



دانشگاه یزد

برنامه درسی

دوره: دکتری

رشته: مدیریت بازرگانی

گرایش:

۱- مدیریت بازاریابی

۲- مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی

این برنامه درسی بر اساس آئین نامه وزارتی تفویض اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاه ها و در چارچوب آئین نامه وزارتی تدوین و بازنگری برنامه درسی مصوب ۹۴/۳/۱۶، مورد بازنگری قرار گرفته و در جلسه شورای برنامه ریزی درسی دانشگاه یزد مورخ ۹۹/۰۵/۲۵ به تصویب رسیده است.

صفحه

فهرست مطالب

فصل اول : مشخصات کلی دروس

تعریف.....	۴
هدف.....	۴
اهمیت و ضرورت	۴
نقش و توانایی فارغ التحصیلان	۵
طول دوره و شکل نظام	۵
شرایط و ضوابط پذیرش دانشجو.....	۵
مواد و ضرایب امتحانی	۵
تعداد واحدهای درسی	۶

فصل دوم: جداول دروس دوره کارشناسی دکتری

دروس تخصصی.....	۹
-----------------	---

فصل سوم: سرفصل دروس دوره دکتری

دروس تخصصی.....	۱۲
دروس تخصصی گرایش مدیریت بازاریابی.....	۲۴
دروس تخصصی گرایش مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی.....	۳۷

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



فصل اول :

مشخصات کلی دروس دوره دکتری

تعریف:

دوره دکتری مدیریت بازرگانی یکی از دوره های تحصیلی آموزش عالی است که به اعطای درجه دکتری می انجامد و هدف آن تربیت و تفهیم نیروی انسانی متخصص در جهت ارتقای سطح اقتصادی و بازرگانی است.

هدف:

دوره دکتری مدیریت بازرگانی شامل مجموعه ای از فعالیت های آموزشی، علمی و تحقیقاتی است که اهداف زیر را دنبال می کند:

- احاطه به جدیدترین آثار علمی متداول و جدید در زمینه مدیریت بازرگانی؛
- تهیه متون تحقیقاتی جهت کمک به پیشرفت و گسترش علم مدیریت بازرگانی؛
- ایجاد قدرت نقد و بررسی نظریه ها و تئوری های مدیریت بازرگانی؛
- تهیه و تدوین نظریه های جدید متناسب با حال و هوای فرهنگی و شرایط خاص کشور؛
- تربیت افراد متخصص و متعهد برای انجام وظیفه در نظام آموزش عالی کشور؛
- پرورش افراد متخصص و متعهد به مکتب والای اسلامی برای انجام وظایف مدیریتی سازمان ها.

اهمیت و ضرورت:

فارغ التحصیلان رشته دکتری مدیریت بازرگانی می توانند در سطح مدیران اجرایی در سازمان های بازرگانی، صنعتی و دولتی به کار اشتغال ورزند و یا در سمت مشاور مدیریت انجام وظیفه نمایند. انتظار می رود این فارغ التحصیلان پس از کسب تجربیات کافی بتوانند مسئولیت های بیشتری را در سطوح بالای سازمان عهده دار شوند. همچنین بتوانند در کارهای تحقیقاتی که امروزه در کلیه موسسات از اهمیت زیادی برخوردار است، مشغول به کار شوند.

نقش و توانایی فارغ التحصیلان:

شرکت کنندگان در دوره دکتری مدیریت بازرگانی علاوه بر آشنایی با مسائل نظری دانش مدیریت بازرگانی، با زمینه های نوین مدیریت بازرگانی و جایگاه آن در عمل آشنا خواهد شد. همچنین در این دوره سعی خواهد شد قدرت تحلیل و نظریه پردازی دانشجویان در زمینه امور بازرگانی با استفاده از یافته های کاربردی افزایش داده شود.

طول دوره و شکل نظام:

طول دوره دکتری مدیریت بازرگانی ۴ سال است و نظام آموزشی این دوره واحدی بوده و کلیه دروس نظری آن حداکثر در ۳ نیمسال تحصیلی و هر نیمسال ۱۶ هفته کامل آموزشی خواهد بود.

