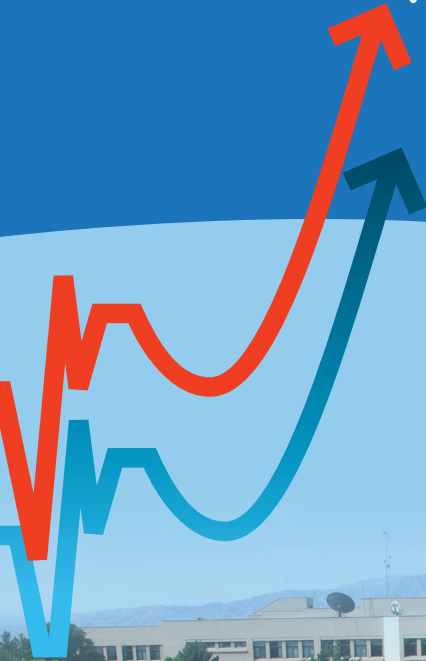




معرفی دانشکده مدیریت و اقتصاد

(ماموریت، چشم انداز، راهبردها و معرفی رشته ها)



شهریور ۱۳۹۲



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



۱- ارزش های بنیادی

- ۱ ارتقای سطح آگاهی، اعتقاد و رفتار اسلامی و استانداردهای اخلاق حرفه ای در اعضای هیأت علمی و دانشجویان
- ۲ توأم ساختن فعالیت های آموزشی و پژوهشی اعضای هیأت علمی با نقش تربیتی و اخلاقی آنان
- ۳ ترویج فرهنگ کسب و کار دانش بنیان و کارآفرینی
- ۴ افزایش نقش دانشکده در توانمندسازی و ارتقای بهره‌وری بنگاه‌های اقتصادی
- ۵ تسهیل مشارکت اعضای هیأت علمی دانشکده در نظام تصمیم سازی و تصمیم گیری دانشگاه
- ۶ تقویت فرهنگ مطالعه، تحقیق و روحیه پرسشگری و یادگیری مادام العمر در دانشجویان
- ۷ جهت دهی فعالیت های آموزشی و پژوهشی به سمت شناسایی مشکلات و رفع نیازهای واقعی جامعه با تاکید بر نوآوری در مرزهای دانش



۲- ماموریت دانشکده

- ۱ آموزش نیروی انسانی با تاکید بر رعایت و تحکیم اخلاق حرفه ای و کسب مهارت‌های کسب و کار و همکاری با سایر دانشکده های دانشگاه و سایر مراکز آموزشی و اجرایی در سطح منطقه ای و ملی
- الف تامین کارشناسان و متخصصان مراکز علمی و سازمان‌ها به ویژه بخش خصوصی و بنگاه‌های اقتصادی اعم از هیات علمی، متخصص و پژوهشگر با تاکید بر گسترش دوره های کارشناسی و تحصیلات تکمیلی
- ب پرورش مدیران کارآمد برای اداره سازمان‌ها و ارتقای توانمندی علمی مدیران بنگاه‌های اقتصادی که قادر باشند در زمینه های ذیل انجام وظیفه نمایند:
 - اداره و راهبری مؤثر و کارآمد سازمان‌ها یا یک بخش تخصصی آنها نظیر بخش‌های تولیدی، بازاریابی و فروش و مالی
 - طراحی، هدایت و رهبری تحول در کل سازمان پس از کسب مهارت‌ها و تجارب عملی
 - ایجاد تحول در بخش‌های تخصصی سازمان‌ها با تجدید تشکیلات، رویه‌ها و شیوه‌های اداری آن بخش
 - کسب مهارت‌های مدیریتی و کارآفرینی برای ایجاد فعالیت‌های جدید در سازمانها و یا ایجاد سازمان‌های جدید
- ۲ تولید دانش در حوزه علم مدیریت از طریق انجام پژوهش‌های بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای برای حل مشکلات مدیریتی سازمان‌ها در سطح ملی و منطقه ای
- ۳ طراحی و توسعه روش‌های نوین آموزش مدیریت متناسب با نیازهای جامعه و بازار کار
- ۴ ارتقای شاخص‌های اثربخشی و کارایی سازمان‌ها با ارائه خدمات مشاوره‌ای به مدیران و کارشناسان
- ۵ فراهم آوردن زمینه های لازم برای مشارکت و همکاری با سازمان‌های دولتی، خصوصی و تعاونی به منظور شناسایی و رفع نیازهای متقابل و ارائه خدمات علمی و تخصصی به آنها در قالب آموزش‌های مدیریتی و انجام پژوهش‌های کاربردی
- ۶ مشارکت در انتشار منابع معتبر علمی و سهیم شدن در تولید دانش مدیریت در سطح ملی و بین‌المللی
- ۷ ارتباط و همکاری مشاوره‌ای و علمی با سایر مراکز آموزشی برای ایجاد همکاری و حمایت‌های علمی، برگزاری دوره‌های بازآموزی، تبادل هیات علمی و دانشجوی



