مستقیم و غیرمستقیم آن‌ها، و بهره‌گیری از مثال‌های واقعی و موردکاوی‌های ملی و بین‌المللی برای تقویت درک عملی و تجربه‌محور دانشجو.
- **آشنایی با بحران‌های اجتماعی:** مطالعه جامع بحران‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، تحلیل عوامل شکل‌دهنده و تشدیدکننده اختلالات اجتماعی، و استفاده از روایت‌ها و مثال‌های مستند برای آموزش مهارت پیوند دادن نظریه با تجربه عملی.
- **چارچوب حکمرانی بحران:** بررسی ساختارها و فرآیندهای حکمرانی بحران؛ شناخت اصول و مؤلفه‌های حکمرانی خوب در شرایط بحرانی؛ تحلیل سازوکارهای هماهنگی میان‌بخشی، نقش دولت و جامعه مدنی، و شناسایی ظرفیت‌های مشارکتی و یادگیری سازمانی برای ارتقای پاسخ‌دهی مؤثر و راهبردی به بحران‌ها.
- **رهبری بحران:** توسعه مهارت‌های رهبری و هدایت تیم‌ها در محیط‌های پرابهام و اضطراری، تمرکز بر قضاوت حرفه‌ای، تصمیم‌گیری راهبردی، اولویت‌بندی منابع محدود و مدیریت فشارهای روانی و سازمانی در فرآیند مدیریت بحران.
- **مدیریت بحران سازمانی:** آشنایی با مفاهیم، تعاریف و اهمیت مدیریت بحران سازمانی؛ معرفی مدل‌ها و رویکردهای مختلف مدیریت بحران در سازمان‌ها؛ طراحی ساختارها و فرآیندهای داخلی سازمان به‌منظور آمادگی و پاسخ سریع؛ تبیین مراحل چرخه مدیریت بحران سازمانی از پیشگیری تا بازیابی؛ طراحی و پیاده‌سازی برنامه‌های جامع مدیریت بحران در سازمان؛ تشکیل و هدایت تیم‌های مدیریت بحران سازمانی و ارزیابی اثربخشی اقدامات مدیریت بحران با استفاده از شاخص‌ها و استانداردهای بین‌المللی.
- **ارتباطات بحران:** معرفی کلیات و ضرورت مهارت‌های ارتباطی در بحران؛ آشنایی با اصول و مبانی ارتباطات در شرایط بحرانی؛ تبیین نقش ارتباطات در مراحل چرخه مدیریت بحران؛ بررسی استراتژی‌ها و ابزارهای ارتباطی در بحران و ارتباطات رهبری بحران
- **سخنگویی بحران:** تحلیل ارتباط با ذی‌نفعان و مخاطبان رسانه‌ای بحران؛ آموزش نقش و ویژگی‌های سخنگوی بحران؛ توسعه مهارت‌های سخنگویی حرفه‌ای، رسانه‌ای و سازمانی در مواجهه با بحران، تمرین انتقال پیام‌های دقیق، علمی و مؤثر، و بهره‌گیری از پرسش ها و مثال‌های واقعی برای ارتقای آمادگی عملی دانشجو.
- **بحران سازمانی و مدیریت ریسک:** شناسایی و تحلیل جامع ریسک‌های سازمانی، طراحی راهبردهای پیشگیری و کاهش آسیب، و بوند مدیریت ریسک با مباحث ویژه و شهرت سازمانی در مواجهه با بحران‌ها و ارتقای آمادگی سازمان.

- **تاب‌آوری بلایا و بحران:** تبیین مفهوم و ابعاد تاب‌آوری در مواجهه با بحران‌ها؛ معرفی شاخص‌ها و روش‌های سنجش تاب‌آوری بحران؛ بررسی سطوح فردی، سازمانی و اجتماعی تاب‌آوری؛ تبیین تاب‌آوری در نظام‌های اجتماعی، زیرساختی و شهری؛ توسعه ظرفیت‌های انعطاف‌پذیری، بازسازی و یادگیری سازمانی و اجتماعی قبل، حین و پس از بحران، آموزش ابزارها و شاخص‌های تاب‌آوری، و ترکیب تجربه عملی با دانش علمی برای تقویت توان سازمان‌ها و جوامع در مواجهه با ناپایداری‌ها و بحران‌های احتمالی آینده.

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش یاددهی–یادگیری فرایندی تعاملی است که هدف آن ارتقای فهم، مهارت و نگرش دانشجویان از طریق مشارکت فعال با محتوا و مدرس می‌باشد. در این رویکرد، دانشجو با تحلیل مسائل، بحث و نقد مفاهیم و تجربه عملی، توانایی کاربرد دانش در محیط واقعی را کسب می‌کند. استفاده از روش‌های ترکیبی مانند تدریس فعال، کار گروهی و مطالعات موردی، تعامل مستمر میان مدرس، دانشجو و محتوا را تقویت کرده و یادگیری عمیق و پایدار را تضمین می‌کند.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۱۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
پروژه پایان ترم	**۱۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۵۰ درصد**

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک مخصوص،ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مقیمی، سید محمد (۱۴۰۴) ، بحران شناسی و مدیریت بحران، تهران: انتشارات مهربان.

۲. مقیمی، سید محمد (۱۳۹۹) ، بحران شناسی، ارتباطات و مدیریت بحران (مجموعه ۹ جلدی)، تهران: سازمان پیشگیری و مدیریت بحران شهر تهران.

3. Penuel Bradley and Statler Matt and Hagen Ryan (2013), Encyclopedia of crisis management, London: SAGE Publications, Inc.

4. Brataas Kjell (2018),Crisis Communication : Case Studies and Lessons Learned from International Disasters, New York: Routledge.

5. Gilpin Dawn R. and Murphy Priscilla J. (2008), Crisis management: in a complex world, Oxford: Oxford University Press, Inc.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.