شرایط و ضوابط پذیرش دانشجو:

- داشتن شرایط عمومی ورود به آموزش عالی
- داشتن دانشنامه کارشناسی ارشد
- قبولی در آزمون ورود به دوره دکتری
- قبولی در مصاحبه علمی (آزمون شفاهی)

مواد و ضرایب امتحانی:

ردیف	مواد	ضریب
۱	زبان انگلیسی	۱
۲	استعداد تحصیلی	۱
۳	آزمون دروس تخصصی: سطح کارشناسی شامل (آمار و کاربرد آن در مدیریت، مبانی سازمان و مدیریت، اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام)، سطح کارشناسی ارشد شامل (بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته، مدیریت استراتژیک پیشرفته)	۴



برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی

تعداد واحدهای درسی:

در طراحی این دوره دانشجویان می توانند با توجه به قوانین آموزشی ۱۸ واحد نظری و ۱۸ واحد رساله را اخذ کنند.

جدول ۱- عناوین و وضعیت بازنگري دروس مقطع دکتری مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازاریابی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع درس قبل از بازنگري	وضعیت درس	نوع درس بعد از بازنگري	نتیجه اصلاح و بازنگري
۱	فلسفه علم و روش شناسی پژوهش	۲	اصلي	موجود	تخصصی	بازنگري در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۲	تحليل نظريه های اقتصادی	۳	اصلي	موجود	تخصصی	حذف درس
۳	تجزیه و تحلیل الگوهای کمی در تصمیم گیری	۲	اصلي	موجود	تخصصی	بازنگري در محتوا و تعداد واحد
۴	فلسفه مدیریت از دیدگاه اسلام	۲	اصلي	موجود	تخصصی	بازنگري در محتوا و تعداد واحد
۵	مبانی فلسفی نظریه های مدیریت و سازمان	۲	اصلي	موجود	تخصصی	بازنگري در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۶	مبانی فلسفی نظریه های مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی	۲	اصلي	جدید	تخصصی	بازنگري در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۷	نقد و بررسی نظریه های سازمان و مدیریت	۲	اصلي	موجود	تخصصی	پیشنهاد درس جدید و تدوین سرفصل و بازنگري در تعداد واحد
۸	سمینار در مسائل بازاریابی	۳	تخصصی	موجود	-	حذف درس
۹	پژوهش های کمی و کیفی در بازاریابی	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگري در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۱۰	نظریه های بنیادی رفتار مصرف کننده پیشرفته	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگري در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۱۱	استراتژی های مدیریت فروش	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگري در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۱۲	مدیریت بازاریابی صنعتی	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگري در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۱۳	مبانی نظریه پردازی در بازاریابی	۲	تخصصی	جدید	تخصصی	پیشنهاد درس جدید و تدوین سرفصل و بازنگري در تعداد واحد
۱۴	استراتژی های بازاریابی بین المللی پیشرفته	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگري در عنوان، تعداد واحد و محتوا
	رساله	۱۸		موجود		-



برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی

جدول ۲- عناوین و وضعیت بازننگری دروس مقطع دکتری مدیریت بازرگانی گرایش رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع درس قبل از بازننگری	وضعیت درس	نوع درس بعد از بازننگری	نتیجه اصلاح و بازننگری
۱	فلسفه علم و روش شناسی پژوهش	۲	اصلی	موجود	تخصصی	بازنگری در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۲	تحلیل نظریه های اقتصادی	۳	اصلی	موجود	تخصصی	حذف درس
۳	تجزیه و تحلیل الگوهای کمی در تصمیم گیری	۲	اصلی	موجود	تخصصی	بازنگری در محتوا و تعداد واحد
۴	فلسفه مدیریت از دیدگاه اسلام	۲	اصلی	موجود	تخصصی	بازنگری در محتوا و تعداد واحد
۵	مبانی فلسفی نظریه های مدیریت و سازمان	۲	اصلی	موجود	تخصصی	بازنگری در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۶	مبانی فلسفی نظریه های مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی	۲	اصلی	جدید	تخصصی	بازنگری در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۷	نقد و بررسی نظریه های سازمان و مدیریت	۲	اصلی	موجود	تخصصی	پیشنهاد درس جدید و تدوین سرفصل و بازننگری در تعداد واحد
۸	تحلیل نظریه های رفتار سازمانی در سطح کلان	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگری در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۹	مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی بین المللی	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگری در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۱۰	راهبردهای مدیریت منابع انسانی	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگری در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۱۱	چالش های مدیریت منابع انسانی در عمل	۲	تخصصی	موجود	تخصصی	بازنگری در عنوان، تعداد واحد و محتوا
۱۲	بررسی تطبیقی مدل های مدیریت منابع انسانی	۲	تخصصی	جدید	تخصصی	پیشنهاد درس جدید و تدوین سرفصل و بازننگری در تعداد واحد
	رساله	۱۸		موجود		-