۳- چشم انداز

رسیدن به جایگاه زیر طی تا سال ۱۴۰۴

- ۱ کسب جایگاه برتر در کیفیت آموزشی در رتبه بندی دانشکده‌های مدیریت کشور بر اساس نوآوری در رویکرد، روش و محتوای آموزشی، گسترش و تعمیق آموزش‌های تخصصی و مهارتی همراه با ارتقای روحیه خلاقیت و کارآفرینی
- ۲ دارای جایگاه مناسب در حوزه پژوهش‌های مدیریت برای کسب جایگاه برتر در تولید علم و دستیابی به «قطب علمی» در گرایش‌های مشخص مدیریت
- ۳ پیشرو و دارای جایگاه برتر در ارائه «مشاوره های تخصصی در حوزه مدیریت» به سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی مطابق با دانش روز و استانداردهای ملی و بین‌المللی

۴- راهبردهای کلان

- **ارایه آموزش با کیفیت جهت ارتقای دانش، مهارت و ارزش‌های دانش‌آموختگان، توسعه فرهنگ پرسشگری، خلاقیت و کارآفرینی و ایجاد آمادگی جهت پذیرش مسوولیت‌های شغلی در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد به عنوان کارشناسان، محققان و مدیران آینده سازمان‌ها به ویژه بخش خصوصی**
- **ارایه آموزش‌های مبتنی بر نیازهای بازار کار و روش‌های تدریس و یاددهی نوین و دوره‌های کارورزی و کارآموزی در درس‌های مختلف**
- **بکارگیری فرایندهای جدید ارزیابی کیفیت آموزشی در مقاطع مختلف تحصیلی**
- **اتخاذ راهکارهایی برای انجام صحیح وظایف اعضای هیات علمی به منظور نظارت دائمی بر روند آموزشی دانشجویان و گسترش فرهنگ شاگردپروری**
- **جذب دانش‌آموختگان موفق و نخبه دوره‌های کارشناسی سایر رشته‌ها به ویژه رشته‌های فنی و مهندسی برای تحصیل در دوره‌های کارشناسی ارشد مدیریت**
- **توسعه برنامه‌های آموزشی متنوع برای تحت پوشش قرار دادن طیف وسیع‌تری از اقشار جامعه با بکارگیری ظرفیت بلااستفاده آموزشی دانشکده با ارائه دوره‌های آزاد در جهت امکان ارتباط بیشتر با بنگاه‌های اقتصادی بدون ایجاد اختلال در روند عادی برنامه‌های آموزشی**
- **گسترش فعالیت تمام وقت اعضای هیات علمی به منظور ایجاد فرصت مناسب برای فعالیت‌های توأم آموزشی و پژوهشی**
- **ایجاد بسترهای لازم برای آموزش دانش و مهارت‌های مدیریت در سایر رشته‌ها و حوزه‌های مدیریتی دانشگاه**
- **همکاری در ایجاد رشته‌های جدید تخصصی و بین رشته‌ای مطابق با نیازهای روز جامعه و ایجاد دوره‌های مشترک آموزشی با دانشکده‌های مختلف**
- **همکاری آموزشی با مراکز علمی معتبر ملی و بین‌المللی به ویژه در دوره‌های تحصیلات تکمیلی**
- **همفکری و همکاری با معاونت دانشجویی و فرهنگی جهت ایجاد فضای هرچه سالم و متناسب با فرهنگ اسلامی-ایرانی به منظور ایجاد تمرکز فکری برای دانشجویان در راستای یادگیری بهتر**
- **تحلیل و حل مسایل اساسی سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی مبتنی بر تفکر نوآورانه و تعامل خلاقانه با مدیران و کارشناسان**

سیاست های رشته های کارشناسی مدیریت در راستای ماموریت دانشکده

۱ تبیین اهمیت و جایگاه رشته های مقطع کارشناسی در نظام آموزشی دانشکده و حفظ و ارتقای کیفیت آموزشی رشته های کارشناسی در رقابت با سایر دانشکده های مدیریت
۲ تاکید بر حفظ ارتقای استانداردهای آموزشی با انتخاب و بکارگیری بهترین روش های آموزشی، برنامه ها و منابع درسی، اعضای هیئت علمی و مناسب ترین فناوری های آموزشی به منظور دستیابی به بالاترین درک و آگاهی دانشجویان از دانش مدیریت و کسب مهارت های شغلی برای ورود دانش آموختگان به بازار کار