الف) عنوان درس به فارسی: سمینار در مسائل کسب و کار در ایران			
عنوان درس به انگلیسی:	Seminar in Business Problems in Iran	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	محیط کسب و کار در ایران	پایه ☐	نظری ☐
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ■	نظری-عملی ■
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	

ب) هدف کلی:

- ایجاد توانایی تجزیه و تحلیل مشکلات و مسائل کسب و کار در ایران و بررسی آموخته‌های دانشجویان جهت بکارگیری تئوری‌ها، مدل‌ها و الگوها و اصول مدیریتی فراآموخته در طی دوره و ارائه راه حل برای مشکلات و مسائل کسب و کار در بازار ایران

اهداف ویژه:

- ایجاد توانایی در دانشجویان جهت کاربرد اصول و چارچوب‌های اسلامی در حل مسائل و مشکلات کسب و کار در ایران

پ) سرفصل‌ها:

- مفاهیم و مسائل و مشکلات خاص کسب و کارها در امور بازرگانی و تجارت در ایران و تجزیه و تحلیل آنها
- بررسی عوامل تاثیرگذار (طبیعی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، فناوری و سیاسی) در مسائل کسب و کار در ایران
- انجام تحقیقات بازار به منظور ارائه راه‌حل‌ها جهت رفع مسائل و مشکلات کسب و کارها در ایران
- تجزیه و تحلیل مسائل خاص کسب و کار در امور بازرگانی و تجارتی در ایران به عنوان نمونه تجزیه و تحلیل مسائل بازاریابی اسلامی، برند اسلام، مشتری مسلمان، تجاری سازی در اسلام، آمیخته بازاریابی اسلامی، اخلاق اسلامی در تجارت، بازار حلال، بازارهای مجازی اسلامی، قوانین اسلامی، رسانه‌ها و ارتباط اسلامی، مد و لباس اسلامی
- تجزیه و تحلیل نقش فناوری‌های تحول آفرین (هوش مصنوعی، واقعیت مجازی، بلاک چین، اینترنت اشیاء، واقعیت افزوده، رایانش ابری و ...) در حل مسائل کسب و کارها در امور بازراگانی و تجاری در ایران

ت) روش یاددهی-یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

از طریق ارائه سمینار و نقد و تحلیل مسائل کسب و کار و راه‌حل‌های آن

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت کلاسی (تمرین)	**۱۰ درصد**
آزمون میان ترم	**۳۰ درصد**
پروژه پایان ترم	**۳۰ درصد**
آزمون پایان ترم	**۳۰ درصد**

ج) لازومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک، ویدیو پروژکتور، وسایل کمک آموزشی، رایانه.

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- فیلیپ کاتلر، مدیریت بازاریابی.ترجمه بهمن فروزنده، نشر آموخته، تهران
- شهریار عزیزی، ابوالقاسم ابراهیمی، محمدرضا کریمی علویجه. ۱۴۰۲. مدیریت بازاریابی. سمت
- محمدعلی، مرادی، محیط کسب و کار: نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- آین ورتینگتون، کریس بریتون، محیط کسب و کار، ترجمه حمید پاداش، بهمن خداپناه، مهدی ابراهیم زاده، انتشارات دانشگاه تهران.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

امکان برگزاری درس به صورت مجازی وجود دارد

ویژگی‌های دروس مهارتی – اشتغال پذیری

الف) عنوان درس به فارسی: مهارت‌های کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار			
عنوان درس به انگلیسی:	Entrepreneurship and Business Start-up Skills	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	-	پایه ☐	نظری ☐
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ■
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۴۸	مهارتی-اشتغال پذیری ■	

ب) هدف کلی:

درس «مهارت‌های کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار» با هدف آشنایی دانشجویان با مفاهیم بنیادین کارآفرینی، انواع کسب‌وکار و نقش آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی طراحی شده است. این درس تلاش می‌کند تا نگرش خلاق، فرصت‌محور و نوآورانه را در دانشجویان تقویت کرده و آنان را برای تبدیل ایده‌ها به فعالیت‌های اقتصادی مولد آماده سازد. در طول دوره، دانشجویان با مراحل شکل‌گیری، برنامه‌ریزی، سازماندهی، مدیریت، بازاریابی و تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرینانه آشنا می‌شوند. همچنین مهارت‌های اساسی مانند تصمیم‌گیری، ریسک‌پذیری، خلاقیت، کار گروهی و حل مسئله در آنان پرورش می‌یابد. این درس بر اهمیت اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت اجتماعی، و استفاده از دانش و فناوری در موفقیت کارآفرینی تأکید دارد. در نهایت، هدف آن تربیت نیروی انسانی کارآمد، خودباور و خلاق برای ایجاد اشتغال و تحقق توسعه پایدار در جامعه است.

اهداف ویژه:

۱. آشنایی دانشجویان با مفاهیم، انواع و ساختارهای مختلف کسب‌وکار و کارآفرینی.
۲. تقویت نگرش مثبت، خلاق و فرصت‌جویانه نسبت به کار و فعالیت اقتصادی.
۳. آموزش مراحل ایده‌پردازی، طراحی مدل و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه.
۴. ارتقای مهارت‌های مدیریتی شامل برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل.
۵. آشنایی با فعالیت‌های تولیدی، فنی و بازرگانی در کسب‌وکارهای کوچک و نوآور.
۶. توانمندسازی دانشجویان در حوزه تأمین مالی، سرمایه‌گذاری و مدیریت ریسک.
۷. ترویج اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تفکر دانایی‌محور در کارآفرینی.

پ) سرفصل‌ها:

- **آشنایی با مفاهیم کسب‌وکار**
  - دانشجویان با ویژگی‌های جوامع بشری و نقش جامعه اطلاعاتی در تحولات اقتصادی آشنا می‌شوند.
  - اهمیت دانایی و دانش به‌عنوان موتور محرک پیشرفت و توسعه پایدار بررسی می‌شود.
  - مفهوم، ماهیت و انواع مختلف کسب‌وکار در ابعاد اقتصادی و اجتماعی معرفی می‌گردد.
  - مدل‌های کسب‌وکار و مراحل تکامل و رشد آن‌ها مورد تحلیل قرار می‌گیرد.
  - دانشجویان فضای عمومی و محیط رقابتی کسب‌وکار در ایران و جهان را می‌شناسند.
- **نگرش‌ها به کسب‌وکار**
  - انواع نگرش‌های فردی و اجتماعی نسبت به کار و فعالیت اقتصادی تبیین می‌شود.
  - موانع نگرش مثبت به کار در فرهنگ ایرانی و ریشه‌های تاریخی آن بررسی می‌گردد.
  - تأثیر ارزش‌های فرهنگی مانند تقدیرگرایی، زهدگرایی و فردگرایی بر نگرش به کسب‌وکار تحلیل می‌شود.

