



دانشگاه تهران

مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس

مقطع : دوره کارشناسی ارشد

رشته : کارآفرینی با ۸ گرایش

۱- کسب و کار جدید

۲- گردشگری

۳- فناوری

۴- خدمات کشاورزی

۵- سازمانی

۶- بین الملل

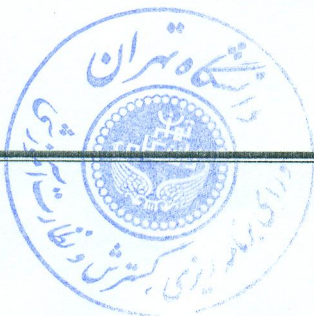
۷- کسب و کار دیجیتال

۸- توسعه

دانشکده کارآفرینی

مصوب جلسه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۲ شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه

این برنامه بر اساس آیین نامه وزارتی تفویض اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاههای دارای هیات ممیزه توسط اعضای هیات علمی گروه کارآفرینی دانشکده کارآفرینی بازنگاری شده و در چهارصد و چهل و چهارمین جلسه شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۲ به تصویب رسیده است.



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

رشته : کارآفرینی با ۸ گرایش

مقطع : دوره کارشناسی ارشد

برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی، که توسط اعضای هیات علمی گروه کارآفرینی دانشکده کارآفرینی بازنگاری شده است با اکثریت آراء به تصویب رسید.

- این برنامه از تاریخ تصویب لازم الاجراست.
- هر نوع تغییر در برنامه مجاز نیست مگر آنکه به تصویب شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه برسد.
- این برنامه درسی جایگزین برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی مصوب جلسه مورخ ۱۳۸۷/۰۵/۰۸ شورای برنامه ریزی دانشگاه تهران گردیده است

محمد رضا اسمعیلی گیوی

دبیر شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت
آموزشی دانشگاه

محمود کمره ای

معاون آموزشی دانشگاه

رای صادره جلسه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۲ شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه در مورد بازنگاری برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی ، صحیح است، به واحد ذیربط ابلاغ شود.

سید محمد مقیمی

رئیس دانشگاه تهران





جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شورای گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی



کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی

ENTREPRENEURSHIP MASTER'S DEGREE



فصل اول

مشخصات کلی برنامه درسی



مجموعه پیش رو، سندی است که به منظور معرفی درس‌ها و سرفصل‌های درس‌های رشته «کارآفرینی» (Entrepreneurship) در مقطع کارشناسی ارشد، طراحی و تدوین شده است. واژه کارآفرین از ریشه کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای "متعهد شدن" گرفته شده است و بیانگر تلاش نوآورانه برای ایجاد ارزش است. رشته کارآفرینی عبارت از مجموعه‌ای از نظریه‌ها، فنون و روش‌های هدایت اثربخش فعالیت‌های کارآفرینی است. در عمل کارآفرینی ماهیتی فرایندی دارد و این فرایند همه فعالیت‌ها، عملکردها و اقدامات مرتبط با ادراک فرصتها و ایجاد سازمانهای دنباله آن را شامل میشود. فرایند کارآفرینی ماهیتی پیچیده دارد. این پیچیدگی به دلیل عدم قطعیتی است که ناشی از چگونگی انتخاب بهترین روش برای توسعه یک مفهوم کسب و کار، به دست آوردن منابع لازم و اتخاذ تصمیمات موثر است. درک پویایی‌های ذاتی کارآفرینی با درک فرایند آن همراه است و لذا برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی به منظور ارائه دانش موجود و ارتقای آن در خصوص فرایند کارآفرینی به دانشجویانی که در صدد اجرا یا پشتیبانی از فرایند کارآفرینی از طریق آموزش، مشاوره، مربی‌گری و سیاستگذاری برای آن هستند تدوین شده است. لذا هدف از اجرای دوره کارشناسی ارشد، تربیت نیروی متخصص مورد نیاز اجرای فرایند کارآفرینی و پشتیبانی از آن و نیز تأمین نیروی انسانی لازم برای حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی در بخش خصوصی، دولت و بخش عمومی است.

تعریف رشته

مفهوم ارزش آفرینی در کارآفرینی اخذ شده است. در یک تعریف، کارآفرینی فرایند پویای ایجاد تدریجی ثروت است. تولید ارزش یا ثروت توسط فرایند پیچیده کارآفرینی توأم با پذیرش تعهد و مخاطره‌های متعدد است. کارآفرین با درک و جایی مناسب مهارت‌ها و منابع می‌تواند با شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌ها (نیازهای پاسخ داده نشده بازار)، تولید ارزش نماید. در برخی تعاریف، کارآفرینی جوهره نوآوری را در درون خود دارد و از این طریق پیشران توسعه اقتصادی یک جامعه محسوب می‌شود. سه رکن اصلی فرصت، محیط و کارآفرین از ارکان اساسی کارآفرینی برشمرده شده‌اند و فرایندی که طی آن کارآفرین فرصت‌های محیطی را شناسائی نموده و به بهره‌برداری برساند موضع پژوهش‌های کارآفرینی است. لذا فرایند نیز از ارکان اصلی کارآفرینی در کنار سه رکن ذکر شده قرار می‌گیرد. به نظر برخی اندیشمندان این حوزه، رویکردها به کارآفرینی در قالب رویکردهای مکاتب فکری در دو سطح خرد و کلان و نیز رویکردهای فرایندی به کارآفرینی قابل بحث و مطالعه هستند. مطالعات و پژوهش‌های گسترده برای درک ماهیت کارآفرینی در دنیا کماکان ادامه دارد. از آنجا که کارآفرینی ماهیتی فرایندی دارد و این فرایند ذاتاً پیچیده است، زمانی که قصد بررسی چستی رشته کارآفرینی وجود داشته باشد، فرایند در اولویت قرار می‌گیرد. و اما کارآفرینی به عنوان یک رشته دانشگاهی عمر کوتاهی در دنیا (کمتر از ۵۰ سال) و کمتر از آن (حدود دو دهه) در ایران دارد. برنامه کارشناسی ارشد کارآفرینی در گرایش‌های هشتگانه کسب و کار جدید، گردشگری، فناوری، خدمات کشاورزی، سازمانی، بین‌المللی، کسب و کار الکترونیکی و توسعه با اهداف زیر در این سند ارائه می‌گردد:

هدف رشته

- توسعه منابع انسانی خلاق، هوشمند و مهارت‌آموخته در راه اندازی کسب و کارهای نوین
- تقویت آموزش‌های دانشگاهی در مسیر ایجاد و توسعه کسب کار جدید در بخش خصوصی



- رفع معضل بیکاری دانش آموختگان با آموزش مهارت های کارآفرینی به دانشجویان و دانش آموختگان همه رشته ها، تربیت مربی آموزش های کارآفرینی، مشاور راه اندازی و توسعه کسب و کارهای کوچک، پژوهشگر عرصه کارآفرینی، کارشناس کارآفرینی سازمانی، کارشناس ترویج کارآفرینی و آموزش مهارت های عمومی کارآفرینی

- تربیت سیاست گذاران و کارشناسان کارآفرینی مورد نیاز دولت و بخش عمومی
- تولید محتوای آموزشی و دانش بومی کارآفرینی
- ایجاد الگوی دانشگاه کارآفرین
- انجام تحقیقات بنیادی، کاربردی و توسعه ای در زمینه کارآفرینی به منظور ارتقای دانش موجود و نظریه پردازی

ضرورت و اهمیت

آموزش های کارآفرینی به طور روزافزون در جهان مورد توجه قرار گرفته است و اغلب دولتها سیاستهای حمایتی برای توسعه کارآفرینی اجرا می کنند. دولتها با پی بردن به نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و ایجاد شغل، به دنبال سیاستگذاری کارآفرینی بوده اند. در نتیجه توسعه کارآفرینی به یکی از حوزه های مهم سیاستگذاری تبدیل شده و در دهه های اخیر مورد اهتمام جدی دولتها قرار گرفته است. لذا یکی از موارد مورد اهتمام دولتها آموزش کارآفرینی و کمک به توسعه رشته کارآفرینی بوده است. از این طریق تلاش شده تا با کمک رشته کارآفرینی، سطح فعالیتهای کارآفرینانه ارتقا یابد. افزایش سطح فعالیتهای کارآفرینانه نیز به نوبه خود، به ایجاد محیطی پیشبرنده برای افزایش تعداد کارآفرینان و راه اندازی و رشد شرکتهای نیاز دارد. با توجه به اهمیت رشته کارآفرینی که از طریق آن زیربنای فکری لازم برای درک اکوسیستم کارآفرینی، توسعه اقتصادی و ایجاد شغل و تغییرات نوآورانه در دنیای کسب و کار مهیا می گردد، این رشته مورد اهتمام اکثر دانشگاههای مهم دنیا قرار گرفته و در بیش از ۲۰۰ دانشگاه مهم در گرایش های مختلف ارائه می گردد. بویژه با گسترده شدن کاربرد فناوری های نوین همچون هوش مصنوعی، واقعیت افزوده، اینترنت اشیا، بلاکچین و همانند آنها در دنیای کسب و کار مرزهای پیش روی رشته کارآفرینی در حال گسترش است و گرایش های مرتبط با این فناوری ها در حال ایجاد و ارائه در دانشگاههای معتبر دنیا می باشد. برخی دلایل اهمیت توسعه آموزش های کارآفرینی عبارتند از:

- نیاز به توسعه ظرفیت های موجود اقتصادی-اجتماعی- فرهنگی از طریق نوآوری
 - نیاز به نوآوری برای به کارگیری اثربخش ظرفیت های تولیدی موجود
 - نیاز به کارآفرینی برای کاهش هزینه های عمومی، ایجاد مزیت رقابتی و حضور در بازارهای بین المللی
- با اجرای این دوره، متخصصین کارآفرینی با دانش و مهارت و نگرش کارآفرینی وارد عرصه های اقتصادی- اجتماعی کشور شده و به تسریع روند توسعه پایدار ملی کمک می کنند. با توجه به روند جهانی سازی اقتصاد و حذف تدریجی مرزهای تجاری، آینده کشور به مزیت رقابتی آن در بازار جهانی بستگی دارد. تربیت نیروی متخصص لازم برای کمک به شرکت های ملی که در بازار جهانی به طور پایدار فعالیت نمایند، یک ضرورت است.



نقش و توانایی فارغ التحصیلان

نقش هائی را که دانش آموختگان هر گرایش فوق الذکر ایفا خواهند نمود به شرح زیر می باشد:

گرایش کسب و کار جدید

- کارآفرینان فردی
- کارآفرینان اجتماعی
- پژوهشگران، مشاوران و مربیان کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک

گرایش گردشگری

- کارآفرینان فردی در حوزه گردشگری
- مربی، مشاور و کارشناس کارآفرینی در گردشگری

گرایش فناوری

- کارآفرینان فردی با دانش برنامه ریزی در حوزه های مرتبط با فناوری
- کارآفرینان سازمانی با دانش اجرایی در مدیریت سازمانهای مبتنی بر فناوری و اجرای نوآوری های فناورانه سازمانی
- پژوهشگر، کارشناس، مشاور و مربی کارآفرینی فناورانه
- مدیران شرکت های کوچک مبتنی بر فناوری با برخورداری از شناخت کامل و آگاه با برنامه ریزی استراتژیک و مدیریت زنجیره ارزش

گرایش خدمات کشاورزی

- در نقش راه اندازی و صاحبان کسب و کار
- در نقش توسعه دهندگان و مشاوران کسب و کار
- در نقش کارآفرینان سازمانی و فناور در بدنه های دولتی

گرایش سازمانی

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

گرایش بین الملل:

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

گرایش کسب و کار دیجیتال

- کارآفرینان فردی با دانش برنامه ریزی در حوزه های مرتبط با فناوری



- کارآفرینان سازمانی با دانش اجرایی در مدیریت سازمانهای مبتنی بر فناوری
- پژوهشگران کارآفرینی
- مدیران مؤسسات کوچک با برخورداری از شناخت کامل و آگاه با برنامه ریزی استراتژیک و مدیریت زنجیره ارزش

گرایش توسعه

- متخصص و مشاور و سیاستگذار با رویکرد توسعه کارآفرینی

نقش و توانایی شرکت کنندگان دوره

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

مهارت، توانمندی و شایستگی دانش آموختگان

مهارت ها، شایستگی ها و توانمندی های ویژه	دروس مرتبط
شایستگی، مهارت و توانمندی برای اداره و افزایش مقیاس فعالیت کسب و کار	رشد، تثبیت و خروج کارآفرینانه توزیع و فروش مدیریت زنجیره تامین مدیریت کسب و کارهای کوچک ارزشگذاری استارتآپ
شایستگی، مهارت و توانمندی راه اندازی و رشد کسب و کار در حوزه گردشگری	فرایند ایجاد کسب و کار در گردشگری برنامه ریزی رویدادهای گردشگری بازاریابی و برندسازی خدمات گردشگری حقوق و اخلاق در گردشگری طراحی و تجاری سازی خدمات گردشگری نظریه های گردشگری زنجیره های تامین در گردشگری طراحی کالبدی-فضائی منطقه ای گردشگری
شایستگی، مهارت و توانمندی ایده پردازی، تجاری سازی، و بهره برداری از فناوری های نوین	کارآفرینی فناورانه طراحی محصول بازاریابی و تجاری سازی دانش و فناوری



کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی / ۷

<p>فرصت های کارآفرینانه مبتنی بر فناوری های نوظهور و همگرا</p> <p>نوآوری در سازمانهای مبتنی بر فناوری پیشرفته</p> <p>مدیریت استارت‌آپها</p> <p>سیستم مدیریت فرایندهای کسب و کارهای فناور</p> <p>طراحی و مهندسی کسب و کارهای فناور</p> <p>مدیریت تحقیق و توسعه</p> <p>مباحث منتخب کارآفرینی در فناوری های نوین</p>	
<p>فناوری های نوین در بخش کشاورزی</p> <p>رشد و پایداری رشد در کسب و کارها</p> <p>بازاریابی محصولات کشاورزی</p> <p>طراحی و توسعه محصول جدید</p> <p>تجارت الکترونیک محصولات کشاورزی</p> <p>تجارت بین‌الملل و حقوق تجارت کشاورزی</p> <p>فنون مذاکرات تجاری</p> <p>زنجیره تأمین در کشاورزی</p>	<p>شایستگی، مهارت و توانمندی ایده پردازی، راه اندازی کسب و کار در بخش خدمات کشاورزی</p>
<p>کارآفرینی سازمانی</p> <p>نوآوری و فناوری سازمانی</p> <p>راهبری پروژه های کارآفرینی سازمانی</p> <p>کارآفرینی شرکتی بین الملل</p> <p>تحول دیجیتال سازمانی</p> <p>کسب و کار نوپای سازمانی</p> <p>اقتصاد نوآوری</p> <p>رهبری کارآفرینانه</p> <p>کارآفرینی سازمانی در سازمانهای عمومی</p>	<p>شایستگی تدوین و اجرای استراتژی نوآوری و کارآفرینی سازمانی و ارائه خدمات مشاوره در این حوزه</p>
<p>کارآفرینی در بازار جهانی</p> <p>بازاریابی کارآفرینانه بین الملل</p> <p>کارآفرینی بین فرهنگی</p> <p>فرصت های کارآفرینی بین الملل</p> <p>تحلیل اکوسیستم های کارآفرینی بین الملل</p> <p>مطالعات موردی در کارآفرینی بین الملل</p> <p>اتحادهای استراتژیک بین المللی</p>	<p>شایستگی و توانایی انجام رفتار کارآفرینی بین الملل (مستقل یا سازمانی)</p>
<p>کسب و کار دیجیتال</p> <p>بازاریابی دیجیتال</p>	<p>شایستگی و مهارت ایجاد و رشد کسب و کارهای دیجیتال و خدمات مشاوره مربی گری در این حوزه</p>



کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی / ۸

<p>تحلیل کسب و کار دیجیتال برند سازی کسب و کار دیجیتال بین المللی سازی کسب و کار دیجیتال حقوق کسب و کار دیجیتال کلان داده ها و کارآفرینی کارآفرینی در رسانه های اجتماعی تحلیل اقتصادی کسب و کارهای دیجیتال</p>	
<p>توسعه نوآوری سیاست های توسعه صنعتی توسعه کارآفرینی منطقه ای تجارب سیاست گذاری توسعه کارآفرینی تحلیل سیاست های کارآفرینی تامین مالی کارآفرینانه توسعه کارآفرینی اجتماعی توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی بزرگ داده و سیاستگذاری مبانی اسلامی سیاستگذاری نهادهای حمایتی کسب و کارها توسعه خوشه های صنعتی توسعه اقتصاد دیجیتال</p>	<p>شایستگی، مهارت و توانمندی در سیاستگذاری کارآفرینی و خدمات مشاوره در حوزه توسعه کارآفرینی</p>
<p>دروس مرتبط</p>	<p>مهارت ها، شایستگی ها و توانمندی های عمومی</p>
<p>شناسائی فرصت ها و ایده پردازی کارآفرینانه اثرات فناوری های نوظهور در دنیای کسب و کار</p>	<p>مهارت ها، شایستگی ها و توانمندی شناسایی نیازهای بی پاسخ بازار، مهارت تحلیل عملکرد رقبا در پاسخ به نیاز بازار، ایجاد و گردآوری ایده های نو</p>
<p>تفکر و رفتار کارآفرینانه امکان سنجی و تدوین طرح کسب و کار ایجاد کسب و کار استقرار کسب و کار تیم سازی کارآفرینانه نوآفرینی ناب</p>	<p>مهارت ها، شایستگی ها و توانمندی انجام فعالیت های کارآفرینی و راه اندازی کسب و کار</p>
<p>محیط کسب و کار و اکوسیستم کارآفرینی تامین مالی کارآفرینانه سرمایه گذاری مخاطره پذیر راهبری نهادهای شتابدهنده کسب و کار</p>	<p>مهارت ها، شایستگی ها و توانمندی برای شناخت محیط و تامین منابع و مجوزهای بازاریابی و برندسازی کارآفرینانه لازم برای کارآفرینی</p>



کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی / ۹

حقوق مالکیت فکری اخلاق و احکام کسب و کار کارآفرینی و کسب و کار در اسلام کارآفرینی اجتماعی جنبه های حقوقی کسب و کار الکترونیک	مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی لازم برای شناخت چارچوب های حقوقی، قانونی، اخلاقی لازم برای کارآفرینی
استراتژی و نوآوری نوآوری در مدل کسب و کار	مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی برای نوآوری و انتخاب شیوه عمل در فضای رقابتی

طول دوره و شکل نظام

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

تعداد و نوع واحدهای درسی

جدول (۱) - توزیع واحدها

تعداد واحد	نوع دروس
۱۲	دروس اصلی
۱۶	دروس تخصصی - اختیاری
۴	پایان‌نامه
۳۲	جمع

شرایط و ضوابط ورود به دوره

- داشتن حداقل گواهینامه کارشناسی مورد قبول وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
- الزام تمام وقت بودن دانشجو

مواد و ضرایب امتحانی

شرایط آزمون ورودی

الف- آزمون کتبی

۳ ضریب	۱- زبان عمومی و تخصصی (انگلیسی)
۲ ضریب	۲- اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام



کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی / ۱۰

۳- آمار و روش تحقیق	ضریب ۳
۴- تئوری های مدیریت	ضریب ۲
۵- اقتصاد خرد و کلان	ضریب ۲
۶- بازاریابی	ضریب ۲
۷- مبانی کارآفرینی	ضریب ۳

تبصره: دانشجویانی که رشته مقطع قبلی آنان با این رشته غیرمرتبط می باشد بایستی تا ۱۲ واحد را به عنوان دروس جبرانی از میان دروس دوره قبل این رشته را در نیمسال اول تا دوم بگذرانند. انتخاب این دروس به تشخیص گروه آموزشی دانشگاه / موسسه می باشد و بایستی شامل دروسی باشد که دانش پایه و اصلی این رشته را در بر بگیرد. تعداد واحدهای جبرانی نیز به تشخیص گروه آموزشی دانشگاه / موسسه و بر مبنای میزان ارتباط رشته با رشته دوره قبلی دانشجو می باشد.



فصل دوم

جدول عناوین و مشخصات دروس

جدول (۱) - عنوان و مشخصات کلی دروس جبرانی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	مبانی پیشرفته کارآفرینی	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۲.	مدیریت مالی	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۳.	قوانین و مقررات کسب و کار	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۴.	بازاریابی و تحقیقات بازار	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۵.	اقتصاد نهادی (ویژه گرایش توسعه)	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۶.	کلیات علم اقتصاد (ویژه گرایش توسعه)	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۷.	اقتصاد ایران (ویژه گرایش توسعه)	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۸.	اصول مدیریت و نظریه سازمان (ویژه گرایش سازمانی)	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد

توجه: از بین دروس فوق بر حسب رشته تحصیلی دوره کارشناسی دانشجوی، حداکثر تا ۱۲ واحد درس جبرانی برای دانشجو تعیین می شود. ۴

درس جبرانی بین همه گرایش ها مشترک بوده و دو درس جبرانی ویژه گرایش می باشد.

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



جدول (۲) - عنوان و مشخصات کلی دروس اصلی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱	شناسایی فرصت ها و ایده پردازی کارآفرینانه	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۲	بازاریابی و برندسازی کارآفرینانه	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۳	امکان سنجی و تدوین طرح کسب و کار	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۴	استراتژی و نوآوری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۵	تفکر و رفتار کارآفرینانه	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۶	محیط کسب و کار و اکوسیستم کارآفرینی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	



جدول (۳) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی - اختیاری گرایش کسب و کار جدید

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی		
۱.	مطالعه امکان سنجی کسب و کار نو	۲	*			ندارد	ندارد
۲.	ایجاد کسب و کار	۲	*			ندارد	ندارد
۳.	استقرار کسب و کار	۲	*			ندارد	ندارد
۴.	رشد، تثبیت و خروج کارآفرینانه	۲	*			ندارد	ندارد
۵.	نوآوری در مدل کسب و کار	۲	*			ندارد	ندارد
۶.	سرمایه گذاری مخاطره آمیز	۲	*			ندارد	ندارد
۷.	توزیع و فروش	۲	*			ندارد	ندارد
۸.	مدیریت زنجیره تامین	۲	*			ندارد	ندارد
۹.	مدیریت کسب و کارهای کوچک	۲	*			ندارد	ندارد



جدول (۴) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی - اختیاری گرایش گردشگری

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات	پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی			
۱.	فرایند ایجاد کسب و کار در گردشگری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۲.	برنامه ریزی رویدادهای گردشگری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۳.	بازاریابی و برندسازی خدمات گردشگری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۴.	حقوق و اخلاق در گردشگری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۵.	طراحی و تجاری سازی خدمات گردشگری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۶.	نظریه های گردشگری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۷.	زنجیره های تامین در گردشگری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۸.	طراحی کالبدی-فضائی منطقه ای گردشگری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد



جدول (۵) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی-اختیاری گرایش فناوری

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات	پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی			
۱.	کارآفرینی فناورانه	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۲.	طراحی محصول	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۳.	بازاریابی و تجاری سازی دانش و فناوری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۴.	فرصت های کارآفرینانه مبتنی بر فناوری های نوظهور و همگرا	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۵.	مدیریت رشد سازمانهای دانش بنیان	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۶.	مدیریت استارت‌آپها	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۷.	سیستم مدیریت فرایندهای کسب و کارهای فناور	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۸.	طراحی و مهندسی کسب و کارهای فناور	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۹.	مدیریت تحقیق و توسعه	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۱۰.	کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات و بازاریابی دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۱۱.	مباحث منتخب کارآفرینی در فناوری های نوین	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد



جدول (۶) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی-اختیاری گرایش خدمات کشاورزی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات	پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی			
۱.	فناوری های نوین در بخش کشاورزی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۲.	رشد پایدار در کسب و کارهای کشاورزی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۳.	بازاریابی محصولات کشاورزی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۴.	طراحی و توسعه محصول جدید	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۵.	تجارت الکترونیک محصولات کشاورزی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۶.	تجارت بین الملل و حقوق تجارت کشاورزی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۷.	فنون مذاکرات تجاری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۸.	زنجیره تأمین در کشاورزی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد



جدول (۷) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی - اختیاری - گرایش سازمانی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی		
۱.	کارآفرینی سازمانی	۲	*			ندارد	ندارد
۲.	نواوری و فناوری سازمانی	۲	*			ندارد	ندارد
۳.	راهبری پروژه های کارآفرینی سازمانی	۲	*			ندارد	ندارد
۴.	کارآفرینی شرکتی بین الملل	۲	*			ندارد	ندارد
۵.	تحول دیجیتال سازمانی	۲	*			ندارد	ندارد
۶.	کسب و کار نوپای سازمانی	۲	*			ندارد	ندارد
۷.	اقتصاد نوآوری	۲	*			ندارد	ندارد
۸.	رهبری کارآفرینانه	۲	*			ندارد	ندارد
۹.	کارآفرینی سازمانی در سازمانهای عمومی	۲	*			ندارد	ندارد



جدول (۸) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی-اختیاری گرایش بین الملل

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات	پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی			
۱.	کارآفرینی در بازار جهانی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۲.	بازارابی کارآفرینانه بین الملل	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۳.	کارآفرینی بین فرهنگی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۴.	فرصت های کارآفرینی بین الملل	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۵.	تحلیل اکوسیستم های کارآفرینی بین الملل	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۶.	مطالعات موردی در کارآفرینی بین الملل	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۷.	اتحادهای استراتژیک بین المللی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد



جدول (۹) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی - اختیاری گرایش کسب و کار دیجیتال

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	کسب و کار دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۲.	بازاریابی دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۳.	تحلیل کسب و کار دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۴.	برند سازی کسب و کار دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۵.	بین المللی سازی کسب و کار دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۶.	حقوق کسب و کار دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۷.	کلان داده ها و کارآفرینی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۸.	کارآفرینی در رسانه های اجتماعی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	
۹.	تحلیل اقتصادی کسب و کارهای دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد	



جدول (۱۰) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی - اختیاری گرایش توسعه

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات	پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی			
۱.	توسعه نوآوری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۲.	سیاست های توسعه صنعتی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۳.	توسعه کارآفرینی منطقه ای	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۴.	تجارب سیاست گذاری توسعه کارآفرینی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۵.	تحلیل سیاست های کارآفرینی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۶.	تامین مالی کارآفرینانه	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۷.	توسعه کارآفرینی اجتماعی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۸.	توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۹.	بزرگ داده و سیاستگذاری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۱۰.	مبانی اسلامی سیاستگذاری	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۱۱.	نهادهای حمایتی کسب و کارها	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۱۲.	توسعه خوشه های صنعتی	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد
۱۳.	توسعه اقتصاد دیجیتال	۲	*			۳۲	ندارد	ندارد



جدول (۱۱) - عنوان و مشخصات کلی دروس اختیاری

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	اخلاق و احکام کسب و کار	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۲.	حقوق مالکیت فکری	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۳.	روش تحقیق در کارآفرینی	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۴.	نظریه های کارآفرینی و نوآوری	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۵.	تیم سازی کارآفرینانه	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۶.	کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۷.	اثرات فناوری های نوظهور در دنیای کسب و کار	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۸.	نوآفرینی ناب	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۹.	الگوهای تصمیم گیری کارآفرینی	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۰.	ارزشگذاری استارتاپ	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۱.	راهبری نهادهای شتابدهنده کسب و کار	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۲.	تامین مالی کارآفرینانه	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۳.	جنبه های حقوقی کسب و کار الکترونیک	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۴.	مکاتب اقتصادی	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۵.	مکاتب جامعه شناسی	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۶.	مکاتب روانشناسی	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد



کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی / ۲۳

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱۷.	مکاتب مدیریت	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۸.	کارآفرینی و کسب و کار در اسلام	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد
۱۹.	کارآفرینی اجتماعی	۲	*			۳۲		ندارد	ندارد



فصل سوم

ویژگی‌های دروس

عنوان درس به فارسی:		شناسایی فرصت ها و ایده پردازی کارآفرینانه	
عنوان درس به انگلیسی:		Identifying entrepreneurial opportunities and ideation	
نوع درس و واحد			
■ نظری	■ اصلی		دروس پیش نیاز:
□ عملی	□ تخصصی		دروس هم نیاز:
□ نظری-عملی	□ اختیاری	۲	تعداد واحد:
		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی □ آزمایشگاه □ سمینار □ کارگاه □ موارد دیگر: تدوین گزارش شناسایی فرصت و ایده پردازی بر اساس داده های ثبت شده و داده های میدانی.

هدف کلی:

کسب مهارت‌های تحلیل و تدوین گزارش فرصت‌های کسب و کار، روش‌های ایده پردازی برای پاسخ به فرصت‌ها،

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و فنون شناسایی فرصت‌های کارآفرینی. یادگیری تکنیک‌های نوآوری و ایده پردازی.

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

نظریه‌های تحلیل فرصت، ایده و نوآوری. منابع فرصت و نوآوری و، انواع فرصت کارآفرینی، شناخت وضع موجود، روندهای موجود و در حال ظهور محیط کلان موثر بر ظهور فرصت‌های کارآفرینی. عوامل موثر بر شناسایی و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی. روش‌های ایده پردازی و نوآوری، امکان‌سنجی مقدماتی ایده برای بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی. پیش‌بینی بازار در حال ظهور و ارزشیابی جذابیت بهره برداری از فرصت‌های بازار و اجرای ایده، انتخاب مدل کسب و کار مناسب برای اجرای ایده و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی. چارچوب تدوین گزارش شناسایی فرصت کسب و کار، امکان‌سنجی مقدماتی ایده و تدوین مدل کسب و کار.

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

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

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۴۰ درصد، گزارش پروژه ۴۰ درصد و آزمون پایان ترم ۲۰ درصد.

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو



چ) فهرست منابع پیشنهادی:

یدالهی فارسی جهانگیر، گلابی امیرمحمد و مهربابی رزا، ۱۳۹۰، فرصت ها و ایده های کارآفرینی، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی،
ویرایش دوم

Adam Bock and Gerard George, 2017, The Business Model Book: Design, build and adapt business ideas that drive business growth, FT Press; 1st edition.

Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 2010, Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, John Wiley and Sons; 1st edition.



عنوان درس به فارسی: بازاریابی و برندسازی کارآفرینانه		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurial Marketing & Branding	
نوع درس و واحد		دروس پیش نیاز:	
■ اصلی	■ نظری	دروس هم نیاز:	
□ تخصصی	□ عملی	تعداد واحد:	
□ اختیاری	□ نظری-عملی	۲	تعداد ساعت:
□ رساله / پایان نامه		۳۲	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟ سفر علمی □ آزمایشگاه □ سمینار □ کارگاه □ موارد دیگر: .

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و شیوه‌های مرسوم و نوین بازاریابی و برند سازی بنگاه‌های کارآفرین کوچک، متوسط، بزرگ و نوظهور در قالب بررسی نمونه‌های موردی داخلی و خارجی

اهداف ویژه:

کسب قابلیت و توانمندی در فهم و تحلیل اقدامات بازاریابی و برند سازی بنگاه‌های اقتصادی در سطح ملی بین‌المللی
توانایی سازماندهی فعالیت‌های بازاریابی برند سازی
تهیه گزارشات ممیزی و تحقیقات بازار شرکت‌ها

پ) مباحث یا سر فصل‌ها:

مفاهیم و ارکان بازاریابی (کالا و خدمات)، محیط بازاریابی و تحلیل محیط، نیاز و انتظارات مشتری
عناصر آمیخته بازاریابی کارآفرینانه از دیدگاه‌های مختلف در بنگاه‌ها (صنعتی-خدماتی)
مفهوم، فرایند و مراحل تحقیقات بازاریابی در محصولات جدید و محصولات تثبیت شده
روانشناسی فروش و تحلیل رفتار مصرف کننده و مشتری در بازارهای فیزیکی و الکترونیکی (مجازی) و بررسی الگوهای آن
شناسایی بازار مصرف و بازارهای تجاری (صنعتی) و تحلیل رفتار خریدار در بازارهای مصرفی و تجاری
تعیین بازار هدف، استراتژی‌های ورود به بازار، فرایند نفوذ در بازار، پیش بینی فروش، تعیین سهم بازار و مهندسی فروش
تکنیک‌های بازاریابی و فروش خلاقانه
سازماندهی فعالیت‌های ترفیعی و تشویقی در قالب طراحی نظام ارتباطات یکپارچه بازاریابی شامل شناسایی کارکردهای ابزارهای ترفیعی و تبلیغات تجاری متناسب با اهداف ترفیع و مراحل عمر بنگاه و محصول
برند سازی کارآفرینانه و مدیریت ارزش ویژه برند
نوآوری در بازاریابی و برند سازی
اخلاق بازاریابی و توجه به تبعات بکارگیری هر تکنیک با توجه به مسایل اسلامی و بومی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: برای تحقق اهداف درس از ابزارهایی نظیر ارائه فیلم‌ها و داستان‌های بازاریابی و برند (Business Story Telling/Movie) و نیز کسب مشارکت فعالان اقتصادی در عرصه ملی استفاده خواهد شد.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال ۷۰ درصد
آزمون پایان نیم سال: ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

دسترسی به منابع و بانک‌های اطلاعاتی اینترنتی؛ دسترسی به ابزارهای فعالیت و تحلیل برند



خداداد حسینی، سید حمید و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۱)؛ مدیریت جامع برند: مکاتب، ارزشگذاری برند و توسعه برند ملی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی

رضوانی، مهران و کلابی، امیرمحمد؛ (۱۳۹۰)؛ بازاریابی در بنگاه‌های کارآفرین؛ انتشارات جهاد دانشگاهی؛ چاپ اول

Boonchoo P., Tsang D., and W. N. (2011). Entrepreneurial Marketing Typology : the Exploratory Study of Thai Hotels. In *Academy of Marketing Conference* (pp. 1–22). Liverpool, UK.

Hallböck, J., & Gabrielsson, P. (2013). Entrepreneurial Marketing Strategies During the growth of international new ventures originating in small and open economies. *International Business Review*, ۲۲(۶), ۱۰۰۸-۱۰۲۰.

Kraus, S., Filser, M., Eggers, F., Hills, G. E., & Hultman, C. M. (2012). The Entrepreneurial Marketing Domain: a citation and co-citation analysis. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, ۱۴(۱), ۶-۲۶.



عنوان درس به فارسی:		امکان سنجی و تدوین طرح کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Feasibility study and Business Plan	
دروس پیش نیاز:		<input checked="" type="checkbox"/> اصلی <input checked="" type="checkbox"/> نظری	
دروس هم نیاز:		<input type="checkbox"/> تخصصی <input type="checkbox"/> عملی	
تعداد واحد:	۲	<input type="checkbox"/> اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی	
تعداد ساعت:	۳۲		

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

یادگیری دانش و کسب مهارت امکان سنجی ایده ها و طراحی و تدوین طرح کسب و کار

اهداف ویژه:

- آشنایی با روش ها و فنون طراحی و تدوین طرح کسب و کار
- آشنایی با فنون امکان سنجی ایده ها
- آشنایی با مفاهیم کلیدی کسب و کار
- آشنایی با فرآیند و چگونگی راه اندازی کسب و کار
- آشنایی با تکنیک های تجزیه و تحلیل بازار و رقابت

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- مفاهیم کلیدی کسب و کار (تعریف، انواع، اصول و مهارتها)
- تعریف طرح کسب و کار و فواید، کاربردها، ضرورت و انواع آن
- تفاوت بین طرح کسب و کار با مطالعه امکان سنجی و مدل کسب و کار
- تفاوت بین طرح کسب و کار با مدل کسب و کار
- مدل کسب و کار، بوم مدل کسب و کار و بوم ناب
- فرآیند کلی طراحی و تدوین طرح کسب و کار و ساختار برنامه کسب و کار
- نکات مهم در نوشتن خلاصه مدیریتی و تاثیرات و کاربردهای آن
- توصیف کسب و کار و استراتژی
- تیم مدیریت و سازماندهی
- تحلیل صنعت، بازار و رقبا
- تشریح محصول / خدمت
- بازاریابی و تبلیغات
- فروش و قیمت گذاری
- راه های تامین سرمایه
- انواع هزینه ها و صورت های مالی
- ارزش گذاری کسب و کار و استراتژی بازپرداخت و خروج



ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

پروژه اصلی درس در انتهای ترم (۴۰ درصد)

ارزیابی پایان ترم (۴۰ درصد)

تکالیف کوتاه انفرادی در طول ترم و مشارکت کلاسی (۲۰ درصد)

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: کامپیوتر، ویدئو پروژکتور، شبکه و تابلو

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

طراحی و تدوین طرح کسب و کار، محمود احمدپور داریانی، سید روح‌الله احمدی، انتشارات راه دان، ۱۳۹۰

کارآفرینی پیشرفته. محمود احمدپور داریانی، علی ملکی، انتشارات راه دان، ۱۳۹۱

کارآفرینی: راه اندازی موفقیت آمیز یک کسب و کار، ترجمه محمود احمدپور داریانی، آصف کریمی، زاهده ابرقوی زاده، انتشارات دانشگاه

تهران، ۱۳۹۸

Berry, T. (2003). Hurdle: the book on business planning: How to develop and implement a successful business plan. Palo Alto Software, Inc.

Covello, J. A., & Hazelgren, B. J. (2006). The complete book of business plans: simple steps to writing powerful business plans. Sourcebooks, Inc.

Abrams, R & Doerr, J (2016). Successful Business Plan: Secrets & Strategies (Successful Business Plan Secrets and Strategies)

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Oliveira, M. A. Y., & Ferreira, J. J. P. (2011). Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers. African journal of business management, 5(7), 22-30.

Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2010). Successfully launching new ventures



عنوان درس به فارسی:		استراتژی و نوآوری	
عنوان درس به انگلیسی:	Strategy and Innovation		
دروس پیش نیاز:	اصلی	نظری	
دروس هم نیاز:	تخصصی	عملی	
تعداد واحد:	اختیاری	نظری-عملی	۲
تعداد ساعت:			۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

ارتقاء درک دانشجویان نسبت به استراتژی، نوآوری و فرآیند نوآوری فناورانه از منظر مدیریت استراتژیک

اهداف ویژه:

ارتقاء فهم دانشجویان از نظریات اساسی مدیریت استراتژیک نوآورانه فناورانه و حوزه های کاربرد آن ها، -ارتقاء توان دانشجویان در ایجاد و بکارگیری استراتژی های اثربخش در حوزه های نوآورانه فناورانه ، -آشنایی دانشجویان با ابزارها و فنون نوین مدیریت استراتژیک نوآورانه فناورانه

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

مبانی و اصول استراتژی، ماهیت استراتژی، شناسایی مسائل استراتژی، شناسایی تم های استراتژی، ایجاد و سازماندهی بحث های استراتژی

مدیریت استراتژی های پارادوکس، مکاتب استراتژیک و محیط ها، رویکرد تجویزی (مکاتب طراحی، برنامه ریزی، موقعیت یابی)، رویکرد توصیفی (کارآفرینی، شناخت، یادگیری، قدرت، فرهنگی، محیطی)، رویکرد ترکیبی (مکتب ترکیبی)، فرایند استراتژیک و مدیریت فناوری و نوآوری، مرکزیت نوآوری فناورانه در مدیریت استراتژیک، ادغام مدیریت نوآوری فناورانه و استراتژی

فرایند استراتژیک در مدیریت نوآوری فناورانه، برنامه ریزی، پیاده سازی، ارزیابی و کنترل، مراحل بعدی در تلفیق نوآوری فناورانه و استراتژی)

تدوین استراتژی و شکل گیری استراتژی، مسئله استراتژی تحقق یافته، پارادوکس تعددی بودن و ظهور یافتگی دیدگاه ها در مورد تدوین استراتژی، دیدگاه ها در مورد شکل گیری استراتژی، استراتژی نوآوری فناورانه مبتنی بر زمینه استراتژی های نوآوری فناورانه در زمینه صنعت، استراتژی های نوآوری فناورانه در زمینه سازمانی، استراتژی های نوآوری فناورانه در زمینه بین الملل

چرخه ی عمر کسب و کار و انواع استراتژی، استراتژی های مرحله ی استارت آپ مبتنی بر نوآوری فناورانه مبتنی بر نوآوری فناورانه استراتژی های مرحله ی رشد مبتنی بر نوآوری فناورانه، استراتژی های مرحله ی بلوغ مبتنی بر نوآوری فناورانه استراتژی های مرحله ی افول مبتنی بر نوآوری فناورانه، نوآوری (توسعه محصولات و خدمات جدید): استراتژی داخلی نوآوری: برنامه ریزی، پیاده سازی

ارزیابی و کنترل، استراتژی حفاظت نوآوری، اکتساب فناوری: استراتژی خارجی، برنامه ریزی، پیاده سازی، ارزیابی و کنترل مدیریت پلتفرم های نرم افزاری و پرتفولیو فناوری، تغییر استراتژیک، موضوع همسویی راهبردی، پارادوکس انقلاب و تکامل دیدگاه ها در مورد تغییر استراتژیک، مدیریت پارادوکس انقلاب و تکامل، نوآوری استراتژیک، نوسازی استراتژیک دیدگاه ها در نوآوری استراتژیک، پارادوکس بهره برداری و اکتشاف (در یادگیری سازمانی، مدیریت پارادوکس بهره برداری و اکتشاف



ایجاد موفقیت آمیز مدیریت فناوری و نوآوری استراتژیک، ایجاد قابلیت های موفقیت در مدیریت فناوری و نوآوری
تصمیمات استراتژیک پایدار و مزیت رقابتی، شایستگی های کلیدی، قابلیت های پویا، هوشمندی نوآوری فناورانه، هوشمندی (سطوح،
انواع، فرایندها و مدل ها و...)