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



فصل دوم: جداول دروس دوره دکتری

دروس تخصصی

بر اساس نظر گروه آموزشی، دانشجویان گرایش مدیریت بازاریابی موظف هستند حداقل ۶ واحد و دانشجویان گرایش مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی حداقل ۸ واحد دروس تخصصی جدول ۱ را اخذ کنند. این دروس برای کلیه گرایش ها مشترک می باشد.

جدول ۱- عنوان و مشخصات دروس تخصصی دکتری مدیریت بازرگانی کلیه گرایش ها

ردیف	عنوان درس		تعداد واحد			تعداد ساعت			پیش نیاز (هم نیاز)
	فارسی	لاتین	نظری	عملی	کارگاهی	نظری	عملی	کارگاهی	
۱	فلسفه علم و روش شناسی پژوهش	Philosophy of Science and Research Methodology	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۲	تجزیه و تحلیل الگوهای کمی در تصمیم گیری	Analysis of Quantitative Patterns in Decision Making	۲	-	-	۳۲	-	-	تئوری های سازمان و مدیریت (کارشناسی ارشد)
۳	فلسفه مدیریت از دیدگاه اسلام	Philosophy of Management, Islamic Approach	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۴	مبانی فلسفی نظریه های مدیریت و سازمان	Philosophical Foundations of Organization and Management	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۵	مبانی فلسفی نظریه های مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی	Philosophical Foundations of Organizational Behavior and Human Resources Management Theories	۲	-	-	۳۲	-	-	تئوری های سازمان و مدیریت (کارشناسی ارشد)
۶	نقد و بررسی نظریه های سازمان و مدیریت	Critical Approach to Organization and Management Theories	۲	-	-	۳۲	-	-	-
	جمع		۱۲						

دانشجویان موظف هستند در هر نظام آموزشی با توجه به نوع گرایش خود دروس تخصصی زیر (جدول ۲ و ۳) را اخذ کنند.

جدول ۲- عنوان و مشخصات دروس تخصصی گرایش مدیریت بازرگانی

ردیف	عنوان درس		تعداد واحد			تعداد ساعت			پیش‌نیاز(هم‌نیاز)
	فارسی	لاتین	نظری	عملی	کارگاهی	نظری	عملی	کارگاهی	
۱	پژوهش های کمی و کیفی در بازاریابی	Qualitative and Quantitative Research in Marketing	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۲	نظریه های بنیادی رفتار مصرف کننده پیشرفته	Fundamental Theories of Advanced Consumer Behavior	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۳	استراتژی های مدیریت فروش	Sales Management Strategies	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۴	مدیریت بازاریابی صنعتی	B2B Marketing Management	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۵	مبانی نظریه پردازی در بازاریابی	The Foundation of Marketing Theory	۲	-	-	۳۲	-	-	بازاریابی پیشرفته (کارشناسی ارشد)
۶	استراتژی های بازاریابی بین المللی پیشرفته	International Marketing Advanced Strategy	۲	-	-	۳۲	-	-	-
	جمع		۱۲						

جدول ۳- عنوان و مشخصات دروس تخصصی گرایش مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی

ردیف	عنوان درس		تعداد واحد			تعداد ساعت			پیش‌نیاز(هم‌نیاز)
	فارسی	لاتین	نظری	عملی	کارگاهی	نظری	عملی	کارگاهی	
۱	تحلیل نظریه‌های رفتار سازمانی در سطح کلان	Analysis of Organizational Behavior Theories in Macro Level	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۲	مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی بین المللی	International Organizational Behavior and Human Resources Management	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۳	راهبردهای مدیریت منابع انسانی	Human Resource Management Strategies	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۴	چالش های مدیریت منابع انسانی در عمل	Human Resource Management Challenges in Practice	۲	-	-	۳۲	-	-	-
۵	بررسی تطبیقی مدل های مدیریت منابع انسانی	Comparative Study of Human Resource Management Models	۲	-	-	۳۲	-	-	-
	جمع		۱۰						