- اهمیت اخلاق کار، تلاش، نظم و پشتکار در موفقیت اقتصادی مورد تأکید قرار می‌گیرد.
- دیدگاه اسلام درباره کار، تولید و کسب روزی حلال به‌عنوان نگرشی تعالی‌بخش معرفی می‌شود.

■ **کارآفرینی چیست و کارآفرین کیست؟**

- مفهوم، تاریخچه و اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی بررسی می‌شود.
- انواع کارآفرینی شامل فردی، سازمانی، اجتماعی و فناورانه تشریح می‌گردد.
- ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان مانند توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری و استقلال‌خواهی تحلیل می‌شود.
- نقش خلاقیت، نوآوری و فنون پرورش خلاقیت در موفقیت کارآفرینان تبیین می‌شود.
- عوامل رفتاری و تجربی مؤثر در شکل‌گیری روحیه و عملکرد کارآفرینانه شناسایی می‌شوند.

■ **چگونگی راه‌اندازی و شکل‌گیری کسب‌وکارهای کارآفرینانه**

- مزایا و ضرورت ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و نوآور برای رشد اقتصادی توضیح داده می‌شود.
- چرخه حیات کسب‌وکار و مراحل شکل‌گیری، رشد و بلوغ آن بررسی می‌گردد.
- دانشجویان با فرایند کارآفرینی از شناسایی فرصت تا اجرای ایده آشنا می‌شوند.
- ساختارهای مختلف مالکیت و انواع شرکت‌ها و تعاونی‌ها معرفی می‌گردند.
- نحوه تنظیم برنامه کسب‌وکار و مراحل قانونی تأسیس و اخذ مجوز فعالیت آموزش داده می‌شود.

■ **فعالیت‌های مدیریتی در کسب‌وکارهای کارآفرینانه**

- مفاهیم و مراحل برنامه‌ریزی راهبردی در کسب‌وکارهای نوپا تشریح می‌شود.
- اصول سازماندهی و ساختاردهی به تیم‌ها و واحدهای کاری بررسی می‌شود.
- مدیریت منابع انسانی و روابط کار در محیط‌های کارآفرینانه آموزش داده می‌شود.
- مهارت‌های رهبری، انگیزش و هدایت نیروی انسانی تقویت می‌گردد.
- روش‌های کنترل، نظارت و ارزیابی عملکرد در کسب‌وکارهای کارآفرینانه معرفی می‌شوند.

■ **فعالیت‌های تولیدی و فنی در کسب‌وکارهای کارآفرینانه**

- دانشجویان با اهداف و وظایف مدیریت تولید در کسب‌وکار آشنا می‌شوند.
- سیر تکامل سیستم‌های تولید از سنتی تا تولید ناب بررسی می‌شود.
- روش‌های بهبود و بهینه‌سازی فرآیندهای تولید مانند مهندسی مجدد و ارزش معرفی می‌شوند.
- ابزارهای کنترل کیفیت مانند شش سیگما، کایزن و استانداردهای ایزو آموزش داده می‌شود.
- اهمیت بهبود مستمر و بهره‌وری در ارتقای عملکرد تولیدی تبیین می‌گردد.

■ **فعالیت‌های بازرگانی در کسب‌وکارهای کارآفرینانه**

- مفهوم و اهمیت مدیریت خرید و تأمین در کسب‌وکار تشریح می‌شود.
- فرآیند خرید، انتخاب تأمین‌کنندگان و مدیریت موجودی‌ها بررسی می‌گردد.
- اصول بازاریابی، فروش و ارتباط با مشتریان در محیط رقابتی آموزش داده می‌شود.
- دانشجویان با استراتژی‌های توسعه بازار و برندآفرینی آشنا می‌شوند.
- نقش تجارت الکترونیک و فناوری اطلاعات در مدیریت بازرگانی کسب‌وکار بررسی می‌شود.

فعالیت‌های مالی در کسب‌وکارهای کارآفرینانه

- دانشجویان با مفهوم و اهمیت مدیریت مالی در کسب‌وکارهای نوپا آشنا می‌شوند.
- منابع مختلف تأمین مالی شامل داخلی و خارجی بررسی و مقایسه می‌شود.

- نقش بودجه‌بندی، جریان نقدی و کنترل هزینه‌ها در پایداری کسب‌وکار آموزش داده می‌شود.
- دانشجویان با روش‌های تأمین سرمایه از طریق وام، شرکا و سرمایه‌گذاران آشنا می‌شوند.
- اهمیت برنامه‌ریزی مالی و مدیریت مؤثر منابع برای رشد کارآفرینی تحلیل می‌شود.

منابع تأمین مالی و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای کارآفرینانه

- انواع سرمایه‌گذاران از جمله فرشتگان کسب‌وکار، شرکا و شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر معرفی می‌شوند.
- روش‌های تأمین مالی شامل عرضه عمومی سهام و جذب سرمایه مخاطره‌آمیز آموزش داده می‌شود.
- منابع داخلی تأمین مالی مانند سود انباشته، لیزینگ و کارت‌های اعتباری بررسی می‌شوند.
- اهمیت انتخاب ترکیب مناسب منابع مالی برای رشد پایدار کسب‌وکار تحلیل می‌شود.
- نقش نهادهای حمایتی مالی در توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال تبیین می‌شود.