هوشمندی استراتژیک و تصمیم گیری استراتژیک، ابعاد هوشمندی نوآوری فناورانه (چارچوب و روش ها)
چابکی استراتژیک، مدل های چابکی، مدل S۷مکنزی و چابکی، ارتباط پاسخگویی و چابکی، پارادوکس پاسخگویی و هم افزایی
استراتژی های چابکی، استراتژی های بسته بودن و گشودگی در نوآوری فناورانه، استراتژی های رقابتی (ادغام)، استراتژی های هم رقابتی
(همکاری مشارکتی)

استراتژی های همکاری (مشارکت تعاملی)، مدل های تحلیلی و مدل های طراحی، پارادایم تفکر دکارتی، پارادایم تفکر مرزشکنانه
رویکرد تحلیلی به حل مساله، رویکرد طراحی به حل مساله، مرزشکنی استراتژیک، مدل های مرزشکنی، مرزشکنی از بستر نوآوری
فناورانه

چرخه ی مرزشکنی، زیرساخت مرزشکنی، مدل مرزشکنی علم و فناوری و روش شناسی تدوین راهبرد، راهبردهای الویت دار
مرزشکنی علم و فناوری

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

پروژه اصلی درس- انتهای ترم (۴۰ درصد)، ۲- تکالیف کوتاه انفرادی طول ترم (۴۰ درصد) ۳- ارزیابی پایان ترم (۲۰ درصد)

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

گوپتا، سونیل. «پیش بری استراتژی دیجیتال» ترجمه شاهین حقی، تهران: نشر کتاب معنا، ۱۳۹۹

توستیگا، جرج. طارمی راد، فائزه. خاشعی، وحیده. شریعتی، منصوره. «استراتژی در عمل: راهنمایی برای عملگران به سوی تفکر استراتژیک»

تهران: انتشارات دنیای اقتصاد، ۱۳۹۶



عنوان درس به فارسی: تفکر و رفتار کارآفرینانه		
عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurial mindset and behavior	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز: -	اصلي <input checked="" type="checkbox"/> نظري <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز: -	تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد: ۲	اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد ساعت: ۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟ استفاده از کارآفرینان به عنوان سخنران مهمان
هدف کلی:

ارتقای آن دسته مهارت های رفتاری که پیوند بین افراد و فرصت ها را تسهیل کند و دانشجویان را با زمینه های شکل گیری اشتیاق و قصد کارآفرینانه آشنا نماید.

اهداف ویژه:

توسعه پیچیدگی شناختی و تقویت ذهنیت کارآفرینانه دانشجویان جهت پیش بینی و شکل گیری اشتیاق، قصد و رفتار کارآفرینانه و تحلیل آشنایی و ارتقای هنر و مهارت نفوذ دانشجویان در تعامل رفتاری خلاق با محیط و بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه تبیین ادراک و تصویر پردازی ذهنی کارآفرینان و تحلیل رفتارهای تعاملی کارآفرینان با محیط

پ) مباحث یا سرفصل ها:

بخش اول - چگونگی تشخیص چرایی رفتارها در زنجیره ارزش کارآفرینی به عنوان یک سیستم:

بحث پیرامون خرد کارآفرینی، پیچیدگی شناختی، انواع ذهنیت کارآفرینانه رهبران کارآفرین و طرح مدل آکادمیک درس هوش معنوی، هوشیاری کارآفرینانه و جایگاه سیستم تخیل در شکل گیری خرد، و قصد کارآفرینانه در ارتباط با خویشتن، دیگران و فرصت ها

بخش دوم - ادراک از خویشتن و جایگاه آن در تحلیل رفتارهای کارآفرینانه

خودآگاهی، هویت کارآفرینانه و چگونگی غلبه بر خود افتراقی **self-discrepancy** در رفتارهای کارآفرینانه سرمایه های روانشناختی کارآفرینانه، خود-ادراکی کارآفرینانه و تاثیر آن در بروز نگرش و قصد کارآفرینانه توجه، احساسات، شناخت کارآفرینانه، انواع اشتیاق کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه

بخش سوم- ادراک از محیط و تحلیل رفتارهای تعاملی کارآفرینان

ساختار سیستم ادراک و خود تفسیری کارآفرینان در محیط کسب و کار ارتباطات اثربخش و تاثیر شبکه سازی کارآفرینانه در توسعه رفتارهای ارزش آفرینانه تصویر پردازی ذهنی کارآفرینانه، سرسختی کارآفرینانه، اندوه کارآفرینانه ناشی از شکست و یادگیری از آن

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی چندگانه ارائه مباحث تئوریک همراه با مورد کاوی، کار گروهی و ایجاد توفان فکری از طریق ارتباط مستمر دانشجویان با یکدیگر در اتاق فکر رفتار کارآفرینانه، استفاده از کارآفرینان و رهبران کارآفرین به عنوان سخنران مدعو و مهمان

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

مشارکت فعال در اتاق فکر رفتار کارآفرینانه و در فعالیت ها ۶۰ درصد /آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: مهیا کردن فضای مناسب برای سخنران مهمان



- Gartner, William B., and Teague, Bruce T. (2020). Research Handbook on Entrepreneurial Behavior, Practice and Process. Research Handbooks in Business and Management series. Edward Elgar.
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. 2005. "A Model of Middle-Level Managers' Entrepreneurial Behavior". Entrepreneurship Theory and Practice, 29(6): 699-7۱۶.
- Gartner, W. B., Carter, N. M., & Reynolds, P. D., 2010, "Entrepreneurial Behavior: Firm Organizing Processes"
- Shepherd, Dean A. and Patzelt, Holger.(2018)Entrepreneurial Cognition :Exploring the Mindset of Entrepreneurs. Springer
- Krueger, N.F. (2017). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In Revisiting the entrepreneurial mind, 13-3۴. □□□□: □□□□□□□□



عنوان درس به فارسی:		محیط کسب و کار و اکوسیستم کارآفرینی	
عنوان درس به انگلیسی:		Business Environment and Entrepreneurial Ecosystem	
نوع درس و واحد	اصلی ■	نظری ■	
	تخصصی	عملی □	
	اختیاری □	نظری-عملی □	
	رساله / پایان نامه □		
		۲	تعداد واحد:
		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟ سفر علمی □ آزمایشگاه □ سمینار □ کارگاه □ موارد دیگر:

هدف کلی:

ارتقاء درک دانشجویان نسبت به محیط کسب و کار و تاثیر آن بر اکوسیستم کارآفرینانه.
ارتقاء فهم دانشجویان از نظریات اساسی محیط کسب و کار و حوزه های کاربرد آن ها.

اهداف ویژه:

آموزش محیط کسب و کار در اسلام و غرب .
آموزش مبانی زمینه ای ایران در تحلیل محیط کسب و کار.

پ) مباحث یا سر فصل ها:

- مبانی و اصول شناخت محیط کسب و کار.
- رویکرد اسلامی شناخت محیط.
- چارچوب های شناخت محیط.
- نظریه های محیط کسب و کار.
- محیط بین الملل کسب و کارها.
- تغییرات محیطی و تاثیر آن بر کسب و کار.
- مدل های شناخت محیط.
- رزیابی اطلاعات و منابع محیط شناسی و فنون شناخت محیط.
- شناخت و تحلیل شاخص های محیط کسب و کار.
- روش های شناخت مسیر آینده محیط: آینده پژوهی.
- تدابیر و سیاست های بهبود محیط کسب و کار .
- تاثیر محیط کسب و کار بر اکوسیستم کارآفرینی.

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: مطالعه فردی و یا گروهی بطور گسترده توسط دانشجویان. مباحث طی جلسات توسط مدرس توضیح داده می شوند. طی ترم دانشجویان ارائه های مرتبط خواهند داشت.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ندارد.



مبینی دهکردی، آرمین خالقی و نیلوفر نوبری. «تجزیه و تحلیل پیشرفته محیط راهبردی (عدم قطعیت پیچیدگی و هوشمندی)» تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۸

بریتن و وارتنگتن. (۲۰۱۵). محیط کسب و کار. مترجم: حمید، پاداش (۱۳۹۸). موسسه انتشارات دانشگاه تهران.

Audretsch, D., Cunningham, J., Kuratko, D. and Lehmann, E. (2018). Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts”, The Journal of Technology Transfer volume 44, pages313–325.

White, S. (2018). Creating better business environments for micro and small enterprises. Technical Report, Donor Committee for Enterprise Development. Cambridge, 55.

Craig, T., & Campbell, D. (2012). Organisations and the business environment. Routledge.



عنوان درس به فارسی:		مطالعه امکان سنجی کسب و کار نو	
عنوان درس به انگلیسی:		New venture feasibility analysis	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	نوع درس و واحد
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:
هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم طرح امکان سنجی و تفاوت‌های آن با مدل کسب و کار و طرح کسب و کار.

اهداف ویژه:

- ۱- یادگیری فنون امکان سنجی اقتصادی، امکان سنجی فنی و امکان سنجی مالی.
- ۲- یادگیری فنون امکان سنجی طرح از جنبه حقوقی و جنبه اجتماعی.

ب) مباحث یا سرفصل‌ها:

۱. امکان سنجی کسب و کار، تعریف امکان سنجی و تفاوت آن با طرح کسب و کار و مدل کسب و کار.
۲. امکان سنجی اقتصادی: تقاضا و عوامل تولید.
۳. تحلیل بازار، صنعت و رقابت. تحلیل قیمت، کیفیت، بخش‌های بازار و کانالهای توزیع.
۴. واکاوی و بررسی‌های فنی، ظرفیت طرح، بررسی و انتخاب فن آوری و روش تولید مناسب.
۵. برآورد ماشین‌الات و زیرساخت‌های لازم، مهندسی طرح و مدیریت پروژه.
۶. تحلیل و محاسبه زیرساخت‌های کسب و کار، فضای ساختمانی و تاسیسات.
۷. مکان‌یابی کسب و کار.
۸. بررسی و واکاوی مالی، برآورد هزینه‌های سرمایه‌گذاری، هزینه سالانه سرمایه و شیوه‌های تامین مالی.
۹. ارزشیابی طرح، ارزش فعلی خالص، نسبت هزینه منفعت، نرخ بازده داخلی و پیش‌بینی صورتهای مالی طرح.
۱۰. تجزیه و تحلیل نقطه سربه سر، پیش‌بینی‌های مالی، نسبت‌های مالی، برنامه‌ریزی تامین مالی و جذب سرمایه، منابع تامین.
۱۱. امکان سنجی طرح از جنبه حقوقی: محدودیت‌ها، مشوق‌ها- امکان سنجی مسئولیت‌های اجتماعی و ملاحظات توسعه پایدار.
۱۲. آشنایی با نرم‌افزار امکان سنجی و انجام تمرین عملی.

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

مطالعه فردی و یا گروهی بطور گسترده. مباحث طی جلسات توسط مدرس توضیح و مورد بحث و بسط داده می‌شوند. طی ترم دانشجویان ارائه‌های مرتبط عملی خواهند داشت.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ندارد.

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- ۱- مجیدیان داوود، ۱۳۸۲، ارزیابی طرح‌های صنعتی، مطالعات فنی، اقتصادی و مالی، سازمان مدیریت صنعتی.
- ۲- مصلح شیرازی، ۱۳۸۵، علی نقی، کارآفرینی و امکان‌سنجی طرح‌های سرمایه‌گذاری صنعتی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۳- محمد کاظمی رضا، ۱۳۹۷، مقدمات کسب و کار، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم.
- ۴- محمد کاظمی رضا، ۱۳۹۹، طراحی و تدوین طرح کسب و کار؛ محمد کاظمی، رضا؛ انتشارات دانشگاه تهران،

چاپ دوم.



- ۵-Feasibility studies made simple, Rodney Overton, Boat Harbour, Martin Books, ۲۰۰۷ .
- 6-Financial Feasibility Studies for Property Development: theory and practice, Havard, Tim, New York, Routledge, 2014.
- 7- Feasibility Study: preparation and analysis, Charles Zawde, Del, Princeton Commercial Holdings, 2017.
- 8- Feasibility Study: Marketing, Financial and Operational Analysis, Mamun Habib, Chamnong Jungthirapanich, Germany, Lambert Publishing, 2019.



عنوان درس به فارسی: ایجاد کسب و کار		
نوع درس و واحد	venture Creation	عنوان درس به انگلیسی:
<input type="checkbox"/> پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری		دروس پیش نیاز:
<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی		دروس هم نیاز:
<input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه		تعداد واحد: ۲
		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از کارآفرین

هدف کلی:

۱. توسعه دانش و مهارت شرکت کنندگان در ارتباط با طراحی و ارزیابی مدل‌های کسب و کار، فرایند ایجاد کسب و کار و روش‌های راه اندازی کسب و کار

اهداف ویژه:

۱. یادگیری فرایند ایجاد کسب و کار
۲. آموزش انواع مدل‌های کسب و کار
۳. طراحی و ارزیابی مدل‌های کسب و کار
۴. آشنایی با روش‌های نوین راه اندازی کسب و کار

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

۱. فرایند ایجاد کسب و کار
۲. چرخه عمر کسب و کار
۳. قابلیت‌های لازم برای ایجاد کسب و کار
۴. متدولوژی ناب در راه اندازی کسب و کار
۵. بوم مدل کسب و کار
۶. طراحی ارزش پیشنهادی
۷. دسته بندی و انواع مدل‌های کسب و کار
۸. طراحی مدل کسب و کار
۹. مدل‌های کسب و کار پایدار
۱۰. مدل‌های کسب و کار دیجیتال
۱۱. مدل‌های کسب و کار اقتصاد شراکتی
۱۲. مدل‌های کسب و کار اجتماعی
۱۳. مدل‌های کسب و کار اینترنت اشیا
۱۴. مدل های کسب و کار گردشگری
۱۵. نوآوری در مدل کسب و کار
۱۶. ارزیابی و انتخاب مدل کسب و کار

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

۱. ارائه رئوس مطالب توسط استاد با راهبردهای تعاملی، ۲. سخنران مدعو، ۳. مطالعه موردی ۴. پروژه

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):



فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۵۰ درصد
پروژه پایانی	۲۵ درصد
آزمون پایان نیم‌سال	۲۵ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه اینترنت و تابلو، فیلم‌های آموزشی، کتاب و مقاله

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Foss and Saebi(2015), Business Model Innovation The Organizational Dimension, Oxford
Voigt et al (2017), Business Model Pioneers ;How Innovators Successfully Implement New Business Models, Springer
Mats Larsson (2018) , Circular Business Models Developing a Sustainable Future, Palgrave Macmillan
João Leitão (2019) Open Innovation Business Modeling; Gamification and Design Thinking Applications, Springer
Paul Burns(2018), New Venture Creation: A Framework for Entrepreneurial Start-ups , Red Globe Press; 2nd edition
Eric Ries (2011) , The Lean Startup , Crown Publishing Group
Lars Moratis et al (2018), Sustainable Business Models; Principles, Promise, and Practice, Springer
Osterwalder (2010), Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers John Wiley and Sons.



عنوان درس به فارسی: استقرار کسب و کار		
عنوان درس به انگلیسی: venture Establishment	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از کارآفرین

الف) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان گرایش کسب و کار با ذهنیت عملیاتی در فرایند کارآفرینی و اقرات متقابل کارآفرینی و مدیریت عملیات و توسعه دانش آنها در ارتباط با مدیریت عملیات در مراحل بعد از ایجاد کسب و کار

اهداف ویژه:

توسعه ذهنیت عملیاتی در فعالیتهای کارآفرینانه
مدیریت عملیات در طول چرخه عمر کسب و کار
اثرات متقابل کارآفرینی و مدیریت عملیات در زنجیره ارزش کارآفرینانه
آشنایی با مفهوم پایداری و مدیریت عملیات در کسب و کار پایدار

ب) مباحث یا سر فصل ها:

اثرات متقابل مدیریت عملیات و کارآفرینی/ فرایند ورودی - ایجاد و انتقال ارزش - خروجی / تفاوت عملیات در کسب و کارهای تولیدی و عملیاتی

ذهنیت و راهبرد های عملیاتی (operations mindset & operations strategy)

مفاهیم و رویکردهای نو در استراتژی عملیات

چارچوب TBL و پایداری کسب و کار

اهداف عملکردی عملیات

انعطاف پذیری و چابکی در کسب و کار

عملیات ناب

طراحی خدمت یا محصول و تفکر طراحی

طراحی فرایند و انواع فرایند عملیاتی

انتخاب و تحلیل مکان

طراحی چیدمان و جریان

ظرفیت عملیاتی و مدیریت موجودی

طراحی و مدیریت زنجیره تامین

کیفیت و مدیریت کیفیت

برنامه ریزی و کنترل و بهبود عملیات

مباحث نو در استقرار و مدیریت فعالیتهای در زنجیره ارزش کارآفرینانه



ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه رئوس مطالب توسط استاد با راهبردهای تعاملی، ۲. سخنران مدعو، ۳. مطالعه موردی ۴. پروژه

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۵۰ درصد
پروژه پایانی	۲۵ درصد
آزمون پایان نیم‌سال	۲۵ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه اینترنت و تابلو، فیلم‌های آموزشی، کتاب و مقاله

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Slack et al (2014) , Essentials of operations management ,Prentice Hall.
Applications of Operations Analysis (2015), Ch 1: Location Analysis in Practice,
Simon Parker (2006), The life Cycle of Entrepreneurial Ventures, Springer.
Shepherd and Patzelt(2013), Operational Entrepreneurship: How Operations Management Research Can Advance Entrepreneurship , Production and Operations Management, V.22, Issuu. 6 , 1416-1422
Paul Burns(2018), New Venture Creation: A Framework for Entrepreneurial Start-ups , Red Globe Press; 2nd edition
Phill Simon (2020) Agile: The Insights You Need from Harvard Business Review Harvard Business Review Press.
Cecil Bozarth and Robert Handfield (2018), Introduction to Operations and Supply Chain Management (What's New in Operations Management) 5th Edition, Pearson
Sanders and Wood (2019), Foundations of Sustainable Business: Theory, Function, and Strategy, Wiley.



عنوان درس به فارسی: رشد، تثبیت و خروج کارآفرینانه		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurial growth, Establishment and exit	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	تعداد واحد:	۲
	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	تعداد ساعت:	۳۴
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		
	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با فلسفه و تنوع رشد در کسب و کارهای کوچک و متوسط و استارت اپ ها و مدل‌های رایج. خروج و انواع استراتژیه های خروج موفقیت امیز

اهداف ویژه:

آشنایی با فلسفه رشد و تنوع رشد
رشد و تثبیت و خروج موفق در استارت آپها

ب) مباحث یا سرفصل‌ها:

تعریف و کسب و کارهای کوچک
ساختار کسب و کارهای کوچک و تحلیل اقتصادی و اجتماعی آن
تعریف رشد از منظر نظریه های اقتصادی
تحلیل نظریه های اقتصادی در مورد رشد (معایب و چالشها)
بررسی نظریه پیروز در مورد رشد کارآفرینی
تعریف رشد از منظر دیدگاه کارآفرینی
رشد در کسب و کارهای کوچک و تفاوت های با کسب و کار های بزرگ
مدل های رشد: مدل گرینر /مدل بوریس
خروج و نظریه های خروج

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آشنایی با فلسفه و تنوع رشد در کسب و کارهای کوچک و متوسط و استارت اپ ها و مدل‌های رایج. خروج و انواع استراتژیه های خروج موفقیت امیز

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۴۵٪ درصد /آزمون پایان نیم‌سال ۵۵٪درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ندارد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Hutchinson.Robert W. “The Capital Structure and Investment Decisions of the Small Owner-Managed Firm: Some Exploratory Issues.” Small Business Economics،vol. 7،(1995): 231-239

Pinson،Linda & Jinett Jerry،(1996). Steps to Small Business Start-Up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea into a Successful Business. Upstart Publications،Chicago.



Bibbena•Terry. (1995). "Capital Needs for Innovative Small Business and Entrepreneurship in the 21st Century." Washington DC: U.S. Small Business Administration Report.

Cooper•Robert G.(2001). Winning at New Products: Accelerating the Process from Idea to Launch. 3rd ed. Cambridge•MA: Perseus Publishing.



عنوان درس به فارسی: نوآوری در مدل کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی: Business Model innovation	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۲
	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: .تدوین گزارش طراحی مدل کسب و کار بر اساس داده های ثبت شده و داده های میدانی.

هدف کلی:

کسب مهارت‌های تحلیل و تدوین گزارش طراحی مدل کسب و کار بر اساس داده ها،

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم مدل کسب و کار و نوآوری در مدل کسب و کار
یادگیری روش ها و تکنیکهای نوآوری در مدل کسب و کار

مباحث یا سرفصل‌ها:

تعاریف و مفاهیم پایه مدل کسب و کار، نوسازی مدل کسب و کار و نوآوری در مدل کسب و کار.
شناسایی و تحلیل روندها و عوامل موثر در اثربخشی مدل کسب و کار.
بهینه کاوی مدل های کسب و کار و یادگیری از بهترین تجربیات موفق، روش های تحلیل مدل کسب و کار رقبا.
فرایند هدف گذاری در بخش های بازار و طراحی ارزش پیشنهادی، خلق ارزش مشترک
مدل کسب و کار و زنجیره تامین و زنجیره ارزش و تحلیل رابطه ساختار هزینه و ساختار
مبناهای ارزیابی مدل کسب و کار برای نوآوری و کاربرد مدل کانوناس (Business Model Canvas)
ارزیابی امکان تغییر و ایجاد تکامل در هر یک از ابعاد، در ساختار و روابط اجزای مدل کسب و کار
الگوها، نمونه ها، دسته بندی ها و سنخ شناسی ها به عنوان ابزار نوآوری در مدل کسب و کار
امکان سنجی اجرای مدل کسب و کار.

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

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

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال ۴۰ درصد، گزارش پروژه ۴۰ درصد و آزمون پایان ترم ۲۰ درصد.

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Andreini, Daniela, 2017 Business Model Innovation-From Systematic Literature Review to Future Research Directions, Springer.

Afuah, Allan, 2014, Business Model Innovation; Concepts, Analysis, and Cases, Routledge.

Osterwalder, A. and Pigneur, Y., 2013, Designing business models and similar strategic objects: the contribution of IS. Journal of AIS, 14(5):237-244



Souto, J. E., 2015, Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation. *Tourism Management*, 51, 142-15۵.



عنوان درس به فارسی: سرمایه‌گذاری مخاطره آمیز		عنوان درس به انگلیسی: Venture Capital	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>		-	دروس پیش نیاز:
عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>		-	دروس هم‌نیاز:
نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از سخنران

هدف کلی:

ارتقای توان تحلیلی دانشجویان در حوزه مسائل مالی و سرمایه‌گذاری خطرپذیر

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با ویژگی‌های نهادی صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر
آشنایی با مفاد قراردادهای مالی سرمایه‌گذاران خطرپذیر

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

آشنایی با مفاهیم اساسی در صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر (VC)
ویژگی‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر، آشنایی با چرخه فعالیت آن و انواع آن
ساختار حقوقی شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر
فرایند گردآوری وجوه در شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر
فرایند تشکیل صندوق و شرایط قراردادهای مشارکت در صندوق‌ها
معیارهای موردنظر سرمایه‌گذاران خطرپذیر در ارزیابی طرح‌ها
تفاهم‌نامه شرایط سرمایه‌گذاری
فعالیت‌های بعد از انعقاد قرارداد (فعالیت‌های دارای ارزش افزوده)
مکانیزم‌های نظارتی سرمایه‌گذاران خطرپذیر
انواع استراتژی‌های خروج از سرمایه‌گذاری
سرمایه‌گذاری خطرپذیر در ایران

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه رئوس مطالب توسط استاد با راهبردهای تعاملی، ۲. سخنران مدعو، ۳. مطالعه موردی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۶۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Cumming, Douglas (2012). Venture Capital: Investment Strategies, Structure, and Policies, Wiley.
Haislip, Alexander (2010). Essentials of Venture Capital, John Wiley.
Metrick, Andrew and Yasuda, Ayako (2011). Venture Capital and the Finance of Innovation, Wiley.
Ramsinghani, Mahendra (2021). The Business of Venture Capital: The Art of Raising a Fund, Structuring Investments, Portfolio Management, and Exits, 3rd ed., Wiley.

چیت‌سازان، هستی و عمویی، گلریز (۱۳۹۷). مباحثی نوین در تأمین مالی کارآفرینی با کاربردهایی از اقتصاد و مالی رفتاری، تألیف رسول یزدی پور، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.



عنوان درس به فارسی: توزیع و فروش		
عنوان درس به انگلیسی: Sales and distribution		نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:		پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:		تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: پروژه طراحی سیستم توزیع و فروش یک کسب و کار نوپا

هدف کلی:

هدف از درس آشنایی با سیستم توزیع و فروش و بررسی عناصر فروش موثر به عنوان یک مولفه کلیدی در فعالیتهای بازاریابی کسب و کارها، بویژه کسب و کارهای نوپا است. اهداف فرعی دوره شامل شناخت فرآیند فروش، رابطه بین فروش و بازاریابی، ساختار نیروی فروش، مدیریت ارتباط با مشتری، استفاده از فناوری برای بهبود اثربخشی نیروی فروش و مواردی در زمینه جذب، انتخاب، آموزش، ایجاد انگیزه، جبران و حفظ نیروهای فروش است.

اهداف ویژه:

طراحی سیستم توزیع و فروش در کسب و کارهای نوپا
ارزیابی و بهبود سیستم توزیع و فروش در کسب و کارهای نوپا
چالشها، موانع و ملاحظات خاص فروش و توزیع در کسب و کارهای نوپا
فروش و توزیع کارآفرینانه

پ) مباحث یا سر فصل ها:

سیاست ها و سازمان و کارکردهای فروش
جذب، آموزش، نگهداری نیروهای فروش
رهبری و بودجه بندی فروش
پیش بینی بازار و فروش
راهبرد فروش
تکنیکها و جعبه ابزارهای فروش
فروش اینترنتی و بازارگاه ها (market place)
برنامه فروش
ارزیابی عملکرد فروش
طراحی لاجستیک و کانالهای توزیع
مدیریت کانالهای توزیع و ارزیابی عملکرد توزیع
یکپارچگی سیستم فروش و توزیع
مدیریت تضادها در فروش و توزیع
موضوعات اخلاقی و اجتماعی در مدیریت فروش و توزیع
کاربرد فن اوریهی نوین در مدیریت توزیع و فروش
فروش و توزیع کارآفرینانه و ملاحظات خاص و محدودیتهای سیستم توزیع و فروش در کسب و کارهای نوپا

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

کار گروهی - پروژه - تکالیف و فعالیت های فردی در طول ترم - تحلیل و مطالعه موردی - کارآفرین مهمان - آزمون پایان ترم



ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد / پروژه ۲۵ درصد / آزمون پایانی ۲۵ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو، فیلم‌های آموزشی، مقاله و کتاب، مطالعه موردی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

The Entrepreneurial Sell: Tools and Techniques Every Start-Up Needs to Succeed(2018), Cheryl Mayberry McKissack , Martin Publishing

Sales and Distribution Management: An Integrative Approach, (2020), Pingali Venugopal, SAGE Publications

Seles and distribution management, a practice-based approach, (2016), Ramendra Singh, VICAS Publishing.

Sales and Distribution Management for Organizational Growth (2019), Rahul Gupta Choudhury, IGI Global

Sales and Distribution Management , IBS Center for Management Research.



مدیریت زنجیره تامین		عنوان درس به فارسی:
نوع درس و واحد	Supply Chain Management	عنوان درس به انگلیسی:
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان کارآفرینی گرایش کسب و کار با طراحی و مدیریت زنجیره های تامین

تبیین نقش زنجیره تامین به عنوان بستری برای کمک به ایجاد کسب و کارهای جدید و توسعه و رونق کسب و کارهای موجود

اهداف ویژه:

معرفی تکنولوژی های مدرن به عنوان ابزاری برای مدل های نوآوری و رشد در طراحی زنجیره های تامین کسب و کارهای نوپا بهره

شناسایی فرصت های کارآفرینی در بستر زنجیره های تامین نوآورانه و کارآفرینانه

پ) مباحث یا سرفصل ها:

تعریف مفاهیم پایه ای و بازیگران زنجیره تامین

مفاهیم مدیریت موجودی در زنجیره های تامین

طراحی سیستم مدیریت جریان اطلاعات تامین

کاربرد علم داده در مدیریت زنجیره های تامین

طراحی زنجیره های تامین برای کسب و کارهای نوپا (Up Start)

طراحی قیمت گذاری هوشمندانه در زنجیره تامین

معرفی مدل SCOR برای ارزیابی زنجیره های تامین

معرفی و کاربرد شبیه سازی در مدیریت زنجیره های تامین

کارآفرینان و زنجیره های تامین

نقش مشتریان/تامین کنندگان/توزیع کنندگان در نوآوری و رشد زنجیره های تامین

فناوری اطلاعات و زنجیره های تامین

زنجیره بلوکی ، ارزشها و کاربرد آن در طراحی و توسعه زنجیره های تامین کارآفرینانه

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه کلاسی مدرس

بازدید علمی از مراکز صنعتی، پارک های علم و فناوری ، شرکت های دانش بنیان و شتاب دهنده ها

ارائه کلاس گروهی توسط دانشجویان



ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدئو پرژکتور، تخته وایت برد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

ایجاد زنجیره های تأمین کارآفرینانه، راهنمایی برای نوآوری و رشد، تالیف: ویلیام ب لی، ترجمه سید مجتبی سجادی، ، نرگس صادقی گنجه،

انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۶

زنجیره تامین در گردشگری، تالیف سانگ، مترجم سید مجتبی سجادی، پریسا رسولیان، انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۴

Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies, Volume, David –

Simchi-Levi, Philip Kaminsky, Edith Simchi-Levi, McGraw Hill Professional, 2003



عنوان درس به فارسی: مدیریت کسب و کارهای کوچک		عنوان درس به انگلیسی: Small business Management
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز:
	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	دروس هم نیاز:
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با زمینه های مختلف تاثیر گذار بر نحوه مدیریت کسب و کارهای کوچک و شبکه های مدیریتی

اهداف ویژه:

آشنایی با تفاوت های مدیریتی کسب و کارهای کارآفرینانه و غیر کارآفرینانه و شبکه های کدیریتی
آشنایی با نظریه های رشد کارآفرینانه

ب) مباحث یا سرفصل ها:

تعاریف کسب و کارهای کارآفرینی کوچک
نظریه تفاوت های مدیریتی در کسب و کار کوچک کارآفرینانه و غیر کارآفرینانه
مشخصه های رفتاری و تاثیر آن در مدیریت کسب و کار کوچک
نسل بندی کارآفرینان
شبکه های مدیریتی در کسب و کار از نسل اول تا پنجم
رشد در کسب و کارهای کوچک و مدیریت آن
استارت اپ ها و شبکه مدیریت تیمی
رشد در استارت اپ های کارآفرینی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آشنایی با زمینه های مختلف تاثیر گذار بر مدیریت رشد کسب و کار کارآفرینی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۴۵ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۵ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ندارد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

کتاب: کسب و کارهای کارآفرینی. ترجمه کامبیز طالبی ۱۳۹۸
کتاب: رفتار کارآفرینانه و ایجاد کسب و کار مولف کاتر ۲۰۱۶
کتاب: رشد از منظر کارآفرینی ترجمه کامبیز طالبی ۱۳۹۹



عنوان درس به فارسی: فرآیند ایجاد کسب و کار در گردشگری		عنوان درس به انگلیسی: Business creation in Tourism	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>			دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>			دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

الف) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با فرایند راه اندازی کسب و کار در حوزه گردشگری

ب) اهداف ویژه:

آشنایی با گامهای برنامه ریزی برای راه اندازی کسب و کار در حوزه گردشگری با رویکرد فرایندی شامل: شناسایی فرصت های کارآفرینانه غربالگری فرصت ها، آشنایی با مدل های کسب و کار و نحوه نگارش طرح کسب و کار کمک به دانشجویان برای راه اندازی کسب و کارشان در حوزه گردشگری به صورت عملی در طول ترم

پ) مباحث یا سرفصل ها:

آشنایی با مفاهیم و نظریه های گردشگری
عرضه و تقاضا در گردشگری
آشنایی با نحوه برنامه ریزی برای راه اندازی کسب و کارهای گردشگری
شناسایی فرصت های کارآفرینانه و نحوه غربالگری فرصت ها
آشنایی با مدل های کسب و کار و نحوه نگارش طرح کسب و کار در حوزه گردشگری
نحوه استقرار کسب و کارهای حوزه گردشگری و مدیریت آنها
بازاریابی کسب و کارهای حوزه گردشگری
نوآوری در صنعت گردشگری
رقابت پذیری کسب و کارهای گردشگری
اقوام ایرانی و گردشگری فرهنگی در ایران

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

فیلم های آموزشی، دعوت از کارآفرینان، بازدید از نمایشگاه ها یا یک منطقه گردشگری، مطالعه اخبار روز در مورد کارآفرینی در حوزه گردشگری، ارائه مباحث مرتبط درسی توسط دانشجویان، طرح موضوع و فعالیت های گروهی توسط دانشجویان در کلاس، ارزیابی میزان موفقیت دانشجویان در راه اندازی کسب و کارشان به صورت بازخورهای منظم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

ارائه مبحث تعیین شده در کلاس (۱۵٪)، مشارکت در بحث گروهی (۱۰٪)، انجام تکالیفی که استاد تعیین می کند نظیر بازدید از نمایشگاه (۱۰٪)، مشاهده رفتار دانشجو (رعایت اخلاق و حضور در کلاس) (۱۰٪)، آزمون میان ترم (۱۵٪)، آزمون پایان ترم (۴۰٪)

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: کامپیوتر، اینترنت، وسایل ایاب و ذهاب و مجوزهای لازم برای بازدیدها

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

نیک رفتار، طیبه (۱۳۹۵). ایجاد کسب و کار در گردشگری، انتشارات جهاد دانشگاهی

Walmesly, A. (2018). Entrepreneurship in Tourism.

Sotiriadis, M. (2018). The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality



عنوان درس به فارسی:		برنامه ریزی رویدادهای گردشگری	
عنوان درس به انگلیسی:		Event planning in tourism	
نظری	پایه	ندارد	دروس پیش نیاز:
عملی	تخصصی	ندارد	دروس هم نیاز:
نظری-عملی	اختیاری	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

تعریف، سیاستگذاری، تدوین استراتژی، برنامه ریزی و مدیریت بهره گیری از رویدادها برای توسعه مقاصد و آمایش گردشگری از نظر زمانی و مکانی، خلق و توسعه مقاصد جدید گردشگری و توجه به علائق ویژه گردشگران.

اهداف ویژه:

برنامه ریزی برای رویداد های گردشگری در سطوح محلی، ملی و بین المللی
مطالعه رویدادها و برنامه ریزی برای خلق رویدادهای جذاب
گسترش جاذبه های گردشگری بویژه برای مقاصدی که تا کنون کمتر مورد استقبال گردشگران بوده اند
توسعه و آمایش مقاصد راهبرد جدید که در صنعت گردشگری مورد توجه قرار گرفته است

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

تعریف رویدادها، مفاهیم اصلی و مبانی نظری رویدادهای گردشگری .
سیاستگذاری و تصمیم گیری از رویداد های تقویمی، مکانی، فرهنگی، صنعتی، تجاری و خدماتی.
تدوین راهبرد ها و تحلیل رویداد های بومی، محلی، ملی و بین المللی.
تحلیل مولفه های اصلی رویدادهای فرهنگی-تاریخی، ورزشی بر حسب آمایش سرزمین.
تحلیل مولفه های رویدادهای صنعتی، تجاری، نمایشگاه ها و همایش های برنامه ریزی شده برای توسعه صنعت گردشگری.
رویداد های جهانی مانندبازی های جام جهانی، المپیک، کریسمس و مناسک مذهبی و مقاصد برنامه ریزی شده گردشگری.
نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه ها در توسعه خلق رویداد ها و برند سازی مقاصد معین گردشگری.
مدیریت رویدادهای پیش بینی نشده، بهره گیری و کاهش ریسک .
چگونگی مدیریت رویداد ها در توسعه جاذبه های طبیعی، فرهنگی، تاریخی، صنعتی و خدماتی.
تدوین رویداد ها و برنامه ریزی برای آمایش و هماهنگی در بهره گیری بهینه از حمل و نقل هوایی، زمینی، ریلی و دریایی.
تحلیل نقش رویدادها در آمایش ظرفیت بهره گیری و اشتغال اقامتگاهها، هتل ها و امکانات بوم گردی.
تعریف رویدادهای خوراک و بهره گیری از غذا و گاسترونومی در توسعه مقاصد گردشگری و توسعه گردشگری خلاق.
رویدادهای برنامه ریزی شده برای رونق بازار، خرید، فروش صنایع دستی و ارائه سوغات های محلی و ملی.
نقش رویداد ها در تبلیغات، بازاریابی، برند سازی و توسعه مقاصد با علاقه ویژه گردشگری.
تحلیل رویداد های کهن و جشن های باستانی و ملی ایران و مردم پارسی زبان همانند نوروز، میزان و مهرگان.
تحلیل و ارزیابی تعریف و مدیریت رویدادهای برنامه ریزی شده برای توسعه مقاصد گردشگری برحسب توسعه مفاهیم و ایجاد گفتمان برای مجموعه های میراث فرهنگی و تاریخی ایران زمین.

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آموزش مفاهیم اصلی توسط استاد/ مشارکت دانشجویان در مباحث/ پژوهش رویکردهای جدید توسط دانشجویان با راهنمایی استاد



ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۶۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور، کامپیوتر و دسترسی به شبکه های اینترنتی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- بدین، گلن، آلن، جانی، و دیگران (۱۳۹۵) کتاب مدیریت جامع رویدادهای گردشگری - ترجمه مریم محمد جعفر وزهره عباسی، انتشارات گیسوم روح الامینی، محمود، ۱۳۹۵، آیین ها و جشن های کهن در ایران امروز (نگرش و پژوهش مردم شناختی)، تهران، انتشارات آگاه.
- کروبی، مهدی، قادری، اسماعیل، جلیلیان، نگار، ۱۳۹۸، امکان سنجی توسعه گردشگری رویداد (با تاکید بر رویدادهای فرهنگی) و تاثیر آن بر تعدیل فصلی بودن مقصدهای گردشگری (مطالعه موردی: شهر همدان)، مجله مطالعات مدیریت گردشگری - شماره ۴۵.
- AMSTERDAM • BOSTON • HEIDELBERG • LONDON • NEW YORK • OXFORD • Butterworth-Heinemann is an imprint of Elsevier
Based Tourism Event Hall, C. M., (1992), Hallmark Tourist Events: Impacts, management, and Dickinson,
Beeton, Sue, Morrison, Alison, 2019, The Study of Food, Tourism, Hospitality and Events, Springer
Berridge, G. (2006). Event Design. Oxford: Butterworth Heinemann.
Beverland, M., Hoffman, D., and Rasmussen, M. (2001). The evolution of events in the Australasian wine sector. Tourism Recreation Research, 26(2): 35-4۴.
Bloom, B. (ed.) (1956). Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals. Susan Fauer Company, Inc.
British Standards Institute (2006). Sustainable Event Management System: Specification with Guidance for Use. Bristol: British Standards Institute.
Donald Getz, 2013, Event Tourism Concepts, International Case Studies, and Research, Amazon.
Derrett, R. (2004). Festivals, events and the destination. In: I. Yeoman, et al. (eds.), Festivals and Events Management, pp. 33-50. Oxford: Elsevier.
Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N. and Mules, T. (2000), ...
Economic research limited, (2011), event analysis and economic impact study ...
Faulkner, Bill (1993), "Evaluating the tourism impact of hallmark event", ...
Fenich, G. (2005). Meetings, Expositions, Events, and Conventions: an Introduction to the Industry. Upper Saddle River, NJ: Pearson
Getz, 2007 Event Studies, Theory, Research and Policy and Policy for Planned Events,
Getz, Donald. (1991), "Festivals, special events, and tourism", New York: ...
Getz, D. (2004). Lecture _ "Event tourism" in Event Management. ...
Getz, Donald, (2008), "Event tourism Definition, evaluation, and research", Tourism ...
Jago, L.K., & McArdle, K.O. (1999), A Temporal, Spatial and ...
Janet; Shipway, Richard (2007), Resource Guide to The Impact of Donald
Janeczko, Ben (2002), estimating the economic impact of festival and events: ...
New Zealand Tourist and Publicity Department (1987). New Zealand, tourism ...
Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. Annals of Tourism Research, 17(3): 367-۳۸۴,
Experience-scapes: Tourism, Culture, and Economy, pp. 51-6۸.
Nicholas Wise, John Harris, 2017, Sport, Events, Tourism and Regeneration, Amazon.
Wood, Emma H (2005), "Measuring the economic and social impact



عنوان درس به فارسی: بازاریابی و برندسازی خدمات گردشگری		عنوان درس به انگلیسی: Marketing & Branding in Tourism Services	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و اصول بازاریابی کسب و کارها و مقاصد گردشگری، و بکارگیری یافته های فوق در جذاب کردن تجربه مشتریان می باشد.