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



فصل سوم : سرفصل دروس دکتری

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



دروس تخصصی

فلسفه علم و روش شناسی پژوهش
Philosophy of Science and Research Methodology

دروس پیش نیاز (هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	تخصصی
-			۳۲			۲	
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

- تسلط کامل بر تجزیه و تحلیل فلسفه علم و معرفت شناسی با درک روابط واقعی متغیرها و پدیده های اجتماعی
- توانایی در بررسی عمیق و جامع مشکلات عمومی و ارائه راه حل برای آنها
- بررسی روش های میدانی بکارگرفته شده و تکنیک های تجزیه و تحلیل اطلاعات در رساله های دکتری

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	فلسفه علم
۲	روش شناسی پژوهش علمی
۳	پارادایم های علم
۴	معرفت شناسی
۵	رویکردهای نظریه پردازی
۶	رویکردهای نظریه آزمایی
۷	رویکردهای نوین در تدوین رساله های دکتری
۸	اخلاق پژوهش

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

- ✓ چالمرز، آلن اف، (۱۳۹۶)، چپستی علم: در آمدی بر مکاتب علم شناسی فلسفی، ترجمه سعید زیباکلام، تهران: سمت.
- ✓ رنجبر، مختار، (۱۳۹۶)، فلسفه علم و روش شناسی تحقیق، تهران: تایماز.
- ✓ Eisend, M., & Kuss, A. (2019). **Research Methodology in Marketing Theory Development, Empirical Approaches and Philosophy of Science Considerations**, Springer.

تجزیه و تحلیل الگوهای کمی در تصمیم گیری
Analysis of Quantitative Patterns in Decision Making

دروس پیش نیاز (هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
تئوری های سازمان و مدیریت			۳۲			۲	
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

آشنایی با تئوری های تصمیم گیری، شرایط حاکم بر تصمیم گیری، انواع مدل های تصمیم گیری و فن های حل.

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	معرفی انواع تکنیک های تصمیم گیری
۲	مدل های تصمیم گیری نرم و سخت
۳	علم مدیریت فازی
۴	ارائه مدل ها و الگوهای کمی استنباط آماری مفید برای تجزیه و تحلیل مسائل مدیریت
۵	رگرسیون چند متغیره (Multiple Regression) و تجزیه تحلیل عامل (Factor Analysis)
۶	تجزیه و تحلیل مسیر (Path Analysis) و مدل های اقتصادسنجی (Econometric Models)
۷	تئوری و قواعد احتمالات
۸	سری های زمانی و شاخص ها
۹	محاسبه سری های زمانی، نوسانات فصلی و حرکات دورانی
۱۰	مدل های پیش بینی (Forecasting Models)
۱۱	برنامه های خطی، تجزیه و تحلیل تغییر داده های کامپیوتر و نرم افزارهای آماری برای استفاده در تحقیقات گسترده
۱۲	ماتریس های جبری، انواع ماتریس ها، بردارها، ماتریس های تصادفی
۱۳	روش ماتریسی جهت تجزیه و تحلیل رگرسیونی
۱۴	نظریه بازی

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



منابع اصلی:

عادل، آذر، و فرجی، حجت. (۱۳۹۵)، علم مدیریت فازی، تهران: مهربان.

- ✓ Saaty, T.L. (2000). **The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation**, RWS Publications, Pittsburgh.
- ✓ Saaty. T.L. (2000). **Fundamentals of the Analytic Hierarchy Process**. RWS Publications, 4922 Ellsworth Avenue, Pittsburgh, PA 15413.
- ✓ Saaty. T.L. (1996). **Decision Making with Dependence and Feedback the Analytic Network Process**. RWS Publications, Pittsburgh.