فعالیت‌های تأمینی و ایمنی در کسب‌وکارهای کارآفرینانه

- دانشجویان با اصول مهندسی عوامل انسانی و طراحی سیستم‌های کار انسان‌محور آشنا می‌شوند.
- مباحث فیزیولوژی کار، ارگونومی و تن‌سنجی برای پیشگیری از آسیب‌های شغلی آموزش داده می‌شود.
- اهمیت ایمنی محیط کار و شناسایی خطرات فیزیکی و انسانی مورد بررسی قرار می‌گیرد.
- اصول مدیریت ریسک و استفاده از ابزارهای بیمه‌ای برای حفاظت از دارایی‌ها آموزش داده می‌شود.
- دانشجویان با انواع بیمه‌های اجتماعی و بازرگانی و نقش آن‌ها در پایداری کسب‌وکار آشنا می‌شوند.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

روش یاددهی–یادگیری فرایندی تعاملی است که هدف آن ارتقای فهم، مهارت و نگرش دانشجویان از طریق مشارکت فعال با محتوا و مدرس می‌باشد. در این رویکرد، دانشجو با تحلیل مسائل، بحث و نقد مفاهیم و تجربه عملی، توانایی کاربرد دانش در محیط واقعی را کسب می‌کند. استفاده از روش‌های ترکیبی مانند تدریس فعال، کار گروهی و مطالعات موردی، تعامل مستمر میان مدرس، دانشجو و محتوا را تقویت کرده و یادگیری عمیق و پایدار را تضمین می‌کند.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۲۰ درصد
آزمون میانهٔ نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه کلاسی	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص،ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. احمدپور، محمود ؛ مقیمی، سید محمد (۱۴۰۳) ، مبانی کارآفرینی ، تهران: انتشارات فر اندیش.
۲. مقیمی ، سید محمد؛ وکیلی، یوسف؛ اکبری، مرتضی (۱۴۰۳) ، نظریه های کارآفرینی ، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳. اوستروالدر، الکساندر و پیگنیور، ایو (۱۳۹۸). خلق مدل کسب و کار، ترجمه غلامرضا توکلی و همکاران، تهران: آریانا قلم.
۴. اوستروالدر، الکساندر و پیگنیور، ایو ، اتیمبل، فرد و اسمیت، آلن (۱۴۰۱). شرکت شکست ناپذیر. ترجمه مهدی محمدی، امیر شریفیان و علیرضا هاشم‌پور. تهران: انتشارات اینوتولز.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

در صورت وجود دانشجو با معلولیت خاص، کلاس مناسب با هماهنگی آموزش در نظر گرفته است.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.

الف) عنوان درس به فارسی: کاربینی			
عنوان درس به انگلیسی:	Job Survey	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	-	پایه ☐	نظری ☐
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۱	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ■
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ■	
اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر و بازدید علمی ■ آزمایشگاه ☐ سمینار ■ کارگاه ■ موارد دیگر:			

ب) هدف کلی:

ایجاد نگاه عملی به مباحث تئوری رشته و مشاهده و تجزیه‌وتحلیل فضاهای شغلی مرتبط با آن و افزایش انگیزه و توان مهارتی و اشتغال‌پذیری دانشجویان

اهداف ویژه:

- آشنایی با مشاغل مرتبط با رشته
- آشنایی با محیط واقعی کارهای مرتبط با رشته و روند جریان کار و فعالیت‌های منجر به تولید یا ارائه خدمات
- انتقال تجربه و آشنایی با صنعت‌گران، کارآفرینان و مدیران سازمان‌ها
- آشنایی با جایگاه شغلی موردنظر و نقش آن در مأموریت آن حوزه شغلی
- آشنایی با موضوعات و مسائل شغل موردنظر مانند ایمنی، سختی و پیچیدگی کار
- آشنایی با مولفه‌های مختلف محیط واقعی کار مانند: فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی
- آشنایی با شایستگی‌های موردنیاز برای احراز شغل موردنظر
- ارتقای انگیزه دانشجویان کارشناسی برای فعالیت در حوزه شغل مرتبط با رشته و تحول‌آفرینی در آن از طریق آشنایی با مزایا و امتیازات حوزه شغلی

پ) سرفصل‌ها:

- مقدمه‌ای در کاربینی، تعاریف و مفاهیم اولیه کاربینی
- کاربینی و آشنایی دانشجویان با محیط‌های مرتبط با حرفه مدیریت مانند مراکز مشاوره مدیریت، اندیشکده‌ها، واحدهای مرتبط مدیریتی در تمامی سازمان‌ها و شرکت‌ها
- آشنایی با واحدهای فناور مرتبط مستقر در دانشگاه و یا بیرون از دانشگاه
- آشنایی با کارآفرینان، صنعت‌گران و مدیران صاحب تجربه
- کاربینی و آشنایی با محیط‌های صنعتی و سازمانی
- مهارت‌های کاربینی (مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های دیدن، پرسیدن، گوش‌دادن، یادداشت‌برداری و....)
- قوانین و مقررات ناظر بر سازمان و محیط کار مورد نظر برای بازدید و شناخت
- شناسایی توانایی، تجربیات و تیپ شخصیتی افراد
- شناسایی و ارزیابی شغل و فرایند آن، شرایط کار و ویژگی‌های کار، گروه شغلی و طرح‌ریزی شغلی
- مسائل فرهنگی و اجتماعی شغل و جاذبه‌ها و انگیزه‌های شغلی

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

- تدریس مطالب بخش‌های مربوطه توسط استاد و آموزش مبتنی بر بحث و مشارکت، برگزاری مناظره‌های علمی، آموزش مبتنی بر مشاهده محیط کار از نزدیک
- آموزش مبتنی بر بحث، آموزش پروژه محور، آموزش مشارکتی، برگزاری مناظره‌های علمی، آموزش مبتنی بر تفکر، آموزش خدمت محور و شیوه گردش علمی.
- مدت زمان این درس ۳۲ ساعت است که حداقل ۸ ساعت آن بایستی جهت بازدید از محیط‌های کاری مرتبط با رشته صورت پذیرد.
- ساعات دیگر درس در قالب سمینارهای شغلی ترجیحا با حضور کارآفرینان، مدیران مراکز و افراد صاحب تجربه برگزار شود.
- مدرس، با توجه به ظرفیت و امکانات و ارتباطات دانشگاه شرایط حضور دانشجویان در محیط‌های شغلی مرتبط با رشته را فراهم کند.
- مدرس، با توجه به ظرفیت و امکانات و ارتباطات دانشگاه سمینارهای مختلف شغلی را در دانشگاه برگزار و امکان حضور صاحبان کسب و کار و کارآفرینان مرتبط با رشته یا حوزه صنعتی-سازمانی را دانشگاه فراهم نماید.
- بخش دیگری از فعالیت‌های عملی دانشجو به ارائه گزارش بازدید از دستگاه‌های اجرایی، سازمان‌ها، شرکت‌ها، مراکز مشاوره مدیریت، واحدهای فناور و شرکت‌های دانش‌بنیان، اندیشکده‌ها و مانند آن اختصاص یابد.