الف ترویج مهارت های مدیریتی و ارتقای شناخت اعضای هیات علمی و دانشجویان نسبت به آموزش مهارت های مدیریتی
ب انجام پژوهش در خصوص عناوین مهارت های مدیریتی، محیط و فضای ارایه مهارت های مدیریتی
ج ایجاد هماهنگی بین اعضای هیات علمی برای ارایه مهارت های مدیریتی

د برنامه ریزی برای برگزاری میزگردها و سخنرانی های علمی - تخصصی، سمینارها و همایش سالانه برای ارتقای توان کارآفرینی دانشجویان

۳ شناسایی و هدایت نخبگان دوره های کارشناسی به ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر و کسب عالی ترین رتبه در سطح ملی
۴ ایجاد انگیزه، رقابت و سوق دادن دانشجویان به کسب تفکر خلاقانه و نوآوری با محوریت علاقمندی و رضامندی دانشجویان

اشاعه مهارت های مدیریتی به منظور افزایش کارآمدی دانشجویان و دانش آموختگان از طریق تحول در برنامه ها و شیوه های آموزشی در مقطع کارشناسی فرآیندی است که دانشجویان با ایده های نو و خلاقانه آشنا شوند، زیرا مهارت های مدیریتی یک خصیصه منحصراً ذاتی نیست، بلکه از طریق آموزش هایی مناسب در زمینه های مختلف کسب و کار، مهارت های خاص و تغییر نگرش و ایجاد انگیزه در افراد، می توان مبادرت به تربیت دانش آموختگان کارآمد نمود.



سیاست رشته های تحصیلات تکمیلی در راستای ماموریت دانشکده

کلیه سازمان‌ها، ارگان‌ها و موسسات دولتی و خصوصی می‌توانند با بهره‌گیری از دانش و تجربه اعضای هیات علمی و ظرفیت‌های علمی دانشکده و همچنین دانشجویان جوان و خلاق، نیازهای پژوهشی و آموزشی خود را در زمینه‌های مختلف مدیریتی برطرف کنند. پژوهش‌ها باید در حوزه‌های رشد و توسعه بنگاه‌ها و رفع معضلات آنها صورت پذیرد. دانشکده در گرایش‌های مختلف مدیریت، ظرفیت قابل توجهی برای تعریف و اجرای پایان‌نامه‌های تخصصی در زمینه اولویت‌های پژوهشی سازمان‌ها و بنگاه‌ها خواهد داشت. سازمان‌های دولتی و خصوصی می‌توانند با حمایت از تعریف یک برنامه پژوهشی سه تا پنج ساله، از تمرکز تحقیقات دانشجویان ارشد، در یک زمینه خاص در قالب برنامه پژوهشی حمایت نموده و از دستاوردهای آن بهره‌مند گردند.

- ۱ شکوفایی خلاقیت و نوآوری علمی دانش‌آموختگان
- ۲ تولید علم و تأمین نیروهای کارآمد و دانش‌پژوه برای واحدهای اقتصادی و دستگاه‌های اجرایی شامل:
 - هدفمند کردن پژوهش در دوره های تحصیلات تکمیلی به خصوص پایان نامه های کارشناسی ارشد در حوزه های اولویت دار پژوهشی دانشکده
 - همفکری و همکاری با معاونت پژوهشی به منظور ارتباط با واحدهای اقتصادی و جذب پروژه‌های پژوهشی بنگاه های اقتصادی و سازمان‌های عمومی و دولتی
 - همفکری و همکاری با معاونت پژوهشی جهت ایجاد مکانیسم های نظارتی قوی بر انجام پروژه های تحقیقاتی اعضای هیات علمی و دانشجویان در واحدهای اقتصادی در راستای خواست و نیازهای آنها و انجام پژوهشی واقعی، مفید و مؤثر
 - ایجاد مکانیسم های تشویق برای بکارگیری نتایج فعالیت های پژوهشی در آموزش و به روز کردن آن

۶-۱- ماموریت

ارایه خدمات مشاوره ای با پشتوانه اعضای هیأت علمی و ایجاد بستری به منظور استفاده از توانمندی علمی و فکری متخصصان و مشاوران جهت حل مشکلات مدیریتی و تخصصی سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی به صورت کاربردی

۶-۲- وظایف خانه مدیران

● اجرای طرح پایش واحدهای اقتصادی برای شناسایی توانایی‌ها و امکانات موجود در واحدهای اقتصادی منطقه برای ایجاد پیوند بین امکانات و منابع دانشکده و دانشگاه با بنگاه‌های اقتصادی منطقه

شناسایی و کاوش مشکلات و نیز بررسی، ایده‌پردازی و دست‌یافتن به راه‌حل‌های ابتکاری و حل مسائل از توانمندی‌های شاخص خانه مدیران است. گروه‌های حل خلاقانه مسائل در زمینه‌های مختلف مدیریت تشکیل شده و با مدیریت نوآوری و تولید ایده‌های خلاقانه به بررسی موشکافانه و مرتفع کردن مشکلات خواهند پرداخت.