اهداف ویژه:

تدوین ارزش و رسیدن به مفهوم خدمات متمایز برای کسب و کارهای خدماتی حوزه گردشگری
 آشنایی و ارائه مطالعات موردی در مورد بازاریابی و برندسازی کسب و کارهای خدماتی حوزه گردشگری
 رسیدن به توانایی تدوین ارزش پیشنهادی برای کسب و کارهای خدماتی حوزه گردشگری
 آشنایی با تجربیات مشترک شرکت های برتر خدماتی در حوزه گردشگری

ب) مباحث یا سرفصل ها:

- مقدمه، تعاریف، و تشابه و تفاوت گردشگری با سایر حوزه ها
- برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی در گردشگری، معرفی بخش های اصلی صنعت گردشگری
- تقسیم بازار و تعیین بازار هدف در گردشگری (Segmentation, Targeting, Positioning)
- مدل های آمیخته بازاریابی + عناصر تشکیل دهنده
- عرضه و تقاضا در گردشگری
- رفتار مصرف کننده + انتظارات مشتری
- تکامل تبلیغات، چند رسانه ای ها و جنبه های اجتماعی و اقتصادی آن
- مهمان پذیری یا مهمان نوازی (hospitality) و خدمات مربوطه، بهره برداری از جذابیت ها و ایجاد سرگرمی (Recreation)
- نقش image و brand در بازاریابی گردشگری
- تعریف CRM و CB در گردشگری بین الملل، رفتار گردشگر بین المللی
- نحوه تدوین ارزش پیشنهادی در کسب و کارهای تفریحی-توریستی، نحوه رسیدن به پیشنهاد استثنایی فروش در کسب و کارهای گردشگری
- آشنایی با استراتژی های طرف منفعت جهت رسیدن به ارزش پیشنهادی، آشنایی با استراتژی های طرف هزینه جهت رسیدن به ارزش پیشنهادی
- نقش کارکنان در جذاب کردن تجربه مشتریان در کسب و کارهای تفریحی و توریستی، آشنایی با استراتژی های پر کردن شکاف بین انتظارات از کارکنان و عملکرد کارکنان در کسب و کارهای خدماتی
- استراتژی های جبران خدمات در کسب و کارهای تفریحی توریستی، درس هایی که از کسب و کارهای موفق گردشگری می توان گرفت
- تعریف دارایی برند، قدرت برند و ارزش برند و تفاوت آنها، نحوه ارزش گذاری برند توسط اینتربرند، بحران رسانه برای برند
- ویژگی های تبلیغات اسلامی_ تبلیغات سبز

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:



آشنایی دانشجویان با تفاوت‌های بازاریابی عمومی، و بازاریابی در حوزه گردشگری بطور خاص و هدایت دانشجویان بطرف ایجاد ارزش‌های مادی و اجتماعی مطابق منطق بر قوانین اسلامی و ایرانی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

میان ترم ۲۵ // پایان ترم ۵۰ // سمینار ۲۵٪

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ندارد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

محمد کاظمی، رضا و همکاران (۱۳۹۹). برندسازی مقصد، انتشارات جهاد دانشگاهی

- |Aaker, David (2009), Brand Leadership: Building Assets in an Information Economy.
- Aburumman, A. (2020). COVID-۱۹ survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry.
- Ateljovic, Jovo, J.page, Stephen. (2009). Tourism & Entrepreneurship
- Khosravani,shabnam. Mohammadmazemi, Reza. Rezvani,mehran. (2014). "Investigating the effect of Electronic Word Of Mouth on customer's purchase intention of digital products". Journal of Management Science Letters. Vol. 4, Nov 2014.
- Mohammadmazemi, Reza (2015). Sports Marketing and Social Media. In N. Hajli (Ed.), Handbook of Research on Integrating Social Media into Strategic Marketing (pp. 340-۳۵۸- chapter 21). Hershey, PA: Business Science Reference. doi:10.4018/978-1-۴۶۶۶-۸۳۵۳-۲.۰۰۰۲۰
- Shu-Ning Zhang, Yong-Quan Li, Chih-Hsing Liu, Wen-Qi Ruan, "Reconstruction of the relationship between traditional and emerging restaurant brand and customer WOM". International Journal of Hospitality Management, Volume 94, 2021, ISSN 0278-4۳۱۹
- Vincent Wayne Mitchell, George Balabanis, "The role of brand strength, type, image and product-category fit in retail brand collaborations". Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 60, ۲۰۲۱, ۰۹۶۹-۶۹۸۹



عنوان درس به فارسی: حقوق و اخلاق در گردشگری		عنوان درس به انگلیسی: Tourism law and ethics	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	ندارد	دروس پیش نیاز: ندارد
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	ندارد	دروس هم نیاز: ندارد
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد: ۲
		۳۲	تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مسائل حقوقی مرتبط با صنعت گردشگری و حقوق گردشگری از قبیل حقوق مدنی، آشنایی با حقوق بشر حقوق کیفری و چگونگی کارکرد سیستم های حقوقی در گردشگری
آشنایی مباحث مرتبط با اخلاق در گردشگری و نقش اخلاق در موفقیت فعالان حوزه گردشگری

اهداف ویژه:

-شناخت ابعاد حقوقی کسب و کارهای گردشگری
-شناخت ابعاد اخلاقی در کسب و کارهای گردشگری

ب) مباحث یا سرفصل ها:

کلیات حقوق و جایگاه مباحث حقوق گردشگری در رشته های حقوق
تاریخچه حقوق گردشگری
آشنایی با مفاهیم تابعیت و حقوق بیگانگان
آشنایی با نهادها و سازمانهای بین المللی فعال در زمینه صنعت گردشگری و چگونگی کارکرد آنها
حقوق و تکالیف گردشگران خارجی
آشنایی با نهادها و مراجع داخلی مرتبط با صنعت گردشگری و کارکرد و ماموریت های آنها
مروری بر سیر قوانین و مقررات مرتبط با صنعت گردشگری
حمایتها و مشوقهای قانونی در بخش صنعت گردشگری
شرایط قانونی تاسیس و فعالیت دفاتر و واحدهای گردشگری و چگونگی نظارت بر آنها
حقوق گردشگران و حقوق حمل و نقل
مفهوم اخلاق و تفاوت های آن با سایر قواعد اجتماعی و حقوقی و مذهبی
مبانی حقوق بشری و حقوق طبیعی گردشگری
گردشگری و لزوم رعایت اخلاق زیستی
اخلاق اسلامی در گردشگری و سفر و مطالعه تاریخی در ادبیات، متون دینی و تاریخی
آشنایی با کدهای اخلاق گردشگری سازمان جهانی گردشگری
مسئولیت اجتماعی در صنعت گردشگری

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

کار گروهی - پروژه - تکالیف و فعالیت های فردی در طول ترم - تحلیل و مطالعه موردی - آزمون پایان ترم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۳۰ درصد
پروژه پایانی ۳۰ درصد



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو، فیلم های آموزشی، مقاله و کتاب، مطالعه موردی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Daniel Innerarity (2017), Ethics of Hospitality, Taylor & Francis, New York.
- Alessio Claroni (2015), Tourism Law. Case Law and Legislation, Bonomo.
- Thomas Claviez (2013), The Conditions of Hospitality: Ethics, Politics, and Aesthetics on the Threshold of the Possible, Fordham Univ Press, USA.
- Brent Lovelock, Kirsten Lovelock(2013), The Ethics of Tourism: Critical and Applied Perspectives, first edition, Routledge, New York.
- Michael G. Faure, Ni Ketut Supasti Dharmawan, I Made Budi Arsika (2014), Sustainable Tourism and Law, Eleven International Publishing.
- L.K. Singh(2008), Trends In Travel And Tourism And Law, Gyan Publishing House, India
- Collins.R.E. ,1997,Tourism and Heritage Conservation - The Pacific Experience,Heritage Australia.
- Gordon Waitt Gay Tourism: Culture and Context by (2006) Haworth Press Inc.,U.S.
- Lynda Johnston (2005),Queering Tourism (Routledge Studies in Human Geography).Routledge,an imprint of Taylor & Francis Books Ltd.
- Jeanne Gay(1998),Travel and Tourism Law Bibliography (Tourism Information System Bibliographies Series .
- David A. Fennell,2006,)Channel View Publications, - Business & Economics
- David A. Fennell, David Malloy(2008), Codes of Ethics in Tourism: Practice, Theory, Synthesis, Channel View Publications, - Business & Economics
- Mick Smith, Rosaleen Duffy(2003), The Ethics of Tourism Development, Psychology Press, Business & Economics
- Derek R. Hall, Frances Brown(2006), Tourism and Welfare: Ethics, Responsibility and Sustained Well-being CABI, 2006 - Electronic books.



عنوان درس به فارسی: طراحی و تجاری سازی خدمات گردشگری		عنوان درس به انگلیسی: Design and commercialization of tourism services	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		-	دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		-	دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و اصول تجاری سازی کسب و کارها و مقاصد گردشگری، و بکارگیری یافته های فوق در جذب کردن ایجاد کسب و کار در این حوزه می باشد.

اهداف ویژه:

ارائه مفهوم خدمات متمایز برای کسب و کارهای خدماتی حوزه گردشگری
آشنایی و ارائه مطالعات موردی در مورد تجاری سازی کسب و کارهای خدماتی حوزه گردشگری
رسیدن به توانایی تدوین ارزش پیشنهادی برای کسب و کارهای خدماتی حوزه گردشگری
آشنایی با تجربیات مشترک شرکت های برتر خدماتی در حوزه گردشگری

پ) مباحث یا سرفصل ها:

شناسایی نیازها و تحقیقات بازار در حوزه گردشگری
ایده یابی و ایده پردازی در صنعت گردشگری
بررسی و امکانسنجی جامع ایده از لحاظ اقتصادی، فنی و مسئولیت های اجتماعی (کسب و کار سبز) در صنعت گردشگری
تدوین و اجرای استراتژی های بازاریابی و تبلیغات
اخذ مجوزها و استانداردها
ثبت ایده و اخذ پتنت
برنامه ریزی تامین و آموزش نیروی انسانی شاغل در خدمات گردشگری
بررسی و کنترل کیفیت خدمات آزمایشی برخاسته از ایده
بررسی عوامل توسعه دهنده و تاثیر گذار (فردی، سازمانی و محیطی) در فرایند تجاری سازی ایده
بررسی عوامل محدودکننده و تاثیر گذار (فردی، سازمانی و محیطی) در فرایند تجاری سازی
آزمایش و بهبود خدمات برخاسته از ایده
برنامه ریزی مراحل بعدی توسعه و فرایندهای توسعه ایده
شناسایی فرصت های نمایش فناوری های جدید مرتبط با بازار گردشگری
بررسی سرعت در ارائه خدمات به بازار، تنوع در مسیرهای فروش تعیین شده و در نهایت متنوع ساختن جریان های درآمدی
بررسی امکان همکاری با رقبا و توسعه مشترک خدمات جدید
مطالعه نمونه های موفق بومی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آشنایی دانشجویان با طراحی و تجاری سازی در حوزه گردشگری بطور خاص و هدایت دانشجویان بطرف ایجاد ارزش های مادی و اجتماعی مطابق منطق بر قوانین اسلامی و ایرانی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ندارد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

محمد کاظمی، رضا و همکاران (۱۳۹۹). برندسازی مقصد، انتشارات جهاد دانشگاهی

- |Aaker, David (2009), Brand Leadership: Building Assets in an Information Economy.
- Aburumman, A. (2020). COVID-۱۹ survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry.
- Ateljevic, Jovo, J.page, Stephen. (2009). Tourism & Entrepreneurship
- Khosravani,shabnam. Mohammadmazemi, Reza. Rezvani,mehran. (2014). “Investigating the effect of Electronic Word Of Mouth on customer’s purchase intention of digital products”. Journal of Management Science Letters. Vol. 4, Nov 2014.
- Mohammadmazemi, Reza (2015). Sports Marketing and Social Media. In N. Hajli (Ed.), Handbook of Research on Integrating Social Media into Strategic Marketing (pp. 340-۳۵۸–chapter 21). Hershey, PA: Business Science Reference. doi:10.4018/978-1-۴۶۶۶-۸۳۵۳-۲.۰۰۰۲۰
- Shu-Ning Zhang, Yong-Quan Li, Chih-Hsing Liu, Wen-Qi Ruan, “Reconstruction of the relationship between traditional and emerging restaurant brand and customer WOM”. International Journal of Hospitality Management, Volume 94, 2021, ISSN 0278-4۳۱۹
- Vincent Wayne Mitchell, George Balabanis, “The role of brand strength, type, image and product-category fit in retail brand collaborations”. Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 60, 2021, ISSN 0969-6989



عنوان درس به فارسی:		نظریه های گردشگری	
عنوان درس به انگلیسی:		Tourism Theories	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/>	پایه <input type="checkbox"/>	ندارد	
عملی <input type="checkbox"/>	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز:	
نظری-عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس هم نیاز:	
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
			تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آموزش نظریه ها، مدلها و سیستمهای ارایه شده در حوزه گردشگری به دانشجویان به منظور فهم، دانش افزایی و تقویت قدرت تحلیل و تبیین علمی و نظاممند نظریه ها، برنامه ها و سیستم های گردشگری.

اهداف ویژه:

آموزش مفاهیم اصلی، بنیان های نظری، نظریه ها و الگوهای گوناگون در حوزه گردشگری
آموزش ساختار سیستم گردشگری (گردشگر، واسطه ها و مقصد گردشگری)
آشنایی با روندهای جدید در مطالعات حوزه گردشگری
مطالعه نقادانه برنامه ها و خط مشی ها سازمانهای ملی و بین المللی در حوزه گردشگری

پ) مباحث یا سر فصل ها:

نظریه، ارکان و کارکردهای آن
مفاهیم اصلی در گردشگری (مهمان نوازی، اوقات فراغت، سرگرمی، تفریح، غذا و نوشیدنی، اصالت در گردشگری)
رویکرد بین رشته ای در گردشگری (روانشناسی و گردشگری، جامعه شناسی و گردشگری، اقتصاد و گردشگری، مدل بین رشته ای جعفری)،
مطالعه انگیزه ها، رفتارها و شیوه های تصمیم گیری گردشگر (عوامل موثر در سمت تقاضا)
مطالعه واسطه ها، کانالهای توزیع، شبکه های حمل و نقل و دیگر خدمات در طی مسیر گردشگری
مطالعه جاذبه ها، زیرساختها، خدمات و امکانات مورد نیاز مقاصد گردشگری (عوامل موثر در سمت عرضه به همراه بازاریابی برای گردشگری)
نوآوری و کارآفرینی در گردشگری (به صورت مشترک به همراه انواع گردشگری)
پژوهشهای سفر و گردشگری (روشهای خاص مطالعه در گردشگری)
اخلاق در گردشگری (به صورت مشترک به همراه مفهوم ارزش و خلق ارزش مشترک در گردشگری)
مضامین نوظهور در گردشگری
برنامه ریزی و استراتژیهای گردشگری

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

استفاده حداکثری از آموزش تعاملی، استفاده از مورد پژوهی های کاربردی، دعوت از فعالان حوزه گردشگری در کلاس، تعیین سرفصلهای پژوهشی
یکپارچه برای دانشجویان و پرهیز از مطالعات جزیره ای با توجه به علائق فردی دانشجویان و حفظ انعطاف پذیری (به منظور ایجاد پیوند شناختی-عاطفی با موضوعات)

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۷۵ درصد، / آزمون پایان نیم سال ۲۵ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Gunn, C. A., & Var, T. (2020). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Routledge



Lohmann, G., & Netto, A. P. (2016). *Tourism theory: Concepts, models and systems*. Cabi.

.Robinson, P., Heitmann, S., & Dieke, P. U. (Eds.). (2011). *Research themes for tourism*. CABI.

Koza, M., & Decrop, A. (Eds.). (2009). *Handbook of tourist behavior: Theory & practice* (Vol. 16). Routledge.



عنوان درس به فارسی: زنجیره های تامین در گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی: Supply Chains in Tourism	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با تعاریف و مفاهیم بنیادین، مولفه ها و ابعاد زنجیره تامین در گردشگری، رویکرد ها و روش های نظری و کاربردی در مدیریت زنجیره تامین، شیوه های سنجش ابعاد زنجیره تامین، زنجیره تامین و مدیریت آن در مولفه های شش گانه صنعت گردشگری، مدیریت زنجیره تامین در کسب و کارهای نو (Startups) شناخت آسیب شناسی زنجیره تامین و مدیریت گردشگری در ایران.

اهداف ویژه:

آشنایی با مفاهیم زنجیره تامین
شناخت زنجیره تامین در مولفه های شش گانه صنعت گردشگری
شناخت زنجیره تامین در فرایند تحول ساختار تولید و خدمات
شناخت زنجیره تامین در مدیریت کسب و کارهای نو گردشگری (Startups)

پ) مباحث یا سرفصل ها:

تعاریف، مبانی و رویکرد های زنجیره تامین.
ابعاد و مولفه های زنجیره تامین.
قلمرو، دامنه و سطوح زنجیره تامین.
مدیریت زنجیره تامین و تحول آن از سنتی تا فرا پست مدرن و رویکرد های جامعه فرا هوشمند.
فرآیند شش گانه کسب و کارهای اصلی در زنجیره تامین و مدیریت زنجیره تامین در کسب و کارهای نو (Startups).
مدیریت زنجیره تامین در گردشگری (تفکیک و طبقه بندی اصول زنجیره تامین و توضیح ویژگی های صنعت گردشگری).
مدیریت عرضه و تقاضا در زنجیره تامین.
همانگی در زنجیره تامین گردشگری.
رویکردهای نوین رقابت در زنجیره تامین.
کانال های توزیع و مدیریت ارتباط با مشتری در صنعت گردشگری.
زنجیره تامین در مولفه های شش گانه صنعت گردشگری.
-زنجیره، تامین در مقاصد و جاذبه ها.
-زنجیره تامین در حمل و نقل (هوایی، جاده‌ای، ریلی و دریایی).
زنجیره تامین در اقامت و هتلداری.
زنجیره تامین در پذیرایی و رستوران داری و گاسترونومی.
زنجیره تامین در صنایع دستی، سوغات، خرید و بازار.
زنجیره تامین در خدمات اقتصادی گردشگری آموزش، تورگردانی، تبلیغات، مدیریت، بانک و بیمه و فناوری ارتباطات (ICT).
سنجش عملکرد و ارزیابی زنجیره تامین در گردشگری، ریسک در زنجیره تامین.
بررسی و آسیب شناسی و آینده نگری و مدیریت زنجیره تامین در گردشگری ایران.

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:



آموزش مفاهیم اصلی توسط استاد

مشارکت دانشجویان در مباحث

پژوهش رویکردهای جدید توسط دانشجویان با راهنمایی استاد

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۶۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور، کامپیوتر و دسترسی به شبکه‌های اینترنتی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- سونگ، هایان (۱۳۹۴) مدیریت زنجیره تامین گردشگری. مترجمین دکتر سید مجتبی سجادی و پریسا رسولیان، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- ابراهیمبای سلامی، غلامحیدر، شکوهی نیا، علی اصغر (۱۳۹۷)، مهندسی کسب و کار در صنعت گردشگری، انتشارات ماهواره.
- لی ویلیام (۱۳۹۶) ایجاد زنجیره های تامین کارآفرینی راهنمایی برای نوآوری و رشد، مترجمین دکتر سید مجتبی سجادی و نرگس صادقی گنجه انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- اریک، هافمن (۱۳۹۵) راه حل های مالی زنجیره تامین، ارتباط، پیشنهادها، ارزش بازار، مترجمین علی محقر و سارا آریائی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- جعفر نژاد، احمد (۱۳۹۶) مدیریت ریسک های زنجیره تامین، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- کامپو و زانو، فرانسیسکو (۱۳۹۶) شبیه سازی زنجیره تامین، رویکرد پویایی سیستم ها برای بهبود عملکرد ها، مترجمین علی محقر و دیگران، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

Anh Duc Do,2019, Contents lists available at GrowingScience, Uncertain Supply Chain Management homepage, Green supply chain management practices and destination image: Evidence from Vietnam tourism industry, Quang Vinh Nguyenb, Duy Uan Nguyenc,

Jue Chen 2018 ,Constructing the Green Supply Chain for Rural Tourism in China: Perspective of Front–Back Stage Decoupling, Jingjing Guan 1,*, Jing (Bill) Xu 2 and Cecile Clergeau 3; Published: 19 November ۲۰۱۸ School of Tourism Management.

Kainan University ,2020, Assessing the performance of tourism supply chains by using the hybrid network data envelopment analysis model Chin-wei Huang Department of Business and Entrepreneurial Management, Kainan University, 1, Kainan Rd., Luchu, Taoyuan City, 338 Taiwan, ROC

Xavier Font, Richard Tapper, Karen Schwartz and Marianna Kornilaki,2020,Sustainable Supply Chain Management in Tourism Leeds Metropolitan University,



عنوان درس به فارسی: طراحی کالبدی-فضایی منطقه ای گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی: Physical-spatial design of tourism regions	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ..

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم روشهای آمایش سرزمین، توسعه مقاصد و مدل‌های برنامه ریزی توسعه محلی و منطقه گردشگری
کسب مهارت ارزیابی امکان-سنجی و تهیه طرح‌های اجرایی توسعه ای محلی و منطقه گردشگری

اهداف ویژه:

یادگیری فنون طراحی مکانی
یادگیری فنون طراحی کالبدی-فضایی توسعه محلی-منطقه ای
یادگیری مفاهیم فنون آمایش سرزمینی و توسعه مقاصد گردشگری
یادگیری فنون امکان سنجی طرح‌های گردشگری از جنبه توسعه محلی و منطقه ای
یادگیری فنون امکان سنجی طرح‌های گردشگری از جنبه اقلیمی و اجتماعی

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

مفاهیم و تعاریف آمایش سرزمین، توسعه مقاصد گردشگری
مفاهیم و تعاریف برنامه ریزی محلی / منطقه ای گردشگری، سیر تحول برنامه ریزی مکانی-فضایی گردشگری
برنامه ریزی کالبدی-فضایی منطقه ای گردشگری و نظریه های مهم آن
استراتژیهای توسعه کالبدی-فضایی منطقه ای گردشگری
ارتباط بین استراتژی های توسعه و شرایط کالبدی-فضایی منطقه ای
مدلهای برنامه ریزی یکپارچه توسعه محلی
مدل های شناخت و تحلیل ساختار های فضایی مقاصد گردشگری
فنون امکان سنجی اقتصادی پروژه های گردشگری منطقه ای / محلی
امکان سنجی اقلیمی پروژه های گردشگری منطقه ای / محلی
امکان سنجی اجتماعی پروژه های گردشگری منطقه ای / محلی
ارزیابی قابلیت های اجرای پروژه های گردشگری منطقه ای / محلی
تکنیک های برنامه ریزی و طراحی مجتمع های گردشگری در فرایند برنامه ریزی جامع شهر
طراحی و تعریف معیارها و روش ارزیابی نتایج اجرای برنامه ها و پروژه های گردشگری منطقه ای / محلی
برنامه ریزی توانمندسازی مردم محلی و عواملان اجرای پروژه های گردشگری منطقه ای / محلی
ملاحظات آمایش سرزمینی در مکان یابی و تخصیص فضا در برنامه ریزی توسعه گردشگری منطقه ای / محلی
کاربرد فناوری اطلاعات جغرافیایی در توسعه گردشگری منطقه ای / محلی ایران
چارچوب تدوین طرح / پروژه ملی / منطقه ای / محلی ایران



ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آموزش مفاهیم اصلی توسط استاد / مشارکت دانشجویان در مباحث / پژوهش رویکردهای جدید توسط دانشجویان با راهنمایی استاد

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال ۶۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور، کامپیوتر و دسترسی به شبکه های اینترنتی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Michael Fritsch (Editor), Jürgen Schmude ,2005,Entrepreneurship in the Region (International Studies in Entrepreneurship) ,Springer.
- Walzer Norman ,2007,Entrepreneurship and Local Economic Development ,Lexington Books .
- Csaba Csaki, C. De Haan ,2003,Reaching the Rural Poor: A Renewed Strategy for Rural Development, world Bank .
- Chris Penrose-buckley Producer Organisations, A Guide to Developing Collective Rural Enterprises, Oxfam Pubns
- Foucault, Michel (2005). "Of Other Spaces: Utopias and Heteropias", in: Leach, Neil (ed.), Rethinking Architecture, A reader in cultural theory, Routledge, London and New York, pp.329-۳۵۷.
- Shahraki, Abdul aziz, 2020, Planning and design techniques of tourism complexes in the process of the city's master planning, www.preprints.org.
- Park, Sangwon at all, 2020, Spatial structures of tourism destinations: A trajectory data mining approach leveraging mobile big data, Elsevier.



عنوان درس به فارسی:		کارآفرینی فناورانه	
عنوان درس به انگلیسی:		Technological Entrepreneurship	
نوع درس و واحد			
نظری <input type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>	تخصصی <input type="checkbox"/>		
عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <input type="checkbox"/>		
نظری-عملی <input type="checkbox"/>	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

افزایش دانش، نگرش و مهارت دانشجویان برای شناسایی فرصتهای فناورانه و بهره برداری از آنها و شناخت اکوسیستم کارآفرینی فناورانه

اهداف ویژه:

شناخت مفهوم و مدل های کارآفرینی فناورانه
 شناخت انواع فناوری های پیشرفته و تبیین فضای فرصت در این حوزه
 شناخت رویکرد استارتاپی در کارآفرینی فناورانه و آشنائی با متدلوژی لین استارتاپ

(پ) مباحث یا سر فصل ها:

مقدمه ای بر کارآفرینی و کارآفرینی فناورانه
 تعریف فناوری، اجزاء/مولفه های فناوری، انواع فناوری
 ترسیم فضای فرصت فناورانه
 رویکردهای بهره برداری از فرصت های فناورانه
 متدلوژی لین استارتاپ
 کارآفرینی فناورانه سازمانی و مدل های آن
 مفهوم قابلیت کارآفرینی فناورانه برای ایجاد دوسوتوانی سازمانی
 اکوسیستم کارآفرینی فناورانه

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: ارائه کلاسی مبتنی بر بحث گروهی، تمرین عملی و مطالعه موردی، دعوت

از سخنران مهمان

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- سید رضا حجازی، فیروزه کرمانشاه، (۱۳۹۶). کتاب کارآفرینی فناورانه، انتشارات دانشگاه تهران.
- Thomas Duening, Robert Hisrich, Michael Lechter, Technology entrepreneurship : 2010; 2015
 Claudio Petti, Cases in Technological Entrepreneurship: Converting Ideas into Value, 2009
 Edward Elgar, Handbook of research on techno-entrepreneurship, USA, 2007
 Chiesa, Vittorio, (2005), R & D strategy and organization: Managing technical change in dynamic context, Imperial college press
 McGraw-Hill Irwin, Strategic Management of Technological Innovation, Melissa A. Schilling, (2005), New York



عنوان درس به فارسی: طراحی محصول		Product design	
عنوان درس به انگلیسی:		Product design	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>			دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>			دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنائی دانشجویان با مبانی و اصول طراحی محصول شامل مواردی چون برنامه ریزی برای طراحی محصول، طراحی مفهومی محصول، طراحی سطح سیستمی محصول، طراحی اجزا، نمونه سازی و آزمون نمونه

اهداف ویژه:

طراحی مفهوم جدید، مدیریت برنامه ریزی محصول، طراحی معماری محصول، طراحی برای تعالی محصول

پ) مباحث یا سرفصل ها:

استراتژی های نوآوری و طراحی و توسعه محصول
 برنامه ریزی محصول
 توسعه مفهوم (طراحی مفهومی)
 شناسایی نیازهای مشتری
 تبدیل نیازهای مشتری
 تولید مفاهیم متعدد برای محصول
 ارزیابی و انتخاب مفهوم
 آزمون مفهوم
 طراحی سطح سیستمی
 معماری محصول
 مبانی و اصول طراحی ظاهری محصول طراحی صنعتی
 طراحی اجزای محصول
 طراحی برای تولید و مونتاژ
 آموزش و فهم طراحی برای تعالی محصولات جدید
 آموزش و فهم طراحی پابرجا در طراحی محصولات نوین
 نمونه سازی، آزمون و تصحیح

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد ها شامل سخنرانی، ارائه مثال، نقشه مفهومی، روش تلفیقی و چندرسانه ای، سخنرانی کارآفرین و نمایش فیلم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد
 آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور، کامپیوتر



چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- میگون پوری، محمدرضا و محسن محمدی جوزانی (۱۳۹۱). "طراحی محصول". انتشارات جهاد دانشگاهی.
- میگون پوری، محمدرضا، همکاران (۱۳۹۱). "طراحی توسعه محصولات جدید". تهران: انتشارات موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- میگون پوری، محمدرضا، فواد مهاجری و کامران پورمحمدی (۱۳۹۴). "مدیریت طراحی مهندسی محصولات جدید". تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.



عنوان درس به فارسی: بازاریابی و تجاری سازی دانش و فناوری		عنوان درس به انگلیسی: Marketing and commercialization of knowledge and technology
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز:
	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	دروس هم نیاز:
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنائی دانشجویان با مبانی و اصول تجاری سازی علم و فناوری و بازاریابی محصولات جدید در فضای فناورانه و نیز درک سطوح آمادگی فناوری و ساخت و تولید و یادگیری فرایند تجاری سازی علم و فناوری و محصولات جدید

اهداف ویژه:

یادگیری فرآیند طراحی و توسعه محصول در شرکت های فعال در حوزه های فناوری، یادگیری مفهوم راهبرد محصول درک مدیریت سطوح آمادگی در تجاری سازی علم و فناوری، راهبردهای تامین مالی برای تجاری سازی و بازاریابی محصول در محیطهای فناوری پیشرفته

پ) مباحث یا سرفصل ها:

درک مفاهیم اساسی و مبانی اصلی: توسعه و تجاری سازی محصولات جدید
 درک مدیریت ریسک و کنترل کیفیت در توسعه محصول جدید
 بررسی و تحلیل فرآیند اکتساب فناوری از طریق مهندسی سیستم
 آشنایی با فرآیند طراحی و توسعه محصول در شرکت های فعال در حوزه های فناوری
 معرفی تکنیک های استانداردسازی و آزمون نمونه اولیه محصولات مهندسی
 آشنایی با برنامه ریزی تولید و مدیریت دارایی های فناورانه
 افزایش قابلیت تحلیل سطح آمادگی فناوری و سطح آمادگی ساخت و تولید در فرآیند توسعه
 آشنایی با مفاهیم مهندسی قابلیت اعتماد در محصولات و خدمات جدید
 فهم استراتژی توسعه محصول/ خدمات جدید در شرکت های مبتنی بر فناوری های نوین
 طراحی استراتژی محصول در کسب و کارهای فناور
 شناخت راهکارهای رهبری محصول، فناوری و بازار در زیست بوم زنجیره ارزش
 معرفی راهبردهای افزایش مقیاس تولید و گذر از نمونه اولیه به تولید نیمه صنعتی
 آشنایی و آموزش راهبرد کاهش هزینه در تولید خانواده محصولات جدید مهندسی
 راهبردهای تامین مالی برای تجاری سازی
 بازاریابی محصول در محیطهای فناوری پیشرفته
 آموزش شیوه های نوین تولید محصول و تحلیل صدای مشتریان و طراحی فرآیند خدمات پس از فروش

راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد ها شامل سخنرانی، ارائه مثال، نقشه مفهومی، روش تلفیقی و چند رسانه ای، سخنرانی کارآفرین و نمایش فیلم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد
 آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور، کامپیوتر

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- میگون پوری، محمدرضا و محمد مهدی پوربصیر (۱۳۹۲). "نوآوری، توسعه محصول و تجاری سازی." تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- میگون پوری، محمدرضا و محسن محمدی جوزانی (۱۳۹۱). "طراحی محصول." انتشارات جهاد دانشگاهی.
- میگون پوری، محمدرضا، همکاران (۱۳۹۱). "طراحی توسعه محصولات جدید." تهران: انتشارات موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.



عنوان درس به فارسی: فرصت های کارآفرینانه مبتنی بر فناوری های نوظهور و همگرا			
عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurial Opportunities based on Emerging and Converging Technologies		نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:		پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:		تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

ارتقاء توان دانشجویان در شناخت فرصت های کارآفرینی در حوزه فناوری های نوظهور از جمله NBIC و بهره برداری از این فرصت ها در جهت ایجاد کسب و کارها جدید و نوآوری در کسب و کارهای موجود

اهداف ویژه:

یادگیری مفاهیم پایه ای و کلیدی فرصت های کارآفرینی در حوزه علم و فناوری
یادگیری روش ها و ابزارها شناسایی، ارزیابی و بهره برداری از فرصت های کارآفرینی در فناوری های نوظهور

پ) مباحث یا سرفصل ها:

انواع فرصت ها (کارآفرینی، نوآوری و فناورانه) و خاستگاه فرصت از منظر علم و فناوری (تغییر پارادایم)
شناخت پیشران های محیطی (STEEVP) فرصت و مفاهیم محیطی مرتبط با فرصت های فناورانه (علائم کمسوی تغییر، هوشمندی، آینده نگاری پنجره فرصت و چرخه شناخت فرصت های فناورانه
مدل مرزشکنی (Breakthrough) علم و فناوری و فرصت های کسب و کار
رویکرد تحلیلی و رویکرد طراحی در شناخت فرصت های کسب و کار مبتنی بر فناوری ها
همگرایی فناوری (NBIC) و فرصت های آینده علم و فناوری
آینده نگاری فرصت های فناورانه (TEFMIBO)
مدل ها و روش های ارزیابی فرصت های فناورانه نوظهور
مدل های کسب و کارهای و بهره برداری از فرصت های نوظهور فناورانه
اکوسیستم کارآفرینی فناورانه و فرصت های فناورانه

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تدریس بر مبنای تفکر انتقادی، پرسشگری، مشارکت، مباحثه و ارائه می باشد. از تجزیه و تحلیل موردی برای فهم مطالب بهره گرفته می شود.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال: ۴۰ درصد و آزمون پایان نیم سال: ۶۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: _

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- مبینی دهکردی، علی (۱۳۸۷). طراحی الگو و راهبرد مرزشکنی دانش. تهران: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی
- مبینی دهکردی، علی؛ حیدری، حامد. مبانی دانش محیط شناسی راهبردی (مفاهیم، نظریه ها، فنون و کاربردها) تهران: انتشارات صفار، ۱۳۹۳
- Runge, W. (2014). Technology Entrepreneurship: A treatise on entrepreneurs and entrepreneurship for and in technology ventures. Scientific publishing.
- Güemes Castorena, D., Romero Rivera, G., & Villarreal González, A. (2013). Technological foresight model for the identification of business opportunities (TEFMIBO). Foresight, 15(6), 492-516



- Roco, M. C., & Bainbridge, W. S. (Eds.). (2013). Converging technologies for improving human performance: Nanotechnology, biotechnology, information technology and cognitive science. Springer Science & Business Media.
- Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small business economics*, 32(1), 15-30.
- Berglund, H., Bousfiha, M., & Mansoori, Y. (2020). Opportunities as artifacts and entrepreneurship as design. *Academy of Management Review*, 45(4), 825-846.
- Clausen, T. H. (2020). Entrepreneurial thinking and action in opportunity development: A conceptual process model. *International Small Business Journal*, 38(1), 21-40.
- Companys Y. E. and McMullen J. S. (2006). Strategic entrepreneurs at work: the nature, discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities. *Small Business Economics*.
- García, L. M., Deserti, A., & Teixeira, C. (2017). Entrepreneurial design: the role of design as driver of entrepreneurial opportunity generation and assessment. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 21(1-2), 64-85.
- Jones, R. J., & Barnir, A. (2019). Properties of opportunity creation and discovery: Comparing variation in contexts of innovativeness. *Technovation*, 79, 1-10.
- Lee, K., & Malerba, F. (2017). Catch-up cycles and changes in industrial leadership: Windows of opportunity and responses of firms and countries in the evolution of sectoral systems. *Research Policy*, 46(2), 338-351.
- Levasseur, L., Tang, J., Karami, M., Busenitz, L., & Kacmar, K. M. (2020). Increasing alertness to new opportunities: the influence of positive affect and implications for innovation. *Asia Pacific Journal of Management*, 1-23.
- Maine, E., Soh, P. H., & Dos Santos, N. (2015). The role of entrepreneurial decision-making in opportunity creation and recognition. *Technovation*, 39, 53-72.
- McKelvie, A., Haynie, J. M., & Gustavsson, V. (2011). Unpacking the uncertainty construct: Implications for entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 273-292.
- Plummer L. A. & Haynie J. M. & Godesiaboiss J. (2007). An essay on the origins of entrepreneurial opportunity. *Small Business Economics*.
- Sarasvathy et al (2003). Three Views of Entrepreneurial Opportunity, *Handbook of Entrepreneurship research*.
- Schmitt, A., Rosing, K., Zhang, S. X., & Leatherbee, M. (2018). A dynamic model of entrepreneurial uncertainty and business opportunity identification: Exploration as a mediator and entrepreneurial self-efficacy as a moderator. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(6), 835-859.
- Shane (2003). A General Theory of Entrepreneurship, *Edward Elgar*, chapter 1 & chapter 2.
- Shane S. & Venketaraman S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*.
- Shepherd D. A., McMullen J. S. & Jennings P. D. (2007). The formation of opportunity beliefs: overcoming ignorance and reducing doubt. *Strategic Entrepreneurship Journal*.
- Silva, D. S., Ghezzi, A., de Aguiar, R. B., Cortimiglia, M. N., & ten Caten, C. S. (2021). Lean startup for opportunity exploitation: adoption constraints and strategies in technology new ventures. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Stangler, D., & Bell-Masterson, J. (2015). Measuring an entrepreneurial ecosystem. *Kauffman foundation research series on city, metro, and regional entrepreneurship*, 16.
- Sun, Y., Du, S., & Ding, Y. (2020). The Relationship between Slack Resources, Resource Bricolage, and Entrepreneurial Opportunity Identification—Based on Resource Opportunity Perspective. *Sustainability*, 12(3), 1199.
- Timmons j. A., (1997) "opportunity recognition", in the portable MBA in Entrepreneurship, ed. William D . Bygrave, *New York: john wiley & sons*.
- Vogel, P. (2017). From venture idea to venture opportunity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 943-971.
- Welter, C., Mauer, R., & Wuebker, R. J. (2016). Bridging behavioral models and theoretical concepts: effectuation and bricolage in the opportunity creation framework. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(1), 5-20.
- Wood, M. S., & McKelvie, A. (2015). Opportunity evaluation as future focused cognition: Identifying conceptual themes and empirical trends. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 256-277.
- Yoruk, E., & Jones, P. (2020). Firm-environment alignment of entrepreneurial opportunity exploitation in technology-based ventures: A configurational approach. *Journal of Small Business Management*, 1-47.
- Zanella, G., Solano, D. B. C., Hallam, C. R., & Guda, T. (2019). The role of the organization in the entrepreneur–opportunity nexus. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.