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال (میزان حضور در بازدیدها و جلسات و مشارکت و انگیزه)	۴۰ درصد
ارزشیابی بر اساس گزارش تکمیل شده فعالیت‌های کاربینی	۶۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

معرفی دانشجو به یکی از نهادها و تکمیل فرم کاربینی در انتهای دوره

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. فریدون یگانه، سیده افروز موسوی، شیوا جلیلی سعدآباد، (۱۳۹۳). کاربینی، انتشارات آها.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

باید امکانات، متناسب با نوع معلولیت دانشجو و افراد با نیازهای ویژه، در محیط آموزشی در نظر گرفته شود.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

صرفاً بخش نظری این درس که حدود ۱۲ ساعت است قابلیت ارائه به شکل الکترونیکی را دارد و ۲۰ ساعت عملی آن باید به شکل حضوری باشد.

الف) عنوان درس به فارسی: کارآموزی و یادگیری تجربی			
عنوان درس به انگلیسی:	Internship and experiential learning	نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	گذراندن ۷۰ واحد	پایه ☐	نظری ☐
دروس هم‌نیاز:	-	تخصصی الزامی ☐	عملی ■
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐	نظری-عملی ☐
		پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐	
تعداد ساعت:	۱۵۰	مهارتی-اشتغال پذیری ■	

ب: هدف کلی

درس کارآموزی و یادگیری تجربی (Internship and Experiential Learning course)، یادگیری دانشجو بر اساس تجربه عملی در محیط واقعی سازمان طراحی شده است تا دانش نظری مدیریت با شایستگی‌های حرفه‌ای و عملی تلفیق شود. دانشجویان در رشته‌های مدیریت دولتی، بازرگانی، صنعتی و مالی ابتدا در مرحله تجربه عینی (Concrete Experience phase) با فرآیندهای سازمانی مرتبط با رشته خود مواجه می‌شوند: در مدیریت دولتی با ساختارها، فرآیندهای اداری، منابع انسانی و تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری، در مدیریت بازرگانی با زنجیره تأمین، بازاریابی و فروش، در مدیریت صنعتی با تولید، عملیات و کیفیت، و در مدیریت مالی با بودجه، حسابداری و تحلیل مالی. در این مرحله، دانشجو با مشاهده مستقیم، انجام وظایف محوله و مشارکت در پروژه‌های واقعی، با چالش‌ها و فرآیندهای عملیاتی آشنا می‌شود. در مرحله تأمل و بازتاب‌گری (Reflective Observation phase)، دانشجو تجربه‌های خود را تحلیل، مقایسه و ارزیابی می‌کند تا نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای محیط کاری را شناسایی کرده و درس‌های عملی قابل‌انتقال استخراج کند. سپس در مرحله مفهوم‌سازی انتزاعی(Abstract Conceptualization phase)، یافته‌ها و تحلیل‌های تجربی با چارچوب‌ها و نظریه‌های مدیریتی پیوند داده می‌شوند تا دانشجویان بتوانند الگوها، اصول و مدل‌های کاربردی ویژه هر رشته را درک کنند. در مرحله کاربست فعال (Active Experimentation phase)، دانشجو یافته‌های تحلیلی خود را در تصمیم‌گیری‌ها، اجرای پروژه‌ها، بهبود فرآیندها و ارائه راه‌حل‌های عملی به کار می‌گیرد و از این طریق تجربه‌ای نوین خلق می‌کند که آغازگر چرخه یادگیری بعدی است. این ادغام یادگیری تجربی و کارورزی، دانشجویان را قادر می‌سازد تا مهارت‌های کلیدی حرفه‌ای مانند حل مسئله، تحلیل داده‌ها، مدیریت منابع، کار تیمی، ارتباط حرفه‌ای و اخلاق سازمانی را در زمینه رشته خود تقویت کنند. در نتیجه، این رویکرد میان‌رشته‌ای فاصله میان دانش دانشگاهی و نیازهای واقعی بازار کار را کاهش می‌دهد، اشتغال‌پذیری و شایستگی‌های حرفه‌ای دانشجویان را ارتقا می‌دهد و آنان را برای ایفای نقش‌های مؤثر مدیریتی در سازمان‌های دولتی، خصوصی، صنعتی و مالی آماده می‌سازد. مصوبه هیئت وزیران جمهوری اسلامی ایران به شماره «۶۲۹۸۷/ ت ۶۳۸۵۵ ه» مورخ ۱۴۰۴/ ۰۴/ ۲۵ با هدف بازطراحی و نوسازی دروس عملی و مهارتی دانشجویان، با ایجاد چارچوب قانونی و میان‌بخشی، تأکید بر تجربه عملی و نظارت مستمر، نقش تعیین‌کننده‌ای در تقویت یادگیری تجربی و مهارت‌آموزی دانشجویان ایفا می‌کند و آنان را برای ورود مؤثر به بازار کار و تصدی مسئولیت‌های مدیریتی در سازمان‌های دولتی، خصوصی و صنعتی آماده می‌سازد.

اهداف ویژه:

۱. تقویت مهارت‌های عملی مدیریت: دانشجو قادر خواهد شد مهارت‌های اساسی مدیریت مانند برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری، کنترل، ارتباطات و کار تیمی را در محیط‌های واقعی سازمان‌های دولتی، بازرگانی، صنعتی و مالی تمرین و به کار گیرد.