● شناسایی اعضای هیأت علمی، متخصصان و مشاوران در حوزه‌های مختلف مدیریتی و اقتصادی، نوآوری، کارآفرینی و مدیریتی جهت مشاوره و حل مشکلات واحدهای اقتصادی

● ایجاد فضای مناسب برای فعالیت‌های علمی جهت جذب کارشناسان و متخصصان و برقراری ارتباط موثر ایشان با واحدهای اقتصادی

● طبقه‌بندی اعضای هیأت علمی و متخصصان بر اساس نوع ارائه خدمات مشاوره‌ای

● تشویق و ترغیب، توجیه و ترغیب واحدهای اقتصادی برای به‌کارگیری و اجرای ایده‌های مشاوران، متخصصان

● شناسایی و معرفی متخصصان و محققان برجسته به بنگاه‌های اقتصادی

● ایجاد شبکه گسترده از اعضای هیأت علمی، کارشناسان، مراکز آزمایشگاهی و کارگاهی دانشگاه جهت مشاوره و حل مشکلات واحدهای اقتصادی

● اطلاع‌رسانی به واحدهای اقتصادی از قابلیت‌های علمی دانشکده دانشگاه

● ارائه مشاوره تخصصی به بنگاه‌های اقتصادی جهت حل مشکلات تخصصی و ارتقای کمی و کیفی محصولات و خدمات.

● انجام پژوهش‌های پیشنهادی از سازمان‌های دولتی و واحدهای اقتصادی به دانشکده

● همکاری در تعریف موضوع پایان‌نامه‌ها در واحدهای اقتصادی

● ارایه آموزش‌های کوتاه مدت و بلندمدت در قالب برگزاری سمینارها و کارگاه‌های تخصصی آموزشی

- راه اندازی سامانه مشاوره مجازی برای تسهیل ارتباط واحدهای اقتصادی با خانه مدیران
- تدوین طرح‌های کسب و کار برای راه اندازی واحدهای کسب و کار به ویژه در حوزه‌های با فناوری بالا
- غنی‌سازی علمی و تخصصی واحدهای تحقیق و توسعه واحدهای اقتصادی جهت ارتقای سطح استاندارد تولید کالاها و خدمات
- جذب دانشجویان علاقمند و خلاق و ایجاد انگیزه و رغبت نسبت به فعالیت‌های پژوهشی و فناوری و تقویت و بارور کردن بنیة دانش در زمینه مهارت‌های مدیریتی و توسعه و ترویج فرهنگ آن
- تولید و انتشار نشریه علمی، نرم افزارهای رایانه‌ای، فیلم‌های علمی - آموزشی و تشکیل کارگاه‌های تخصصی به صورت مستقل و یا با همکاری سایر گروه‌های آموزشی و پژوهشی و دانشکده‌ها

واحدهای اقتصادی در تمامی مراحل حیات خود، از مرحله مطالعات امکان‌سنجی گرفته تا آخرین مراحل خدمات پس از فروش، نیازمند حجم قابل توجهی از اطلاعات معتبر و به روز می‌باشند که تامین آنها صرفاً از طریق کارشناسان تخصصی امکان پذیر است. تنوع این گروه‌های تخصصی در خانه مدیران متناسب با تنوع گسترده مباحث واحدهای اقتصادی است. به همین جهت دستیابی به مشاوران متخصص با تعهد کاری لازم و با هزینه‌ای مناسب که از تجربه کاری کافی نیز برخوردار باشد، ضروری است.

۶-۳- خدمات خانه مدیران

- مشاوره حضوری به مدیران و کارشناسان واحدهای اقتصادی به وسیله کارشناسان و مشاوران در حوزه‌های مدیریت منابع انسانی، مدیریت استراتژیک، مدیریت فرآیندهای سازمان، مدیریت سیستم‌های تعالی و کیفیت، بازاریابی، مدیریت مالی و مدیریت دانش و نوآوری
- مشاوره مجازی براساس درخواست و اعلام نیاز واحدهای اقتصادی منطقه و با استفاده از اینترنت
- برگزاری سمینارها و کارگاه‌های تخصصی آموزشی متناسب با نیاز و درخواست واحدهای اقتصادی
- ایجاد پایگاه اطلاع رسانی خانه مدیران با هدف ایجاد تعامل سازنده بین واحدهای اقتصادی به ویژه صنایع کوچک و متوسط منطقه از یک سو و مشاوران از سوی دیگر با استفاده از یک بستر مجازی

یکی از با اهمیت‌ترین فرایندهای سازمان‌ها و شرکت‌ها، نظام تصمیم‌گیری است. خانه مدیران با بهره‌گیری از توانایی‌های اعضای هیأت علمی، مشاوران و متخصصان با تدوین و اجرای پروژه‌های پژوهشی تصمیم‌سازی و با استقرار کانون‌های تفکر، در ارتقای کیفی فرایند تصمیم‌گیری سازمان‌ها نقش مهمی خواهد داشت. تدوین اسناد سیاست‌گذاری، برنامه‌های استراتژیک، برگزاری کنفرانس‌های تخصصی و نشست‌های هم‌اندیشی از جمله خدمات خانه مدیران است.