عنوان درس به فارسی:		مدیریت رشد سازمان های دانش بنیان	
عنوان درس به انگلیسی:		Growth management in knowledge-based organizations	
دروس پیش نیاز:	-	پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفهوم سازمان و چالشهای آن

آشنایی دانشجویان با ویژگی های منحصر به فرد شرکت های دانش بنیان

اهداف ویژه:

آشنایی و شناخت دانشجویان از ابعاد و مولفه های سازمان نوآور

آشنایی دانشجویان با استراتژی برای سطح بنگاه مادر

آشنایی دانشجویان با راهبردهای نوآوری و تحقیق و توسعه

پ) مباحث یا سرفصل ها:

چالشهای کنونی پیش روی سازمانها

تعریف سازمان

دلایل اهمیت سازمان

ویژگی های منحصر به فرد شرکت های دانش بنیان

ابعاد سازمان (محتوایی / ساختاری)

محیط سازمان

عدم قطعیت در محیط

روشهای سازش با محیط نامطمئن

فرآیند نوآوری

ادامه مبحث فرآیند نوآوری

ابعاد سازمان نوآور

استراتژی برای سطح بنگاه مادر

منطق سرمایه گذاری در کسب و کارها

ماتریس جذابیت کسب و کار

راهبردهای نوآوری و تحقیق و توسعه

ده گونه نوآوری در سازمان

بررسی تجربیات شرکتهای جهانی (شرکت اینتل)

اصول مذاکره در سازمان

روشهای مذاکره در سازمان



ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی با استفاده از روش‌های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه‌های فردی و گروهی و مطالعه موردی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- مرتضی اکبری، الهام ذره‌پرور شجاع، امین ذره‌پرور شجاع (۱۳۹۴). مدیریت نوآوری و محصول. دانشگاه تهران.
- مرتضی اکبری، محسن محمدی (۱۳۹۴). راهنمای نوآوری باز و جمع‌سپاری. جهاد دانشگاهی.
- کامبیز طالبی، مرتضی اکبری، محمد علیشاهی (۱۳۹۶). رشد به واسطه نوآوری: مدیریت کسب‌وکارهای مبتنی بر فناوری. انتشارات ترمه.
- مرتضی اکبری، ابوالقاسم عربیون، حسین یکه، حمید خلجی (۱۳۹۶). نوآوری و کارآفرینی. انتشارات ادیبان روز.
- مرتضی اکبری، حمید پاداش، علی نیکونستی (۱۳۹۶). افق‌های جدید در نوآوری باز. دانشگاه تهران.
- سازمان فردا. / مجموعه مقالات. پیترا کر. ترجمه فضل‌الله امینی. ناشر مدیریت فردا. جلد یک و دو.
- مدیریت تکنولوژی. هانس نامهاین، ترجمه کامران باقری و مرتضی رضاپور. موسسه خدمات فرهنگی رسا.
- مدیریت نوآوری - جو تید و جان بست. ترجمه محمدرضا آراستی و همکاران. انتشارات رسا.
- دی ان ای نوآور. جف دایر. هال گرگرسن و کلیتون کریستینسن. انتشارات رسا.



عنوان درس به فارسی: مدیریت استارت آپ‌ها		عنوان درس به انگلیسی: Startup management	
نوع درس و واحد			
<input type="checkbox"/> پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری		-	دروس پیش نیاز:
<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی		-	دروس هم نیاز:
<input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه	اختیاری	۲	تعداد واحد:
		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با مباحث استارت آپ ها و چگونگی راه اندازی استارت آپ

اهداف ویژه:

توانایی شناخت استارت آپ‌ها.

توانایی راه اندازی و مدیریت استارت آپ ها

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

مفاهیم و تعاریف استارت آپ

تیم سازی، شبکه سازی

ام وی بی

مدلهای معرفی محصول جدید

شرکای مراحل مختلف

مشتریان و رقبا

برندسازی

بازاریابی در استارت آپ

قراردادهای استارت آپ

بین المللی شدن

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: ارائه، مباحثه، بازدید و پروژه

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

۵۰ درصد

۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: فضای استارت آپ

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

LW Ross, K Byrd - Journal of Higher Education Theory and Practice, (2011) Business Plan

Competitions: Start-Up 'Idols' and Their Twenty-First Century Launch Pads.

OT Alexy, JH Block, P Sandner, ALJ Ter Wal (2012), Social capital of venture capitalists and start-up funding.

S Anokhin, J Wincent (2012), Start-up rates and innovation: A cross-country examination

A Weber, C Zulehner (2010), Female hires and the success of start-up firms

F Calvino, C Criscuolo, C Menon (2015), Cross-country evidence on start-up dynamics



عنوان درس به فارسی: سیستم مدیریت فرایندهای کسب و کارهای فناور		عنوان درس به انگلیسی: BUSINESS PROCESS MANAGEMENT SYSTEM in technological businesses	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>			دروس پیش نیاز:
عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>			دروس هم نیاز:
نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از کارآفرین.

هدف کلی:

آشنائی دانشجویان با تحلیل فرآیند کسب و کار سازمان های فناور و شناسایی گلوگاهها و طراحی و بهینه سازی فرآیند کسب و کار در سازمانهای فناور در بستر فناوری اطلاعات است

اهداف ویژه:

آشنائی دانشجویان با تحلیل فرآیند کسب و کار سازمان های فناور و شناسایی گلوگاهها مبتنی بر مدل های جهانی طراحی و بهینه سازی فرآیند کسب و کار در سازمانهای فناور در بستر فناوری اطلاعات

پ) مباحث یا سرفصلها:

اهمیت مدیریت فرآیند کسب و کار در سازمانهای فناور

مدل استاندارد فرآیند کسب و کار در سازمان ، تیم BPMS

تحلیل فرآیند کسب و کار در سازمان فناور

بررسی فرآیند های اجرایی کسب و کار در سازمان و تحلیل طبقه راهبرد سازمان

تحلیل فرآیند های کسب و کار مرتبط با طبقه بازاریابی فروش محصولات و خدمات کسب و کار

تحلیل فرآیند کسب و کار مرتبط با طبقه هایمدیریت ارتباط با مشتری و تحویل خدمات و محصولات

فرایند های پشتیبانی و مدیریتی سازمان: مدیریت منابع انسانی

فرایند های پشتیبانی و مدیریتی سازمان: توسعه قابلیت های کسب و کار

فرایند های پشتیبانی و مدیریتی سازمان: دارایی های مدیریتی و ساختاری و اکتساب سازمانی

طراحی و تحلیل فرآیند کسب و کار در مدیریت روابط خارجی سازمان

فرآیند های کسب و کار در مدیریت ریسک و پاربرجایی و بهبود فرآیند های سازمانی

سیستم مدیریت فرآیند کسب و کار

آشنایی با نرم افزارهای سیستم مدیریت فرآیند کسب و کار

کارگاه آشنایی با نرم افزار های سیستم فرآیند کسب و کار BPMS

راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد ها شامل سخنرانی، ارائه مثال، نقشه مفهومی، روش تلفیقی و چندرسانه ای، ارائه دانشجو، سخنرانی کارآفرین و نمایش فیلم و آشنایی با نرم افزار

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد

آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:



چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Foundamentals of business process management, Marlon Dumas, Marlo da Rosa, etc, springer - 2018

APQC Classification framework, 2020

Business process management , practical guidelines to successful implementation, John Jeston and John Nelis,
۲۰۰۶,Elsevier



طراحی و مهندسی کسب و کارهای فناور		عنوان درس به فارسی:
نوع درس و واحد	Design and engineering of technological businesses	عنوان درس به انگلیسی:
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی و مهارت آموزی دانشجویان به روشها و فنون طراحی و مهندسی در تدوین طرح و کسب و کار فناور

اهداف ویژه:

شناخت ابعاد کسب و کار و نحوه محاسبه شاخص ها
کسب چرخه مهارت از ایده تا طرح ریزی کسب و کار فناور

پ) مباحث یا سرفصل ها:

لزوم، فواید و تاثیر کاربرد طرح کسب و کار فناور
کشف/خلق و ارزیابی ایده های فناور
مطالعات امکان سنجی فنی
مطالعات امکان سنجی مالی
مطالعات امکان سنجی بازار
مدل های کسب و کار فناور
تحلیل های کسب و کار
نرم افزارهای کسب و کار

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه، مباحثه، محاسبه و پروژه

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ملزومات ارائه سنتی و الکترونیکی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Stanley R. Rich,(۲۰۱۳),Business Plans That Win \$\$\$: Lessons from the MIT Enterprise Forum Harper Paperbacks. Harper
Steven D. Peterson·Peter E. Jaret·Barbara Findlay Schenck,(20۱۵),Business Plans Kit For Dummies (For Dummies (Business & Personal Finance)·For Dummies.
Eugene Kleiner·Rhonda Abrams,(20۱۳),The Successful Business Plan: Secrets and Strategies ·Planning Shop.



عنوان درس به فارسی: مدیریت تحقیق و توسعه		
نوع درس و واحد	Research & Development Management	عنوان درس به انگلیسی:
نظری <input checked="" type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>		دروس پیش نیاز:
عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>		دروس هم نیاز:
نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>		تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مدیریت تحقیق و توسعه در انواع سطوح فناوری صنعت به ویژه پیشرفته و جدید مانند فناوریهای همگرا و کسب مهارت های تیم های تخصصی در اجرای پروژه های تحقیق و توسعه

اهداف ویژه:

طراحی و پیاده سازی سیستم های تحقیق و توسعه
ارتقای سیستم های موجود تحقیق و توسعه

ب) مباحث یا سرفصل ها:

انواع تحقیق
نسل های تحقیق و توسعه
شایستگی های اساسی در تحقیق و توسعه
ارزشگذاری ایده های تحقیق و توسعه
مباحث سطوح آمادگی
هدف گذاری، استراتژی تحقیق و توسعه
انواع ساختار های سازمانی
رهبری اثربخش و منابع انسانی
تیم سازی
ریسک و بازاریابی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: سمیناری، تعاملی، کارگاهی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: پرژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Melissa A. Schilling,(2015).Strategic Management of Technological Innovation.McGraw-Hill
Robert A. Burgelman ,Steven C.Wheelwright ,(2014),Strategic Management of Technology and Innovation.,Clayton M. Christensen,Fourth edition.McGraw-Hill
Tingstad R.(1995).How Manage R&D staff, newjersey, prentice-hall



عنوان درس به فارسی: کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات و بازاریابی دیجیتال		عنوان درس به انگلیسی: Information technology-based entrepreneurship and digital marketing
نوع درس و واحد		
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش‌نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>	دروس هم‌نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از کارآفرین.

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مبانی فناوری اطلاعات و رقابت پذیری، تاثیر انقلاب فناوری های برافکن در کسب و کارهای فناور، طراحی مدل های نوین کسب و کار های نوپا در حوزه فناوری اطلاعات، جریانهای درآمدی کسب و کارهای الکترونیک و روشهای نوین هوشمند سازی کسب و کار و توسعه مهارت و دانش بازاریابی دیجیتال

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با مفهوم امواج انقلابهای نوآوری های فناورانه بنیادین **EIDW** و **I4** و تاثیر آن در دنیای کسب و کار، یادگیری مفهوم آمادگی الکترونیک
یادگیری طراحی مدلهای کسب و کارهای الکترونیک، روشهای نوین جریانهای درآمدی در کسب و کارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات توانمندی در حوزه بازاریابی دیجیتال و بازاریابی در شبکه های اجتماعی

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

رقابت پذیری و تاثیر فناوری اطلاعات، آمادگی الکترونیک
نقش کارآفرینان حوزه فناوری اطلاعات در توسعه اقتصاد ملی و جهانی
انقلابهای نوآوری رادیکال فناورانه **EDIW** و نقش آن در تحولات جهانی
انقلاب دیجیتال، اینترنت و وب
انقلاب صنعت ۴ و فناوری های هوشمندساز (**I4, IOT**)
انقلاب متاورس و تاثیر آن در دنیای فناوری اطلاعات
کارآفرینی در حوزه شهر هوشمند
کارآفرینی در حوزه حمل و نقل هوشمند
طراحی مدل های کسب و کار در بستر فناوری اطلاعات
طراحی مدل یکپارچه کسب و کار های نوپا
مدل های جریان درآمدی در کسب و کارهای الکترونیک
مدلهای کسب و کار در تجارت الکترونیک
آشنایی با روشهای مختلف بازاریابی دیجیتال و انواع آن
مبانی پیشرفته بازاریابی دیجیتال و بازاریابی شبکه های اجتماعی



راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد ها شامل سخنرانی، ارائه مثال، نقشه مفهومی، روش تلفیقی و چندرسانه ای، ارائه دانشجو، سخنرانی کارآفرین و نمایش فیلم

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور، کامپیوتر

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Information Technology Entrepreneurship and Innovation, Zhao, Fang - 2۰۰۸



عنوان درس به فارسی:		مباحث منتخب کارآفرینی در فناوری های نوین	
عنوان درس به انگلیسی:		Special topics in new technologies	
دروس پیش نیاز:		نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:			تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲		اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲		رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر.... :

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با موضوعات جدید کارآفرینی فناورانه

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با موضوعات جدید کارآفرینی فناورانه

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- نوآوری باز
- دوستوانی
- کارآفرینی فناورانه
- لین استارت آپ
- اکوسیستم نوآوری
- صنایع خلاق
- نوآوری مدل کسب و کار
- مدیریت استارت آپ ها

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

بررسی مقالات در مجلات رده بالا و نقد و تحلیل آنها از طریق سخنرانی، مورد پژوهی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

۲۰ درصد

۸۰ درصد / آزمون پایان نیم سال

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه -:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Journal of Business Logistics

Business and Society

Small Business Economics

Journal of Small Business Management

R and D Management



Multinational Business Review

Eurasian Business Review

Journal of Business Venturing

Journal of World Business

Business Strategy and the Environment

International Small Business Journal

Digital and Social Media Marketing, Nripendra P. Rana, 2016(SPRINGER)



عنوان درس به فارسی:		فناوری های نوین در بخش کشاورزی	
عنوان درس به انگلیسی:		New technologies in the agricultural sector	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
دروس پیش نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		
دروس هم نیاز:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		
تعداد واحد:	۲		
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر ... :
هدف کلی:

هدف از ارائه این درس آشناسازی دانشجویان با فناوری های نوین در عرصه خدمات کشاورزی، زمینه های کاربردی این فناوری ها در کسب و کارهای خدماتی کشاورزی و چگونگی تلفیق آنها در این کسب و کارها می باشد .

اهداف ویژه :

آشنایی دانشجویان با زمینه ها و فرصت های فناوری های نوین در زنجیره کسب و کارهای خدماتی کشاورزی
کسب مهارت های تحلیلی مرتبط با مدیریت کارآفرینی فناورانه در حوزه خدمات کشاورزی

(پ) مباحث یا سر فصل ها :

تعاریف و مفاهیم فناوری، گونه شناسی فناوری (انسان افزار، نرم افزار، سازمان افزار، اجتماع افزار)، تحقیق و توسعه (R&D) در بخش کشاورزی، مکانیسم های انتقال تکنولوژی کشاورزی

فناوری، نوآوری و کارآفرینی در بخش کشاورزی، فرآیند و نظام توسعه و ترویج فناوری در بخش کشاورزی

پارک ها و مراکز رشد علم و فناوری و پیشبرد ارتباط دانشگاه و صنعت توسعه در راستای ترویج فناوری

زمینه های فناوری در کسب و کارهای خدمات کشاورزی، فناوریهای کارآفرینانه و کارآفرینی فناورانه

کاربست و تلفیق فناوری های نوین و کارآفرینی در خدمات دامی (خدمات تلفیق مصنوعی، خدمات به نژادی، جیره نویسی نوین و غیره)

کاربست و تلفیق فناوری های نوین و کارآفرینی در خدمات زراعی و باغی (به زراعی، به نژادی، تلفیقی مزرعه، طراحی نوین در سازه ای

گلخانه ای، بی خاک وری، مکانیزاسیون)

طراحی و ارائه مشاوره در زمینه الگوهای زراعی و باغی نوین (، خدمات تحقیقی در زمینه زراعت و باغداری (آزمایش خاک و غیره)،

طراحی و ارائه مشاوره در زمینه الگوهای زراعی و باغی نوین

کاربست و تلفیق فناوری های نوین و کارآفرینی در خدمات منابع طبیعی) کاربرد خدمات GIS در منابع طبیعی، طراحی پارک های طبیعی،

مکان یابی، مکان سنجی)

کاربرد کامپیوتر در طراحی و تحلیل پروژه های کشاورزی و جنبه های اقتصادی فناوری های نوین در توسعه روستایی و کشاورزی

کاربست و تلفیق فناوری های نوین و کارآفرینی در خدمات فراوری و تبدیل محصولات کشاورزی

کاربست و تلفیق فناوری های نوین و کارآفرینی در خدمات مکانیزاسیون کشاورزی (طراحی سیستم های نوین آبیاری، ماشین آلات کشاورزی

بازاریابی الکترونیکی در بخش کشاورزی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

بازدید از پارک ها و مراکز رشد علم و فناوری و تهیه گزارش

بازدید از مرکز خدماتی نوین کشاورزی در زمینه های مختلف و تهیه گزارش

طراحی یک کسب و کار خدمات کشاورزی با کاربردی فناوری های نوین

دعوت از کارآفرینان موفق حوزه خدمات نوین کشاورزی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه :

چ) فهرست منابع پیشنهادی :

Alambeigi, A. (2014). Study of Knowledge Intensive Entrepreneurship Dimensions as Antecedents for Entrepreneurial Research and Development Performance: Evidences from Iranian Agricultural Research System. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(4), 733-753.

Allen, Kathleen R. (2003). *Bringing New Technology to Market*. Pearson; 1st edition.

Ghodsalavi, A., didekhani, H., Sharifzadeh, M. (2019). Introducing an Entrepreneurial Supply Chain Conceptual Model with Emphasis on Technology in Dairy Industry: Fuzzy Delphi Approach. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 50(4), 803-8۱۷.

Sharifzadeh, M., Abdollahzadeh, G. (2020). Agro-startups Ecosystem in Golestan Province. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 16(1), 1-22.



عنوان درس به فارسی:		رشد پایدار در کسب و کارهای کشاورزی	
عنوان درس به انگلیسی:		Sustainable growth in abricultural businesses	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
دروس پیش نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		
دروس هم نیاز:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		
تعداد واحد:	۲		
تعداد ساعت:	۳۲		
	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

هدف اصلی آشنا ساختن دانشجویان با مفاهیم رشد و پایداری در کسب و کارهای کشاورزی است .

اهداف ویژه :

یادگیری مفاهیم و الگوهای رشد پایدار کسب و کار

کسب مهارت‌های تحلیلی و طراحی رشد پایدار در کسب و کارها

پ) مباحث یا سرفصل‌ها :

آشنایی با مفاهیم و نظریه های رشد در کسب و کارها (تعاریف و مفاهیم رشد در نظریه های اقتصادی، مدیریتی و کارآفرینی)

رشد در کسب و کارهای کارآفرینانه (کوچک و متوسط): تعریف کسب و کارهای کارآفرینانه، شناسایی عوامل موثر بر رشد کسب و کارهای کارآفرینانه و

الگوهای مدیریت رشد در کسب و کارهای کارآفرینانه

منحنی رشد و تفسیر آن: مدل بوریس، مدل اسکات و ...

استراتژی رشد: استراتژی رشد مبتنی بر نوآوری محصول، استراتژی رشد مبتنی بر رقابت پذیری، استراتژی رشد مبتنی بر اتحاد استراتژیک

خوشه‌های کشاورزی و رشد پایدار: تعاریف خوشه‌های کشاورزی و تحلیل مدل‌های منتخب و شناسایی و تحلیل عاصر تاثیر گذار بر رشد

جمعی (Collective growth)

رشد پایدار: مزیت‌های رقابتی پایدار (SCAs) ، مدیریت منابع، مدیریت نوآوری

بررسی و تحلیل عوامل تسریع کننده و بازدارنده رشد در شرکت‌های کوچک و متوسط

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

بحث گروهی در باره رشد پایدار کسب و کارها در کشاورزی

بازدید از و ارزیابی کسب و کار از منظر رشد پایداری

طراحی یک الگوی کسب و کار با رویکرد رشد پایدار

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه :

چ) فهرست منابع پیشنهادی :

Rasmussen, Elizabeth . (2009). Growth Strategies in small businesses: A case study of the development of growth strategies in young, small businesses. Aarhus School of Business, Aarhus University.

Joan-Lluis Capelleras & Francis J. Greene (2008): The determinants and growth implications of venture creation speed, Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal, 20:4, 317-343



Sharifzadeh, M., Abdollahzadeh, G. (2017). Socioeconomic Determinants of Sustainability of Agricultural Production in Rural Areas: A Case Study in Golestan Province. *Journal of Sustainable Rural Development*. 1(2), ۱۳۶-۱۲۱.

Sharifzadeh, M., Abdollahzadeh, G. (2018). A Comparative Analysis of Sustainability of the Entrepreneurial Agro-Enterprises and Conventional Farming Systems in the Golestan Province. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 13(2), 1-20.

Xiaoyun Chen, Huan Zou , Danny T. Wang. 2009. How do new ventures grow? Firm capabilities, growth strategies and performance. *Intern. J. of Research in Marketing* 26 (2009) 294-3۰۳.



عنوان درس به فارسی:		بازاریابی محصولات کشاورزی	
عنوان درس به انگلیسی:		Marketing of Agricultural Products	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	تجارت بین الملل محصولات کشاورزی	
دروس پیش نیاز:		-	
دروس هم نیاز:		-	
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر ... : هدف کلی:

هدف اصلی آشنا ساختن دانشجویان با مفاهیم بازار و بازاریابی، روش ها، مشکلات و ... حوزه بازاریابی کشاورزی است.

اهداف ویژه :

یادگیری مفاهیم، فنون و الگوهای بازاریابی کشاورزی

کسب مهارت های بازاریابی محصولات کشاورزی

(پ) مباحث یا سرفصل ها :

نقش و اهمیت بازاریابی محصولات کشاورزی

انواع بازارها، ساختارها و قوانین بازارها

مسیرها و کانال های بازاریابی محصولات

مراحل بازاریابی محصولات کشاورزی

شناخت بازارها و مدیریت بازاریابی

جمع آوری، بسته بندی و درجه بندی محصولات کشاورزی

نگهداری و حمل و نقل محصولات کشاورزی

قیمت گذاری محصولات کشاورزی

مدیریت ریسک و تئوری بازی در بازاریابی

حاشیه های بازار و روش های محاسبه آن، تحلیل های اقتصادی بازاریابی

آمیخته بازاریابی، تبلیغات و چرخه حیات کالا

سیاست های بازاریابی در دوره های کمبود، رکود و تورم

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

بحث گروهی در باره تجربیات موفق بازاریابی محصولات کشاورزی

طراحی الگوی بازاریابی برای یک محصول کشاورزی

ارزیابی کارآیی یک محصول و ارائه گزارش آن در کلاس درس

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

۵۰ درصد

۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه :

(چ) فهرست منابع پیشنهادی :

Abbasi, L., Sharifzadeh, M., Abdollahzadeh, G., Mahboobi, M. (2019). Influencing Factors on Collective Entrepreneurial Marketing in Agricultural Production Cooperatives in Kurdistan Province. Co-Operation and Agriculture, 8(30), 61-96.

Dixie, Grahame (2007). "Horticultural Marketing, Marketing Extension Guide 5" . FAO, Rome.

Gary Armstrong, P. K. (2013). Marketing an introduction (11th ed.). Harlow, England: Pearson.



Reardon, T., C.P. Timmer, C.B. Barrett, J. Berdegue. (2003). "The Rise of Supermarkets in Africa, Asia, and Latin America," American Journal of Agricultural Economics, 85 (5): 1140-1۱۴۶.

Shepherd, A. W. (2000). Understanding and Using Market Information. FAO, Rome.



عنوان درس به فارسی: طراحی و توسعه محصول جدید	
عنوان درس به انگلیسی: New Product Design and Development	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>
	۲
	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر ... :
هدف کلی:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با فنون و تکنیک های طراحی و توسعه محصول جدید، تداعی عملی مفهوم بین رشته ای فرآیند طراحی و توسعه، توسعه مفهوم جدید، تست و ارزیابی، طراحی برای تعالی محصول، طراحی ظاهری محصول، کسب مهارت طراحی و توسعه محصول و نیز اثرات نگاه بین رشته آن در موفقیت فرآیند تجاری سازی و ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت های کوچک و متوسط است.

اهداف ویژه:

یادگیری مفاهیم، فنون و الگوهای توسعه محصولات جدید

یادگیری موضوعات تولید نمونه محصول و توسعه تکنیک های جدید تولید انبوه محصول

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مقدمه ای بر فرآیند طراحی محصول جدید و چالش های عرضه محصول جدید و اهمیت و الزامات آن

استراتژی و مدل های فرآیند طراحی محصول جدید

تحلیل مدیریت ریسک در مراحل مختلف طراحی محصول جدید

بیانیه محصول و تاثیر آن بر موفقیت توسعه محصول جدید

تحلیل موقعیت رقابتی محصولات و اهمیت آن در مرحله توسعه ایده

توسعه و ارزیابی مفهوم برای طراحی محصول جدید، تست امکان سنجی اولیه مفهوم و توسعه ویژگی های محصول بر اساس نیاز بازار، تحلیل آمادگی فناوری، نیاز مشتری و ارگونومی ...

فاز طراحی: رویکردهای مختلف طراحی، مولفه ها و مشخصه های مورد نیاز برای طراحی دقیق محصول جدید، طراحی جزییات و معماری محصول ...

مسئولیت های زیست محیطی، اخلاقی، اجتماعی و قانونی در طراحی محصول جدید

طراحی محصول به کمک کامپیوتر و نرم افزارهای تخصصی

طراحی صنعتی و توسعه محصول جدید

فرآیند نمونه سازی محصول جدید

برنامه ریزی و مدیریت پروژه در طراحی محصول جدید

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

بحث گروهی درباره توسعه چند محصول جدید

طراحی پروتکل مفهوم برای یک محصول جدید

مطالعه و گزارش ارزش گذاری دانش فنی محصول جدید به صورت موردی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

فهرست منابع پیشنهادی:

Hargadon, Andrew (1997). "Technology brokering and innovation in a product development

firm". Administrative Science Quarterly. 42 (4): 716-749.



Bruiyan, Nadia (2011). "A framework for successful new product development". Journal of Industrial Engineering and Management. 4 (4): 746–770.

Cooper, Robert (1990). "Stage-gate systems: A new tool for managing new products". BusinessHorizons. 3۳ (۳): ۴۴–۵۵.

Kenneth, Kahn (2013). The PDMA handbook of new product development (Third ed.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Yan-mei, Zhou (20۰۹). "Benefit of interface management improvement in design-manufacturing chain". Chinese Academy of Science and Technology Management. 14 (3): 380–384.

Khurana, A; Rosenthal, S.R. (1998). "Towards Holistic 'Front Ends' in New Product Development". Journal of Product Innovation Management. 15 (1): 57–75.



عنوان درس به فارسی: تجارت الکترونیک محصولات کشاورزی		عنوان درس به انگلیسی: E-commerce of agricultural products
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز:
	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	دروس هم نیاز:
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر.... : هدف کلی:

در این درس سعی بر آن است که ضمن مرور نحوه شناسایی فرصت‌های موجود در بازار، نحوه ارزیابی فرصت‌ها و تهیه مقدمات اولیه بهره‌برداری مناسب از فرصت‌ها در حوزه فناوری اطلاعات بررسی گردد .

اهداف ویژه :

یادگیری روش‌های اصلی انجام مطالعات و تحقیقات بازار در عرصه کسب و کارهای الکترونیک و اینترنتی
تحلیل انتقادی روندهای عمده توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهان و ایران در عرصه کسب و کار

پ) مباحث یا سرفصل‌ها :

مرور مفاهیم تجارت الکترونیکی، اقتصاد دیجیتال، مدل‌های تجارت الکترونیکی / کسب و کار الکترونیکی
امنیت اطلاعات و شبکه در تجارت الکترونیک
شیوه‌های مبادله و پرداخت تجارت الکترونیک
مدیریت محصولات و مشتریان اینترنتی و دسته بندی آنها
بررسی روندهای عمده توسعه فناوری اطلاعات در بازارهای ملی و بین‌المللی جهان از دیدگاه فنی، اقتصادی و بازار
شناسایی و مرور نیازهای صنایع مختلف به فناوری اطلاعات و ارتباطات
همسنگی نیازهای صنایع و عرضه محصولات و خدمات مرتبط با فناوری اطلاعات
شناسایی چشم‌انداز فرصت‌های برتر فناوری اطلاعات در حوزه کسب و کار و تجارت
برندسازی در کسب و کارهای الکترونیکی
زیرساخت‌های مورد نیاز برای کسب و کارهای الکترونیکی
نوآوری‌های عمده در تجارت الکترونیک در بخش کشاورزی
قوانین و مقررات در تجارت الکترونیک

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

شناسایی یک فرصت کسب و کار در فناوری اطلاعات و تدوین و ارائه طرح کسب و کار نحوه بهره‌برداری از آن فرصت

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه :

چ) فهرست منابع پیشنهادی :

Anam, Bhatti; Akram, Hamza; Basit, Hafiz Muhammad; Khan, Ahmed Usman; Naqvi, Syeda Mahwish Raza; Bilal, Muhammad (2020). "E-commerce trends during COVID-19 Pandemic" . International Journal of Future Generation Communication and Networking. 13 (2): 1449-1452.



Chaudhury, Abijit; Kuilboer, Jean-Pierre (2002). E-business and E-commerce Infrastructure: Technologies Supporting the E-business Initiative. McGraw Hill Education.

Graham, Mark (2008). "Warped Geographies of Development: The Internet and Theories of Economic Development". Geography Compass, 2 (3): 771–789.

Laudon, Kenneth C.; Traver, Carol Guercio (2014). E-commerce: Business, Technology, Society (10th ed.). Pearson plc.

Miller, Roger LeRoy; Cross, Frank B. (2002). The Legal and E-Commerce Environment Today: Business in Its Ethical, Regulatory, and International Setting (۳rd ed.). Pearson-Prentice-Hall.



عنوان درس به فارسی:		تجارت بین الملل و حقوق تجارت کشاورزی	
عنوان درس به انگلیسی:		Trade law and internationalisation of agricultural businesses	
نوع درس و واحد		پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس پیش نیاز:		تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:		اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:		۲	
تعداد ساعت:		۳۲	
رساله / پایان نامه		<input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر ... :
هدف کلی:

آشنایی فراگیران با مبانی قانون تجارت و انواع فرآیندهای قراردادهای بازرگانی و کسب و کار و کسب مهارت تهیه متن قرارداد خرید، فروش، همکاری و غیره در کسب و کار.

اهداف ویژه :

یادگیری نحوه تنظیم قرارداد در حوزه کسب و کار
 یادگیری قوانین و مقررات تجارت، سرمایه گذاری، شراکت و مسایل حقوقی اداره کسب و کارها

(پ) مباحث یا سرفصل ها :

معرفی حقوق تجارت: کلیات قانون تجارت، قانون کار، قانون مالیات و ...

مروری بر مفاهیم پایه‌ای قاعده حقوقی و اقسام آن، نسبت بین قاعده حقوقی با قاعده اخلاقی

سند و اقسام آن

تعریف قرارداد و اقسام آن، قواعد حقوقی نوعی قراردادها:

انواع شرکت : شرکت مدنی ، شرکت تجاری ...

وکالت : وکالت مدنی، وکالت دادگستری و ...

تعاریف و مفاهیم تئوری‌های تجارت بین الملل، - محیط کسب و کار بین المللی

قوانین تجارت بین الملل و جنبه‌های قانونی کسب و کارهای بین المللی

حقوق مالکیت معنوی بین المللی

روشهای ورود به بازارهای خارجی و بازاریابی بین المللی

تئوری‌های تجارت بین الملل

نهادهای بین المللی و تجارت بین الملل

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

بحث گروهی درباره مسایل حقوقی در کسب و کارها

تنظیم یک قرارداد حقوقی در زمینه کسب و کار

دعوت از یک کارشناس حقوقی برای تشریح مسایل حقوقی کسب و کارها

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

۵۰ درصد

۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه :

(چ) فهرست منابع پیشنهادی :

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران .

van den Bossche, Peter (2008). The Law and Policy of the World Trade Organization - Text, Cases and Materials. Maastricht University: Cambridge University Press.



Dixon, Martin (2013). Textbook on International law (۷۰۰ صص.). انتشارات دانشگاه تهران. ۲۸۶۰۳۱۹

Kapstein, Ethan B (1999). "Distributing the gains: Justice and international trade". Journal of International Affairs. New York. 52 (۲): ۵۳۳-۵۵۵.

Coughlin, Cletus C (2010). "Measuring International Trade Policy: A Primer on Trade Restrictiveness Indices". Review - Federal Reserve Bank of St. Louis. 92 (5): 381-394.



عنوان درس به فارسی:		فنون مذاکرات تجاری	
عنوان درس به انگلیسی:		Business negotiation techniques	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
دروس پیش نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		
دروس هم نیاز:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		
تعداد واحد:	۲		
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر..... :
هدف کلی:

یادگیری فنون مذاکره در امور تجاری و بهره گیری از مدیریت تعارض برای افزایش هم افزایی تیم های کسب و کار .

اهداف ویژه :

یادگیری مفاهیم و فنون مدیریت مذاکرات تجاری

یادگیری و تمرین مهارت های مدیریت تعارض در موقعیت های کسب و کار

پ) مباحث یا سرفصل ها :

تعریف مفهوم و سطوح مختلف تعارض

مدیریت موثر تعارض در کارهای تیمی و گروهی

مقدمات مذاکره و آماده سازی مذاکره

مهارت های ارتباطی در مذاکره

استراتژی های مذاکره

تکنیک ها و روش های مذاکره برای مدیریت تعارض ها

مدیریت روند مذاکره

تسهیلگری و رهبری در مذاکرات

ویژگی های فردی سازنده مذاکره کنندگان

رفتار مذاکره کنندگان موفق

توافق و تنظیم قرارداد

اثربخشی مذاکرات و جمع بندی مذاکره

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ایفای نقش برای نمایش مذاکره با رویکرد تعارض در یک موقعیت کسب و کار فرضی

تهیه گزارش از تجربیات مدیریت تعارض مبتنی بر مذاکره در کسب و کارها .

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه :

چ) فهرست منابع پیشنهادی :

Alper, S.; Tjosvold, D.; Law, K. S. (2000). "Conflict management, efficacy, and performance in organizational teams". Personnel Psychology. 53 (3): 625-642.

Camp, Jim. (2007). No, The Only Negotiating System You Need For Work Or Home. Crown Business. New York.

Movius, H. and Susskind, L. E. (2009) Built to Win: Creating a World Class Negotiating Organization. Cambridge, MA: Harvard Business Press.



Myers, L. L.; Larson, R. (2005). "Preparing students for early work conflicts". Business Communication Quarterly. 68 (3): 306-317

Schaller-Demers, D (20۰۸). بررسی نقش عوامل فرهنگی در مدیریت تعارضات: مطالعه موردی شرکت‌های ایرانی. Journal of Research Administration. 39 (2): 81-90.

Sorenson, R; Morse, E; Savage, G (1999). "The Test of the Motivations Underlying Choice of Conflict Strategies in the Dual-Concern Model". The International Journal of Conflict Management



عنوان درس به فارسی:		زنجیره تامین در کشاورزی	
عنوان درس به انگلیسی:		Agricultural Supply Chain	
نوع درس و واحد		پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس پیش نیاز:		تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:		اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:		۲	
تعداد ساعت:		۳۲	
		رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر... :
هدف کلی:

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

اهداف ویژه :

یادگیری مفاهیم و اصول مدیریت پایدار زنجیره تامین و عرضه کشاورزی

کسب مهارت‌های ارزیابی پایداری و طراحی زنجیره تامین و عرضه کشاورزی

(پ) مباحث یا سرفصل ها :

تعریف و مفاهیم زنجیره تامین در کشاورزی، مدل مفهومی زنجیره تامین کشاورزی

نقش و اثر تکنولوژی اطلاعات در زنجیره تامین کشاورزی (توسعه جامع نظام اطلاع‌رسانی روستایی و مدیریت اطلاع‌رسانی)

جایگاه و نقش زنجیره تولید، تقاضا و عرضه در زنجیره تامین کشاورزی

چگونگی تامین نهاده‌ها در زنجیره تولید و بررسی ارزش افزوده هر یک از نهاده‌ها در زنجیره تولید

بررسی شرایط بازار و روابط بازار، نقش سرمایه و سرمایه‌گذاری در زنجیره تامین

نقش حمل و نقل در زنجیره تامین کشاورزی

نقش و جایگاه منابع انسانی در زنجیره تامین کشاورزی

پایداری و مسائل زیست محیطی در زنجیره تامین

مدیریت یکپارچه محصول یا ICM، ارتباط و هماهنگی سازمان‌های حمایت کننده (Donors) در زنجیره تامین

نقش و جایگاه فناوری‌های جدید در زنجیره تامین کشاورزی

مدیریت ریسک در زنجیره تامین کشاورزی

سنجش و ارزیابی زنجیره تامین کشاورزی

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

بحث گروهی، نگاشت مفهومی زنجیره تامین و عرضه، مطالعه موردی زنجیره‌های تامین و عرضه کشاورزی در حوزه خدمات کشاورزی

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه :

(چ) فهرست منابع پیشنهادی :

Carter, C.R. and Rogers, D.S. 2008. A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. International journal of physical distribution & logistics management, 38(5): 360-387.

Ghodsalavi, A., didekhkhani, H., Sharifzadeh, M. (2019). Introducing an Entrepreneurial Supply Chain Conceptual Model with Emphasis on Technology in Dairy Industry: Fuzzy Delphi Approach. Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, 50(4), 803-817.



Miri M, Sharifzadeh M S, Abdollahzadeh G, Abedi Sarvestani A. Strawberry Supply Chain Analysis in Ramiyan County, Golestan Province. J.E.A. 2018; 5 (9) :38-50

Sharifzadeh, M., yazdani, M., Abdollahzadeh, G., Mahboobi, M. (2020). Entrepreneurial Supply Chain Management in the Rural Production Cooperative and Joint-stock Farming Companies in North Khorasan Province: A Comparative Case Study. Co-Operation and Agriculture, 9(34), 171-205.