فلسفه مدیریت از دیدگاه اسلام
Philosophy of Management, Islamic Approach

دروس پیش نیاز (هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۲			۲	
ندارد <input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/>	سفر علمی:			ندارد <input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
ندارد <input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			ندارد <input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				ندارد <input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

شناخت انسان در اسلام و مطالعه تطبیقی او با انسان در مدیریت غربی و تعیین زمینه های منفی از مثبت در این بررسی و نقش هر یک در ساختار احتمالی تفکر مدیریت و سازمان اسلامی

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	چگونگی انسان
۲	خصائص مثبت و منفی انسان در قرآن
۳	استعداد شناخت در انسان و مراتب رشد آن در نظر قرآن و معارف اسلامی
۴	معرفت النفس فلسفی از دیدگاه اسلام
۵	جبر و تفویض و آزادی در اسلام
۶	درجات و تمرین و سلوک عرفانی در اسلام
۷	منشاء پیدایش انسان از دیدگاه غرب و اسلام
۸	تبعات فلسفی فرضیه تکامل غرب و خلقت آدم از دیدگاه اسلام
۹	مبدء الهی انسان و تبعات فلسفی خلیفه الهی
۱۰	انسان انفرادی و اجتماعی در مسیر تاریخ از دیدگاه اسلام
۱۱	سنت های الهی حاکم بر حرکت تاریخ
۱۲	انسان منفرد با خدای خود
۱۳	حق تکلیف و قانون در سه مرحله معیارهای نزولی انسان
۱۴	اخلاق اسلامی در مسیر تاریخ

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



منابع اصلی:

- ✓ افجه ای، سیدعلی اکبر، (۱۳۹۴)، مدیریت اسلامی، جهاد دانشگاهی (دانشگاه علامه طباطبائی).
- ✓ بهارستان، جلیل، (۱۳۹۵)، مباحثی از مدیریت اسلامی، ناشر: ریحانه الرسول یزد.
- ✓ پیروز، علی، (۱۳۹۶)، مدیریت در اسلام، تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- ✓ حسن نبوی، محمد، (۱۳۹۵)، مدیریت اسلامی، تهران: دفتر تبلیغات اسلامی.
- ✓ قوامی، حسین، (۱۳۹۷)، مدیریت از منظر قرآن، دبیرخانه مجلس خبرگان رهبری.

مبانی فلسفی نظریه‌های سازمان و مدیریت
Philosophical Foundations of Organization and Management

دروس پیش‌نیاز(هم‌نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	تخصصی
تئوری های سازمان و مدیریت			۳۲			۲	
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

- ایجاد زمینه های لازم نظری جهت افزایش قدرت تحلیلی دانشجویان
- ایجاد نگرش علمی در حوزه های مختلف مدیریتی در جهت ایجاد تحول در بینش دانشجویان
- آشنایی کامل با نظریه های مدیریت و بنیادهای فلسفی آنها
- ایجاد نگرش باز، چند بعدی و فرافرهنگی نسبت به مباحث و نظریه های مدیریت

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	سبک شناسی در نظریه های مدیریت
۲	پیش‌فرضیهایی درباره ماهیت علوم اجتماعی
۳	پیش‌فرضیهایی درباره ماهیت جامعه
۴	جامعه‌شناسی کارکردگرا
۵	نظریات سازمانی کارکردگرا
۶	جامعه‌شناسی تفسیری
۷	پارادایم تفسیری
۸	انسان‌گرایی بنیادی
۹	نظریه ضد سازمان
۱۰	ساختارگرایی بنیادی
۱۱	نظریه سازمانی بنیادی
۱۲	نهاد و نهادگرایی
۱۳	نظریه ارتباطات و جریان ارتباطات به عنوان مفهوم مشترک برای وحدت بخشیدن به نظریه های مدیریت
۱۴	نظریه اطلاعات و جریان تبادل اطلاعات به عنوان مفهوم مشترک برای وحدت بخشیدن به نظریه های مدیریت

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	

منابع اصلی:

- ✓ نودسن، کریستین و سوکاس، هریدیموس. (۱۳۹۸). نظریه سازمان : نگاه های فرانظری (جلد اول : نظریه سازمان به منزله علم). ترجمه: حسن دانایی فرد و سیدحسین کاظمی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).
- ✓ نودسن، کریستین و سوکاس، هریدیموس. (۱۳۹۸). نظریه سازمان : نگاه های فرانظری (جلد دوم: ساخت نظریه سازمان). ترجمه: حسن دانایی فرد و سیدحسین کاظمی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).
- ✓ Scott, R. & Gerald, D. (2007). **Organization and Organizing: Rational, Natural and Open Systems Perspectives**. Routledge.