برنامه درسی رشته مدیریت بازاریابی
دوره کارشناسی (دروس عمومی و پایه)

هدف:

هدف از برگزاری این دوره، ارتقای دانش و مهارت فعالان عرصه اقتصادی به ویژه صاحبان بنگاه‌های اقتصادی اعم از کشاورزی، صنعت و خدمات از یک سو و تربیت نیروی انسانی ماهر در حوزه بازاریابی و فروش از سوی دیگر است. در این دوره دانشجویان ضمن آشنایی با مبانی نظری و اصول و مفاهیم بازاریابی، با کاربرد الگوها و فنون مربوط به بازاریابی و توسعه بازار آشنا می‌شوند.

ضرورت و اهمیت رشته:

توسعه فعالیت بنگاه‌های اقتصادی مستلزم شناخت بازار، شناخت مشتری، شناخت رقبا و تحلیل صحیح موقعیت خود در بازار است. این مفاهیم عموماً در حیطه تخصص بازاریابی است، نگاه کلی به وضعیت و جایگاه بازاریابی در بنگاه‌های اقتصادی ایران نشان می‌دهد علیرغم رواج نسبی فرهنگ کسب و کار و مشتری‌مداری، به دلیل عدم وجود نیروی انسانی متخصص، بازاریابی علمی فاقد جایگاه مناسبی در بنگاه‌های اقتصادی است و لذا به نظر می‌رسد در شرایط کنونی که توسعه بخش خصوصی در صدر سیاست‌های اقتصادی کشور قرار گرفته است، تربیت نیروی متخصص بازاریاب می‌تواند کمک موثری در ایجاد ظرفیت‌های لازم در بخش خصوصی و رونق اقتصادی کشور باشد.

تعداد واحد	نام درس
۲۰+۱	دروس عمومی *
۳	روانشناسی کار
۳	اقتصاد خرد
۳	اقتصاد کلان
۳	اصول حسابداری ۱
۳	اصول حسابداری ۲
۳	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت ۱
۳	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت ۲
۳	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)
۳	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)
۳	توسعه اقتصادی و برنامه ریزی
۳	کامپیوتر و کاربرد آن در مدیریت
۳	روش تحقیق در مدیریت
۲	حقوق اساسی
۳	مبانی مدیریت اسلامی الگوهای آن
۶۱	جمع دروس عمومی و پایه



نقش و توانایی دانش آموختگان:

- ۱ توانمندی دانشجویان در تحلیل و شناخت عمیق بازارهای داخلی و بین المللی
- ۲ آشنایی با رفتار مصرف کنندگان
- ۳ آشنایی با راهکارهای موثر ارتباط با مشتریان
- ۴ بررسی مسایل و مشکلات واحدهای اقتصادی در توسعه و نفوذ در بازارها
- ۵ استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در بازاریابی (بازاریابی الکترونیک)
- ۶ آشنایی با تجارت بین الملل

برنامه درسی رشته مدیریت بازاریابی
دوره کارشناسی (دروس تخصصی)

تعداد واحد	نام درس
۳	رفتار مصرف کننده
۳	مدیریت محصول
۳	بازاریابی صنعتی
۳	مدیریت فروش
۳	بازاریابی خدمات
۳	بازاریابی جهانی
۳	تحقیقات بازاریابی
۳	مدیریت راهبردی (استراتژیک)
۲	زبان تخصصی ۱ و ۲
۲	زبان تخصصی ۳ و ۴
۲	بازاریابی راهبردی
۳	بازاریابی الکترونیک
۳۶	جمع دروس تخصصی

برنامه درسی رشته مدیریت بازاریابی
دوره کارشناسی (دروس اصلی)

تعداد واحد	نام درس
۳	مبانی سازمان و مدیریت
۳	مدیریت رفتار سازمانی
۳	مدیریت منابع انسانی
۳	مدیریت مالی ۱
۳	تحقیق در عملیات
۳	سیستم های اطلاعاتی مدیریت
۳	مدیریت تولید
۳	مکانیک بازرگانی و مذاکرات تجاری
۳	اصول بازاریابی
۳	تجزیه و تحلیل و طراحی سیستمها
۳۰	جمع دروس اصلی

برنامه درسی رشته مدیریت بازرگانی
دوره کارشناسی (دروس عمومی و پایه)