عنوان درس به فارسی:		کارآفرینی سازمانی	
عنوان درس به انگلیسی:		Corporate Entrepreneurship	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با تفاوت ها و تشابه های کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی استارت آپی
کسب توانایی ارزیابی آمادگی کارآفرینی سازمانی در شرکت ها و سازمان های بزرگ و تثبیت شده ایرانی

اهداف ویژه:

کسب توانایی ارزیابی ممیزی کارآفرینی سازمانی در شرکت ها و سازمان های بزرگ و تثبیت شده ایرانی
کسب توانایی تدوین برنامه توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت ها و سازمان های بزرگ و تثبیت شده ایرانی

ب) مباحث یا سرفصل ها:

اهمیت کارآفرینی سازمانی؛ نقش کارآفرینی سازمانی در اشتغال زایی و توسعه (GDP) و تاب آوری اقتصادی کشورها
عدم اطمینان محیطی مانند بحران کووید-۱۹ و پیشران ها و نتایج کارآفرینی سازمانی
تفاوتها و تشابه های کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی استارت آپی
ابعاد سازمان کارآفرین (گرایش کارآفرینانه، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، جو کارآفرینی سازمانی، استراتژی های کارآفرینی سازمانی، ساختار سازمانی کارآفرینانه)

مدل های مفهومی کارآفرینی سازمانی و الگوهای (چهارگانه) مدیریتی / اجرایی کارآفرینی سازمانی
انواع کارآفرینی سازمانی استراتژیک: مورد کاوی تجربیات شرکت های بزرگ
کارآفرینی سازمانی در ایران و جهان: شواهدی مبتنی بر یافته های GEM
ممیزی کارآفرینی سازمانی و فرایند برنامه ریزی توسعه کارآفرینی سازمانی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

دعوت از کارآفرینان و رهبران کارآفرین به عنوان سخنران مدعو، مصاحبه با کارآفرین

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۴۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد / تدوین گزارش تحلیلی مصاحبه با کارآفرینان استارت آپی ۲۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

بازدید از استارت آپ ها، مراکز شتابدهی کسب و کارهای نوپا، کسب و کارها و صنایع

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Paul Burns (2020). Corporate Entrepreneurship and Innovation. Fourth Edition. Red Globe Press
Michael H Morris, Donald F Kuratko, Jeffrey G Covin(2015). Corporate entrepreneurship & innovation. Cengage Learning
Neal Thornberry.(2006). "Lead Like an Entrepreneur: Keeping the entrepreneurial spirit alive within the corporation". USA: McGraw-Hill



کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی / ۱۰۳

زالی، محمدرضا (۱۳۹۰). "به سوی نظریه رهبری وضعی کارآفرینانه". دوره ۴، شماره ۲ - شماره پیاپی ۱۲
زالی، محمدرضا و گودرزی کبری (۱۳۹۵). "شناسایی ویژگی های مربوط به اشتیاق به کار رهبران کارآفرین" مجله توسعه کارآفرینی،
دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۲۱-۱۴



عنوان درس به فارسی: نوآوری و فناوری سازمانی		عنوان درس به انگلیسی: Organizational innovation and technology	
نوع درس و واحد			
<input type="checkbox"/> پایه	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	دروس پیش نیاز:	
<input checked="" type="checkbox"/> تخصصی	<input type="checkbox"/> عملی	دروس هم نیاز:	
<input checked="" type="checkbox"/> اختیاری	<input type="checkbox"/> نظری-عملی	۲	تعداد واحد:
<input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

کسب دانش و مهارت تدوین و تحلیل استراتژی نوآوری و فناوری سازمانی

اهداف ویژه:

توسعه قابلیت ها برای سازماندهی کسب و کار جهت افزایش سطح نوآوری سازمانی در شقوق مختلف
توسعه مهارت های تدوین و طراحی استراتژی نوآوری سازمانی
توسعه قابلیت ها برای ایفای نقش به عنوان نوآور سازمانی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

نوآوری سازمانی (تعاریف، انواع؛ ضرورت)
نوآوری فناورانه (تعاریف، انواع، ضرورت)
فناوری (تعاریف، انواع، سطوح آمادگی فناوری، سیکل های توسعه، عوامل موثر بر پذیرش)
مدل های توسعه نوآوری (فناورانه) سازمانی
مسئولیت نوآوری در سازمان (نقش مدیران سطوح مختلف و کارکنان)
تدوین استراتژی نوآوری و توسعه فناوری سازمانی
عوامل موثر بر انتخاب استراتژی نوآوری و فناوری
انواع سازمان ها براساس استراتژی نوآوری و فناوری
راهبردهای اجرای استراتژی نوآوری و فناوری
راهبردهای بالا به پائین، پائین به بالا، درونی، بیرونی، فعال، غیر فعال
حاکمیت شرکتی و راهبرد نوآوری سازمان
حاکمیت شرکتی و نوآوری سازمانی در کشورهای در حال توسعه
سازماندهی برای توسعه رفتارهای نوآورانه سازمانی
مکانیزم های ساختاری، زمینه ای، ترتیبی و فراسازمانی در مدیریت نوآوری سازمانی
مدیریت منابع انسانی و مدیریت نوآوری
ظرفیت جذب و توسعه نوآوری فناورانه سازمانی
تحقیق و توسعه و توسعه نوآوری فناورانه سازمانی
ارتباط استراتژی تحقیق و توسعه به راهبرد نوآوری سازمانی
انواع پروژه های تحقیق و توسعه
نسل های تحقیق و توسعه



شیوه های سازماندهی تیم های توسعه محصول
کسب و کارآفرینی سازمانی و مدیریت شرکت های چند کسب و کاره
نوآوری بین المللی و مدیریت نوآوری در بازارهای جهانی
محیط نهادی و استراتژی نوآوری سازمانی
نوآوری سازمانی در کشورهای در حال توسعه
نوآوری پایدار و اجتماعی
تحلیل مطالعه های موردی متنوع و تئوری در عمل در هر یک از سرفصل ها

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه چارچوب مباحث و جمع بندی توسط استاد، مطالعه موردی، پروژه کلاسی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۷۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

دایر، ناتان؛ دایر، جف. روش نوآور: دمیدن روح نوپای ناب به سازمان شما. ترجمه کمال سخدری و هومن فروزانفر (۱۳۹۹). تهران: انتشارات دانشگاه تهران

Birkinshaw, J., & Gibson, C. (2004). Building ambidexterity into an organization. *MIT Sloan Management Review*, 45, 47-55.

Bailetti, T. (2012). Technology entrepreneurship: overview, definition, and distinctive aspects. *Technology Innovation Management Review*, 2(2).

Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. M. (2019). *Innovator's DNA, Updated, with a New Preface: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators*. Harvard Business Press.

Furr, N. R., & Dyer, J. (2014). *The Innovator's Method: Bringing the Lean Start-Up into Your Organization*. Harvard Business Press.

Garrett, R. P., & Covin, J. G. (2013). Internal Corporate Venture Operations Independence and Performance: A Knowledge-Based Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*.

Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). *The business model navigator: 55 models that will revolutionise your business*. Pearson UK.

Keeley, L., Walters, H., Pikkell, R., & Quinn, B. (2013). *Ten types of innovation: The discipline of building breakthroughs*. John Wiley & Sons.

Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. (2005). A Model of Middle-Level Managers' Entrepreneurial Behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(6), 699-716.

Ling, Y. A. N., Simsek, Z., Lubatkin, M. H., & Veiga, J. F. (2008). Transformational leadership's role in promoting corporate entrepreneurship: Examining the CEO-TMT interface. *Academy of Management Journal*, 51(3), 557-576.

O'Reilly, C. A., & Tushman, M. L. (2013). Organizational ambidexterity: Past, present, and future. *The Academy of Management Perspectives*, 27(4), 324-338.

Peng, M. W., Lee, S. H., & Wang, D. Y. (2005). What determines the scope of the firm over time? A focus on institutional relatedness. *Academy of Management Review*, 30(3), 622-633.



Sarasvathy, S., Kumar, K., York, J. G., & Bhagavatula, S. (2014). An effectual approach to international entrepreneurship: overlaps, challenges, and provocative possibilities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 71-93.

Schilling, M. A. (2017). *Strategic management of technological innovation*. Tata McGraw-Hill Education.

Tidd, J., & Bessant, J. R. (2018). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.

Trott, P. (2017). *Innovation management and new product development*. Pearson education.

Tuff, G., & NADJI, B. (2012). Managing your innovation portfolio. S. 1.]: *HBR*.

Young, M. N., Peng, M. W., Ahlstrom, D., Bruton, G. D., & Jiang, Y. (2008). Corporate governance in emerging economies: A review of the principal–principal perspective. *Journal of management studies*, 45(1), 196-220.

Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.

Zahra, S. A., Neubaum, D. O., & Huse, M. (2000). Entrepreneurship in medium-size companies: Exploring the effects of ownership and governance systems. *Journal of Management*, 26(5), 947-976.



عنوان درس به فارسی: راهبری پروژه های کارآفرینی سازمانی		عنوان درس به انگلیسی:	
نوع درس و واحد	Leading organizational entrepreneurship projects		
<input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	<input type="checkbox"/> پایه <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی	دروس پیش نیاز:	
<input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه	<input checked="" type="checkbox"/> اختیاری	دروس هم نیاز:	
		۲	تعداد واحد:
		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم، تعاریف پروژه های کارآفرینی سازمانی و مهارت راهبری پروژه های کارآفرینی سازمانی

اهداف ویژه:

برنامه ریزی و نظارت بر پروژه های کارآفرینی سازمانی در شرکت های بزرگ و تثبیت شده

پ) مباحث یا سرفصل ها:

تعریف مفاهیم پروژه کسب و کار، مشتری، ذی نفعان پروژه و مدیریت پروژه های کارآفرینی سازمانی
 تدوین طرح کسب و کار برای پروژه های کارآفرینی سازمانی
 نحوه تحلیل RFPها، تدوین پروپوزال برای پروژه های کارآفرینی سازمانی
 تحلیل فرایند آماده سازی کارفرما، تامین و تجهیز منابع و تیم سازی و رهبری پروژه
 تعیین معیارهای حیاتی موفقیت و پذیرش نتایج پروژه
 ترسیم نمودار شبکه و تعیین مسیر بحرانی پروژه و برنامه ریزی فعالیت های پروژه بر اساس هزینه یابی بر مبنای فعالیت (Activity-based planning)

برآورد دقیق الزامات و نیازمندی های اجرای پروژه و مراحل پیاده سازی نتایج پروژه
 تهیه گزارش وضعیت پروژه، کنترل و ارزشیابی نتایج و تهیه گزارش پایان پروژه، تحویل پروژه و ارزشیابی بعد از پایان

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

دعوت از مدیران پروژه های کارآفرینی سازمانی به عنوان سخنران مدعو، مصاحبه با کارآفرین

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۴۰ درصد

آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد

تدوین گزارش تحلیلی مصاحبه با مدیران پروژه های کارآفرینی سازمانی ۲۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

بازدید از استارت آپ های سازمانی، مراکز شتابدهی کسب و کارهای شرکتی، کسب و کارها و صنایع

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Cécile Fonrouge, Christophe Bredillet, Charles Fouché, (2018). "Entrepreneurship and project management relationships: So far so good? Dialogic conversation and Luhmannian perspective", International Journal of Managing Projects in Business



Iwueke, O. C., Njoku, U., Nwaiwu Blessing N. (2017). Project Management and Successful Entrepreneurship Venture in Nigeria. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 4(5) 187-1۹۹

Diniz, L. J. (2002). Entrepreneurial projects: applying project management to executive development programs. Paper presented at Project Management Institute Annual Seminars & Symposium, San Antonio, TX. Newtown Square, PA: Project Management Institute.

Daniel Sitarz ,(2005).Partnership, 2nd Edition: Small Business Start-Up Kit (Small Business Made Simple) , Nova Publishing Company

Steve Koenig, Hal Root.(2006).The Small Business Start-Up Guide ,Sourcebooks, Inc.



عنوان درس به فارسی:		کارآفرینی شرکتی بین الملل	
نوع درس و واحد	International corporate entrepreneurship	عنوان درس به انگلیسی:	
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		دروس پیش نیاز:	
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		دروس هم نیاز:	
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		تعداد واحد:	۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت:	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

کسب دانش و مهارت تحلیل و تدوین استراتژی و انجام رفتار کارآفرینی شرکتی بین الملل

اهداف ویژه:

کسب مهارت تدوین و طراحی استراتژی کارآفرینی شرکتی بین الملل
کسب توانایی انجام رفتار کارآفرینی شرکتی بین الملل
کسب توانایی مشاوره فعالیت های کارآفرینی شرکتی بین الملل

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

کارآفرینی شرکتی: مفاهیم، ابعاد و ضرورت
ورود به بازارهای بین المللی به عنوان رفتار کارآفرینانه شرکتی
عوامل موثر بر اتخاذ استراتژی کارآفرینی شرکتی بین الملل
سطوح و ابعاد کارآفرینی شرکتی بین المللی
آمادگی سازمانی برای کارآفرینی شرکتی بین الملل
عوامل سازمانی و استراتژیک موثر بر کارآفرینی شرکتی بین الملل
تناسب ساختار و استراتژی کارآفرینی شرکتی
استراتژی های ورود به بازارهای بین المللی
مدل های رفتاری شناخت فرصت های کارآفرینی شرکتی بین المللی
تناسب استراتژی کارآفرینی شرکتی بین الملل و ساختار صنعت
تناسب استراتژی کارآفرینی شرکتی و محیط نهادی
کارآفرینی شرکتی در کشورهای در حال توسعه
استراتژی های غلبه بر خلاهای نهادی در کشورهای در حال توسعه
مدل های رفتاری کارآفرینی شرکتی بین الملل از محیط های در حال توسعه به توسعه یافته
مدل های رفتاری کارآفرینی شرکتی بین الملل از محیط های توسعه یافته به در حال توسعه
کارآفرینی شرکتی بین الملل از طریق اتحادهای استراتژیک بین المللی
کارآفرینی شرکتی بین الملل و حاکمیت شرکتی
مدیریت دانش سازمانی در محیط های بین المللی
مدیریت تحقیق و توسعه بین المللی



تحلیل مطالعه های موردی متنوع و تئوری در عمل مرتبط با هریک از سرفصل ها

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه چارچوب مباحث و جمع بندی توسط استاد، مطالعه موردی، پروژه کلاسی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ... ۷۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ... ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Baier-Fuentes, H., Merigó, J. M., Amorós, J. E., & Gaviria-Marín, M. (2019). International entrepreneurship: a bibliometric overview. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 385-429.

- Chandra, Y. (2017). A time-based process model of international entrepreneurial opportunity evaluation. *Journal of International Business Studies*, 48(4), 423-451.
- Keupp, M. M., & Gassmann, O. (2009). The past and the future of international entrepreneurship: a review and suggestions for developing the field. *Journal of Management*, 35(3), 600-633
- Khanna, T., & Palepu, K. G. (2010). *Winning in emerging markets: A road map for strategy and execution*. Harvard Business Press. (Book)
- Kiss, A. N., Danis, W. M., & Cavusgil, S. T. (2012). International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, 27(2), 266-290.
- Muzychenko, O., & Liesch, P. W. (2015). International opportunity identification in the internationalisation of the firm. *Journal of World Business*, 50(4), 704-717.
- Peng, M. W. (2013). *Global Strategy*. South-Western (Book)
- Peng, M. W., Sun, S. L., Pinkham, B., & Chen, H. (2009). The institution-based view as a third leg for a strategy tripod. *Academy of Management Perspectives*, 23(3), 63-81.
- Sauka, A., & Chepurenska, A. (Eds.). (2017). *Entrepreneurship in transition economies: Diversity, trends, and perspectives*. Springer (Book)
- Yiu, D. W., Lau, C., & Bruton, G. D. (2007). International venturing by emerging economy firms: The effects of firm capabilities, home country networks, and corporate entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 519-540.
- Zahra, S. A. (2021). International entrepreneurship in the post Covid world. *Journal of World Business*, 56(1), 101143.



عنوان درس به فارسی: تحول دیجیتال سازمانی	
نوع درس و واحد نظری ۲ واحد	Organizational digital transformation
<input type="checkbox"/> پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری	عنوان درس به انگلیسی: دروس پیش نیاز:
<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی	دروس هم نیاز:
<input type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری	تعداد واحد: ۲
<input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه	تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

درک ضرورت تغییر سازمانی بواسطه ظهور قابلیت های فناوری دیجیتال
شناسایی رویکردهای ایجاد تحول دیجیتال در سازمانها

اهداف ویژه:

کسب توانایی تحلیل کمی و کیفی آثار تحول دیجیتال
کسب توانایی در شناسایی و به کارگیری متدلوژیهای ایجاد تحول دیجیتال

پ) مباحث یا سرفصلها:

مقدمه:

دیجیتالی کردن/ دیجیتال شدن فرایندها سازمان/ تحول دیجیتال/ تحولات اساسی در کسب و کار ناشی از دیجیتال شدن
تحول دیجیتال و نقش آن در سازمان
دستاوردهای تحول دیجیتال

داده ها:

استفاده از داده برای تصمیم گیری بهتر
بهبود کارایی عملیات از طریق پیش بینی مبتنی بر داده و اتوماسیون
منشاء داده: نظر سنجی، سنسورها، اطلاعات مکانی، متن، تذاکنش ها، تصاویر و ویدیوها
ملاحظات زیر ساخت ذخیره داده
متحول کردن تجربه مشتری از طریق یکپارچه نمونه داده ها

فرایندها در تحول دیجیتال:

ایجاد جریان فرایندها به گونه ای که فهمید چه کسی چه کاری را انجام داده است و در چه زمانی
نگاه به فرایندها به عنوان محمل ارائه خدمات متمایز به مشتریان از طریق تحول دیجیتال

مدلهای کسب و کار دیجیتال:

محصول در مقابل پلتفرم و بازارهای چند وجهی
قیمت گذاری پویا و شخصی شده
نقش مدلهای مبتنی بر عضویت در رشد سریع

افراد و سازمان در فضای تحول دیجیتال:

بیرونی: تغییر رفتار مصرف کننده
درونی: همراستایی میان فرایندها، فناوری، ساختار و نیروی انسانی

تعریف شاخص برای تحول دیجیتال

قوانین و ملاحظات اخلاقی در تحول دیجیتال



جانبداری سیستماتیک در تصمیم گیری

مطالعات موردی تحول دیجیتال:

مطالعه موردی: تحول دیجیتال در سطح شرکتها

مطالعه موردی: تحول دیجیتال در بازارهای منتخب

تحول دیجیتال در صنعت مالی

معرفی فازهای تحول دیجیتال

KPMG متدولوژیهای تحول دیجیتال: متدولوژی

تکنیک ها:

استفاده از یادگیری ماشین و هوش مصنوعی

آینده تحول دیجیتال و روندهای پیش رو

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارایه محتوای علمی با روش تدریس / ارایه مطالعات موردی / انتقال تجربیات از طریق بازدیدها/ دعوت از کارآفرینان

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: امکانات رایج نظیر دیتا پروژکتور، کامپیوتر متصل به اینترنت

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Ebert, C., Duarte, C.: Requirements engineering for the digital transformation: industrypanel. In: Requirements Engineering Conference IEEE 24th International, pp. 4–5 (2016), Digital Transformation: A Literature Review and Guidelines for Future Research. DOI: 10.1007/978-3-319-77703-0_41

ebastian, I., Ross, J., Beath, C., Mocker, M., Moloney, K., Fonstad, N.: How Big Old Companies Navigate Digital Transformation. MIS Quarterly Executive (2017)

Hess, T., Matt, C., Benlian, A., Wiesböck, F.: Options for formulating a digital transformation strategy. MIS Q. Executive 15(2), 123–139 (2016)

Trantopoulos, K., von Krogh, G., Wallin, M., Woerter, M.: External knowledge and information technology: implications for process innovation performance. MIS Q. 41(1), 287–300 (2017)

los-Simo, L., Alos-Simo, L., Verdu-Jover, A., Verdu-Jover, A., Gomez-Gras, J., Gomez-Gras, J.: How transformational leadership facilitates e-business adoption. Ind. Manage. Data Syst. 117(2), 382–397 (2017)

Chen, Y., Jaw, Y., Wu, B.: Effect of digital transformation on organisational performance of SMEs: evidence from the Taiwanese textile industry's web portal. Internet Res. 26(1), 186–212 (2016)

Lee, M., Lee, Y., Chou, C.: Essential implications of the digital transformation in industry 4.0. J. Sci. Ind. Res. 76, 465–467 (2017)



عنوان درس به فارسی: کسب و کار نوپای سازمانی	
عنوان درس به انگلیسی: Corporate Startup	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>
۲	
۳۲	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

هدف این درس شناسایی مفاهیم کسب و کار نوپای سازمانی و افزایش آگاهی دانشجویان در این حوزه است. درک تاثیر راه اندازی کسب و کار نوپای سازمانی بر شرکتهای

اهداف ویژه:

درک چرایی و چگونگی راه اندازی کسب و کارهای نوپا در سازمانها. آشنایی با عوامل تاثیر گذار در شکل گیری کسب و کارهای نوپای سازمانی.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- کسب و کار نوپای سازمانی: تعاریف، مفاهیم، ضرورت.
- ابعاد کسب و کار نوپای سازمانی و عوامل موثر بر آن.
- چارچوب های نظری کسب و کار نوپای سازمانی.
- روش های ایجاد و راه اندازی کسب و کارهای نوپای سازمانی.
- شناسایی فرصتها برای راه اندازی کسب و کار نوپای سازمانی.
- طراحی برنامه و سازماندهی کسب و کار نوپای سازمانی.
- نقش کارکنان و تیم های کاری در نوآفرینی شرکتی.
- کسب و کار نوپای سازمانی بین المللی.
- نوآفرینی ناب در کسب و کار نوپای سازمانی.
- نقش اکوسیستم های نوآورانه در ایجاد کسب و کارهای نوپای سازمانی.
- نوآوری باز و توانمندسازی شرکتهای برای راه اندازی کسب و کارهای نوپا.
- توسعه عملکرد شرکت با کسب و کار نوپای سازمانی.

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: مطالعه فردی و یا گروهی بطور گسترده توسط دانشجویان. مباحث طی جلسات توسط مدرس توضیح و مورد بحث و بسط داده می شوند. طی ترم دانشجویان ارائه های مرتبط خواهند داشت.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۶۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ندارد.

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Viki, T., Toma, D., & Gons, E. (2017). The corporate startup. How established companies can develop successful innovation ecosystems (Book).

Jha, G., & Hisrich, R. D. (2021). Corporate venturing. In World Encyclopedia of Entrepreneurship. Edward Elgar Publishing (Book).



Enkel, E., & Sagmeister, V. (2020). External corporate venturing modes as new way to develop dynamic capabilities. *Technovation*, 96, 102128.

Hunt, R. A., Townsend, D. M., Asgari, E., & Lerner, D. A. (2019). Bringing it all back home: Corporate venturing and renewal through spin-ins. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(6), 1166-1193.

Covin, J. G., & Miles, M. P. (2007). Strategic use of corporate venturing. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(2), 183-207.



عنوان درس به فارسی: اقتصاد نوآوری		عنوان درس به انگلیسی: innovation economics
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز: <input type="checkbox"/> تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:
هدف کلی:

ایجاد و توسعه قابلیت تحلیل سیاست گذاری توسعه علوم، فناوری و نوآوری

اهداف ویژه:

توسعه توانمندی در زمینه سیاست گذاری توسعه کارآفرینی مبتنی بر نوآوری های مخرب

(ب) مباحث یا سرفصل ها:

کلیات: بررسی مفاهیم مرتبط با اقتصاد نوآوری

اقتصاد دانش

نوآوری و دانش

سیستم های نوآوری: چرایی اهمیت آن ها و نحوه اندازه گیری و مقایسه

سرمایه گذاری های خطر پذیر

مدل ها پویا در نوآوری های تولیدی و فرایندی

ظرفیت جذب: دیدگاه های نسبت به یادگیری و نوآوری

یادگیری، تحقیقات داخلی و سر ریز دانشی

شبکه نوآوران

نوآوری و رشد

تغییرات فنی تابع تولید

مسیر (جهت) تغییرات فناورانه

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آموزش مبتنی بر طرح مساله، آموزش بر اساس رویکرد انتقادی، روش سخنرانی، بحث گروهی، روش تلفیقی

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

بسته به مجازی یا حضوری بودن کلاس های آموزشی: کامپیوتر، لپ تاپ، تبلت یا گوشی هوشمند، اینترنت پر سرعت، میکروفون

وبکم و یا دوربین، قلم نوری یا ابزار نوشتن، تخته وایت برد و سایر ملزومات مربوطه

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

1. Antonelli, C. (Ed.). (2008). *The Economics of innovation*. Routledge.
2. Antonelli, C., Foray, D., Hall, B. H., & Steinmueller, W. E. (Eds.). (2006). *New Frontiers in the Economics of Innovation and New Technology: essays in honour of Paul A. David*. Edward Elgar Publishing.
3. Atkinson, R. D., & Ezell, S. J. (2012). *Innovation economics: the race for global advantage*. Yale University Press.



عنوان درس به فارسی: رهبری کارآفرینانه		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurial leadership	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/>	پایه <input type="checkbox"/>		
عملی <input type="checkbox"/>	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>		
نظری-عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با رویکرد رهبری کارآفرینانه سازمان ها
ایجاد شایستگی رهبری کارآفرینانه در میان دانشجویان

اهداف ویژه:

ایجاد و تقویت توانمندی بکارگیری استراتژی های رهبری کارآفرینانه در میان دانشجویان
توانایی تدوین برنامه توسعه رهبری کارآفرینانه در سازمان ها در میان دانشجویان

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مبانی مفهوم و تعاریف "رهبری"، تفاوت های "رهبری" و "مدیریت"
سیر تاریخی رویکرد های رهبری: از رویکرد صفات مشخصه رهبری تا رهبری کارآفرینانه (رویکرد صفات مشخصه رهبری، رویکرد رفتاری رهبری، رویکرد اقتضایی، رویکرد رهبری تحول آفرین و رویکرد رهبری کارآفرینانه)
حوزه عمل رهبران کارآفرین
ابعاد مدل رهبری کارآفرینانه: عمل گرایی و تسهیل گرایی
استراتژی های رهبری کارآفرینانه (استراتژی رهبری شتابگری، رهبری جستجوگری، رهبری کاوشگری و رهبری تلفیق گری)
به سوی نظریه رهبری کارآفرینانه وضعی
استراتژی جذب یا پرورش رهبری کارآفرینانه در سازمان
تدوین برنامه آموزشی و توسعه رهبری کارآفرینانه

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

دعوت از کارآفرینان و رهبران کارآفرین به عنوان سخنران مدعو، مصاحبه با کارآفرین

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۴۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد / تدوین گزارش تحلیلی مصاحبه با کارآفرینان استارت آپی ۲۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

بازدید از استارت آپ ها، مراکز شتابدهی کسب و کارهای نوپا، کسب و کارها و صنایع

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Neal Thornberry.(2006). "Lead Like an Entrepreneur: Keeping the entrepreneurial spirit alive within the corporation". USA: McGraw-Hill
Gupta, v., Macmillan, i.c., and Surie, g.(2004). Entrepreneurial Leadership: Developing and Measuring a Cross-Cultural Construct, Journal of Business Venturing, 19(2), 241 –260.



JAGDALE, D., and BHOLA, S. S.(2014). Entrepreneurial Leadership And Organizational Performance With Reference To Rural Small Scale Engineering Industry In Pune District, Golden Research Thoughts Journ

زالی، محمدرضا (۱۳۹۰). "به سوی نظریه رهبری وضعی کارآفرینانه". دوره ۴، شماره ۲ - شماره پیاپی ۱۲
زالی، محمدرضا و گودرزی کبری (۱۳۹۵). "شناسایی ویژگی های مربوط به اشتیاق به کار رهبران کارآفرین" مجله توسعه
کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۲۱-۱۴



عنوان درس به فارسی:		کارآفرینی سازمانی در سازمان های عمومی	
عنوان درس به انگلیسی:		Corporate Entrepreneurship in Public sector	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با تفاوت ها و تشابه های کارآفرینی سازمانی در بخش های عمومی و خصوصی
کسب توانایی ارزیابی آمادگی کارآفرینی سازمانی در بخش عمومی

اهداف ویژه:

کسب توانایی ارزیابی ممیزی کارآفرینی سازمانی در در بخش عمومی
کسب توانایی تدوین برنامه توسعه کارآفرینی سازمانی در در بخش عمومی

ب) مباحث یا سرفصل ها:

ضرورت توسعه کارآفرینی سازمانی ناشی از عدم اطمینان محیطی در بخش عمومی و بحران های جهانی مانند همه گیری کووید-۱۹
تفاوت ها و تشابه های کارآفرینی سازمانی در بخش عمومی و خصوصی
نقش های سه گانه کارآفرین بخش عمومی (Public-sector entrepreneur roles)
اشکال کارآفرینی بخش عمومی (Public-sector entrepreneurship (PSE) typologies)
از مدیریت گرایی تا کارآفرینی گرایی در بخش عمومی (From Managerialism to Entrepreneurialism)
نظریه ها و مدل های مفهومی کارآفرینی در بخش عمومی
به سوی دولت کارآفرین از طریق کارآفرینی استراتژیک در بخش عمومی و بررسی تجربیات کارآفرینی در بخش عمومی: قانون بای دول در امریکا و کشورهای شرق آسیا مانند مالزی
ممیزی کارآفرینی سازمانی در موسسات دولتی و عمومی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

دعوت از کارآفرینان بخش دولتی و عمومی به عنوان سخنران مدعو، مصاحبه با کارآفرین بخش دولتی و عمومی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۴۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد / گزارش تحلیلی مصاحبه با کارآفرینان دولتی و عمومی ۲۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

بازدید از استارت آپ های بخش عمومی، مراکز شتابدهی کسب و کارهای بخش عمومی، کسب و کارهای بخش عمومی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Christopher Hayter, Albert Link, and John T Sco(2018). Public Sector Entrepreneurship. Oxford Review of Economic Policy 34(4):676–694.DOI: 10.1093/oxrep/gry014

Khanagha Ali, Mobini Dehkordi Ali, Zali و Mohammad Reza, Hejazi S. Reza(2017). Performance implications of entrepreneurial orientation at public research and technology institutions. Journal Entrepreneurship and Sustainability Issues



Aileen Ionescu-Somers and Anna Tarnawa.(2020).”Diagnosing COVID-۱۹ Entrepreneurship: Exploring policy remedies for recovery”. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/>
Klein PG, Mahoney JT, McGahan AM, et al. (2010) Toward a theory of public sector entrepreneurship. European Management Review 7: 1–15.

الوانی، سید مهدی، خنفر حسین، جندقی غلام رضا، محمدی الیاسی قنبر و وکیلی یوسف. (۱۳۹۰) "کارآفرینی در بخش عمومی: رویکرد هم افزایی". پژوهش های مدیریت عمومی. دوره ۴ شماره ۱۲
ماریانا مازوکاتو (۱۳۹۶). دولت کارآفرین: نقد اسطوره های بخش خصوصی در مقابل بخش عمومی. ترجمه حمید پاداش، علی نیکونستی. تهران: نشر چشمه



عنوان درس به فارسی: کارآفرینی در بازار جهانی		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurship in Global Market
نوع درس و واحد		
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>	دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟ سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با محیط پیچیده بازارهای بین المللی و معرفی ملاحظات فعالیت های کارآفرینانه اعم از ایجاد و توسعه کسب و کار در بازارهای تثبیت شده و نوظهور از دیدگاه مفهومی، روش شناسی و کاربردی

اهداف ویژه:

فراگیری دانش کافی در زمینه مبانی نظری دانش راه اندازی و توسعه بین المللی کسب و کار و بکارگیری آن در بازارهای بین المللی و جهانی توسعه توانایی برای تطابق راهبردهای کارآفرینی با نیازهای بازار هدف مشخص کسب مهارت عملی در طراحی برنامه های ایجاد و توسعه بین المللی جهت شرکت ها و سازمانها در بازارهای بین المللی و جهانی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

جهانی شدن و کارآفرینی بین المللی
گستره مفهومی و تعاریف کارآفرینی بین المللی
سیر تکامل مطالعات کارآفرینی بین المللی و تحقیقات بین المللی شدن کارآفرینانه
کارآفرینی بین المللی در بنگاه های کوچک و متوسط
تشخیص فرصت در کارآفرینی بین المللی
کارآفرینی بین المللی الکترونیکی
کارآفرینی بین المللی در کسب و کارهای خانوادگی
کارآفرینی سازمانی بین المللی
کارآفرینی بین المللی در بازارهای نوظهور
روش های ورود به بازار خارجی
اخلاق بین المللی سازی و توجه به تبعات بکارگیری هر تکنیک با توجه به مسایل اسلامی و بومی
ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: روش ترکیبی مبتنی بر سخنرانی؛ برگزاری جلسات میدانی و نقش آفرینی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۷۰ درصد
آزمون پایان نیم سال: ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

دسترسی به منابع و بانک های اطلاعاتی اینترنتی؛ دسترسی به ابزارهای فعالیت و تحلیل بازارهای بین المللی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:



جانسون، هانس؛ (۱۳۹۸)؛ *استراتژی کسب و کار بین الملل در کشور بازارهای نوظهور رویکرد شبکه نهادی*؛ ترجمه رضوانی، مهران و صفی پور رشوانلو، مجتبی؛ انتشارات دانشگاه تهران؛ چاپ سوم

رضوانی، مهران و کلابی، امیرمحمد؛ (۱۳۹۵)؛ *کسب و کار بین الملل رویکردی جامع و کاربردی*؛ انتشارات سازمان مدیریت صنعتی

رضوانی، مهران و موسوی نژاد، سید مهدی؛ (۱۳۹۷)؛ *کارآفرینی بین المللی*؛ انتشارات دانشگاه تهران؛ چاپ چهارم.

Hisrich, Robert D. (2015), *International Entrepreneurship Starting, Developing, and Managing a Global Venture*, SAGE publishing.

Ruël, Huub . (2012), *Commercial Diplomacy in International Entrepreneurship*, Emerald Group Publishing Limited.

Zucchella, Antonella; Hagen, Birgit; Serapio, Manuel G. ,(2018), *International Entrepreneurship*, Edward Elgar Publication.



عنوان درس به فارسی: بازاریابی کارآفرینانه بین الملل		عنوان درس به انگلیسی: International Entrepreneurial Marketing	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>			دروس پیش نیاز:
عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>			دروس هم نیاز:
نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

کسب توانمندی حضور در بازارهای بین المللی به روش های مرسوم و کارآفرینانه

اهداف ویژه:

کسب قابلیت و توانمندی در اجرای فعالیت های بازاریابی بصورت خلاقانه، نوآورانه و کارآفرینانه در مقیاس بین المللی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- گستره و چالش های بازاریابی بین المللی
- پویایی محیط بازاریابی بین المللی
- ارزیابی فرصت های بازار جهانی
- استراتژی های بازاریابی جهانی
- محصولات و خدمات جهانی برای مشتریان بین المللی
- تبلیغات و ارتباطات یکپارچه و برندسازی بین المللی
- مدیریت فروش بین المللی و فروش حرفه ای
- مذاکرات بین المللی با مشتریان و شرکای تجاری فراملی
- مباحث پیشرفته در بازاریابی بین المللی
- بازاریابی کارآفرینانه بین المللی
- بازاریابی بین المللی در کشور- بازارهای نوظهور
- بازاریابی شبکه ها و خوشه های صادراتی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: برای تحقق اهداف درس از ابزارهایی نظیر ارائه فیلم ها و داستان های بازاریابی و تجارت بین المللی (Business Story Telling/Movie) و نیز کسب مشارکت فعالان اقتصادی در عرصه فراملی استفاده خواهد شد.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۷۰ درصد آزمون پایان نیم سال: ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

دسترسی به منابع و بانک های اطلاعاتی اینترنتی؛ دسترسی به ابزارهای فعالیت و تحلیل بازارهای بین المللی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- ستنا، زوبین؛ جونز، روزلید و هریگان، پائول (۱۴۰۰)؛ بازاریابی کارآفرینانه؛ دیدگاهی جهانی؛ ترجمه رضوانی، مهران؛ کلابی، امیرمحمد و دانش، مژگان؛ انتشارات جهاد دانشگاهی؛ چاپ اول
- رضوانی، مهران و موسوی نژاد، سید مهدی؛ (۱۳۹۷)؛ کارآفرینی بین المللی؛ انتشارات دانشگاه تهران؛ چاپ چهارم.
- رضوانی، مهران و کلابی، امیرمحمد؛ (۱۳۹۰)؛ بازاریابی در نگاه های کارآفرین؛ انتشارات جهاد دانشگاهی؛ چاپ اول

Cateora, P.R., Gilly, M.C. and Graham, J.L. (2016), International Marketing (15th Edition), McGraw-Hill Education

Jones, M.V., Coviello, N.E., Oviat, S. (2011). Internationalization: conceptualizing an International process of Business in time. Journal of International Business Studies 36 (3), 284-303.



عنوان درس به فارسی: کارآفرینی بین فرهنگی		عنوان درس به انگلیسی: Cross-cultural entrepreneurship
نوع درس و واحد		
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>	دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ...

هدف کلی:

کسب توانایی تحلیل، تعامل، تدوین استراتژی و راه اندازی کسب و کار در محیط های بین فرهنگی

اهداف ویژه:

- کسب توانایی تحلیل محیط های بین المللی و بین فرهنگی
- کسب مهارت تدوین و طراحی استراتژی کسب و کار مرتبط با محیط های بین فرهنگی متفاوت
- کسب توانایی راه اندازی و مدیریت کسب و کار در محیط های بین فرهنگی متفاوت
- کسب توانایی کار و تعامل در محیط بین فرهنگی متفاوت

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- تحلیل عوامل موثر بر انتخاب استراتژی در محیط های بین فرهنگی و بین المللی
- انواع نهادها (رسمی، غیر رسمی، نرم، سخت) و نقش آن بر استراتژی کسب و کار
- تحلیل ساختار نهادی (رسمی و غیررسمی شامل فرهنگ) کشورها و بازارهای بین المللی
- استراتژی کسب و کار متناسب با ساختار نهادهای رسمی و غیر رسمی/فرهنگ کشورها
- فرهنگ (تعریف، ابعاد، لایه ها، انواع، شکل گیری و غیره)
- تأثیر فرهنگ بر استراتژی و اقدامات کسب و کار
- تقسیم بندی کشورها براساس انواع فرهنگ ها (هافستد، دگلوب و غیره)
- الگوهای رفتاری شناخت بازارها و محیط بین فرهنگی
- استراتژی های کسب و کار در محیط های بین فرهنگی متفاوت
- مذاکره بین فرهنگی
- آداب کسب و کار در محیط های فرهنگی متفاوت
- ارتباطات بین فرهنگی (کلامی، غیر کلامی)
- اتحادهای استراتژیک در محیط های بین فرهنگی
- حاکمیت شرکتی در محیط های بین فرهنگی متفاوت
- مدیریت منابع انسانی در محیط های بین فرهنگی
- سبک های مدیریت/ رهبری و تفاوت های فرهنگی
- مدیریت دانش بین فرهنگ ها
- ساختار سازمان و فرهنگ
- مدیریت شوک فرهنگی
- مدیریت تغییر فرهنگی



ملاحظات اخلاقی و اجتماعی در محیط های بین فرهنگی متفاوت

فرهنگ کسب و کار در مناطق منتخب (آفریقا، آسیا، خاورمیانه، آسیا، اروپا و غیره)

تحلیل مطالعه های موردی متنوع و تئوری در عمل مرتبط با هر یک از سرفصل ها

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه چارچوب مباحث و جمع بندی توسط استاد، مطالعه موردی، پروژه کلاسی، ارائه مباحث منتخب توسط دانشجویان

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ... ۷۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ... ۳۰ درصد

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

فرارو، گری پی؛ برایودی، الزابت. کسب و کار جهانی: رویکرد بین فرهنگی. ترجمه کمال سخدری و همکاران (۱۴۰۰). تهران: انتشارات دانشگاه تهران

Browayes, M.J. and Price, R. (2011). *Understanding Cross – Cultural Management*, 2nd edition. Harlow: Pearson Education Limited

Cullen, J. B., & Parboteeah, K. P. (2009). *International business: Strategy and the multinational company*. Routledge.

Cavusgil, S. T., Knight, G., Riesenberger, J. R. (2004). *International Business Strategy, Management & the New Realities*. Pearson Australia.

Ferraro, G. P., & Briody, E. K. (2017). *The cultural dimension of global business*. Taylor & Francis.

Schneider, S.C. and Barsoux, J.L. (2003). *Managing across cultures*, second edition, Harlow, FT Prentice Hall.

Peng, M. W. (2013). *Global Strategy*. South-Western

Thomas, D.C. (2008) *Cross Cultural Management: Essential Concepts*, second edition, London, Sage.



عنوان درس به فارسی: فرصتهای کارآفرینی بین الملل			
عنوان درس به انگلیسی:	International Entrepreneurship Opportunities	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:		پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:		تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

با توسعه جهانی شدن، محیط رقابتی کسب و کارها از سطوح محلی و ملی به سطح جهانی گسترش یافته است. کشورهایی موفق می شوند بازارها را در سطح بین المللی در اختیار بگیرند که توانایی تولید کالاها و خدمات رقابتی را در این سطح دارند. فرصت های کارآفرینی بین الملل یکی از حوزه های مهم بین المللی سازی کسب و کار است که شرکت ها را قادر خواهد ساخت با تولید و عرضه کالاها و خدمات در سطح بین المللی، از فرصت ها بهره برد. با توجه به این که فعالیت های کارآفرینی بر محوریت نوآوری، خطرپذیری و ناطمینانی، فرصت و اطلاعات استوار است، نقش فرصت های کارآفرینی بین الملل در این زمینه اهمیت دارد .

اهداف ویژه:

هدف ویژه این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و فنون تشخیص فرصت های کسب و کار و کسب مهارت های تحلیل و تدوین گزارش شناخت فرصت های کسب و کار است.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

تحلیل نیاز بازارهای خارجی

رقابت سنجی

سیستم بهینه کاوی و الگوی یابی در بهره برداری از فرصت های کارآفرینی بین الملل ÷

فرآیند خلاقانه کشف و بهره برداری از فرصت های کارآفرینی بین الملل

خلق ارزش در تشخیص فرصت کارآفرینی بین الملل

فرآیند های تشخیص فرصت کارآفرینی بین الملل

تحلیل روند برای ردیابی فرصت های بین الملل

تشخیص فرصت کارآفرینی بین الملل و کسب و کارهای نوپا

شهود کارآفرینان بین المللی در شناسایی فرصت های بین الملل

زیرساخت های تشخیص فرصت های کارآفرینی بین الملل در کسب و کارهای جهانی زاد

تحقیق بازار در فرآیند فرصت های کارآفرینی بین الملل

تشخیص فرصت های کارآفرینی بین الملل در بازارهای نوظهور

نظریه قابلیت های پویا در تشخیص فرصت های کارآفرینی بین الملل

نظریه رفتار سیستمی در تشخیص فرصت های کارآفرینی بین الملل

چرخه عمر محصول/خدمت در بازار بین الملل

ماتریس جذابیت و کشش در تشخیص فرصت کارآفرینی بین الملل



داده کاوی در تشخیص فرصت کارآفرینی بین الملل
تدوین گزارش تشخیص فرصت کسب و کار بین المللی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آموزش های کاربردی، عملیاتی متناسب با مطالعات روز دنیا، مرور تجربیات سازمانه ای ایرانی و خارجی موفق، الگوییابی شرکتهای موفق

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۲۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۸۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدئوپرژکتور، اینترنت

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Arroteia, N. and Hafeez, K. (2019), "Assessing the Impact of Social Forces in International Opportunity Recognition: A Case Study of Brazilian Technology Firms", Haddoud, M.Y., Jones, P. and Onjewu, A.-K.E. (Ed.) *International Entrepreneurship in Emerging Markets: Nature, Drivers, Barriers and Determinants (Contemporary Issues in Entrepreneurship Research, Vol. 10)*, Emerald Publishing Limited, pp. 51-79.