مبانی فلسفی نظریه‌های مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی
Philosophical Foundations of Organizational Behavior Management
and Human Resources Theories

دروس پیش‌نیاز(هم‌نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۲			۲	
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

- آشنایی با ریشه‌های فلسفی مدیریت و رفتار سازمانی و منابع انسانی
- تسلط بر ماهیت، قلمرو و مفاهیم مدیریت و رفتار سازمانی و منابع انسانی

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	مکتب فلسفی ایده آلیسم/ رفتار سازمانی چیست؟
۲	مکتب فلسفی رئالیسم/ انگیزش، تئوری و کاربردها
۳	مکتب فلسفی راسیونالیسم / تصمیم گیری عقلایی
۴	مکتب فلسفی یوتیلیتارینیسم / فرهنگ و جامعه پذیری
۵	مکتب فلسفی هرمنوتیک / عواطف و احساسات انسانی
۶	مکتب فلسفی فانکشنالیسم / رهبری
۷	مکتب فلسفی پراگماتیسم / قدرت و نفوذ
۸	مکتب فلسفی پدیدارشناسی / تیم و گروه
۹	مکتب فلسفی اگزیستانسیالیسم/ شخصیت و هویت
۱۰	مکتب فلسفی مارکسیسم/ تغییر
۱۱	مکتب فلسفی کانستراکشنیسم/ بوم شناسی جمعیت و نظریه نهادگرایی
۱۲	مکتب فلسفی فمینیسم/ تنوع
۱۳	مکتب فلسفی پوزیتویسم، مدرنیسم و پست مدرنیسم/ رفتار شهروندی سازمانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	

منابع اصلی:

- Allprt, G. (1927), " Concepts of trait and personality", **Psychological Bulletin**, Vol. 24: 284-293.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. A. (1989), "Social identity theory and the organization", **Academy of Management Review**, 14: 20-39.
- Bergron, D. M. (2007), "The potential paradox of organizational citizenship behavior: Good citizens at what cost?" **Academy of Management Review**, Vol. 32: 1078-1095.
- Di-Maggio, P. (1995), "Comments on "What Theory is Not", **Administrative Science Quarterly**, Vol. 40, No. 3: 391-397
- DiMaggio, P.J. and Powell, W.W., (1983), "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields", **American Sociological Review**, Vol. 48, No. 2: 147-160.
- Ely, R. J., & Thomas, D. A. (2001), "Cultural diversity at work: The effects of diversity perspectives on work group processes and outcomes", **Administrative Science Quarterly**, Vol. 46: 229-273.
- Ford, J. D., Ford, L. W., and D'Amelio, A. (2008), "Resistance to change: The rest of the story", **The Academy of Management Review**, Vol. 33, No. 2: 362-377.
- Ghoshal, S. (2005), "Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practice", **Academy of Management Learning and Education**, No. 4: 75-91.
- Hannan, M. T & Freeman, J. (1977), "The Population Ecology of Organizations", **American Journal of Sociology**, Vol. 82, No. 5: 929-962
- Kotter, J. P. (1995), "Leading change: Why transformation efforts fail", **Harvard Business Review**, Vol. 73, No. 2: 59-67.
- Meyer, J. and Rowan, B. (1977), "Institutionalized Organizations: Formal Structures as Myth and Ceremony", **The American Journal of Sociology**, Vol. 83, No. 2: 340-363.
- O'Reilly, III, C. A., Caldwell, D. F., & Barnett, W. P. (1989), "Work group demography, social integration, and turnover", **Administrative Science Quarterly**, Vol. 34: 21-37.
- Organ, D. (1997), "organizational citizenship behavior. Its construct cleans up time", **human performance**, Vol. 10, No. 2: 85-97.
- Sutton, R. and Staw B. (1995), "What Theory Is Not", **Administrative Science Quarterly**, Vol. 40, No. 3: 371-384
- Weick, K. (1995), "What Theory Is Not, Theorizing Is", **Administrative Science Quarterly**, Vol. 40, No. 3: 385-390

نقد و بررسی نظریه های سازمان و مدیریت
Critical Approach to Organization Theories

نوع واحد	تعداد واحد			تعداد ساعت			دروس پیش نیاز (هم نیاز)
	نظری	عملی	کارگاهی	نظری	عملی	کارگاهی	
تخصصی	۲			۳۲			-
آموزش تکمیلی عملی:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد		سفر علمی:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	
حل تمرین:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد		آزمایشگاه:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	
کارگاه:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد					

هدف درس:

این درس با هدف آموزش نظریه های سازمان و چالش های اداره آن و آشنایی با انواع بیماری های رفتاری و ساختاری ارائه می گردد.