تعداد واحد	نام درس
۲۰	دروس عمومی
۳	روانشناسی کار
۳	اقتصاد خرد
۳	اقتصاد کلان
۳	اصول حسابداری ۱
۳	اصول حسابداری ۲
۳	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت ۱
۳	ریاضیات و کاربرد آن در مدیریت ۲
۳	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۱)
۳	آمار و کاربرد آن در مدیریت (۲)
۳	توسعه اقتصادی و برنامه ریزی
۳	کامپیوتر و کاربرد آن در مدیریت
۳	روش تحقیق در مدیریت
۲	حقوق اساسی
۳	مبانی مدیریت اسلامی الگوهای آن
۶۱	جمع دروس عمومی و پایه

اهداف

هدف از این رشته عبارت است از آشنایی دقیق با وظایف اساسی مدیریت کسب و کار. دانش‌آموختگان این رشته با تسلط به مباحث متنوع مربوط به مدیریت کسب و کار شامل مدیریت بازار، بازاریابی و تجارت بین‌الملل، تدوین استراتژی‌های سازمانی، مدیریت مالی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت تولید، حسابداری و موضوعات اقتصادی، دانش و مهارت لازم جهت استخدام در سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی اعم از دولتی و خصوصی را کسب می‌نمایند. ضمن اینکه دانشجویان این رشته با توجه به شناخت کافی از کسب و کار و نحوه ایجاد کسب و کار موفق شانس زیادی برای موفقیت در حیطه کار آفرینی و تشکیل کسب و کار جدید دارند.

ضرورت رشته

دانش‌آموختگان این رشته به خوبی می‌توانند در سطح کارشناسان و مدیران اجرایی در سازمان‌های بازرگانی، صنعتی و دولتی به کار اشتغال ورزند و یا در سمت مشاور مدیریت انجام وظیفه نمایند. انتظار می‌رود دانش‌آموختگان پس از کسب تجربیات کافی بتوانند مسئولیت‌های بیشتری را در سطوح

مدیریت سازمان‌ها عهده دار شوند. علاوه بر این، دانش‌آموختگان این دوره می‌توانند در حوزه‌های پژوهشی که امروز در موسسات بزرگ اقتصادی اهمیت زیادی برخوردار است، مشغول بکار شوند. دانش‌آموختگان این رشته با آگاهی و شناختی که از ساخت سازمان، تئوری‌های مدیریت و سازماندهی و تکنیک‌های مختلف تصمیم‌گیری دارند قدرت حل مشکلات و مسایل سازمان‌ها و واحدهای اقتصادی را پیدا می‌کنند و همچنین علاوه بر دانش نظری با کاربردهای این رشته نیز آشنا می‌شوند.

برنامه درسی رشته مدیریت بازرگانی
دوره کارشناسی (دروس اصلی)

برنامه درسی رشته مدیریت بازرگانی
دوره کارشناسی (دروس تخصصی)

تعداد واحد	نام درس
۳	مدیریت استراتژیک
۳	حقوق بازرگانی
۳	حسابرسی ۱
۳	سازمانهای پولی و مالی بین المللی
۳	بازرگانی بین المللی
۲	زبان تخصصی ۱ و ۲
۲	زبان تخصصی ۳ و ۴
۳	سیستم های اطلاعاتی مدیریت
۳	مدیریت مالی ۲
۲	بازاریابی بین المللی
۳	پول و ارز و بانکداری
۳	سیاست پولی و مالی
۳	سیستمهای خرید انبارداری و توزیع
۳۶	جمع دروس تخصصی

تعداد واحد	نام درس
۳	مبانی سازمان و مدیریت
۳	مدیریت رفتار سازمانی
۳	مدیریت منابع انسانی
۳	مدیریت مالی ۱
۳	تحقیق در عملیات (۱)
۳	تحقیق در عملیات (۲)
۳	مدیریت تولید
۳	حسابداری صنعتی (۱)
۳	بازاریابی و مدیریت بازار
۳	تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم ها
۳۰	جمع دروس اصلی

برنامه درسی رشته مدیریت بازرگانی
دوره کارشناسی (دروس اختیاری)

تعداد واحد	نام درس
۳	حقوق بازرگانی بین المللی
۲	تحقیقات بازاریابی
۳	روابط صنعتی
۲	سمینار در مسائل مالی
۲	سمینار در مسائل بازاریابی
۳	بهره وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان
۱۴	جمع دروس اختیاری