Styles, C. and Seymour, R.G. (۲۰۰۶), "International Entrepreneurship", *International Marketing Review*, Vol. 23 No. 2, pp. 126-145.

Bhaumik, S. K., Driffield, N., & Pal, S. (2010). Does ownership structure of emerging-market firms affect their outward FDI? The case of the Indian automotive and pharmaceutical sectors. *Journal of International Business Studies*, 41(3), 437-450.

Borges, C., Bezerra, E. D., Silva, G., Andreassi, T., & Ferreira, V. D. R. (2018). Entrepreneurship policy in Brazil: Its focus and gaps. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 34(2), 183-203.

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

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

Bai, W., Johanson, M., & Martín, O. M. (2017). Knowledge and internationalization of returnee entrepreneurial firms. *International Business Review*, 26(4), 652-665.

Che Senik, Z., Scott-Ladd, B., Entekin, L., & Adham, A. K. (2011). Networking and internationalization of SMEs in emerging economies. *Journal of International Entrepreneurship*, 9, 259-281.

Chetty, S. (1996). The case study method for research in small-and medium-sized firms. *International Small Business Journal*, 15(1), 73-85.

Chittoor, R., Ray, S., & Sarkar, M. B. (2008). Strategic responses to institutional changes: "Indigenous growth" model of the Indian pharmaceutical industry. *Journal of International Management*, 14(3), 252-269.

Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Ratten, V. (2017). Entrepreneurship, innovation and competitiveness: What is the connection? *International Journal of Business and Globalisation*, 18(1), 73-95.



عنوان درس به فارسی: تحلیل اکوسیستم های کارآفرینی بین الملل		
عنوان درس به انگلیسی: Analysis of International Entrepreneurial Ecosystems	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:
هدف کلی:

درک مفهوم کارآفرینی در عرصه بین المللی و فاکتورهای موثر بر آن

اهداف ویژه:

ایجاد قابلیت ترسیم اکوسیستم کارآفرینی برای سطوح ملی و بین المللی
 ایجاد قابلیت در شناسایی فرصت های کارآفرینی در سطح بین المللی

ب) مباحث یا سرفصل ها:

آشنایی با مفهوم اکوسیستم و کارآفرینی در عرصه بین المللی
 تشخیص فرصت کارآفرینی در عرصه بین المللی
 بنگاه های نوظهور بین المللی
 شبکه سازی در کارآفرینی بین المللی
 چالش های کارآفرینی بین الملل
 ارکان اکوسیستم کارآفرینی بین المللی
 بازارهای در دسترس
 سرمایه انسانی بین المللی در دسترس
 سیستم های حمایتی در عرصه بین الملل
 سرمایه گذاری و تامین مالی بین المللی
 چارچوب قانون گذاری و دولتی بین الملل
 سیستم های آموزشی و تربیتی بین المللی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آموزش مبتنی بر طرح مساله، آموزش بر اساس رویکرد انتقادی، روش سخنرانی، بحث گروهی، روش تلفیقی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

کامپیوتر، لپ تاپ، تبلت یا گوشی هوشمند، اینترنت پرسرعت، میکروفون، وبکم و یا دوربین، قلم نوری یا ابزار نوشتن، تخته وایت برد و سایر ملزومات

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Craig, T., & Campbell, D. (2012). Organizations and the business environment. Routledge.

Fernhaber, S. A., Gilbert, B. A., & McDougall, P. P. (2014). International entrepreneurship and geographic location: an empirical examination of new venture internationalization. In *Location of International Business Activities*. Palgrave Macmillan, London.

McDowell, D. (2008). Strategic intelligence: a handbook for practitioners, managers, and users. Scarecrow Press



عنوان درس به فارسی:		مطالعات موردی در کارآفرینی بین الملل	
عنوان درس به انگلیسی:		Case studies in international entrepreneurship	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>			
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>			
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ...
هدف کلی:

هدف این درس ایجاد درک عمیق از مورد کاوی در پژوهش های کارآفرینی بین المللی است.

آشنایی با انواع مورد کاوی ها در زمینه کارآفرینی بین المللی.

اهداف ویژه:

هدف درس توصیف دانش، دیدگاه ها و مهارتهایی است که دانشجویان می بایست در انجام مطالعات موردی کارآفرینی بین المللی از خود نشان بدهند.

انتخاب سوالات مناسب پژوهشی، تئوری های و روش هایی که به توسعه عمیق پژوهش های نوین در این حوزه منجر خواهند شد.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

آشنایی با یادگیری بر اساس مطالعه موردی.

بررسی مطالعات موردی استراتژی های ورود به بازار بین الملل.

مورد کاوی های تصمیم گیری کارآفرینان بین المللی در شرایط عدم اطمینان.

بررسی های موردی ایجاد کسب و کارهای جهانزاد.

بررسی های موردی ایجاد کسب و کارهای مخاطره پذیر بین المللی.

مطالعات موردی مبتنی بر شبکه های جهانی و کارآفرینی بین المللی.

بررسی مطالعات موردی جغرافیایی در کارآفرینی بین المللی.

بررسی مطالعات موردی در صنایع تولیدی و خدماتی در کارآفرینی بین المللی.

بررسی مطالعات موردی جمعیت شناختی و قوم شناختی در کارآفرینی بین المللی.

بررسی مطالعات موردی در ارزیابی ریسک بین المللی و ارزش گذاری کسب و کارهای کارآفرینانه بین المللی.

مورد کاوی کسب و کارهای خانوادگی بین المللی.

مورد کاوی های استراتژی رشد، بهره برداری و خروج در کارآفرینی بین المللی.

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: مطالعه فردی و یا گروهی بطور گسترده و همچنین شبیه سازی مطالعات موردی. مباحث طی جلسات توسط مدرس توضیح و مورد بحث و بسط داده می شوند. طی ترم دانشجویان ارائه های مرتبط خواهند داشت.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۶۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ندارد.

ج) فهرست منابع پیشنهادی:

Kuemmerle, W. (2005). Case Studies in International Entrepreneurship: Managing and Financing Ventures in the Global Economy. United Kingdom: McGraw-Hill/Irwin.



Welsh, D. (2018). Case Studies in Global Entrepreneurship. United States: Kendall Hunt Publishing Company.

Dimitratos, P., Buck, T., Fletcher, M., & Li, N. (2016). The motivation of international entrepreneurship: The case of Chinese transnational entrepreneurs. *International business review*, 25(5), 1103-1113.

Zahra, S. A. (2021). International entrepreneurship in the post Covid world. *Journal of World Business*, 56(1), 101143.

Schwens, C., Zapkau, F. B., Bierwerth, M., Isidor, R., Knight, G., & Kabst, R. (2018). International entrepreneurship: A meta-analysis on the internationalization and performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(5), 734-768.



عنوان درس به فارسی: اتحادهای استراتژیک بین المللی		عنوان درس به انگلیسی: International Strategic Alliances
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز:
	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	دروس هم نیاز:
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

اتحادهای استراتژیک بین المللی در دو دهه گذشته، به تدریج، یکی از گونه های متداول سازماندهی فعالیت های تجاری شده اند و حجم قابل توجهی از مقالات دانشگاهی و گزارشات مدیریتی را به خود اختصاص داده اند. در فضای کسب و کار امروز که عدم قطعیت در آن به یک اصل پذیرفته شده تبدیل شده، سازمان ها از طریق تشکیل اتحادهای استراتژیک و ارتباط با شرکای اتحاد به قابلیت های استراتژیک و منابع مکمل دست پیدا می کنند.

اهداف ویژه:

هدف ویژه این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم، ابعاد و ساختار اتحادهای استراتژیک بین المللی است.

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

- تعریف اتحادهای استراتژیک بین المللی
- ابعاد اتحادهای استراتژیک بین المللی
- انواع اتحادهای استراتژیک بین المللی
- مفهوم الحاق مشترک
- مفهوم خوشه سازی کسب و کارها
- مفهوم شبکه سازی
- دیدگاه های تعامل
- اتحاد استراتژیک متقارن و نامتقارن در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- شبکه سازی و زنجیره ارزش جهانی
- الگوهای کلان ساختاری در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- رابطه ساختار - عملکرد در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- نظریه هزینه مبادلات در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- الگوی ساختاری قراردادمحور در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- الگوی ساختاری اعتمادمحور در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- کاهش عدم قطعیت در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- الگوی رفتاری در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- الگوهای سرمایه محور یا شبکه های غیررسمی در اتحادهای استراتژیک بین المللی
- استراتژی های باز در در اتحادهای استراتژیک بین المللی



ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آموزش های کاربردی، عملیاتی متناسب با مطالعات روز دنیا، مرور تجربیات سازمانه ای ایرانی و خارجی موفق در زمینه نوسازی استراتژیک، الگویی شرکتهای موفق

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۲۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۸۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور، اینترنت

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Abdi, M., & Aulakh, P. S. (2017). Locus of uncertainty and the relationship between contractual and relational governance in cross-border interfirm relationships. *Journal of Management*, 43(3), 771-8۰۳.

Albers, S. (2010). Configurations of alliance governance systems. *Schmalenbach Business Review*, ۶۲(۳), ۲۰۴-۲۳۳.

Arranz, N., & De Arroyabe, J. F. (2019). Effect of formal contracts, relational norms and trust on performance of joint research and development projects. *British Journal of Management*, 23(4), 575-5۸۸.

Bastl, M., Johnson, M., Lightfoot, H., & Evans, S. (2012). Buyer-supplier relationships in a servitized environment: An examination with Cannon and Perreault's framework. *International Journal of Operations & Production Management*, 32(6), 650-675.

Blomqvist, K., Hurmelinna, P., & Seppänen, R. (2015). Playing the collaboration game right—balancing trust and contracting. *Technovation*, 25(5), 497-50۴.

Cai, S., & Yang, Z. (2008). Development of cooperative norms in the buyer-supplier relationship: the Chinese experience. *Journal of Supply Chain Management*, 44(1), 55-7۰.

Caniëls, M. C., Gelderman, C. J., & Vermeulen, N. P. (2018). The interplay of governance mechanisms in complex procurement projects. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 18(2), 113-1۲۱.

Cao, L., Mohan, K., Ramesh, B., & Sarkar, S. (2018). Evolution of governance: achieving ambidexterity in IT outsourcing. *Journal of Management Information Systems*, 30(3), 115-1۴۰.

Castañer, X., Mulotte, L., Garrette, B., & Dussauge, P. (2014). Governance mode vs. governance fit: Performance implications of make-or-ally choices for product innovation in the worldwide aircraft industry 1942-2۰۰۰. *Journal of Business Strategy*, ۳۵(۹), ۱۳۸۶-۱۳۹۷.

Christoffersen, J. (2013). A review of antecedents of international strategic alliance performance: synthesized evidence and new directions for core constructs. *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 66-85.

De Man, A. P., & Roijackers, N. (2019). Alliance governance: balancing control and trust in dealing with risk. *Long Range Planning*, 42(1), 75-95.

Duan, M. (2012). The role of formal contracts with weak legal enforcement: A study in the Chinese context. *Strategic Organization*, 10(2), 158-186



عنوان درس به فارسی: کسب و کار دیجیتال		عنوان درس به انگلیسی: Digital Business	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲		تعداد ساعت:
تعداد ساعت:	۳۲		رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ..

هدف کلی:

فناوری و نوآوری دیجیتال چگونه مدل های کسب و کار و ساختار صنعت را تغییر میدهند. درک مفهوم کسب و کار دیجیتال و تجارت الکترونیک و تفاوت آنها.

اهداف ویژه:

آشنایی با مفاهیم نوظهور و تکنولوژی های مرتبط به کسب و کار دیجیتال همانند: کلان داده، AI، بازاریابی دیجیتال، تحول دیجیتال. بدست آوردن دانش برای سنجش و تجزیه و تحلیل کسب و کار دیجیتال. درک نکات امنیتی و اخلاقی و حریم خصوصی در فضای دیجیتال. درک چالش های سازمان برای انطباق با تغییرات فناوری جدید.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- مقدمه ای بر کسب و کار دیجیتال
- تجارت الکترونیک
- IS و IT در سازمان ها
- سیستم اطلاعات سازمانی و سیستم اطلاعاتی مدیریت
- زیر ساخت های تجارت الکترونیک
- سیستم های اطلاعاتی در تجارت الکترونیک
- تحلیل داده و داده های کلان
- اقتصاد جدید
- اقتصاد مشارکتی
- تجارت اجتماعی (مسئولیت اجتماعی)
- مدل های کسب و کار و استراتژی دیجیتال
- پلت فرم های چند وجهی دیجیتال
- کارآفرینی در کسب و کار دیجیتال
- بازاریابی، تبلیغات و پیشبردها در کسب و کار دیجیتال
- تجربه مشتری در فضای کسب و کار دیجیتال
- تکنولوژی های نوظهور و تحول دیجیتال
- رهبری دیجیتال
- مسائل اخلاقی، اجتماعی و سیاسی در کسب و کار دیجیتال

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی با استفاده از روش های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه های فردی و گروهی و مطالعه موردی.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال / ۷۰ درصد / آزمون پایان نیم سال / ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:



- Vaz, N. (۲۰۲۱). Digital business transformation how established companies sustain competitive advantage from now to next. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- Dave Chaffey, Digital Business and E-Commerce Management, Sixth Edition, ISBN-۱۰: ۰۲۷۳۷۸۶۵۴۷, ISBN-۱۳: ۹۷۸۰۲۷۳۷۸۶۵۴۲, ©۲۰۱۵, Pearson, Paper, ۷۱۲pp.
- Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation, Westerman, George et al., ۲۰۱۴.
- What's Your Digital Business Model? Six Questions to Help You Build the Next-Generation Enterprise by Peter Weill and Stephanie Woerner.(۲۰۱۸)
- The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age (Columbia Business School Publishing) Hardcover by David Rogers.(۲۰۱۶)



بازاریابی دیجیتال		عنوان درس به فارسی.
نوع درس و واحد	Digital Marketing	عنوان درس به انگلیسی:
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

بررسی عمیق و جامع اصول و روش ها و ابزارهای بازاریابی دیجیتال و جنبه های کاربردی آن در کسب و کار.

اهداف ویژه:

آشنایی با مفاهیم بازاریابی دیجیتال.

آشنایی با استراتژی ها و ابزارهای بازاریابی دیجیتال

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مفاهیم پایه دیجیتال مارکتینگ

تحلیل بازار مکان آنلاین در محیط خرد

محیط کلان دیجیتال

رسانه های دیجیتال و امیخته بازاریابی

ازاریابی ارتباطی با استفاده از پلتفرم های دیجیتال

به کارگیری دیجیتال مارکتینگ

انتقال تجربه دیجیتال به مصرف کننده

طراحی کمپین های بازاریابی رسانه دیجیتال

ارزیابی و بهبود بخشیدن به کانال های بازاریابی دیجیتال

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی با استفاده از روش های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه های فردی و گروهی و مطالعه موردی.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۷۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Chaffey, Dave, and Fiona Ellis-Chadwick. Digital Marketing. Pearson, 2020.

Gildner, Gil, and Anya Gildner. Becoming a Digital Marketer: Gaining the Hard & Soft Skills for a Tech-Driven Marketing Career. Baltika Press, 2019.

Kingsnorth, Simon. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page



عنوان درس به فارسی: تحلیل کسب و کار دیجیتال	
نوع درس و واحد نظری ۲	Digital Business Analysis
<input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <input type="checkbox"/> پایان نامه رساله /	
	تعداد واحد: ۲
	تعداد ساعت:

هدف کلی:

- تحلیل کسب و کارهای دیجیتال

اهداف ویژه:

۱. شناخت مفاهیم و مدل های کسب و کار دیجیتال
۲. آشنایی با عوامل موثر در تحلیل کسب و کار دیجیتال
۳. آشنایی با فرآیند تحلیل کسب و کارهای دیجیتال
۴. آشنایی با تکنیک ها و نگرش های تحلیل کسب و کارهای دیجیتال

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

۱. مقدمه ای بر تحلیل کسب و کار و کسب و کار دیجیتال (مفاهیم اساسی و چارچوب تحلیل کسب و کار دیجیتال و فرآیند تحلیل کسب و کار)
۲. نقش هوشمندی کسب و کار و هوش مصنوعی در تحلیل کسب و کارهای دیجیتال.
۳. تحلیل محیط خارجی (تحلیل عوامل اقتصادی سیاسی فناوری و اجتماعی)
۴. تحلیل نیروهای رقابتی پورتر و تحلیل صنعت در کسب و کارهای دیجیتال
۵. تحلیل محیط داخلی در کسب و کار دیجیتال (تحلیل راهبردهای کسب و کار دیجیتال، تحلیل مدل های کسب و کار دیجیتال، قابلیت های دیجیتال، ذینفعان، تحلیل فرهنگ و ساختارهای سازمانی در کسب و کار دیجیتال)
۶. راهبری و نظاره تحلیل کسب و کار
۷. برنامه تحلیل کسب و کار (اهداف، نیازها، مقیاس، فعالیت ها و ارزیابی)
۸. طرح تعامل ذینفعان (شناسایی، تحلیل و مدیریت ذینفعان)
۹. تحلیل حوزه فعالیت و کارکرد کسب و کار دیجیتال (تحلیل مدیریت فرآیند کسب و کار، فرایند خلق ارزش، تحلیل فرایند مدل کسب و کار)
۱۰. معیارها و سنجه های تحلیل کسب و کار (شاخص عملکردی کلیدی)
۱۱. داده ها و سیستم های اطلاعاتی در تحلیل کسب و کار
۱۲. تحلیل مساله (مساله یابی، جمع آوری داده، شناسایی عوامل)
۱۳. تحلیل ریسک (تعریف و فرایند تحلیل ریسک)
۱۴. راهبردهای تغییر
۱۵. حل مساله و ارزیابی (نگرش های انطباقی در مقابل پیش بین، نگرش چابک در حل مساله)

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

- استفاده از مطالعه موردی
- تعریف تکالیف جهت تمرین عملی



• ارایه یک مقاله کلاسی توسط دانشجویان

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال ۷۰ درصد

آزمون پایان نیم سال ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ----

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

جیمز کادل ، تکنیک های تحلیل کسب و کار ، ترجمه اکبری مرتضی ۱۳۹۷ انتشارات دانشگاه تهران

- Milani, Fredrik (2019), Digital Business Analysis, Springer
- Evans James (2019) Business Analytics, Pearson; 3rd edition



عنوان درس به فارسی: برندسازی کسب و کار دیجیتال		عنوان درس به انگلیسی: Digital business branding	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>			دروس پیش‌نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>			دروس هم‌نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟؛ سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

معرفی برندینگ
 ماموریت و ارزش های اصلی سازمان چیست؟
 استراتژی برندینگ چیست؟
 مولفه های یک استراتژی جامع برندینگ چیست؟
 استراتژی های برندینگ دیجیتال چیست؟

اهداف ویژه:

درک ایده واقعی برندسازی و اینکه چرا مردم برندها را خریداری می کنند
 بررسی شخصیت برند
 آشنایی با مشتری هدف
 بررسی روابط مشتریان از طریق خلق ارزش
 بررسی تلاش های بازاریابی از طریق داستان سرایی مؤثر که برای پلتفرم های مدرن
 بررسی بخش بندی، مشتری هدف و جایگاه یابی برند.

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

برندینگ دیجیتال محصول
 برندینگ دیجیتال فردی
 برندینگ دیجیتال شرکت
 هم آفرینی برند دیجیتال
 بازاریابی محتوای دیجیتال
 برندینگ رسانه اجتماعی
 داستان سرایی برند
 خلق ارزش دیجیتال
 مدیریت برند دیجیتال
 هویت برند دیجیتال
 شخصیت برند دیجیتال
 ارزش برند



ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی با استفاده از روش های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه های فردی و گروهی و مطالعه موردی.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Alexander, N., (2009). Brand authentication: creating and maintaining brand auras. *European Journal of Marketing*, vol. 43, issue 3/4, p. 551-5۶۲

Chiu, H.-C., Hsieh, Y.-C., Kuo, Y.-C., (2012). How to align your brand stories with your products. *Journal of Retailing*, vol. 88, issue 2, p. 262-2۷۵.

Grayson, K., Martinec, R., (2004). Consumer perceptions of iconicity and indexicality and their influence on assessments of authentic market offerings, *Journal of Consumer Research*, vol. 31, issue 2, p. 296-312.



عنوان درس به فارسی:		بین‌المللی سازی کسب و کار دیجیتال	
عنوان درس به انگلیسی:		INTERNATIONALIZATION of Digital BUSINESS	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ..
هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مبانی و مفاهیم و توسعه توانمندی های بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال

اهداف ویژه:

کسب قابلیت و توانمندی در فهم و تحلیل اقدامات بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال در سطح ملی بین‌المللی
 توانایی سازماندهی فعالیت‌های بازاریابی بین‌الملل و تهیه گزارشات بین‌المللی سازی شرکت‌ها با رویکرد دیجیتالی سازی

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال: تعاریف و ضرورت
 مدل‌های بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال
 عوامل سازمانی موثر بر بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال
 عوامل وابسته به صنعت در بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال
 عوامل نهادی بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال
 جنبه‌های قانونی کسب و کارهای بین‌المللی دیجیتال
 حقوق مالکیت معنوی و بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال
 قوانین تجارت بین‌الملل در کسب و کارهای دیجیتال
 روشهای ورود به بازارهای خارجی در کسب و کارهای دیجیتال
 مدیریت زنجیره تامین، تولید و توزیع کسب و کارهای دیجیتال
 بازاریابی بین‌المللی کسب و کارهای دیجیتال
 اتحادهای استراتژیک بین‌المللی کسب و کارهای دیجیتال
 مباحث اخلاقی و اجتماعی بین‌المللی سازی کسب و کارهای دیجیتال

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: روش ترکیبی مبتنی بر سخنرانی؛ برگزاری جلسات میدانی و نقش
 آفرینی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۷۰ درصد
 آزمون پایان نیم‌سال: ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

دسترسی به منابع و بانک‌های اطلاعاتی اینترنتی؛ دسترسی به ابزارهای فعالیت و تحلیل بازارهای بین‌المللی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:



جانسون، هانس؛ (۱۳۹۸)؛ استراتژی کسب و کار بین‌الملل در کشور بازارهای نوظهور رویکرد شبکه نهادی؛ ترجمه رضوانی، مهران و صفی پور رشوانلو، مجتبی؛ انتشارات دانشگاه تهران؛ چاپ سوم
رضوانی، مهران و موسوی نژاد، سید مهدی؛ (۱۳۹۷)؛ کارآفرینی بین‌المللی؛ انتشارات دانشگاه تهران؛ چاپ چهارم.
اسمیت پی.آر؛ چفی، دیو (۱۳۹۶)؛ سرآمدی در بازاریابی الکترونیک: طراحی و بهینه‌سازی دیجیتال در بازاریابی؛ ترجمه رضوانی، مهران، صفی پور رشوانلو، مجتبی و گودرزی، کبری؛ انتشارات دانشگاه تهران؛ چاپ اول

Hisrich, Robert D. (2015), *International Entrepreneurship Starting, Developing, and Managing a Global Venture*, SAGE publishing.

Wit, Hans de; Gacel-Ávila, Jocelyne; Jones, Elspeth & Jooste, Nico, (20۱۷), □□□

Globalization of Internationalization; Emerging Voices and Perspective, Routledge publishing.

Cassetta, E., Monarca, U., Dileo, I., Di Berardino, C., & Pini, M. (2020). The relationship between digital technologies and internationalization. Evidence from Italian SMEs. *Industry and Innovation*, 27(4), 311-3۳۹.

Costa, E., Soares, A. L., & de Sousa, J. P. (2020). Industrial business associations improving the internationalization of SMEs with digital platforms: A design science research approach. *International Journal of Information Management*, 53, 102070.

Hazarbassanova, D. B. (2016). The value creation logic and the internationalization of internet firms. *Review of International Business and Strategy*.



عنوان درس به فارسی: حقوق کسب و کار دیجیتال		عنوان درس به انگلیسی: Digital business law	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/>	پایه <input type="checkbox"/>		
عملی <input type="checkbox"/>	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>		
نظری-عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با مسائلی حقوقی که یک کسب و کار دیجیتال ممکن است با آن طول فرایندهای کسب و کار برخورد کند.

اهداف ویژه:

ایجاد هماهنگی بین حقوق فناوری اطلاعات و حقوق کسب و کار
ارزیابی حقوق اعمال شده بر تراکنش های کسب و کار دیجیتال
اعمال قوانین برای حل اختلافات در دنیای دیجیتال

ب) مباحث یا سرفصل ها:

آشنایی مختصر با کسب و کار دیجیتال
اعتبار رسمی معاملات دیجیتال
قوانین حقوقی در کسب کارهای C2C, B2C, B2B
انعقاد قرار دادهای دیجیتال
سیستم پرداخت و تراکنش آنلاین
قوانین مالیاتی دیجیتال
قوانین حاضر حریم خصوصی دیجیتال در ایران
امنیت و اهراز هویت در فضای مجازی
امضای دیجیتال
تنظیم محتوای دیجیتال و قوانین کپی رایت
جرایم فضای مجازی
حقوق و تاثیرات تبلیغات آنلاین
گواهینامه ها و مجوزها برای کسب و کار های دیجیتال
انبارداری برای کسب و کارهای دیجیتال
طراحی الگوهای ارائه خدمات دیجیتال
قوانین کیفری دیجیتال
رابطه رئیس و مرئوس در فضای مجازی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: سخنرانی، سمینار، بازدید، دعوت مهمان، پروژه های فردی و گروهی،

مورد کاوی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال: ۵۰ درصد آزمون پایان نیم سال: ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:



- *Information Technology Law: The Law and Society* (OUP, 2010) Edwards & Waelde
- *Law and the Internet* 3rd ed (Hart, 2009)
- *Cross-Border Internet Dispute Resolution* (CUP, 2009)
- *Key Concepts in E-commerce* (MacMillan, 2007)
- *Producers and Consumers in EU E-commerce Law* (Hart, 2005)
- *Law of Electronic Commercial Transactions: Contemporary Issues in the EU, US and China* (Routledge, 2010)



عنوان درس به فارسی: کلان داده ها و کارآفرینی		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurship and Big Data	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>		
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
			تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: .

هدف کلی:

تجزیه و تحلیل داده های کلان با توجه به سرریز اطلاعات در جامعه امروز

اهداف ویژه

ردیابی روندهای کسب و کارهای فردی یا سازمانی و کارآفرینی دیجیتال بر اساس کلان داده ها
مطالعه و تبدیل انواع داده ها به منابع ارزشمند اطلاعات و در نهایت فرصت های کسب و کارهای کارآفرینانه
آشنایی با موضوعات اجتماعی مربوط به علم داده از جمله مسائل حقوقی، اجتماعی، اخلاقی، بازرگانی و کارآفرینی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مقدمه ای بر علم داده (آشنایی با داده و منابع آن)

نقش و اهمیت داده ها در یک کسب و کار

شناسایی تکنیک های اصلی جهت افزودن ارزش به داده ها

نحوه طبقه بندی داده ها با توجه به قابلیت اطمینان، پایداری و محتوا

آگاهی از انواع داده ها و منابع کلیدی

چگونگی گردآوری داده ها

تحلیل داده ها

تأثیر کیفیت داده ها بر پایداری کسب و کار

ویژگی های داده های با کیفیت

منشأ داده های بی کیفیت و تأثیر آن بر کسب و کار

داده کاوی

اهمیت آماده سازی داده ها

تشخیص انواع مختلف داده (داخلی و خارجی) جهت پشتیبانی از فرایندهای تحلیلی (پروفایل سازی داده)

شناسایی نقش داده کاوی و چگونگی استفاده از آن جهت ایجاد بینش

درک تجسم داده ها

ارزیابی نقش تقسیم بندی و مدل سازی پیش بینی هنگام ایجاد بینش در مورد داده ها

درک دامنه تکنیک های آماری جهت مدیریت بهتر داده ها

آشنایی با سه اصل اساسی امنیت داده ها و اطلاعات (رازداری، صداقت و در دسترس بودن)



ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی با استفاده از روش های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه های فردی و گروهی و مطالعه موردی.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال: ۷۰ درصد
آزمون پایان نیم‌سال: ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Hurwitz, J., Kaufman, M., Bowles, A., Nugent, A., Kobiellus, J. G., & Kowolenko, M. D. (2015). *Cognitive computing and big data analytics*. Indianapolis: Wiley.

Mahmood, Z. (Ed.). (2016). *Data science and big data computing: frameworks and methodologies*. Springer.

Science, C., Board, T., & National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. (2018). *Data Science for Undergraduates: Opportunities and Options*.

Sedkaoui, S. (Ed.). (2018). *Big data analytics for entrepreneurial success*. IGI Global.

Shah, C. (2020). *A Hands-On Introduction to Data Science*. Cambridge University Press.

<https://www.educatedred.org/course/ba-data-science-eindhoven-university-of-technology>



عنوان درس به فارسی:		کارآفرینی در رسانه های اجتماعی	
عنوان درس به انگلیسی:		Entrepreneurship In social media	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	نوع درس و واحد
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ..

هدف کلی:

آشنایی با انواع رسانه های اجتماعی و تأثیر گذاری هر کدام در کشور های مختلف بر روی کسب و کارهای کارآفرینانه

اهداف ویژه

آشنایی با انواع استراتژی ها در رسانه های اجتماعی

دستیابی، سازماندهی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد انواع پیام ها به اشکال متنوع

نحوه صحیح اشتراک گذاری اطلاعات

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

محیط رسانه های اجتماعی (زیرساخت رسانه های اجتماعی - مناطق رسانه های اجتماعی - کسب درآمد و

رسانه های اجتماعی - بازاریابی رسانه های اجتماعی - مشاغل در رسانه های اجتماعی

مصرف کنندگان اجتماعی (تقسیم بندی و هدف گذاری برای بازاریابی رسانه های اجتماعی - هویت اجتماعی - انگیزه ها و نگرش های

تأثیر گذار بر فعالیت های رسانه های اجتماعی - بخش های رسانه های اجتماعی)

ساختار شبکه و تأثیرات گروه در رسانه های اجتماعی (جامعه ساختار - ویژگی های جوامع آنلاین - ظهور تأثیر گذاران (سلبریتی ها)

استراتژی و برنامه ریزی بازاریابی رسانه های اجتماعی (برنامه ریزی استراتژیک و بازاریابی رسانه های اجتماعی - کمپین های رسانه های

اجتماعی: فرایند برنامه ریزی استراتژیک - مدیریت بازاریابی رسانه های اجتماعی در سازمان)

برنامه ریزی و اجرای تاکتیکی

سرگرمی در رسانه های اجتماعی

تجزیه و تحلیل رسانه های اجتماعی

تجزیه و تحلیل رسانه ای اجتماعی (نقش رسانه های اجتماعی در تحقیقات - گوش دادن به رسانه های اجتماعی: فرایند تحقیق - احتیاط!

خطاها و سوگیری های پژوهشی - هوش اجتماعی - تحقیقات اولیه در زمینه رسانه های اجتماعی)

استفاده از رسانه های اجتماعی در تحقیقات بازار

بازاریابی اینترنت

جنبه های اقتصادی در رسانه های اجتماعی

Web.02

تفاوت شبکه های اجتماعی در مقابل رسانه های اجتماعی

تبلیغات در انواع رسانه های اجتماعی (فیسبوک، اینستاگرام، یوتیوب، لینکدین و ...)



ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی با استفاده از روش های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه های فردی و گروهی و مطالعه موردی.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Dave Chaffey, Digital Marketing, Sixth Edition, ISBN-1۰: ۰۲۷۳۷۸۶۵۴۷, ۱۳-۹۷۸۰۲۷۳۷۸۶۵۴۲,

©2015, Pearson

Aleksej Heinze, Gordon Fletcher, Tahir Rashid, Ana Cruz, Digital and Social Media Marketing A Results-Driven Approach, 20۲۰, □□□□□□□□

Schjoedt, Leon, Understanding Social Media and Entrepreneurship (Exploring Diversity in Entrepreneurship), 2020, Springer

عنوان درس به فارسی: تحلیل اقتصادی کسب و کارهای دیجیتال		عنوان درس به انگلیسی: Economic analysis of Digital Businesses	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

توسعه قابلیت در زمینه تشخیص اثرات اقتصادی و اجتماعی کسب و کارهای دیجیتال

اهداف ویژه:

فهم روندهایی که موجب شکل گیری و توسعه کسب و کارهای دیجیتال ایجاد قابلیت تحلیل و پیش بینی روندهای آتی کسب و کارهای دیجیتال

پ) مباحث یا سرفصل ها:

کسب و کارهای دیجیتال و تاثیر بر قیمت ها
تحلیل اقتصادی از اقتصاد دیجیتال: چارچوب های تحلیلی اقتصاد پلتفرم ها
ارزش گذاری کسب و کارهای دیجیتال
ارزیابی اقتصادی ادغامها و اکتسابها در کسب و کارهای الکترونیکی
مدلهای ارزیابی کسب و کارهای دیجیتال
شیوه های تامین مالی کسب و کارهای دیجیتال
تحلیل اقتصاد شبکه ای از منظر اقتصادی
ارزیابی اقتصادی مدل های کسب و کار الکترونیک
کسب و کارهای دیجیتال و مالیات
کسب و کارهای دیجیتال و قوانین رقابتی- تاثیر بر روندهای انحصاری
اقتصاد پلتفرم ها، اقتصاد گیگ، اقتصاد چرخشی و اقتصاد اشتراکی
پلتفرم های دیجیتال و رقابت پذیری

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

آموزش مبتنی بر طرح مساله، آموزش بر اساس رویکرد انتقادی، روش سخنرانی، بحث گروهی، روش تلفیقی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

کامپیوتر، لپ تاپ، تبلت یا گوشی هوشمند، اینترنت پر سرعت، میکروفون، وبکم و یا دوربین، قلم نوری یا ابزار نوشتن، تخته وایت برد و سایر ملزومات مربوطه

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Baron, D. P. (2002). Private ordering on the Internet: The eBay community of traders. *Business and Politics*, 4(3), 245-274.



- Baye, M. R., & Morgan, J. (2001). Information gatekeepers on the internet and the competitiveness of homogeneous product markets. *American Economic Review*, 91(3), 454-474.
- Bessen, J. (2006). Open source software: Free provision of complex public goods. In *The economics of open source software development* (pp. 57-81). Elsevier.



عنوان درس به فارسی: توسعه نوآوری			
عنوان درس به انگلیسی: Innovation Development		نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:		<input type="checkbox"/> پایه	<input checked="" type="checkbox"/> نظری
دروس هم نیاز:		<input checked="" type="checkbox"/> تخصصی	<input type="checkbox"/> عملی
تعداد واحد:		۲	<input type="checkbox"/> نظری-عملی
تعداد ساعت:		۳۲	<input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

الف) هدف کلی:

آشنایی با مبانی، اصول، نظریه ها، مدل ها و تجارب توسعه نوآوری

ب) اهداف ویژه:

آشنایی با مبانی، نظریه ها و مدل های توسعه نوآوری

آشنایی با مبانی زمینه ای و اسلامی توسعه نوآوری

آشنایی با تجارب موفق کشورهای منتخب در توسعه نوآوری و کاربرد آن متناسب با شرایط زمینه ای ایران

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مبانی و اصول نوآوری و توسعه نوآوری

سنخ شناسی نوآوری

نظریه های توسعه نوآوری و فناوری

اکوسیستم توسعه نوآوری و فناوری

توسعه نوآوری و فناوری از دیدگاه اسلام

مدل های توسعه نوآوری و فناوری و سیاست گذاری توسعه نوآوری و فناوری

تجارب موفق توسعه نوآوری و فناوری و توسعه کارآفرینی در ایران و کشورهای منتخب

ارزیابی و بومی سازی توسعه نوآوری و فناوری متناسب با مبانی زمینه ای ایران

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی با استفاده از شیوه های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه های فردی و گروهی و مطالعه موردی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

فکور، بهمن. حجت الله حاجی حسینی، محمدتقی انصاری. (۱۳۹۶). سیاست های نوآوری طرف تقاضا (ماهیت، ابزارها، منطق سیاستی، چالش ها و روند

به کارگیری آنها)، مجله توسعه تکنولوژی صنعتی، ۳۲، ۲۹-۳۸.

Denicolò, V., & Polo, M. (2018). The innovation theory of harm: an appraisal. Available at SSRN 3146731.

Edler, J., & Fagerberg, J. (2017). Innovation policy: what, why, and how. Oxford Review of Economic Policy, 33(1), 2-23.

Lundvall, B. A., & Borrás, S. (2005). Science, technology and innovation policy. The Oxford handbook of innovation, 599-631.



سیاست‌های توسعه صنعتی		عنوان درس به فارسی:
Industrial Development Policies		عنوان درس به انگلیسی:
نوع درس و واحد		دروس پیش نیاز:
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		دروس هم‌نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		تعداد واحد:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد ساعت:
رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>	۳۲	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با انواع سیاست‌های توسعه صنعتی در ابعاد نظری/کاربردی

اهداف ویژه:

کسب توانایی تحلیل و ارائه راه‌حل برای موانع توسعه صنعتی کشور
آشنایی با سیاست‌های توسعه صنعتی در صدر اسلام و کاربرد آن در ایران

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

مبانی و اصول سیاست‌های رشد و توسعه کشورها
سیاست‌های توسعه صنعتی در اسلام
تسهیل تبادلات تجاری و نشر دانش و فناوری و ایجاد و بهره‌برداری از سرریز دانش
مبانی زمینه‌ای و سیاست‌گذاری صنعتی با محوریت ایران
انواع سیاست‌های صنعتی و توسعه SMEs و توسعه کارآفرینی
رویکرد مکاتب مختلف سیاست‌های صنعتی و توسعه کارآفرینی
سیاست‌های تأمین مالی، سیاست‌های مشوق سرمایه‌گذاری و رشد و توسعه خوشه‌ها و سیاست‌های متمرکز بر بازار نیروی کار
آشنایی با موانع توسعه صنعتی با محوریت ایران
ارتقای یادگیری و پذیرش فناوری و نوآوری و ارزیابی سیاست‌های صنعتی با در نظر گرفتن مبانی زمینه‌ای ایران

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم‌گیری و بهره‌گیری از نرم افزارهای رایانه‌ای

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: نرم افزارهای دارای قابلیت شبیه‌سازی مداخلات سیاستی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Rodrik, D. (2006). Industrial development: stylized facts and policies. *Harvard University, Massachusetts. Mimeo.*
- Cimoli, M., Dosi, G., Nelson, R. R., & Stiglitz, J. (2006). Institutions and policies shaping industrial development: an introductory note (No. 2006/02). Lem Working paper series.
- Cimoli, M., Dosi, G., & Stiglitz, J. E. (2009). The political economy of capabilities accumulation: The past and future of policies for industrial development. Mario Cimoli, Giovanni Dosi and Joseph E. Stiglitz.
- Lauridsen, L. S. (2008). State, institutions and industrial development: industrial deepening and upgrading policies in Taiwan and Thailand compared. Shaker Verlag.



عنوان درس به فارسی:		توسعه کارآفرینی منطقه ای	
عنوان درس به انگلیسی:		Regional Entrepreneurship Development	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
دروس پیش نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		
دروس هم نیاز:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		
تعداد واحد:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۲	
تعداد ساعت:		۳۲	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با انواع سیاست‌های توسعه کارآفرینی منطقه‌ای در ابعاد نظری/کاربردی

اهداف ویژه:

آشنایی با نظریه‌ها و کاربرد نظریه‌های سیاست‌گذاری در توسعه منطقه‌ای ایران
ارزیابی سیاست‌های توسعه منطقه‌ای، توسعه محیطی و توسعه روستایی متناسب با مبانی زمینه‌ای کشور

ب) مباحث یا سرفصل‌ها:

مبانی و اصول توسعه منطقه‌ای

نظریه‌ها و مدل‌های رشد و توسعه منطقه، نظریه‌های سیاست‌گذاری توسعه منطقه و انواع سنخ‌شناسی سیاست‌گذاری توسعه منطقه‌ای

مبانی زمینه‌ای و توسعه پایدار منطقه‌ای

کاربرد نظریه‌های سیاست‌گذاری توسعه منطقه و پویایی توسعه منطقه‌ای

چشم‌انداز توسعه منطقه‌ای

اکوسیستم توسعه منطقه‌ای

نهادهای توسعه منطقه‌ای با محوریت ایران

تجارب کشورهای منتخب از جمله ایران و ارزیابی سیاست‌های توسعه منطقه‌ای کشور

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم‌گیری و بهره‌گیری از نرم افزارهای رایانه‌ای

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: نرم افزارهای دارای قابلیت شبیه‌سازی توسعه منطقه‌ای

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Tamasy, C. (2006). Determinants of regional entrepreneurship dynamics in contemporary Germany: A conceptual and empirical analysis. *Regional studies*, 40(4), 365-384.