۲. توانمندسازی در تحلیل مسائل سازمانی و شرکتی: دانشجو می‌تواند مسائل واقعی سازمانی را تحلیل کرده و با توجه به ویژگی‌های محیط کاری هر رشته، راه‌حل‌های مبتنی بر شواهد و داده‌های تجربی ارائه دهد.

۳. آشنایی با فرهنگ و سازوکار سازمانی: دانشجو با ساختارها، فرآیندها، رویه‌ها و فرهنگ سازمانی مرتبط با حوزه تخصصی خود (دولتی، بازرگانی، صنعتی یا مالی) آشنا می‌شود و توانایی انطباق و تعامل مؤثر را کسب می‌کند.

۴. افزایش مهارت‌های اشتغال‌پذیری و حرفه‌ای: توسعه مهارت‌هایی مانند تفکر انتقادی، مسئولیت‌پذیری، خلاقیت، مدیریت زمان و نظم حرفه‌ای که زمینه ورود مؤثر به بازار کار و ایفای نقش حرفه‌ای در سازمان‌ها را فراهم می‌کند.

۵. پرورش مهارت‌های مشاهده و مستندسازی: دانشجو با مشاهده مستقیم فرآیندها، ثبت تجربه‌ها و نگارش گزارش‌های تحلیلی مدیریتی، یادگیری تجربی خود را سازمان‌دهی کرده و تجربه را به دانش قابل انتقال و کاربردی تبدیل می‌کند.

۶. کمک به انتخاب مسیر شغلی و توسعه حرفه‌ای: با تجربه مستقیم حوزه‌های کاری، تعامل با کارشناسان و مدیران سازمانی، تقویت شبکه‌سازی، و بازشناسی نقاط قوت و ضعف فردی، دانشجو می‌تواند مسیر شغلی مناسب و شایستگی‌های حرفه‌ای خود را آگاهانه انتخاب و توسعه دهد.

پ) سرفصل درس:

بخش اول: مفاهیم و مبانی یادگیری تجربی (۱۵ ساعت)

- مبانی نظری یادگیری تجربی: بررسی عمیق نظریه‌های کلاسیک و نوین یادگیری تجربی، به‌ویژه مدل چرخه یادگیری کالْب(Kolb)، و تحلیل سازوکارهای یادگیری از طریق تجربه مستقیم، بازتاب، مفهوم‌سازی و به‌کارگیری در محیط‌های مدیریتی.
- نقش تجربه در یادگیری مدیریتی: تحلیل اهمیت مواجهه با موقعیت‌های واقعی، کسب مهارت‌های عملی و توسعه توان تصمیم‌گیری حرفه‌ای؛ بررسی نحوه انتقال دانش نظری به عملکرد عملی و شکل‌گیری شایستگی‌های مدیریتی پایدار.
- مهارت‌های کلیدی حرفه‌ای: آشنایی با شایستگی‌های ضروری برای فعالیت موفق در محیط‌های کاری دولتی، بازرگانی، صنعتی و مالی، شامل مهارت‌های فنی، ارتباطی، رهبری، اخلاق حرفه‌ای و تفکر انتقادی در کنار مهارت‌های عمومی سازمانی.
- استانداردها و انتظارات محیط‌های کاری: بررسی چارچوب‌های حرفه‌ای، معیارهای کیفیت عملکرد، اصول اخلاقی و فرهنگ سازمانی و نحوه انطباق رفتار و عملکرد دانشجو با انتظارات واقعی سازمان‌ها.

بخش دوم: توانمندی‌های عملی و مهارت‌های حرفه‌ای (۱۸ ساعت)

- مهارت‌های ارتباطی و کار تیمی: آموزش تکنیک‌های تعامل مؤثر، مذاکره، همکاری میان واحدها، مدیریت تضاد و رهبری تیمی در پروژه‌ها و فعالیت‌های سازمانی.
- مهارت‌های حل مسئله و تفکر سیستمی: توسعه توان تحلیل مسائل پیچیده، شناسایی علل ریشه‌ای مشکلات، طراحی و اجرای راه‌حل‌های عملی و اتخاذ رویکرد کل‌نگر به فرآیندهای سازمانی.
- اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری: تقویت رفتار حرفه‌ای، رعایت اصول اخلاقی، مسئولیت‌پذیری فردی و سازمانی و توانایی مدیریت چالش‌های اخلاقی در محیط واقعی کار.
- مدیریت زمان و سازماندهی فعالیت‌ها: مهارت‌های برنامه‌ریزی مؤثر، تعیین اولویت‌ها، استفاده بهینه از منابع و افزایش بهره‌وری فردی و تیمی.

بخش سوم: کارورزی و یادگیری در محیط واقعی (حداقل ۱۴۴ ساعت)

- مشاهده و تحلیل فرآیندهای مدیریتی: تجربه مستقیم فرآیندها، ساختارها، راهبردها، خط‌مشی‌ها و رویه‌های عملیاتی سازمان و درک تعامل میان واحدهای مختلف.
- انجام پروژه‌ها یا وظایف محوله: اجرای فعالیت‌های مشخص، پروژه‌ها و مسئولیت‌های سازمانی تحت نظارت استاد دانشگاه و مربی حرفه‌ای، با تمرکز بر کسب شایستگی‌های عملی و کاربردی.
- تعامل با کارکنان و مدیران: توسعه مهارت‌های ارتباط حرفه‌ای، شبکه‌سازی، درک نقش‌ها و مسئولیت‌های مختلف در سازمان و یادگیری از متخصصان حوزه مدیریت.

- جمع‌آوری داده و مستندسازی تجربه: ثبت دقیق مشاهدات، تحلیل نتایج فعالیت‌ها و تدوین مستندات تجربی برای گزارش نهایی و بازتاب یادگیری.