هدف

تجارب موجود در فرآیند پیشرفت در کشورهای توسعه یافته و نوپای صنعتی نشان می‌دهد که توان مدیریت یکی از اهرم‌های قوی و محرک‌های اصلی است. نیاز به تقویت و تجهیز کادر مدیریت به‌خصوص در سطح اجرایی در کشور ما نیز به‌خوبی احساس شده است. کشور ما اکنون نیازمند مدیرانی است که بتوانند با بهره‌گیری از آخرین دستاوردهای دانش مدیریت و تجارب کشورهای توسعه یافته و نیز در نظر گرفتن شرایط بومی، وظایف خویش را در راهبری و مدیریت به ویژه در زمینه‌های برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی و کنترل، مدیریت منابع انسانی و بالاخره نوآوری و تحول، به‌نحوی موثرتر از گذشته انجام داده و راه را برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هموار کنند. دوره کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی نیز به‌منظور پرورش چنین مدیرانی برای بنگاه‌های اقتصادی در بخش‌های دولتی، خصوصی و تعاونی طراحی و تدوین شده است.

ضرورت رشته

قابلیت‌ها و تخصصی که دانش آموختگان در این رشته بدست می‌آورند عبارتند از:

- درک یکپارچه از مباحث موجود در دروس گذرانده شده و مهارت به‌کارگیری آن‌ها
- ارائه ایده‌های راهبردی و تحول آفرین
- شناخت تحلیلی بازار به‌ویژه در ابعاد بین‌المللی
- داشتن دیدگاه اقتصادی

تعداد واحد	نام درس
۳	مدیریت سازمان های پیچیده: دیدگاه استراتژیک (با کارگاه آموزشی)
۳	مدیریت منابع انسانی: تحلیل رفتاری و مدیریت منابع آموزشی (با کارگاه آموزشی)
۲	مدیریت منابع مالی: - حسابداری مدیریت
۲	- مدیریت مالی و اقتصاد مدیریت
۲	مدیریت تکنولوژی: - مدیریت تکنولوژی و نوآوری
۲	- مدیریت طرح های توسعه
۲	مدیریت بازار: - بازاریابی
۲	- بازرگانی بین المللی
۲	مدیریت اطلاعات: سیستم های اطلاعات مدیریت (با کارگاه آموزشی)
۳	مهارت های عمومی مدیریت و مسایل جاری: مهارت‌های عمومی مدیریت (کارگاه آموزشی)
۳	مسایل جاری مدیریت اجرایی واحدهای تولیدی، خدماتی و طرح‌های عمرانی (سمپوزیم)
۲۵	جمع دروس تخصصی

دروس اختیاری (مجموعه)

تعداد واحد	نام درس
	مجموعه الف: مدیریت استراتژیک:
۲	تحلیل محیط داخلی و بین المللی
۲	برنامه ریزی استراتژیک
۳	مدیریت تحول و اجرای برنامه های استراتژیک
۲	تحلیلی از استراتژیهای سازمانی موفق و ناموفق
۴	پروژه
۲۵	جمع دروس تخصصی

- توانایی ایجاد گروه‌های کاری و رهبری آنها
- کارآفرینی با ایجاد فعالیت‌های جدید در درون سازمان و یا ایجاد سازمان‌های جدید
- ارائه خدمات مشاوره‌ای و مطالعاتی در زمینه‌های مزبور به مدیران سازمان‌های اقتصادی و اجتماعی
- پرورش مدیرانی با قابلیت انعطاف‌پذیری بالا که قدرت تصمیم‌گیری سریع و تطبیق با شرایط متغیر دنیای کسب و کار را داشته باشند .
- طراحی، هدایت و رهبری تحول در کل سازمان پس از کسب تجارب عملی در رشته مدیریت

تعداد واحد	نام درس
	مجموعه ج: مدیریت بازاریابی و صادرات:
۳	مدیریت استراتژیک بازاریابی
۲	تحقیقات بازاریابی
۲	ارتباطات بازاریابی
۲	مسائل بازاریابی بین المللی و صادرات
۴	پروژه
۱۳	جمع دروس تخصصی

تعداد واحد	نام درس
	مجموعه ب: مدیریت تولید و عملیات:
۳	مدیریت تولید و عملیات پیشرفته
۲	پژوهش عملیات پیشرفته
۲	مدیریت واحدهای خدمات
۲	اقتصاد مهندسی
۴	پروژه
۱۳	جمع دروس تخصصی



معرفی رشته کار آفرینی

کارآفرینی عبارت است از مجموعه‌ای از نظریه‌ها، فنون و روش‌های هدایت اثربخش فعالیت‌های کارآفرینی. هدف از اجرای دوره کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی تأمین نیروی انسانی متخصص مورد نیاز مدیریت فعالیت‌های کارآفرینی در بخش خصوصی، دولتی و بخش عمومی می‌باشد. دانش‌آموختگان رشته کارآفرینی بعنوان مدرس، مدیران سازمان‌ها و پژوهشگران با دانش و مهارت و نگرش کارآفرینی وارد عرصه‌های اقتصادی - اجتماعی کشور شده و به تسریع روند توسعه پایدار ملی کمک نمایند. دوره کارشناسی ارشد با عنوان کارآفرینی و در پنج گرایش کسب و کار جدید، سازمانی، بخش عمومی، فناوری و آموزش و ترویج کارآفرینی اجرا می‌شود.