Fritsch, M., & Mueller, P. (2006). The evolution of regional entrepreneurship and growth regimes. In *Entrepreneurship in the region* (pp. 225-244). Springer, Boston, MA.



عنوان درس به فارسی:		تجارب سیاستگذاری توسعه کارآفرینی	
عنوان درس به انگلیسی:		Entrepreneurship Development Policy Experiences	
دروس پیش نیاز:		پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم‌نیاز:		تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر

الف. هدف کلی:

آشنایی با تجربیات سیاستگذاری توسعه کارآفرینی و کاربرد آن در ایران با در نظر گرفتن مبانی فلسفی و زمینه ای ایران

ب. اهداف ویژه:

آشنایی با روش‌های تحلیل تجربیات سیاستگذاری توسعه کارآفرینی
 آشنایی با نمونه‌هایی از تجارب سیاستگذاری توسعه کارآفرینی در کشورهای منتخب از گروه‌های مختلف
 آشنایی با نقش زمینه‌ای و حقایق آشکارشده ایران اسلامی در تحلیل تجربیات سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی

پ. مباحث یا سرفصل‌ها:

تجربه؛ منبعی برای یادگیری در مطالعات کارآفرینی
 تبیین مبانی و اصول اسلامی برای مطالعه تجارب سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی
 تبیین مبانی زمینه‌ای در مطالعه تجارب سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی
 روش‌شناسی تحلیل تجارب کارآفرینانه (تاریخی، مستندنگاری، روایت)
 روش‌شناسی تحلیل تجارب کارآفرینانه (مطالعه موردی، نظریه‌پردازی داده‌بنیاد و ...)
 تجارب ایران و بین‌المللی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی
 بررسی شرایط زمینه‌ای ایران برای سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی
 ارائه نسخه‌ای برای توسعه کارآفرینی در عرصه‌ی سیاستی برای ایران در کسب و کارهای هدف

ت. راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت در شناخت پدیده، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم‌گیری برای سیاستگذاری
 ث. راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد
 ج. ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: نرم افزارهای آموزشی
 چ. فهرست منابع پیشنهادی:

Audretsch, D.B., Cunningham, J.A., Kuratko, D.F. et al. Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts (2019). The Journal of Technology Transfer, 44, 313–325.

Audretsch, D. B., Grilo, I., & Thurik, A. R. (Eds.). (2007). Handbook of research on entrepreneurship policy. Edward Elgar Publishing.

Blackburn, R. A. (2016). Government, SMEs and entrepreneurship development: Policy, practice and challenges. Routledge.

Lundström, A., & Stevenson, L. (2005). Entrepreneurship policy: Theory & practice, 9, New York: Springer.



عنوان درس به فارسی:		تحلیل سیاست‌های کارآفرینی	
عنوان درس به انگلیسی:		Analysis of entrepreneurship policies	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	نوع درس و واحد	
دروس هم‌نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از خبرگان مالی

هدف کلی:

کمک به طراحی سیاست‌های موثر مداخله در محیط کارآفرینی

اهداف ویژه:

یادگیری توسعه و کاربرد مدل‌های کمی در تحلیل سیاستگذاری کارآفرینی و تحلیل کاربرد عظیم داده‌ها و هوش مصنوعی توسعه قابلیت‌های ایده‌های پژوهشی در زمینه نظریه، روش‌ها و تکنیک‌های تحلیل‌های سیاستی با محوریت کارآفرینی

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

مرور مبانی و اصول حاکم بر تحلیل‌های سیاستی از جمله تعریف مسئله، حل مسئله، تعاملات با ذینفعان، اجرا و ارزیابی اخلاق، فرهنگ و مبانی ارزشی در تحلیل‌های سیاستی جایگاه سیاست در تحلیل‌های سیاستی و ابعاد نظری حاکم بر تحلیل‌های سیاستی و سنخ‌شناسی سیاست‌ها روش‌های سنتی و نوین تحلیل‌های سیاستی با محوریت مقایسه سیاست‌های رقیب در دستیابی به هدف بهینه‌سازی آثار و پیامدهای سیاست و مدل‌ها و تکنیک‌های کمی و کیفی تحلیل‌های سیاستی شبیه‌سازی در تحلیل‌های سیاستی و تحلیل کاربرد تکنیک‌ها در یکپارچگی و سازگاری سیاست‌های کارآفرینی تحلیل هزینه‌فایده سیاست با تاکید بر ریسک و نااطمینانی و ذینفعان تحلیل‌های سیاستی در فرآیندهای مختلف سیاستگذاری در افق زمانی کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت خاستگاه عظیم داده‌ها در تحلیل‌های سیاستی و تبیین ایده‌های پژوهشی و آینده‌نگری و پیش‌بینی در تحلیل‌های سیاستی ارزیابی آثار سیاست‌های کارآفرینی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با استفاده از نرم‌افزارهای پیشرفته

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم‌گیری و بهره‌گیری از نرم‌افزارهای رایانه‌ای

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: نرم‌افزارهای دارای قابلیت شبیه‌سازی تنظیم مداخلات سیاستی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Plaschka, G. R., & Welsch, H. P. (1990). Emerging structures in entrepreneurship education: Curricular designs and strategies. *Entrepreneurship theory and Practice*, 14(3), 55-71.

Calza, E., & Goedhuys, M. (2017). Entrepreneurial heterogeneity and the design of entrepreneurship policies for economic growth and inclusive development. *Routledge handbook of entrepreneurship in developing economies*, 529-546.

Henrekson, M., & Rosenberg, N. (2001). Designing efficient institutions for science-based entrepreneurship: Lesson from the US and Sweden. *The journal of technology transfer*, 26(3), 207-231.



عنوان درس به فارسی:		تأمین مالی کارآفرینانه	
عنوان درس به انگلیسی:		Entrepreneurial Finance	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>			
عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>			
نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از خبرگان مالی

هدف کلی:

آشنایی با مبانی، اصول، نظریه ها، رویکردهای، مدل ها و تجارب تأمین مالی کارآفرینانه

اهداف ویژه:

آشنایی با مبانی و اصول تأمین مالی کارآفرینانه

آشنایی با نظریه ها، مدل ها و تجارب تأمین مالی کارآفرینانه و رویکردهای تأمین مالی کارآفرینانه در صدر اسلام و کاربرد آن در ایران

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مبانی و اصول تأمین مالی کارآفرینانه

فرآیند حیات کسب و کار و روش های تامین مالی متناظر با هر فرآیند

نظام مالی: بازارها و نهادها و شاخص ها

نظریه های و مدل های تأمین مالی کارآفرینانه

تأمین مالی کارآفرینانه در اسلام

نهادهای تأمین مالی کارآفرینانه: نظیر تأمین مالی خطرپذیر، فرشتگان کسب و کار، تأمین مالی شرکتی، تأمین مالی جمعی، تأمین مالی شتاب

دهنده ها، نظام بانکی، تأمین مالی Bootstrap و تأمین مالی Bricolage

ارزشگذاری (Valuation) کسب و کارها: ابزارها و تکنیک های ارزشگذاری، نسبت های ارزشگذاری، روش های سنتی ارزشگذاری

(روش درآمد - هزینه، روش ترازنامه (دارایی ها) و نسبت قیمت به درآمد) و کاربرد آنها

برداشت و بهره گیری (Harvest) کسب و کارهای کارآفرینانه

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم گیری و بهره گیری از نرم افزارهای رایانه ای

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: نرم افزارهای دارای قابلیت پیش بینی، محاسبه ارزش حال و تنزیل

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Nason, R., & Nordqvist, D. (2021). Small business finance and valuation. Business Expert Press.
 Audretsch, D. B., & Link, A. N. (2012). Valuing an entrepreneurial enterprise. Oxford University Press.
 Leach, J. C., and Melicher, R. W. (2015). Entrepreneurial finance. 5th Edition, 2012, South-Western, Cengage Learning.



عنوان درس به فارسی: توسعه کارآفرینی اجتماعی		عنوان درس به انگلیسی: Social Entrepreneurship Development	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>			دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>			دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

الف) هدف کلی:

ایجاد و تقویت یادگیری در خصوص بنیان ها، اصول، نظریه ها، رویکردها، مدل ها و تجربیات توسعه کارآفرینی اجتماعی

ب) اهداف ویژه:

آشنایی با مبانی، اصول، نظریه ها، مدل ها و تجارب توسعه کارآفرینی اجتماعی

آشنایی با مبانی اسلامی و زمینه ای کارآفرینی اجتماعی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مفاهیم، مبانی و اصول کارآفرینی اجتماعی

سنخ شناسی کارآفرینی اجتماعی

نظریه های کارآفرینی اجتماعی

اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی

نظریه ها و مدل های توسعه کارآفرینی اجتماعی

توسعه کارآفرینی اجتماعی از دیدگاه اسلام

سیاست های توسعه کارآفرینی اجتماعی

کاربرد مدل ها در توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران

جارب موفق توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران و کشورهای منتخب

ارزیابی و بومی سازی سیاست های توسعه کارآفرینی اجتماعی با در نظر گرفتن مبانی زمینه ای ایران

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

۱. استفاده از شیوه های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه های فردی و گروهی و مطالعه موردی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): ۱. فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Bornstein, D. (2004). How to change the world, social entrepreneurs and the power of new ideas. New York: Oxford University Press.

Brooks, A. C. (2009), Social entrepreneurship: a modern approach to social venture creation, Pearson education international.

Teasdale, S. (2012). What's in a name? Making sense of social enterprise discourses, *Public Policy and Administration*, 27(2), pp. 99-119.



عنوان درس به فارسی:		توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی	
عنوان درس به انگلیسی:		Entrepreneurship Human Capital Development	
دروس پیش نیاز:		پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:		تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با مبانی، اصول، نظریه ها، رویکردها، مدل ها و تجارب سرمایه انسانی کارآفرینی

اهداف ویژه:

آشنایی با مبانی و اصول سرمایه انسانی کارآفرینی

استفاده از تجارب موفق کشورهای منتخب در توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی ایران

پ) مباحث یا سر فصل ها:

مبانی و اصول سرمایه انسانی و کارآفرینی

توسعه سرمایه انسانی از دیدگاه اسلام

نظریه های بنیادی سرمایه انسانی

نقش دولت در توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی

نهادهای توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی

راهبردها و روش های توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی

سیاست های توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی

تجربه ایران و تجارب موفق سیاست گذاری توسعه سرمایه انسانی کارآفرینی در کشورهای منتخب

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد تعاملی تدریس معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم گیری

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارایه: رایانه شخصی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Arshed, N., Rauf, R., & Bukhari, S. (2021). Empirical Contribution of Human Capital in Entrepreneurship. *Global Business Review*, 0972150920976702.

Nguyen, B., Canh, N. P., & Thanh, S. D. (2021). Institutions, human capital and entrepreneurship density. *Journal of the Knowledge Economy*, 12(3), 1270-1293.

Qin, N., & Kong, D. (2021). Human Capital and Entrepreneurship.

Hacıoğlu, V. (2021). The Human Capital Approach versus the Production Function Approach to Entrepreneurship: Concepts and Constraints from Modern Macroeconomic Perspective. *An Interdisciplinary Approach to the Management of Organizations*, 55.



عنوان درس به فارسی:		بزرگ داده و سیاستگذاری	
عنوان درس به انگلیسی:		Big Data and Policy making	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>			
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>			
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		۲	
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	
			تعداد واحد:
			تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با استفاده از بزرگ داده در تصمیم گیری و سیاستگذاری و کاربرد آن در ایران در پژوهش های کارآفرینی برای سیاستگذاری

اهداف ویژه:

آشنایی با استفاده از بزرگ داده در تصمیم گیری و سیاستگذاری جهان و ایران
آشنایی با استفاده از بزرگ داده در تحلیل و پیش بینی با استفاده از تکنیک های پردازش و تحلیل بزرگ داده در سیاستگذاری در ایران

پ) مباحث یا سرفصل ها:

معرفی تحلیل بزرگ داده: مقیاس، گردش و تنوع
فرایندهای مختلف شناسایی منابع، جمع آوری، طبقه بندی، پردازش و تحلیل بزرگ داده
نظریه های سیاست گذاری و بزرگ داده و روش شناسی در بزرگ داده
تحلیل های شبکه ای و متنی و انتخاب مورد مطالعه برای سیاستگذاری
اخلاق، حریم خصوصی و بزرگ داده
تورش و خطا در بزرگ داده و تکنیک های پردازش و تحلیل بزرگ داده
بزرگ داده در فرآیندهای مختلف سیاستگذاری: مفهوم سازی، نظریه و کاربرد
مبانی نهادی، فناوری و بزرگ داده و سیاستگذاری و کاربرد بزرگ داده در سیاست گذاری در ایران
منشا و منبع بزرگ داده و پیش بینی های سیاست گذاری با استفاده از بزرگ داده در ایران

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم گیری و بهره گیری از نرم افزارهای رایانه ای

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Hain, D. S., & Jurowetzki, R. (2020). The promises of machine learning and big data in entrepreneurship research. In Handbook of quantitative research methods in entrepreneurship. Edward Elgar Publishing.

Park, H. Y., Cho, I. H., & Keum, B. (2020). Entrepreneurship and Foresight in AI and Big Data: Strategies and Policies for Shaping the Future of the AI Market. In International Conference on Technology and Business Management June (Vol. 12, p. 14).



Frank Fischer, Gerald Miller and Mara. (2015). Handbook of Public Policy Analysis. Theory, Politics and Methods. Sidney.

Better Regulation "Toolbox", complementing Better Regulation Guidelines presented in in SWD (2015) 111.



عنوان درس به فارسی:		مبانی اسلامی سیاست گذاری	
عنوان درس به انگلیسی:		Islamic Policymaking foundations	
دروس پیش نیاز:		پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:		تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از خبرگان مالی

هدف کلی:

۱. آشنایی با مبانی هستی شناسی، معرفت شناسی و روش شناسی و اصول اساسی اسلام و وظایف حکومت و مقایسه تطبیقی

اهداف ویژه:

آشنایی با مبانی هستی شناسی، معرفت شناسی و روش شناسی اسلام و مقایسه تطبیقی
 آشنایی با اصول اساسی اسلام و وظایف حکومت
 آشنایی با تاریخ انبیاء در خصوص کار و فعالیت های اقتصادی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مبانی هستی شناسی (خداشناسی، جهان شناسی، انسان شناسی)، معرفت شناسی و روش شناسی در اسلام
 مقایسه تطبیقی مبانی هستی شناسی، معرفت شناسی و روش شناسی در اسلام با سایر نظام های منتخب
 وظایف اقتصادی حکومت در اسلام و تجارب فعالیت های کسب و کار در صدر اسلام
 تجارب حکومت انبیاء: درس هایی برای توسعه فعالیت های اقتصادی و کارآفرینی
 کار، مالکیت و فعالیت اقتصادی در اسلام
 خلاق و عدالت و فعالیت های اقتصادی
 اسلام، نوآوری و فعالیت های کارآفرینی
 نتایج تجارب جهانی در خصوص اسلام، کسب و کار و فعالیت های اقتصادی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

۱. راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم گیری و بهره گیری از نرم افزارهای رایانه ای

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

افعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Kayed, R. N., & Kabir Hassan, M. (2011). Islamic Entrepreneurship. Routledge.
 Choudhury, M. A., & Malik, U. A. (2016). The foundations of Islamic political economy. Springer.
 Sloane, P. (1999). Islam, Modernity, and Entrepreneurship among the Malays. St. Martin's Press.
 Dana. Léo-Paul. (2010). Entrepreneurship and Religion. Edward Elgar Publishing.



عنوان درس به فارسی:		نهادهای حمایتی کسب و کارها	
عنوان درس به انگلیسی:		Business-supportive institutions	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
دروس هم نیاز:	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی با مبانی، اصول، نظریه ها، مدل ها و کاربرد نهادهای حمایتی کسب و کارها

اهداف ویژه:

تقویت شناخت دانشجویان از منظر پیشینه، نقش ها و مکانیزم ها و کارکردهای مراکز حمایت آشنایی با مبانی و نظریه های نهادهای حمایتی کسب و کارها از منظر اسلام/ایران/غرب تقویت مهارت های ایجاد و اداره موثر مراکز حمایت از ایجاد و رشد کسب و کارها در دانشجویان

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مبانی و تاریخچه، انواع، رویکردها، خدمات و تجارب موفق مراکز ارائه خدمات توسعه کسب و کار مکانیزم های حمایت از کسب و کارهای نوپا: مفاهیم، انواع و کارکردها در بستر فناوری اطلاعات شتاب دهنده های کسب و کار: مفهوم، تاریخچه، تکامل، اهداف، خدمات، کارکردها و کاربردها انواع مدل های شتاب دهی کسب و کارهای نوپا و تجارب موجود در ایران

نقش شتاب دهنده های کسب و کار در توسعه اقتصاد منطقه ای و ملی

سیاست ها و راهکارهای توسعه اکوسیستم کارآفرینی از طریق شتاب دهنده های کسب و کار

تجارب توسعه شتاب دهنده های کسب و کار در کشورهای منتخب

توسعه مراکز رشد و نوآوری و شتاب دهنده های کسب و کار و شاخص های سنجش و ارزیابی عملکرد

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: یادگیری مشارکتی و مبتنی بر همکاری بین آموزش گیرندگان

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۶۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

وجود و دسترسی به مراکز حمایت فعال در محیط کسب و کار به عنوان آزمایشگاه یادگیری دانشجویان

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Jobe, D. L. (2014). Startup Incubators and Business Accelerators: The Easy Way to Create a Startup Incubation and Business Acceleration Center. *Dandridge: Jobe Leonard Books*.

Mansoori, Y., Karlsson, T., & Lundqvist, M. (2019). The influence of the lean startup methodology on entrepreneur-coach relationships in the context of a startup accelerator. *Technovation, 84*, 37-47.

Mafi, B., Mohammadi Elyasi, G., & Rezaeazadeh, M. (2020). The Effects of Coaching Methods on Entrepreneurial Behavior of Nascent Entrepreneurs in Accelerator Centers. *Journal of Entrepreneurship Development, 13*(1), 81-



عنوان درس به فارسی:		توسعه خوشه های صنعتی	
عنوان درس به انگلیسی:		Development of industrial clusters	
دروس پیش نیاز:	پایه	<input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	تخصصی	<input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	<input type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	<input type="checkbox"/>	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر

هدف کلی:

آشنایی با اصول و نظریه های خوشه های صنعتی

اهداف ویژه:

تقویت شناخت و مهارت های دانشجویان از فرایند، کارکردها، ایجاد، ارزیابی و اداره خوشه صنعتی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

اصول و نظریه های خوشه های صنعتی و تاریخچه آن در ایران و جهان
 نهادهای پشتیبان، فرهنگ ایران و عملکرد خوشه و مزیت رقابتی پورتر
 اهداف، طرح ها و مدل های مختلف توسعه خوشه توسعه خوشه
 خوشه های نوآوری و ایجاد رزش در خوشه های صنعتی
 اصول اساسی رویکرد یونیدو در توسعه خوشه
 انواع، ویژگی ها و فرایند توسعه خوشه
 تجارب خوشه ها در ایران و جهان: ویژگی های طرح های توسعه خوشه موفق
 نقش و کارکرد خوشه ها در پایداری کسب و کارها در شرایط کرونائی
 عامل توسعه خوشه به عنوان یکی از مهمترین عوامل موفقیت توسعه خوشه
 شاخص های ارزیابی توسعه خوشه ها با محوریت کاربرد آن در ایران

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: راهبرد آموزش و یادگیری مشارکتی و یادگیری مبتنی بر همکاری

بین آموزش گیرندگان و آموزش دهندگان

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

وجود دسترسی به مراکز خوشه های صنعتی فعال در محیط کسب و کار به عنوان آزمایشگاه یادگیری دانشجویان

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Brenner, T. (2004). Local industrial clusters: existence, emergence and evolution (Vol. 20). Routledge.

Dai, R., Mookherjee, D., Quan, Y., & Zhang, X. (2021). Industrial Clusters, Networks and Resilience to the Covid-19 Shock in China. Journal of Economic Behavior & Organization

Mercedes Delgado, Michael E. Porter & Scott Stern. (2010). Clusters and entrepreneurship. Journal of Economic Geography. Vol 10. pp 495-518.





توسعه اقتصاد دیجیتال		عنوان درس به فارسی:
نوع درس و واحد	Digital Economy Development	عنوان درس به انگلیسی:
پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		دروس پیش نیاز:
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		دروس هم نیاز:
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر

الف. هدف کلی:

آشنایی با مبانی، اصول، نظریه ها، مدل ها، تجارب و آثار توسعه اقتصاد دیجیتال

ب. اهداف ویژه:

آشنایی با مبانی، اصول، نظریه های، مدل ها و آموزه های اسلامی توسعه اقتصاد دیجیتال

آشنایی با تجارب موفق و آثار توسعه اقتصاد دیجیتال

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مبانی و اصول کارآفرینی دیجیتال

نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی دیجیتال

توسعه دانش و فناوری در اسلام

نظریه ها و مدلها و کاربرد آنها در توسعه کارآفرینی دیجیتال

نهادهای توسعه فناوری دیجیتال

زیست بوم توسعه اقتصاد دیجیتال و توسعه نوآوری و انتقال فناوری های دیجیتال

تجارب موفق توسعه کارآفرینی دیجیتال در کشورهای منتخب

ارزیابی تاثیر توسعه کارآفرینی دیجیتال بر توسعه کارآفرینی متناسب با مبانی زمینه ای ایران

راهنمادهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم گیری

ث) راهنمادهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: نرم افزارهای دارای قابلیت پیش بینی، محاسبه ارزش حال و تنزیل

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(6), 1029-1055.

Gustavsson, M., & Ljungberg, J. (2018). *Entrepreneurship in the digital society*.

Turi, A. N. (2020). *Technologies for Modern Digital Entrepreneurship*. Apress.

Jordan, T. (2020). *The digital economy*. Willey.

Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2019). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1-11.



عنوان درس به فارسی: اخلاق و احکام کسب و کار		عنوان درس به انگلیسی: Business Ethics and Rules
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
	تخصصی <input type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	
		تعداد واحد: ۲
		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ...
هدف کلی:

معرفی احکام اسلامی و قواعد اخلاقی اسلام در کسب و کارها

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با مبانی و دیدگاه های اسلامی نسبت به کسب و کار، جایگاه کسب و کار در اسلام، اصول مدیریت کسب و کار از منظر اسلام، تحلیل برخی مسائل شرعی کسب و کار و جنبه های اخلاقی کسب و کار

پ) مباحث یا سرفصل ها:

جایگاه کار و تلاش در اسلام

دین و مدیریت موفق کسب و کار (رابطه دین و اقتصاد و نقش باورهای مذهبی در تمایل کارآفرینانه)

ویژگی های شخصیتی کارآفرینان و مدیران کسب و کار با توجه به صفات اخلاق اسلامی

اخلاق کسب و کار و رابطه همکاری و رقابت از دیدگاه اسلامی

ضرورت فراگیری احکام دینی کسب و کار و ترویج فرهنگ دینی به عنوان زمینه کار، تلاش و نوآوری

آشنائی با مکاسب محرمه

آثار کسب حلال و کسب حرام و آشنائی با برخی مصادیق اعمال حرام در کسب و کار

آشنائی با کسب و کارهای مکروه و مستحب و برخی اعمال مکروهه مستحب در کسب و کار

آشنائی با برخی روشهای تامین مالی در اسلام - عقود بانکی اسلامی - مشارکتهای اسلامی و اوراق صکوک

اصول تجارت اسلامی

عدالت محوری در مدیریت کسب و کار

مسئولیت اجتماعی کسب و کارها

سازمانهای اخلاقی در کسب و کارها

مسائل محیط زیست و کسب و کار اسلامی

نقش کسب و کار رهبران دینی در اداره و کاهش مشکلات جوامع اسلامی

بازاریابی، تعیین قیمت و فروش از دیدگاه اسلام

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

کار گروهی - پروژه - تکالیف و فعالیت های فردی در طول ترم - آزمون پایان ترم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۳۰ درصد

پروژه پایانی ۳۰ درصد

آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو، فیلم های آموزشی، مقاله و کتاب، مطالعه موردی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

ابن ابی الحدید، عبدالحمید بن هبه الله (۱۳۷۳)، شرح نهج البلاغه: الجامع لخطب و حکم و رسائل امیرالمومنین ابی الحسن علی بن ابی طالب (ع)، بیروت، دارالفکر.

اندرو گیلیر، عادل آذر (مترجم)، محمدحسن خاکباززاده (مترجم) (۱۳۹۷)، اخلاق کسب و کار: رویکردی کاربردی، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)

جورج اندرل، مترجم: محمداسماعیل توسلی (۱۳۸۲)، اخلاق در کسب و کار، فصلنامه اقتصاد اسلامی، بهار. خنیفر، حسین (۱۳۸۸)، کارآفرینی در ادیان و مکاتب (مطالعه موردی: نظام ارزشی اسلام)، دانشنامه کارآفرینی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (بنیاد دانشنامه نگاری ایران)، ۱۳۸۸، شماره ۲.

خنیفر، حسین (۱۳۹۱)، کارآفرینی در نظام ارزشی، انتشارات اکرام، چاپ چهارم طباطبائی، محمد حسین (۱۳۶۰)، ترجمه تفسیر المیزان، قم: دارالعلم تهران.

فرامرزقراملکی، احد (۱۳۸۶)، سازمانهای اخلاقی در کسب و کار، نشر مجنون

محمدی ارمندی، محمود (۱۳۹۷)، اخلاق کسب و کار، انتشارات زمینه سازان ظهور امام عصر (عج)

محمدی، علی (۱۳۸۱)، فرهنگ و آداب کار در کلام امام رضا علیه السلام، قم، وثوق

موسائی، میثم (۱۳۹۱)، بررسی مهمترین ویژگی های رفتارهای اقتصادی جامعه با توجه به فرهنگ مطلوب اسلام، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۱۸ با موضوع ویژه کارآفرینی



عنوان درس به فارسی: حقوق مالکیت فکری		
عنوان درس به انگلیسی: Intellectual Property Law	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز: ندارد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز: ندارد	تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد: ۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد ساعت: ۳۲	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنائی با رابطه بین کارآفرینی و مالکیت فکری و آشنائی با جنبه های حقوق مالکیت فکری مرتبط کارآفرینی و کسب و کار

اهداف ویژه:

آشنائی با موضوعات مختلف حقوق مالکیت فکری شامل مواردی نظیر اختراعات در حوزه های مختلف صنعت و بیوتکنولوژی و ژنتیک و نرم افزار های کامپیوتری و دارو از نظر حقوق داخلی و بین المللی

آشنائی با جنبه های حقوقی علائم تجاری و نام های تجاری و نشان های جغرافیائی و حقوق اسرار تجاری است.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

کلیاتی در خصوص تعریف و اهمیت و تاریخچه مالکیت صنعتی

اهمیت و نقش مالکیت صنعتی در کارآفرینی

ابعاد حقوقی طرح های کسب و کار از منظر حقوق مالکیت صنعتی

نقش مالکیت صنعتی در فرایند توسعه محصول یا خدمت جدید

نوآوری و مالکیت صنعتی

ماهیت و شرایط حمایت از اختراعات

حقوق ناشی از اختراع و استثنائات حق اختراع و بهره برداری اجباری

نقض حق اختراع و ضمانت اجراها

حمایت از اختراعات نرم افزار های رایانه ای

اختراعات دارویی و فرآورده های بیولوژیک و بیوتکنولوژیک و منابع ژنتیک

طرح های صنعتی

تعریف و انواع علائم تجاری و طبقه بندی کالاها و خدمات

شرایط حمایت از علائم و نام های تجاری و نشان های جغرافیائی

حقوق ناشی از ثبت علائم و نام تجاری و ضمانت اجراهای نقض حقوق دارنده نام یا علامت

ثبت بین المللی علامت تجاری

حقوق اسرار تجاری (مفهوم اسرار تجاری، ضرورت حمایت از اسرار تجاری، شرایط حمایت، حقوق ناشی از آن و ضمانت اجراها

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

کار گروهی - پروژه - تکالیف و فعالیت های فردی در طول ترم - تحلیل و مطالعه موردی - آزمون پایان ترم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

۳۰ درصد

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال

۳۰ درصد

پروژه پایانی



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو، فیلم های آموزشی، مقاله و کتاب، مطالعه موردی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

امامی، اسدالله (۱۳۹۹)، حقوق مالکیت معنوی، جلد اول، نشر میزان.

امامی، اسدالله (۱۳۹۶)، حقوق مالکیت صنعتی، نشر میزان.

صادقی، حسین (۱۳۹۶) مسئولیت مدنی در ارتباطات الکترونیک، نشر میزان.

میرحسینی، سیدحسن (۱۳۹۷) مقدمه ای بر حقوق مالکیت معنوی، نشر میزان.

Aplin, Tanya (2020), Research Handbook on Intellectual Property and Digital Technologies, Edward Elgar.

Bouchoux, Deborah E. (2016), Intellectual Property: The Law of Trademarks, Copyrights, Patents, and Trade Secrets.

Caenegem, William van (2014), Intellectual and Industrial Property Law, second edition, LexisNexis Butterworths.

Dreyfuss, Rochelle Cooper and Pila, Justine (2018), The Oxford Handbook of Intellectual Property Law, Oxford University Press.

Karapapa, Stavroula and McDonagh, Luke (2019), Intellectual Property Law, Oxford University Press.

Saunders, Kurt M. (2016), Intellectual Property Law: Legal Aspects of Innovation and Competition, West Academic Publishing



عنوان درس به فارسی: روش شناسی تحقیق در کارآفرینی		عنوان درس به انگلیسی: Research Methodology in Entrepreneurship	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>			تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

کسب مهارت انجام، تدوین و نگارش پروپوزال و پایان نامه کارشناسی ارشد

اهداف ویژه:

- کسب مهارت پروپوزال نویسی و پایان نامه نویسی
- کسب مهارت کار با نرم افزارهای تحلیل داده های کمی و کیفی
- کسب توانایی تحلیل داده های کمی و کیفی
- کسب توانایی تدوین و نقد مقالات علمی پیرامون کارآفرینی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

کارآفرینی به عنوان پدیده علمی مستقل
 منابع شناخت و مراحل روش علمی تحقیق
 نظریه، نظریه پردازی، ویژگی های نظریه خوب، نحوه استفاده از نظریات در پژوهش علمی
 مراحل اجرایی پژوهش علمی
 معرفی پایگاه ها، مجلات های تخصصی سطح بالای کارآفرینی (JGER, SEJ, ET&P, JBV) و مجله توسعه کارآفرینی، وب سایت ها، کنفرانس ها، منابع و داده های بین المللی کارآفرینی (مانند برنامه دیده بان جهانی کارآفرینی یا GEM)
 معیار ها و فرایند انتخاب موضوع تحقیق
 شیوه های ایده یابی و مساله یابی پژوهشی و فرآیند دستیابی به سوال قابل پژوهش
 تدوین بیان مساله
 رویکرد ها و فرایند تدوین "بررسی پیشینه تحقیق"
 شیوه های مدل سازی، طراحی چارچوب نظری و توسعه فرضیه های جدید در پژوهش های کارآفرینی
 روش شناسی پژوهش و طرح پژوهش
 رویکرد های پژوهش (کمی، کیفی و آمیخته) و انواع طرح تحقیق در پژوهش های کارآفرینی
 جامعه، نمونه، روش های نمونه گیری، تعیین حجم نمونه
 ابزارهای های جمع آوری داده ها (طراحی پرسشنامه، چک لیست مشاهداتی، طراحی پروتکل های مصاحبه) و چالش های عملی در پژوهش کارآفرینی
 سنجش روایی و پایایی ابزار در پژوهش کارآفرینی
 تجزیه و تحلیل داده ها در پژوهش های کمی کارآفرینی
 تجزیه و تحلیل داده ها در پژوهش های کیفی کارآفرینی



واکاوی روش های نوین و جاری پژوهش در کارآفرینی
واکاوی چارچوب پروپوزال و بررسی انواع پایان نامه (فصل محور و مقاله محور)
نقد و بررسی علمی مقاله های کارآفرینی از حیث روشناسی، مدل سازی و نظریه پردازی
مقاله نویسی برای چاپ در مجله های کارآفرینی سطح بالا
آشنائی با مهارت های نرم افزارهای تحلیل داده های کمی و کیفی در قالب کارگاههای جانبی (مانند تجزیه و تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی،
تحلیل رگرسیون چند متغیره، و تحلیل مسیر، آزمون مدل های تعدیل گر، میانجی، متغیرهای کنترلی، متغیر های مجازی (مصنوعی)، خطای
روش مشترک با استفاده از نرم افزارهای SPSS، LISREL، AMOS و تحلیل داده های کیفی با استفاده از نرم افزارهای Atlasti و
(Nvivo)

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه مباحث توسط استاد، پروژه کلاسی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۱۰۰... درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

شفرد، دین، پژوهشگر مشتاق کارآفرینی. (۱۳۹۹). ترجمه کمال سخدری و ساره کولجی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، اله (۱۳۹۳)، روش تحقیق در علوم رفتاری، انتشارات آگاه.

Berger, E. S., & Kuckertz, A. (2016). *Complexity in Entrepreneurship, Innovation and Technology Research*. Springer.

Cooper, D. R., Schindler, P. S., & Sun, J. (2006). *Business research methods* (Vol. 9). New York: McGraw-Hill Irwin.

Davidsson, P. (2016). *Researching Entrepreneurship* (2nd edition). New York: Springer.

Davidsson, P. (2009). *The entrepreneurship research challenge*. Edward Elgar Publishing.

DeVellis, R. F. (2003). *Scale development: Theory and applications*. Newbury Park, CA: Sage

Dillman, D. A. (2000). *Mail and internet surveys: The tailored design method*. New York, NY: Wiley.

Neergaard, H., Ulhoi J. P. (2007). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. Edward Elgar



عنوان درس به فارسی: نظریه های کارآفرینی و نوآوری		
عنوان درس به انگلیسی: Innovation and entrepreneurship theories	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:	تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنائی و تقویت یادگیری دانشجویان از نظریه های کارآفرینی

اهداف ویژه:

تقویت شناخت/ ذهنیت دانشجویان از نظریه های کارآفرینی

تقویت هیجانان مثبت دانشجویان در باره نظریه های کارآفرینی

تقویت رفتارهای کارآفرینی در پرتو آموزه های نظریه های کارآفرینی در دانشجویان

پ) مباحث یا سرفصل ها:

چیستی و چرایی ابزارهای شناختی "برساخته ها، چارچوب ها، مدل ها، تئوری ها، پارادایم ها" در قلمرو دانش کارآفرینی

دیدگاه های نظری جامعه شناسی، روان شناسی، اقتصادی، تاریخی و اخلاقی به پیدایش و تکامل اندیشه های کارآفرینی

مفاهیم و تعاریف کلیدی و دیدگاه های کلیدی کارآفرینی به عنوان مبنای نظریه های کارآفرینی

دیدگاه یادگیری، توسعه، کارراهه و مسیر شغلی کارآفرینانه (Entrepreneurial Career): مفاهیم، نظریه ها

دیدگاه کارآفرینی اجتماعی: مفاهیم و نظریه های نقش اجتماعی (social role) کارآفرینی در جامعه

دیدگاه نوآوری و مالکیت کارآفرینانه: مفاهیم و نظریه ها

دیدگاه کشف کارآفرینانه: مفاهیم و نظریه ها (کشف کارآفرینانه کرزنر، کشف کارآفرینانه شین، ...)

دیدگاه شناخت کارآفرینانه: مفاهیم، نظریه ها (نیت کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه، ...)

دیدگاه کسب و کارهای خانوادگی و فامیلی: پیدایش و تکامل مفاهیم و نظریه ها

دیدگاه عدم اطمینان به کارآفرینی: مفاهیم، نظریه ها (سود و کارکردهای کارآفرینانه نایت، ..)

دیدگاه کارآفرینی سازمانی: مفاهیم، نظریه ها و کاربردها (گرایش کارآفرینانه، مدیریت کارآفرینانه استیونسن، ...)

دیدگاه ایجاد و زیست بوم کسب و کارهای مخاطره ای: مفاهیم و نظریه ها

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد آموزش و یادگیری مشارکتی و یادگیری مبتنی بر همکاری بین آموزش گیرندگان

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

ارزش یابی مهارت فهم و نقد و کاربرد نظریه ها، در طول ترم ۶۰٪ و پایان ترم ۴۰٪.

ج) فهرست منابع پیشنهادی:



Iversen, J., Jørgensen, R., & Malchow-Møller, N. (2008). *Defining and measuring entrepreneurship* (Vol. ۱۴). Now Publishers Inc.

Parker, S. C. (2018). *The economics of entrepreneurship*. Cambridge University Press.

Swedberg, R. (2009). Rebuilding Schumpeter's theory of entrepreneurship. *Marshall and Schumpeter on evolution*, 2(3), 188-203.



عنوان درس به فارسی:		تیم سازی کارآفرینانه	
عنوان درس به انگلیسی:		Entrepreneurial team building	
دروس پیش نیاز:		پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:		تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:		اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد ساعت:		رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	
		۲	
		۳۲	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ...

هدف کلی:

یادگیری فرایند تیم سازی کارآفرینانه و بکارگیری آن در عمل

اهداف ویژه:

عوامل زمینه ای تیم سازی را تشریح کند.
انواع تیم را دسته بندی و مزایا و معایب بکارگیری هر کدام را بداند.
ویژگیها و مشخصات تیم های کارآفرینانه را تشریح کند.
چگونگی انتخاب و مدیریت اعضای تیم های کارآفرینانه را تشریح کند.

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

تعریف تیم و مفاهیم مشابه و انواع آن
عوامل موثر بر عملکرد تیم
ویژگیهای تیم های کارآفرینی
جذب و نگهداشت اعضای تیم
تکنیکها و فرایند جذب استعدادها برتر
خروج اعضای تیم
مدیریت تعارضات تیمی
مدیریت تیم های مجازی

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

فعالیت محور، تهیه و ارائه گزارشات تیمی، یادگیری و تدریس معکوس

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۶۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: رایانه شخصی

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

دایر، گیب؛ دایر جفری؛ دایر، ویلیام (۱۳۹۴). تیم سازی: راهبردهای اثربخش در بهبود عملکرد (محمد عزیزی و علی حسن زاده، مترجمان. تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران.

Ben-Hafaïedh, C., & Cooney, T. M. (Eds.). (2017). Research handbook on entrepreneurial teams: Theory and practice. Edward Elgar Publishing

7 Keys to Building a Winning Startup Team) Hire smart, and be transparent from the start.).

<https://www.entrepreneur.com/article/290811>



عنوان درس به فارسی: کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurship in the context of information technology	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: دعوت از کارآفرین.