بخش چهارم: بازتاب تجربه و تدوین گزارش حرفه‌ای (۱۵ ساعت)

- روش‌های مستندسازی تجربه: تکنیک‌های سازماندهی داده‌ها، ثبت مشاهدات و تحلیل فرآیندهای کاری به‌منظور استخراج دانش قابل استفاده و کاربردی.
- تکنیک‌های بازتاب(Reflection) : تحلیل سیستماتیک تجربیات برای درک بهتر عملکرد شخصی و سازمانی، شناسایی نقاط قوت و ضعف، و پیوند مستقیم تجربه با مفاهیم و نظریه‌های مدیریتی.
- نگارش گزارش کارورزی و ارائه شفاهی: تدوین گزارش حرفه‌ای جامع شامل تحلیل فعالیت‌ها، دستاوردها، چالش‌ها و پیشنهادها، و ارائه شفاهی یافته‌ها به استاد و همکلاسی‌ها.
- تحلیل تطبیقی تجربه با اصول نظری مدیریت: مقایسه عملکرد واقعی با مدل‌ها و چارچوب‌های علمی مدیریت، استخراج درس‌های کاربردی، سنجش شایستگی‌ها و بازخوردگیری برای ارتقای توان حرفه‌ای دانشجو.

ت) روش یاددهی–یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

در این درس، یادگیری دانشجویان بر پایه تجربه عملی و مواجهه مستقیم با محیط سازمانی طراحی شده است تا فاصله میان دانش نظری و مهارت‌های حرفه‌ای کاهش یابد. با بهره‌گیری از چرخه یادگیری تجربی، آموزش مبتنی بر مسئله و کارورزی هدفمند، دانشجو مهارت‌های مدیریتی، تحلیل مسئله و تصمیم‌گیری را در زمینه رشته خود توسعه می‌دهد. این رویکرد همچنین امکان بازتاب تجربیات، تحلیل چالش‌ها و پیوند میان نظریه و عمل را فراهم می‌کند و دانشجو را برای ایفای نقش حرفه‌ای در سازمان‌های دولتی، بازرگانی، صنعتی و مالی آماده می‌سازد.

۱. رویکرد یادگیری تجربی (چرخه یادگیری تجربی): این رویکرد بر اساس چهار مرحله تجربه عینی، بازتاب تجربه، مفهوم‌سازی انتزاعی و کاربست عملی طراحی شده است. یادگیری زمانی عمیق و پایدار است که دانشجو در تجارب واقعی یا شبیه‌سازی‌شده مشارکت کند، آن‌ها را تحلیل و بازتاب دهد، مفاهیم مدیریتی را درک کرده و در نهایت در محیط عملی به کار گیرد. این فرایند دانشجویان را قادر می‌سازد تا از تجربه مستقیم به دانش کاربردی و شایستگی حرفه‌ای دست یابند و در مواجهه با موقعیت‌های پیچیده سازمانی تصمیمات آگاهانه و مؤثری اتخاذ کنند.

۲. آموزش مبتنی بر مسئله(Problem-Based Learning – PBL) : با استفاده از مسائل واقعی سازمانی و پروژه‌های عملی، دانشجویان مهارت‌های تحلیل، حل مسئله و تصمیم‌گیری خود را توسعه می‌دهند. دانشجو با شناسایی مشکل، جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل موقعیت، طراحی راه‌حل‌های عملی و ارائه پیشنهادها، توانایی تطبیق دانش نظری با الزامات عملی محیط کار را تمرین می‌کند. این روش به ویژه در مدیریت دولتی، بازرگانی، صنعتی و مالی، فرصت مواجهه با چالش‌های واقعی و محدودیت‌های منابع سازمانی و ارائه راهکارهای خلاقانه و مؤثر را فراهم می‌آورد.

۳. کارآموزی در دستگاههای اجرایی و پذیرنده: دانشجو در سازمان‌های مرتبط با رشته خود (دولتی، بازرگانی، صنعتی یا مالی) فعالیت می‌کند و وظایف عملی تحت راهنمایی استاد دانشگاه و مربی حرفه‌ای سازمان انجام می‌شود. این فرایند امکان تجربه فرآیندهای واقعی سازمانی، ساختارها و فرهنگ حرفه‌ای را فراهم می‌کند و دانشجو را برای به‌کارگیری مهارت‌های مدیریتی در محیط واقعی آماده می‌سازد.

۴. نشست‌های هفتگی بازتاب تجربه: دانشجویان در جلسات هفتگی با استاد دانشگاه شرکت کرده و تجربه‌ها و چالش‌های محیط کار را بازتاب و تحلیل می‌کنند. این جلسات امکان شناسایی مشکلات، تبادل نظر، بررسی نقاط قوت و ضعف عملکرد و استخراج درس‌های عملی را فراهم می‌کند و پیوند بین تجربه عملی و مفاهیم نظری مدیریت را تقویت می‌کند.

۵. مطالعه موردی، مشاهده مستقیم و مصاحبه با مدیران: دانشجو با استفاده از مطالعه موردی، مشاهده مستقیم فرآیندها، مصاحبه با مدیران و کارشناسان سازمان و انجام پروژه‌های کاربردی، تجربه خود را تکمیل می‌کند. این روش باعث توسعه توانایی‌های تحلیل موقعیت، تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد و جمع‌آوری داده‌های واقعی شده و شایستگی‌های مدیریتی ویژه رشته دانشجو را تقویت می‌کند.

ث) روش ارزشیابی

۱. **گزارش کارآموزی ساختارمند (۴۰%):** دانشجو موظف است تجربه‌های عملی خود را در قالب گزارشی تحلیلی ارائه دهد که شامل شرح فعالیت‌ها، چالش‌ها، دستاوردهای یادگیری و ارتباط آن‌ها با نظریه‌ها و مدل‌های مدیریتی مرتبط با رشته (دولتی، بازرگانی، صنعتی یا مالی) باشد. این گزارش نشان‌دهنده توانایی دانشجو در تحلیل و بازتاب تجربیات عملی و پیوند آن با دانش نظری است.

۲. **ارزیابی عملکرد توسط سازمان میزبان (۲۵%):** سازمان یا واحدی که دانشجو در آن کارورزی می‌کند، عملکرد دانشجو را براساس شاخص‌هایی مانند مسئولیت‌پذیری، مهارت‌های ارتباطی، کیفیت انجام وظایف، حرفه‌ای‌گری و تعامل با تیم ارزیابی می‌کند. این ارزیابی بازتاب واقعی عملکرد دانشجو در محیط عملی و مهارت‌های کاربردی اوست.