● کسب و کار جدید:

هدف از اجرای این گرایش تربیت کارآفرینان برای راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار کوچک، ارائه مشاوره و انجام خدمات تخصصی به کارآفرینان و تدریس مهارت‌های کارآفرینی در مؤسسات مشاوره و آموزش کارآفرینی است. عارضه‌یابی و ارائه راهی برای حل آن به مدیران و مالکان کسب و کارهای کوچک از دیگر وظایفی است که از دانش‌آموختگان این بخش انتظار می‌رود. دانشجویانی که در این رشته تحصیل می‌کنند با گذراندن دروس تخصصی ایجاد و استقرار کسب و کار، توسعه محصول جدید، مدیریت کسب و کارهای کوچک و مدیریت زنجیره تأمین، دانش لازم را برای راه‌اندازی کسب و کار پیدا می‌کنند و با گذراندن واحد کارآموزی مهارت لازم را در محیط واقعی کسب می‌کنند.

● گرایش سازمانی:

هدف از اجرای این گرایش تربیت کارآفرینان و افرادی است که بتوانند فعالیت‌های کارآفرینی سازمان‌ها و شرکت‌ها را هدایت نمایند. دانشجویان این گرایش دانش مورد نیاز برای ورود به عرصه کارآفرینی



در سازمان ها را با گذراندن دروس فناوری اطلاعات و کارآفرینی سازمانی، کسب و کار بین المللی و مدیریت فرآیند و اجرای پروژه های کارآفرینی کسب می کنند و مهارت لازم را با تجربه عملی کسب شده تحت عنوان کارآموزی پیدا می کنند.

● گرایش بخش عمومی:

هدف از ایجاد این گرایش تربیت افرادی است که بتوانند با تدوین سیاست‌هایی به توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در سطح جامعه بپردازند و به توسعه محلی، ملی و منطقه ای کمک کنند. دانشجویان این گرایش، دانش تخصصی مورد نیاز را با گذراندن دروس کارآفرینی دانشگاهی، سیاست گذاری توسعه کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی و آموزش و ترویج کارآفرینی کسب می کنند. دانش آموختگان این رشته با حضور در عرصه های سیاست گذاری و تصمیم گیری در سازمان های دولتی، عمومی و سازمان های غیر دولتی در توسعه ملی و بخش کارآفرینی و همچنین هدایت کارآفرینی سازمان های دولتی و عمومی فعالیت می کنند.

● گرایش فناوری:

هدف از ایجاد این گرایش تربیت کارآفرینان و مدیرانی است تا با برنامه ریزی در حوزه های مرتبط با فناوری و مدیریت سازمان های مبتنی بر فناوری و برخورداری از شناخت کامل و آگاه با برنامه ریزی استراتژیک در جامعه به فعالیت بپردازند. دانشجویان این گرایش مهارت های تخصصی خود را با گذراندن دروس کارآفرینی در فناوری های نوین، مدیریت تحقیق و توسعه، بهره برداری از فرصت های علم و فناوری و طراحی محصول، کسب می کنند و با گذراندن درس کارآموزی مهارت عملی خود را ارتقا می بخشند.

● آموزش و ترویج کارآفرینی:

هدف از ایجاد این گرایش تربیت مدیران و کارشناسان و پژوهشگران کارآفرینی خبره برای فعالیت در دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی است. متخصصان این حوزه با گذراندن دروس و تربیت مربیان کارآفرینی فعالیت خود را در حوزه آموزشی عالی آغاز می کنند. این افراد با گذراندن درس عملی کارآموزی مهارت لازم را کسب می کنند.





چشم انداز دانشکده اقتصاد و مدیریت

رسیدن به جایگاه زیر طی تا سال ۱۴۰۴

- ۱ کسب جایگاه برتر در کیفیت آموزشی در رتبه بندی دانشکده‌های مدیریت کشور بر اساس نوآوری در رویکرد، روش و محتوای آموزشی، گسترش و تعمیق آموزش‌های تخصصی و مهارتی همراه با ارتقای روحیه خلاقیت و کارآفرینی
- ۲ دارای جایگاه مناسب در حوزه پژوهش‌های مدیریت برای کسب جایگاه برتر در تولید علم و دستیابی به «قطب علمی» در گرایش‌های مشخص مدیریت
- ۳ پیشرو و دارای جایگاه برتر در ارائه «مشاوره‌های تخصصی در حوزه مدیریت» به سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی مطابق با دانش روز و استانداردهای ملی و بین‌المللی