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مبانی فناوری اطلاعات و رقابت پذیری و تاثیر انقلاب فناوری های برافکن در کسب و کارهای فناوری
 آشنایی با فرصت های کارآفرینی و کسب و کار در حوزه فناوری اطلاعات
 آشنایی با ایده یابی . طراحی مدل های نوین کسب و کار های نوپا در حوزه فناوری اطلاعات
 آشنایی با راه اندازی کسب و کارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با مفهوم امواج انقلابهای نوآوری های فناورانه بنیادین EIDW و I4 و تاثیر آن در دنیای کسب و کار
 یادگیری طراحی مدل های کسب و کارهای الکترونیک، روشهای نوین جریانهای درآمدی در کسب و کارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات

پ) مباحث یا سرفصل ها:

آمادگی دیجیتال، توسعه توان رقابت پذیری و ضرورت به کارگیری فناوری اطلاعات در دستیابی به تحول دیجیتال
 آشنایی با انقلاب های فناورانه:

- انقلابهای نوآوری رادیکال فناورانه EDIW و نقش آن در تحولات جهانی
- انقلاب دیجیتال، اینترنت و وب
- انقلاب صنعت ۴ و فناوری های هوشمندساز (I4, IOT)
- انقلاب متاورس و تاثیر آن در دنیای فناوری اطلاعات

آشنایی با مبانی و زیر ساختهای فناوری اطلاعات

- سخت افزارها و نسل های مختلف آن
- نرم افزارهای کابردی و وب
- رابط انسان و کامپیوتر
- بانک های اطلاعاتی
- شبکه های کامپیوتری، اینترنت و زنجیره های بلوکی (بلاک چین ها)

آشنایی با ویژگی های کارآفرینان حوزه فناوری اطلاعات، دسته بندی آنها و نقش آنها در توسعه اقتصاد ملی و جهانی

آشنایی با فرصت های کارآفرینی در حوزه های مختلف:



- j. کارآفرینی در حوزه پردازش داده ها (کلان داده ها)
k. کارآفرینی در حوزه هوش مصنوعی
l. کارآفرینی در حوزه شهر هوشمند
m. کارآفرینی در حوزه حمل و نقل هوشمند
n. کارآفرینی در حوزه رمز ارزها و زنجیره های بلوکی
o. کارآفرینی در حوزه نرم افزارهای کاربردی
p. کارآفرینی در حوزه تولید محتوا و بازاریابی دیجیتال
- ایده یابی و غربالگری ایده های مبتنی بر فناوری اطلاعات
طراحی مدل های کسب و کار در بستر فناوری اطلاعات
- a. طراحی مدل یکپارچه کسب و کار های نوپا
b. طراحی مدل های جریان درآمدی در کسب و کارهای الکترونیک
c. طراحی مدل های کسب و کار در تجارت الکترونیک

آشنایی با روش های راه اندازی (پرتاب) کسب و کارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات، روشهای مختلف بازاریابی دیجیتال و انواع آن

راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

سخنرانی/ارایه مثال (مورد کاوی)/ نقشه مفهومی / روش تلفیقی و چندرسانه ای/ارایه دانشجو/ سخنرانی کارآفرین / نمایش فیلم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی (آزمون کوتاه، تمرین و پروژه) ۶۰ درصد/ آزمون پایان نیم سال (ارزیابی در طول ترم استاد) ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور، کامپیوتر

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

1. Information technology management, Turban, 2020
2. Information Technology Entrepreneurship and Innovation, Zhao, Fang - 2۰۰۸
۳. Digital and Social Media Marketing, Nripendra P. Rana, 2016 (SPRINGER)



عنوان درس به فارسی: اثرات فناوری های نوظهور در دنیای کسب و کار		
عنوان درس به انگلیسی: Emerging technologies and businesses	نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
دروس هم نیاز:	تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲
تعداد ساعت:	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

شناخت فناوری های نوظهور و یادگیری تأثیر آنها در کسب و کارها

اهداف ویژه:

شناخت اثرات نوآوری های فناورانه در شکل گیری فرصت های کارآفرینانه و بازارهای مبتنی بر فناوری های نوظهور
تبیین نقش فناوری های نوظهور در سیستم و فرآیندهای کسب و کار
تبیین نقش فناوری های نوظهور در اکوسیستم کارآفرینی و کسب و کار

پ) مباحث یا سرفصل ها:

تبیین انواع فناوری نوظهور و نوآوری های فناورانه (هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، محاسبات کوانتومی، کلان داده و تحلیل، بلاکچین، نانوبیوتکنولوژی و فناوری های همگرا)
چرخه های فناوری و چرخه هایپ (hype) برای فناوری های نوظهور و مسیر تجاری سازی آنها
نقش فناوری های نوظهور در شکل دهی به فرصت های کارآفرینانه و بازارهای نوظهور
چالش های پذیرش فناوری های نوظهور
فناوری های نوظهور و مدل کسب و کار نوآورانه (مورد مطالعه VR و AI)
نقش فناوری بلاکچین در تحول مدل های تجاری و اکوسیستم ها: همزیستی عوامل انسانی و فناوری
تأثیر کلان داده بر دنیای کسب و کار

تأثیر فناوری های نوظهور مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و غیره بر فرآیندهای کسب و کار
ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: ارائه کلاسی مبتنی بر بحث گروهی، تمرین عملی و مطالعه موردی،

دعوت از سخنران مهمان

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Graphene enterprise: mapping innovation and business development in a strategic emerging technology, P Shapira, A Gök, F Salehi - Journal of Nanoparticle Research, 2016 - Springer
Emerging technology and business model innovation: the case of artificial intelligence, J Lee, T Suh, D Roy, M Baucus - Journal of Open Innovation: Technology ..., 2019
Networked business model development for emerging technology-based services, T Palo, J Tähtinen - Industrial Marketing Management, 2013 - Elsevier
Introduction to the field of emerging technology management, AJ Groen, ST Walsh, 2013 - Wiley Online Library



- Emerging technology: What is it, M Halaweh , Journal of technology management & innovation, 2013 - scielo.conicyt.cl
- Look before you leap: Market opportunity identification in emerging technology firms
M Gruber, IC MacMillan... - Management ..., 2008 - pubsonline.informs.org
- Charting exploitation strategies for emerging technology, R Phaal, M Routley, N Athanassopoulou... - Research-Technology ..., 2012 - Taylor & Francis
- A network perspective on business models for emerging technology-based services, T Palo, J Tähtinen - Journal of Business & Industrial Marketing, 2011 - emerald.com
- A hybrid selection model for emerging technology, YC Shen, SH Chang, GTR Lin, HC Yu - Technological Forecasting and ..., 2010 - Elsevier
- Innovation, Emerging Technology, and Digital Transformation, SJ Andriole - IT Professional, 2020 - ieeexplore.ieee.org
- Applied Learning of Emerging Technology: Using Business-Relevant Examples of Blockchain, M Milkovich, JA Nicholson, DB Nicholson - Journal of Information Systems ..., 2020 - jise.org
- Developing Digital Capabilities for SMEs: SMART4ALL's Cross-Border Experiments for Emerging Technology Development and Adoption, AK Lopez-Hernandez, JFB Noguera - Working Conference on Virtual ..., 2020 - Springer
- Blockchain as a disruptive technology for business: A systematic review, J Frizzo-Barker, PA Chow-White, PR Adams... - International Journal of ..., 2020 - Elsevier
- THE LEGITIMACY BUILDING OF SMEs FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN THE EMERGING ECONOMIES, Z Shuo - 2020 - osuva.uwasa.fi
- The transformational impact of blockchain technology on business models and ecosystems: A symbiosis of human and technology agents, S Schneider, M Leyer, M Tate - IEEE Transactions on ..., 2020 - ieeexplore.ieee.org
- Globalization and technology adoption: evidence from emerging economies, ST Fatima - The Journal of International Trade & Economic ..., 2017 - Taylor & Francis
- Technology adoption: Issues and challenges in information technology adoption in emerging economies
Entrepreneurship, emerging technologies, emerging markets, IS Thukral, J Von Ehr, S Walsh... - International Small ..., 2008 - journals.sagepub.com
- High-technology entrepreneurship in emerging economies: Firm informality and contextualization of resource-based theory, ACO Siqueira, GD Bruton - IEEE Transactions on Engineering ..., 2010 - ieeexplore.ieee.org
- Entrepreneurship in emerging economies: Where are we today and where should the research go in the future, GD Bruton, D Ahlstrom, K Obloj - Entrepreneurship theory ..., 2008 - journals.sagepub.com



عنوان درس به فارسی: نوآفرینی ناب		
عنوان درس به انگلیسی: Lean start up		
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز:
	تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	دروس هم نیاز:
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر: ...
هدف کلی:

کسب دانش و مهارت بکارگیری رویکرد نوآفرینی ناب برای انجام و مربیگری فعالیت های کارآفرینانه جدید

اهداف ویژه:

کسب توانایی استفاده از رویکرد نوآفرینی ناب برای انجام فعالیت کارآفرینانه جدید

کسب مهارت های استفاده از رویکرد نوآفرینی ناب برای مشاوره و مربیگری فعالیت های کارآفرینانه جدید

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- نوآفرینی ناب: تعاریف، مفاهیم، ضرورت
- تفاوت رویکرد نوآفرینی ناب با رویکردهای سنتی
- بنیان های نظری رویکرد نوآفرینی ناب
- مدل های نوآفرینی ناب
- تفکر طراحی و نوآفرینی ناب
- اصول نوآفرینی ناب
- فرآیند اجرایی نوآفرینی ناب
- ایده و فرصت یابی در نوآفرینی ناب
- آزمون های ارزیابی و غربال ایده ها در نوآفرینی ناب
- تبدیل ایده های اولیه به ارزش های پیشنهادی رقابتی در نوآفرینی ناب
- آزمون های بازار و تناسب محصول-بازار در نوآفرینی ناب
- آزمون های کمی و کیفی بینش و رفتار مشتریان در نوآفرینی ناب
- طراحی و توسعه کمینه محصول امکان پذیر
- تحلیل رقابتی در نوآفرینی ناب
- تناسب مدل کسب و کار در نوآفرینی ناب
- نوآوری مدل کسب و کار با رویکرد نوآفرینی ناب
- شاخص های کلیدی ارزیابی کسب و کار در نوآفرینی ناب
- حفظ فرهنگ نوآفرینی ناب در کسب و کار

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه چارچوب مباحث و جمع بندی توسط استاد، مطالعه موردی، پروژه کلاسی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

۷۰... درصد

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

رید، استورات، ساراسواثی، ساراس؛ دیوئی نیک و ویلتینگ رابرت. کارآفرینی اثرساز (در دست چاپ). کمال سخدری و همکاران. تهران: انتشارات دانشگاه تهران

دایر، ناتان؛ دایر، جف. روش نوآور: دمیدن روح نوپای ناب به سازمان شما. ترجمه کمال سخدری و هومن فروزانفر (۱۳۹۹). تهران: انتشارات دانشگاه تهران

گرین، جیمز. بوم تجزیه و تحلیل فرصت. ترجمه کمال سخدری و همکاران (۱۳۹۹). انتشارات جهاد دانشگاهی تهران

Blank, S. (2013). The four steps to the epiphany. K&S Ranch (Book).

Keeley, L., Walters, H., Pikkell, R., & Quinn, B. (2013). Ten types of innovation: The discipline of building breakthroughs. John Wiley & Sons (Book).

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. John Wiley & Sons (Book).

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons (Book).



عنوان درس به فارسی: الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینی		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurial decision-making models	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار * کارگاه موارد دیگر:
هدف کلی:

یادگیری مبانی نظری تصمیم‌گیری کارآفرینانه و فرایند حل مسأله
 تبیین جایگاه ذهنیت کارآفرینان در تصمیم‌گیری کارآفرینانه

اهداف ویژه:

مقدمه ای بر کارکرد مغز و ذهنیت کارآفرینانه در مواجهه با مسأله
 شناخت سبک‌های تصمیم‌گیری در رویکرد کارآفرینی
 آشنایی با مکاتب فکری و نظریه‌های تصمیم‌گیری در فضای ابهام و عدم اطمینان

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

کلیات تصمیم‌گیری و چارچوب تحلیلی تصمیم‌گیری استراتژیک کارآفرینانه
 نقش احساسات و ادراک، عدم قطعیت و تأثیر جهت‌گیری‌های ذهنی بر ادراک از ریسک در تصمیم‌گیری کارآفرینان
 رویکردهای کیفی به تصمیم‌گیری و چارچوب تصمیم‌گیری کارآفرینانه در راستای تشخیص فرصت
 سبک‌های تصمیم‌گیری منطقی، ابتکاری و شهودی با رویکرد کارآفرینانه
 بداهه‌کاری و تصمیم‌گیری فی‌البداهه در کارآفرینی
 نگاهی بر نظریه‌های تصمیم‌گیری در عبور از فضای تفکر منطقی به فضای ابهام
 نظریه‌های تصمیم‌گیری با تکیه بر رویکرد‌های ذهنی و رفتاری در مواجهه با فضای ابهام
 نظریه‌های جدید تصمیم‌گیری با تکیه بر ذهنیت کارآفرینانه در مواجهه با فضای ابهام

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

رویکرد تعاملی چندگانه ارایه مباحث تئوریک همراه با موردکاوی، کارتیمی، ایجاد توفان فکری از طریق ارتباط مستمر با یکدیگر در اتاق فکر
 تصمیم‌گیری کارآفرینانه، استفاده از کارآفرینان مهمان، انجام پروژه فردی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۶۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

آخرین کتاب‌ها یا مقاله‌های مرتبط با تصمیم‌گیری کارآفرینانه در مجلات علمی برتر کارآفرینی بر اساس کلیدواژه‌های درسی ارایه شده به دانشجویان در قالب کار تیمی یا پروژه فردی جستجو و مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2018). *Entrepreneurial cognition: Exploring the mindset of entrepreneurs*. Cham: Palgrave Macmillan.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.

Näätänen, R. (2018). *Attention and brain function*. Routledge.

مبارکی محمد حسن و دیگران. "الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینان". چاپ چهارم پاییز ۱۳۹۷ تهران: انتشارات سمت



عنوان درس به فارسی: ارزش گذاری استارتاپ ها		عنوان درس به انگلیسی:
نوع درس و واحد	Startup valuation	
<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه	دروس پیش نیاز:	
<input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> تخصصی	دروس هم نیاز:	
<input type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری	۲	تعداد واحد:
<input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه	۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با ویژگی ها و ضرورت های ارزشگذاری انواع شرکت های نوپا

اهداف ویژه:

بررسی تاثیر عوامل مختلف و نحوه اندازه گیری آنها بر میزان ارزش گذاری شرکت های نوپا
روش های ارزش گذاری استارتاپ ها با توجه به عواملی چون مرحله ایجاد و رشد آن ها

ب) مباحث یا سرفصل ها:

اصول مهم در اداره و ارزش گذاری استارتاپ ها

مفاهیم انواع ارزش در استارتاپ ها

روش های ارزش گذاری دانش فنی و فناوری

تاثیر تامین مالی بر ارزش گذاری استارتاپ ها

برخی رویکردهای محوری در ارزش گذاری

روش های اصلی ارزش گذاری استارت آپها

مقایسه و دامنه کاربرد روش های اصلی ارزش گذاری

مباحث تکمیلی مرتبط با ارزش گذاری استارتاپ

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: ارائه، مباحثه و پروژه

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

۵۰ درصد

۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ملزومات ارائه سنتی و الکترونیکی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Neil.J, Beaton. (2010). Valuing early stage and venture –Backed companies. Published by John Wiley

Mellen, Chris M. Evans, Frank C. (2010). Valuation for M&A: Building Value in Private Companies. Published by John Wiley & sons, Inc

Huo, W. Fu, C. Huang, Y. & Zheng, S. X. (2018). The valuation of ADR IPOs. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 53, 215-226.

Achleitner, A.K. H. Zelger, S. Beyer, and K. Müller, 2004, "Venture Capital/Private Equity-Studie 2004: Company-(E) valuation und EVCA Valuation Guidelines", Finanz Betrieb, 10, 701-709.



عنوان درس به فارسی: راهبری نهادهای شتابدهنده کسب و کار			
نوع درس و واحد	Business accelerator governance	عنوان درس به انگلیسی:	
نظری <input checked="" type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>		دروس پیش‌نیاز:	
عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input type="checkbox"/>		دروس هم‌نیاز:	
نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
رساله / پایان‌نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

طراحی فرایند های ارزیابی و پذیرش استارت آپ ها در مراکز شتابدهنده کسب و کار های نوپا
طراحی برنامه شتابدهی استارت آپ ها در مراکز شتابدهنده کسب و کار های نوپا

اهداف ویژه:

تدوین برنامه عملیاتی راه اندازی مرکز شتابدهنده کسب و کار های نوپا توسط دانشجویان

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

تعاریف و اصول شتابدهنده ی کسب و کارهای نوپا (Startup accelerators)
بررسی سیر تکاملی و روند شتابدهنده های کسب و کارهای نوپا در جهان و ایران
تفاوت ها و تشابه های مراکز شتابدهنده کسب و کارهای نوپا: کسب و کارهای نوپا و کسب و کارهای سازمانی (Corporate Business Accelerators)
بررسی تفاوت های مراکز فضای کار اشتراکی (Co-working space)، مراکز پیش شتابدهی (pre-accelerators) و مراکز شتابدهنده کسب و کارهای نوپا (Startup accelerators) و مراکز استودیو کسب و کارهای نوپا (Startup studio)
طراحی ساختار سازمانی مرکز شتابدهنده کسب و کارهای نوپا
طراحی فرم های فراخوان، ارزیابی و پذیرش تیم های استارت آپی در مراکز شتابدهنده های کسب و کارهای نوپا
طراحی برنامه و فرایند شتابدهی (آگاهی، پذیرش، شتابدهی، دمو دی و پسا دمو دی) تیم های استارت آپی در مراکز شتابدهنده کسب و کارهای نوپا دل کسب و کار شتابدهنده های کسب و کارهای نوپا

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

دعوت از کارآفرینان و رهبران کارآفرین به عنوان سخنران مدعو، مصاحبه با کارآفرین

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۴۰ درصد
آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد
تدوین گزارش تحلیلی از مراکز شتابدهنده کسب و کارهای نوپا و شرکتی ۲۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

بازدید از مراکز شتابدهی کسب و کارهای نوپا و شرکتی



Cohen, S., Fehder, D. C., Hochberg, Y. V., & Murray, F. (2019). *The design of startup accelerators. Research Policy, 48(7), 1781–1797.* doi:10.1016/j.respol.2019.04.003

de Alvarenga, R., Junior, O. C., & Zeny, G. C. (2019). Venture Building & Startup Studios versus Acceleration Programs-Conceptual & Performance Differences. In ISPIM Conference Proceedings (pp. 1-14). The International Society for Professional Innovation Management (ISPIM).

Vanessa Ostertag, (2017) .Corporate Accelerator Programs. Supporting Startup Success by Fostering Entrepreneurial Networking, Munich, GRIN Verlag, <https://www.grin.com/document/450743>

Ismail Ayman (2020). A Framework for Designing Business-Acceleration Programs: A Case Study from Egypt. *Entrepreneurship Research Journal*, Volume 10, Issue 2, 20180196, e-ISSN 2157-5665, DOI: <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0196>

دفتر دیده بان جهانی کارآفرینی ایران(۱۳۹۹). گزارش ارزیابی شاخص های کارآفرینی در ایران: نتایج پایش ۲۰۱۹ دیده بان جهانی کارآفرینی. دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران



عنوان درس به فارسی: تأمین مالی کارآفرینانه		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurial Finance	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
تخصصی <input type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>		
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	۲	تعداد واحد:
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

کسب مهارت و ارتقای توانمندی دانشجویان در فرایند تأمین مالی پروژه‌های کارآفرینانه

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با انواع منابع سرمایه
 آشنایی دانشجویان با انواع ابزارهای مالی جهت جذب سرمایه
 ارتقای توانمندی دانشجویان در روش‌های خلاقانه مدیریت نقدینگی و به کارگیری تکنیک‌های نوین تأمین مالی

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

آشنایی با مفاهیم پایه در حوزه تأمین مالی (هزینه سرمایه، ساختار سرمایه و ...)
 انواع ابزارهای تأمین مالی و مزایا و معایب هر کدام (Types of Financing)
 محاسبه نیازهای سرمایه‌ای شرکت‌های نوپا شامل تخمین هزینه‌ها، مخارج سرمایه‌ای و سرمایه در گردش
 فرایند توسعه شرکت‌های نوپا و منابع مالی آن‌ها در هر مرحله (Sources of Capital)
 نقش مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها در فرایند تأمین مالی کارآفرینان
 نقش سرمایه‌گذاری جسورانه در تأمین مالی استارت‌آپ‌ها، فرایند جذب سرمایه از آنها و معیارهای موردنظر آنها جهت سرمایه‌گذاری
 مباحثی در خصوص قراردادهای مالی جذب سرمایه
 تأمین مالی کوتاه‌مدت و مدیریت سرمایه در گردش
 تأمین مالی خودراه‌انداز، استراتژی‌ها و تکنیک‌های آن
 تأمین مالی جمعی، انواع مدل‌ها و فرایند آن و تأمین مالی جمعی مبتنی بر بلاک‌چین شامل ICOها
 هنر ارائه و معرفی کسب‌وکار نوپا به سرمایه‌گذاران بالقوه

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ارائه رئوس مطالب توسط استاد، بحث و پرسش و پاسخ، ۲. سخنران مدعو

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال (۶۰ درصد)، آزمون پایان نیم‌سال (۴۰ درصد)

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Alhabeeb, M.J. (2015). Entrepreneurial Finance: Fundamental of Financial Planning and Management for Small Business, John Wiley.
 Sherman, Andrew J. (2012), 3rd ed., Raising capital: get the money you need to grow your business, Amacom.



Cornwall, Jeffrey R., Vang, David O., and Hartman, Jean M. (2015). *Entrepreneurial Financial Management: an Applied Approach*, 3rd ed., Routledge.

چیت‌سازان، هستی و کولجی، ساره (۱۳۹۸). هنر جذب سرمایه برای کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها). تألیف الهاندرو کریمیدز. تهران: انتشارات ادیبان روز.



عنوان درس به فارسی: جنبه های حقوقی کسب و کار الکترونیک		عنوان درس به انگلیسی: E-business law	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/>	پایه <input type="checkbox"/>		
عملی <input type="checkbox"/>	تخصصی <input type="checkbox"/>		
نظری-عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>		
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۲	تعداد واحد:
		۳۲	تعداد ساعت:

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

بررسی ابعاد حقوقی کسب و کارهای الکترونیک در مراحل تاسیس، فعالیت و انحلال

اهداف ویژه:

با توجه به توسعه کسب و کارهای الکترونیکی و اهمیت آشنایی با ابعاد حقوقی این نوع کسب و کار، در این درس دانشجویان با تفاوت‌های حقوقی کسب و کارهای الکترونیکی و غیر الکترونیکی و شرایط حقوقی لازم برای راه اندازی کسب و کارهای اینترنتی و قواعد حقوقی حاکم بر این نوع کسب و کارها ریسک‌های حقوقی که متوجه موسسین و مدیران آنها شده و مسائل حقوقی مرتبط نظیر قواعد رقابت و حمایت داده و حمایت از حقوق مصرف کنندگان، آشنا می شوند.

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

تعاریف و مفاهیم و اهمیت کسب و کارهای الکترونیکی
تفاوت‌های حقوقی کسب و کارهای الکترونیکی و غیر الکترونیکی
قواعد حقوقی حاکم بر تاسیس کسب و کارهای
آشنائی با نهادهای تنظیم گر کسب و کارهای الکترونیکی و مراجع صدور مجوز
قواعد صنفی کسب و کارهای صنفی
نامه های دامنه و حمایت‌های حقوقی از نام و علائم تجاری کسب و کارهای الکترونیک
قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای الکترونیک
امضای الکترونیک
قواعد حقوقی تبلیغات تجاری در فضای مجازی
حقوق حمایت از مصرف کنندگان
قواعد حقوق رقابت
مسئولیت ناشی از نقض مالکیت فکری در فضای مجازی
قواعد حقوقی حاکم بر پرداخت‌های الکترونیک
جرائم رایانه ای مرتبط با کسب و کارهای الکترونیکی
حقوق دولتی و مالیاتی در کسب و کارهای الکترونیکی
روش های حل و فصل اختلافات



ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

کار گروهی - پروژه - تکالیف و فعالیت های فردی در طول ترم - تحلیل و مطالعه موردی - آزمون پایان ترم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۳۰ درصد

پروژه پایانی ۳۰ درصد

آزمون پایان نیم سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور و کامپیوتر، شبکه و تابلو، فیلم های آموزشی، مقاله و کتاب، مطالعه موردی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

حقوق تجارت الکترونیک، پروفیسور زویه لینان دبلفون، ترجمه ستار زرکلام، چاپ چهارم، انتشارات شهر دانش، ۱۳۹۶

رسانه های اجتماعی و حقوق تجارت الکترونیک، الن داویدسون، ترجمه حسین صادقی و همکاران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۴۰۰

مسئولیت مدنی در ارتباطات الکترونیک، حسین صادقی، ۱۳۹۶، نشر میزان

EU Internet Law in the Digital Era: Regulation and Enforcement, Tatiana-Eleni Synodinou, Philippe Jougoux, Christiana Markou, Springer, 2019

Business Law: The Ethical, Global, and E-Commerce Environment, LANGVARDT, A. James Barnes, Jamie Darin Prenkert, Martin A. McCrory, Joshua E. Perry, McGraw-Hill Education, 2018

E-Commerce 2019: Business, Technology and Society, Kenneth C. Laudon, Carol Guercio Traver, Pearson, 2019.

Internet and E-commerce Law, Business and Policy, Brian F. Fitzgerald, Thomson Reuters, 2011

Information Technology Law, Ian J. Lloyd, Oxford University Press, 2017



عنوان درس به فارسی: مکاتب اقتصادی		Schools of economic thought	
عنوان درس به انگلیسی:		نوع درس و واحد	
دروس پیش نیاز:		پایه	<input type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:		نظری	<input checked="" type="checkbox"/>
تعداد واحد:		تخصصی	<input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:		عملی	<input type="checkbox"/>
		اختیاری	<input checked="" type="checkbox"/>
		نظری-عملی	<input type="checkbox"/>
		رساله / پایان نامه	<input type="checkbox"/>

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با تاریخ اندیشه های اقتصادی و مکاتب فکری اقتصادی و تحولات آنها در طول زمان و همچنین، اندیشه های اقتصادی مکتب فکری اسلام و مسلمانان و کاربرد آنها در کارآفرینی

اهداف ویژه:

آشنایی دانشجویان با تاریخ اندیشه های اقتصادی و مکاتب فکری اقتصادی و تحولات آنها در طول زمان
آشنایی با اندیشه های اقتصادی مکتب فکری اسلام و مسلمانان
کاربرد اندیشه مکاتب اقتصادی در کارآفرینی

پ) مباحث یا سر فصل ها:

مبانی و اصول مطالعه مکاتب فکری اقتصادی
نظریه های کلیدی اقتصاد کلان و مکاتب اقتصادی و چارچوب مفهومی اقتصاد کلان و مکاتب اقتصادی
تاریخ عقاید اقتصاد در یونان باستان و قرون وسطی و اندیشه های اقتصادی مکتب فکری اسلام و مسلمانان
مکتب فکری سوداگری و مکتب فکری طبیعیون
مکتب فکری کلاسیک ها و نئو کلاسیک ها و کلاسیک های جدید
مکتب فکری سوسیالیستی، مکتب فکری تاریخی
مکتب فکری نهادی و مکتب فکری اتریشی و مکتب فکری کینزی، کینزین های جدید و پسا کینزی
عقاید اقتصاددانان نوبلیست اقتصادی منتخب و ارزیابی و مقایسه تطبیقی اندیشه مکاتب اقتصادی
کاربرد اندیشه مکاتب اقتصادی در کارآفرینی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

راهبرد تعاملی معکوس مبتنی بر خلاقیت، اکتشاف، حل مسئله و تصمیم گیری و بهره گیری از نرم افزارهای رایانه ای

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی): فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد و آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: استفاده از ظرفیت ها و پایگاه های اینترنتی مقالات و کتاب ها

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Schumpeter, J. A. (1945). History of economic analysis: With a new introduction by Mark Perlman. Taylor & Francis e-Library.
Snowdon, B., & Vane, V. (2005). Modern macroeconomics its origins, development and current state. Edward Elgar Publishing Limited.
Backhaus, J. G. (Ed.). (2012). Handbook of the History of Economic Thought: Insights on the founders of modern economics. Springer.



عنوان درس به فارسی: مکاتب جامعه شناسی		عنوان درس به انگلیسی: Schools of sociological thought	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	تعداد واحد:	۲
	تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	تعداد ساعت:	۳۲
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		
	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم اصلی اصول و نظریه های جامعه شناسی بر حسب مکاتب تخصصی و پارادایم های اصلی جامعه شناسی، شناخت مکاتب و نظریه ها و اندیشه های جامعه شناسی معاصر، طرح رویکرد های مختلف جامعه شناختی به کارآفرینی، تحول در باختر تولید و کسب و کارها.

اهداف ویژه:

تحول در شیوه های تولیدی و خدماتی
 رویکرد جامعه شناختی به اقتصاد مشارکتی و دگرگونی در گرایش ها در جامعه مدرن و جامعه فرا پست مدرن بر حسب گسترش فناوری اطلاعات و ارتباط
 ظهور شبکه های اجتماعی
 کارآفرینی در ابعاد چهارگانه نظام اجتماعی

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

آشنایی و مرور تحول در اندیشه مکاتب جامعه شناسی از دوره آغازین تا رویکردهای اخیر به جامعه فرا پست مدرن.
 کارکرد گرایی و ساختار گرایی در جامعه شناسی، مکتب تضاد، مارکسیسم و سوسیالیسم و مبانی نظری در تحول شیوه های تولیدی.
 مکتب پدیدار شناسی در کنش اجتماعی و نظام اجتماعی، مرور اندیشه های ماکس وبر، تالکوت پارسنز، ادموند هوسرل
 نظریه کنش متقابل نمادی و کاربرد آن در جامعه فرا پست مدرن.
 نظریه مبادله و کاربرد آن در بازاریابی نوین.
 نهاد گرایی و تحلیل نقش نهاد های اجتماعی در جامعه (نهاد دولت، دین، خانواده، آموزش و پرورش و ...).
 اصول جامعه شناسی اقتصادی و نقش تولید و مصرف در زندگی اجتماعی.
 جامعه شناسی بازار، شرکت ها، کسب و کارها و مشاغل.
 جامعه شناسی کارآفرینی و نقش عقلانیت در روح سرمایه داری.
 نقش نهاد دولت در ساختار تولید (کشاورزی، صنعت، خدمات و ...).
 فرایند جهانی شدن و تحلیل اهداف توسعه پایدار.
 جامعه شناسی فناوری اطلاعات و ارتباطات.
 رویکرد جامعه شناختی به جامعه فرا پست مدرن و کسب و کارهای نوپا.
 تحلیل جامعه شناختی شبکه های اجتماعی ساختار یافته و رابطه آن با تحول در کسب و کارها.
 رویکرد جامعه شناختی به اقتصاد مشارکتی، تحلیل، ارزش آفرینی و نوآوری در ابعاد چهارگانه نظام اجتماعی.
 رویکرد های جامعه شناختی به جامعه ایران در فرایند تحولات ساختار تولید و خدمات.

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:



آموزش مفاهیم اصلی توسط استاد

مشارکت دانشجویان در مباحث

پژوهش رویکردهای جدید توسط دانشجویان با راهنمایی استاد

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۶۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

ویدیو پروژکتور، کامپیوتر و دسترسی به شبکه های اینترنتی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

نظریه های جامعه شناسی، جورج ریتز، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ هفتم، نشر نی، تهران.

نظریه جامعه شناسی، غلامعباس توسلی، انتشارات سمت، ۱۳۹۴ تهران.

اصول جامعه شناسی اقتصادی، ریچارد سوئد برگ، ترجمه سمیرا کاظم پوریان، ۱۳۹۷، انتشارات دنیای اقتصاد.

جامعه شناسی، آنتونی گیدنز، ترجمه منوچهر صبوری، ۱۳۹۵، نشر نی.

Theoretical Sociology: A Concise Introduction to Twelve Sociological Theories Book by Jonathan H. Turner, University of California, 2019.

Contemporary Sociological Theory | SAGE Publications Inc, Written by award-winning scholar, Jonathan Turner, ۲۰۲۰, us.sagepub.com › nam › book۲۳۷۲۴۰.

Scott Appelrouth and 1 more Classical and Contemporary Sociological Theory: Text and Readings, 2019.



عنوان درس به فارسی:		مکاتب روانشناسی	
عنوان درس به انگلیسی:		Schools of thought in psychology	
دروس پیش نیاز:		نوع درس و واحد	
دروس هم نیاز:		پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	تخصصی <input type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۳۲	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	نظری-عملی <input type="checkbox"/>
		رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	

هدف کلی:

شناخت و تحلیل مکاتب عمده روانشناسی

اهداف ویژه:

- مکاتب نخستین روانشناسی را یاد بگیرد.
- مکاتب عمده روانشناسی را تحلیل و نقد کند.
- مکاتب روانشناسی معاصر و تکامل آنها یاد بگیرد.

پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

مقدمه ای بر تاریخچه و پایه های فلسفی علم روانشناسی (فیلسوفان یونانی / مسلمان)
 مکاتب و رویکردهای نخستین در روانشناسی (تدایی گرایی، اراده گرایی، ساختارگرایی، کارکردگرایی)
 مکتب رفتارگرایی و کاربرد آن در کارآفرینی
 روانشناسی گشتالت و بهره گیری از یافته های آن برای کارآفرینی
 روانشناسی شناختی و کاربرد آن در کارآفرینی
 روانشناسی قومی و کاربرد آن در کارآفرینی
 روانشناسی چند فرهنگی و کاربرد آن در کارآفرینی
 تحلیل و نقد مکاتب روانشناسی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: یادگیری معکوس همراه با فعالیت محور

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: رایانه شخصی

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Jarrett, C. (Ed.). (2011). *30-second psychology: The 50 most thought-provoking psychology theories, each explained in half a minute*. Icon Books Ltd.
- Walsh, R. T., Teo, T., & Baydala, A. (2014). *A critical history and philosophy of psychology: Diversity of context, thought, and practice*. Cambridge University Press.
- Plotkin, H. (2008). *Evolutionary thought in psychology: A brief history*. John Wiley & Sons.
- Heinämaa, S., & Reuter, M. (Eds.). (2008). *Psychology and philosophy: inquiries into the soul from late scholasticism to contemporary thought* (Vol. 8). Springer Science & Business Media.
- Lindstad, T. G., Stänicke, E., & Valsiner, J. (2020). *Respect for Thought*. Springer International Publishing.
- Cacioppo, J. T., Freberg, L., & Cacioppo, S. (2021). *Discovering psychology: The science of mind*. Cengage learning.



عنوان درس به فارسی: مکاتب مدیریت			
عنوان درس به انگلیسی: Schools of management though		نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:		<input type="checkbox"/> پایه	<input checked="" type="checkbox"/> نظری
دروس هم‌نیاز:		<input type="checkbox"/> تخصصی	<input type="checkbox"/> عملی
تعداد واحد:	۲	<input checked="" type="checkbox"/> اختیاری	<input type="checkbox"/> نظری-عملی
تعداد ساعت:	۳۲	<input type="checkbox"/> رساله / پایان‌نامه	

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم سازمان، مدیریت و رهبری

کسب توانایی نقد مکاتب مدیریت

اهداف ویژه:

ایجاد و تقویت قابلیت تحلیلی دانشجویان درباره مسائل و راهکارهای مدیریتی در ایران

(پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

اهمیت تعاریف و وظایف مدیریت (برنامه ریزی، سازماندهی، رهبری و کنترل)

اخلاق و مسئولیت‌های اجتماعی کارآفرینان و مدیران

مکتب کلاسیک‌ها (ویژگی‌های مکتب کلاسیک‌ها: تعیین هدف و رسمیت)

مکتب نئوکلاسیک (ویژگی‌های مکتب نئوکلاسیک‌ها: پیچیدگی هدف و ساختار غیر رسمی)

مکتب اقتضایی (ویژگی‌های مکتب اقتضایی: انطباق‌پذیری با محیط)

مکتب سیستم‌ها (ویژگی‌های مکتب سیستم‌ها: تعامل با محیط)

مکتب نوگرایی و پست مدرن در مدیریت (نمادین و تفسیری)

بررسی انتقادی مکاتب مدیریت

(ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

دعوت از کارآفرینان و رهبران کارآفرین به عنوان سخنران مدعو، مصاحبه با کارآفرین

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۴۰ درصد / آزمون پایان نیم‌سال ۴۰ درصد / گزارش تحلیلی مصاحبه با کارآفرینان استارت آپی و رهبران ۲۰ درصد

(ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

بازدید از استارت آپ‌ها، مراکز شتابدهی کسب و کارهای نوپا، کسب و کارها و صنایع

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

Stephen Robbins, Mary Coulter, David A. De Cenzo, Megan Woods (2018). Management: The Essentials, P.Ed Australia. 4th Edition

Jeffrey A. Miles. (2012). Management and Organization Theory: A Jossey-Bass Reader: Wiley

رضائیان علی (۱۳۹۵). مبانی سازمان و مدیریت. تهران: انتشارات سمت

جلیلی بال، اعظم. (۱۳۹۷). کتاب سیری در مکتب‌های مدیریتی. تهران: انتشارات ماهواره

ماری جو هیچ (۱۳۸۵). تئوری سازمان. جلد ۱ و ۲. ترجمه حسن دانایی فرد. تهران: نشر افکار



عنوان درس به فارسی: کارآفرینی و کسب و کار در اسلام		عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurship and Business in Islam	
نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	تعداد واحد: ۲	تعداد ساعات: ۳۲
	تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>		
	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>		
	رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی آزمایشگاه سمینار کارگاه موارد دیگر:

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مبانی و اصول معرفتی اسلامی مرتبط با کارآفرینی و کسب و کار و شناخت مفاهیم اسلامی موثر بر کارآفرینی و کسب و کار مانند توکل، برکت، صبر، نیت، عمل صالح

اهداف ویژه:

بیان ضرورت مکتب سازی نوین کارآفرینی مبتنی بر مبانی اسلامی
شناخت اهمیت کسب و کار در اسلام
شناخت نقش متقابل معنویت دینی و کسب و کار

پ) مباحث یا سرفصل ها:

آشنائی با نحوه ورود مبانی فکری-فلسفی به جریان پیشرفت علمی و نقش آنها در شکل دهی به الگوهای علمی و توصیه های سیاستی
تبیین ضرورت مکتب سازی نوین کارآفرینی مبتنی بر مبانی معرفتی اسلامی
ارائه مبانی و اصول اسلامی مرتبط با کارآفرینی و کسب و کار و نقش آنها در ابعاد مختلف کارآفرینی و کسب و کار
بازمفهوم پردازی کارآفرینی و مفاهیم مرتبط با آن از دیدگاه مبانی و اصول اسلامی
جایگاه مبانی و اصول اسلامی در جهت دهی به سیاست های توسعه کارآفرینی و جایگاه کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی
ارزش و اهمیت کسب و کار در اسلام
تاثیر متقابل معنویت دینی و عملکرد کسب و کار بر یکدیگر
شناخت مفاهیم اسلامی موثر بر کارآفرینی و کسب و کار مانند توکل، برکت، صبر، نیت، عمل صالح، استقامت در کار
الگوی کارآفرینی برکت محور

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف: ارائه کلاسی مبتنی بر بحث گروهی،

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- منزلت عقل در هندسه معرفت دینی- آیت الله جوادی آملی- قم - نشر اسراء - ۱۳۸۶
- الحیات - جلد ۴ و ۵ - محمد رضا حکیمی - تهران - دفتر نشر فرهنگ اسلامی - ۱۳۸۰
- کار آفرینی در نظام ارزشی - دکتر حسین خنیفر - دانشگاه تهران - چاپ دوم. ۱۳۸۵.
- محجه البیضاء فی التهذیب الاحیاء - بخش آداب کسب و کار - فیض کاشانی - .
- علمی، محمد، ۱۳۸۷. اخلاق در تجارت: رهنمودهای اخلاقی برای موفقیت در کسب و کار، تهران: سازمان توسعه تجارت ایران.



عنوان درس به فارسی:		کارآفرینی اجتماعی	
عنوان درس به انگلیسی:		Social entrepreneurship	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>		
دروس پیش نیاز:			
دروس هم نیاز:			
تعداد واحد:		۲	
تعداد ساعت:		۳۲	
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>			
نظری-عملی <input type="checkbox"/>			
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>			

ایجاد و تقویت یادگیری در خصوص اصول، نظریه ها، رویکردها و مدل های ایجاد و رشد کارآفرینی اجتماعی

اهداف ویژه:

آشنایی با مبانی و نظریه ها و مدل های کارآفرینی اجتماعی
 آشنایی با فرایند ایجاد کسب و کارهای اجتماعی
 آشنایی با اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

مفاهیم، مبانی و اصول کارآفرینی اجتماعی
 انواع کارآفرینی اجتماعی
 تئوری های کارآفرینی اجتماعی
 ویژگی های کارآفرینان اجتماعی
 تحلیل نمونه های موفق کارآفرینان اجتماعی داخلی و خارجی
 فرایند کارآفرینی اجتماعی
 بیزینس مدل اجتماعی
 اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

استفاده از شیوه های مختلف سخنرانی، دعوت از مهمان، بازدید، پروژه های فردی و گروهی و مطالعه موردی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۸۰ درصد / آزمون پایان نیم سال ۳۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه: -

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- Bornstein, D. (2004). How to change the world, social entrepreneurs and the power of new ideas. New York: Oxford University Press.
- Brooks, A. C. (2009), Social entrepreneurship: a modern approach to social venture creation, Pearson education international.
- Defourny, J., Nyssens, M. (2017). Fundamentals for an International Typology of Social Enterprise Models. Voluntas 28, 2469–2497, <https://doi.org/10.1007/s11266-017-9884-7>.



Fowler, E.A.R., Coffey, B.S. & Dixon-Fowler, H.R. (۲۰۱۹). Social Impact: A Case on the Creation and Evolution of a Social Enterprise. *Journal of Business Ethics* 159, 665–678, <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3754-5>

Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.