۳. **ارزیابی فرایندی توسط استاد دانشگاه (۲۰%):** استاد بر روند یادگیری دانشجو نظارت دارد و مشارکت فعال در جلسات، پیشرفت در اجرای وظایف، انسجام یادگیری و انجام تکالیف بازتابی را مورد بررسی قرار می‌دهد. این ارزیابی، کیفیت فرایند یادگیری و توانایی دانشجو در پیوند دادن تجربه عملی با مفاهیم نظری را منعکس می‌کند.

۴. **ارائه نهایی و دفاع از تجربه (۱۵%):** دانشجو باید تجربه کارورزی خود را به صورت ارائه شفاهی و تحلیل موردی به استاد و همکلاسی‌ها ارائه دهد و نشان دهد که چگونه مهارت‌ها و شایستگی‌های مدیریتی مرتبط با رشته خود (مدیریت دولتی، بازرگانی، صنعتی یا مالی) را کسب و به کار گرفته است. این بخش توانایی دانشجو در تحلیل، تبیین و انتقال تجربه عملی به دیگران را ارزیابی می‌کند.

ج) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس :

به دلیل ماهیت تجربی و عملیاتی درس یادگیری تجربی و کارورزی، که شامل کارورزی در سازمان، تعامل مستقیم با کارکنان و مدیران، مشاهده فرآیندهای واقعی و انجام پروژه‌های عملی است، امکان برگزاری این درس به صورت مجازی یا آنلاین وجود ندارد. دانشجو باید حضور فیزیکی در محیط سازمان را داشته باشد تا بتواند مهارت‌های عملی، شایستگی‌های حرفه‌ای و تجربه واقعی مدیریتی را کسب کند و اهداف درس محقق شوند. بنابراین، برگزاری حضوری و تعامل مستقیم با سازمان‌های منتخب شرط اصلی یادگیری و ارزشیابی موفق در این درس است.

چ) چارچوب قانونی و عملیاتی اجرای درس یادگیری تجربی و کارآموزی

تصویب‌نامه هیئت وزیران جمهوری اسلامی ایران به شماره «۶۲۹۸۷/ ت ۶۳۸۵۵ ه» مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۲۵ (آیین‌نامه اجرایی تبصره ۲ ماده ۹۵ قانون برنامه پنج‌ساله هفتم پیشرفت) با هدف بازطراحی و نوسازی دروس عملی و مهارتی دانشجویان تدوین شده است تا علاوه بر ارتقای شایستگی‌های حرفه‌ای، قابلیت اشتغال‌پذیری آن‌ها نیز به شکل مؤثر و پایدار افزایش یابد. این آیین‌نامه، چارچوبی میان‌بخشی و ساختاری برای هماهنگی مستمر میان دانشگاه‌ها، دستگاه‌های اجرایی و بخش غیردولتی ایجاد می‌کند تا تجربه‌های عملی دانشجویان با نیازهای واقعی بازار کار و تخصص‌های مورد انتظار رشته‌های تحصیلی همسو شود. در نتیجه، دانشجویان قادر خواهند بود دانش نظری خود را با تجربه عملی در محیط واقعی سازمانی تلفیق کنند و برای ایفای نقش‌های مدیریتی و حرفه‌ای در سازمان‌های مختلف آماده شوند.

اهمیت ویژه این مصوبه برای درس «یادگیری تجربی و کارآموزی» در ایجاد چارچوب قانونی و عملیاتی مشخص برای برگزاری دوره‌های مهارتی است. با تعریف تکالیف و وظایف دقیق برای دستگاه‌های اجرایی، پذیرنده و دانشگاه‌ها، هماهنگی میان آموزش نظری و عملی تقویت می‌شود و زمینه ارتقای مهارت‌های کلیدی حرفه‌ای و مدیریتی دانشجویان فراهم می‌آید. این امر دانشجویان را قادر می‌سازد تا مهارت‌های حل مسئله، تحلیل داده‌ها، مدیریت منابع، کار تیمی، ارتباط حرفه‌ای و رعایت اخلاق سازمانی را در محیط واقعی تمرین کرده و تجربه‌های کاربردی ارزشمند کسب کنند.

دستگاه‌های اجرایی و پذیرنده موظفند فهرست مهارت‌های تخصصی مورد نیاز خود را احصاء کرده و به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی اعلام کنند و این فهرست را سالانه به‌روزرسانی نمایند. این نهادها همچنین مسئول فراهم کردن تجربه عملی دانشجویان، مشارکت آن‌ها در پروژه‌های واقعی، بهره‌گیری از متخصصان دارای صلاحیت و بیمه حوادث مهارت‌آموزان پیش از آغاز دوره هستند. تمامی فرآیندهای اجرایی و کیفیت دوره‌ها نیز باید مستند و گزارش شود تا امکان نظارت، ارزیابی و بهبود مستمر فراهم گردد.

... گ‌ه‌ها نیز موظفند دروس عملی و مهارتی رشته‌های تحصیلی را طراحی و ارائه کنند به گونه‌ای که دانشجویان بتوانند مهارت‌های حرفه‌ای و

کاربردی مورد نیاز بازار کار را فراگیرند. ارائه این دروس باید با بهره‌گیری از مدرسین متخصص و رعایت استانداردهای علمی و آموزشی انجام شود و هماهنگی کامل با دستگاه‌های اجرایی و پذیرنده برقرار گردد. علاوه بر این، دانشگاه‌ها باید پیشرفت مهارت‌آموزان را پیگیری کنند، گزارش‌های دوره‌ای به وزارتین ارائه دهند و از فناوری‌های نوین آموزشی و شبیه‌سازها برای افزایش اثربخشی یادگیری بهره‌مند شوند. به طور کلی، این مصوبه با ایجاد چارچوب قانونی و میان‌بخشی، تأکید بر تجربه عملی و نظارت مستمر، نقش تعیین‌کننده‌ای در تقویت یادگیری تجربی و مهارت‌آموزی دانشجویان ایفا می‌کند و آنان را برای ورود مؤثر به بازار کار و تصدی مسئولیت‌های مدیریتی در سازمان‌های دولتی، خصوصی و صنعتی آماده می‌سازد.