- شناسایی سازمان و اولویت بندی مشکلات سازمانی براساس شاخص ها و معیارهای معتبر
- مطالعه تطبیقی انواع سازمان ها در کشورها و فرهنگ های مختلف
- مطالعه تطبیقی نحوه تحلیل مسائل و مشکلات سازمانی
- شناخت ریشه های بروز مشکلات و مسائل سازمانی

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	مروری بر انواع طبقه بندی نظریه های سازمان و مدیریت
۲	سازمان ها به منزله سیستم عقلانی
۳	سازمان ها به منزله سیستم طبیعی
۴	سازمان ها به منزله سیستم باز
۵	ترکیب دیدگاه ها، سطوح توسعه یافته
۳	فناوری و ساختار
۴	کار و ساختار
۵	اهداف، قدرت و کنترل
۶	محیط دوگانه سازمان
۷	سازمان محیط
۸	شبکه ها در اطراف سازمان
۹	راهبرد، ساختار و عملکرد جامعه شناسی راهبرد سازمانی
۱۰	خیزش و تحول شکل شرکتی
۱۱	ریخت های برجسته سازمان ها و نظریه سازمان
۱۲	مروری بر استعاره های جدید: استعاره ققنوس و استعاره راه

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

✓ جانسون، فیل؛ دبرلی، ژوانی و مکولی، جان. (۱۳۸۹). نظریه سازمان: نگاه ها و چالش ها. ترجمه: حسن دانایی فرد و سیدحسین کاظمی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.

- ✓ Hatch, M., & Cunliffe, A. (2013). **Organization Theory; Modern, Symbolic and Post Modern Perspectives**. Oxford.
- ✓ Shafritz, J. M., Steven O. & Yong S. J. (2017). **Classics of Organization Theory**. Seventh edition. Wadsworth.

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



دروس تخصصی گرایش مدیریت بازاریابی

پژوهش های کمی و کیفی در بازاریابی
Qualitative and Quantitative Research in Marketing

دروس پیش نیاز (هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	تخصصی
-			۳۲			۲	
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

- آشنایی با انواع رویکردهای تحقیقات بازاریابی، انواع طرح های تحقیق در بازاریابی و روش های تحقیق در بازار.
- در این درس دانشجو به صورت میدانی و با روش های فنی مرتبط با بازار و با استفاده از رویکردهای کمی و کیفی به مطالعه بازار و توصیف و تبیین پدیده های مرتبط با بازار می پردازد.

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	بررسی انواع طرح های تحقیقات بازاریابی
۲	فرآیند تحقیقات بازاریابی (تحقیقات کمی و کیفی)
۳	گردآوری و تحلیل داده های ثانویه
۴	روش های نمونه گیری در تحقیقات کمی و کیفی بازاریابی
۵	تجزیه و تحلیل داده های کمی و کیفی در تحقیقات بازاریابی
۶	گروه های کانون در تحقیقات بازاریابی
۷	تکنیک های فرافکنی در تحقیقات بازاریابی
۸	انواع مصاحبه در تحقیقات بازاریابی
۹	تحقیقات مشاهده ای در بازاریابی
۱۰	کاربرد نظریه داده بنیاد در تحقیقات بازاریابی
۱۱	قوم نگاری در تحقیقات بازاریابی
۱۲	طراحی پرسشنامه در تحقیقات بازاریابی
۱۳	آماده سازی داده ها
۱۴	کاربرد انواع تحلیل های کمی (تحلیل واریانس/کوریانس، تحلیل عاملی، تحلیل خوشه ای، تحلیل افتراقی، تحلیل توام و ...) در تحقیقات بازاریابی
۱۵	تحقیقات بازاریابی بین الملل
۱۶	تحقیقات بازاریابی صنعتی
۱۷	نحوه تدوین و ارائه گزارش نهایی تحقیقات بازاریابی
۱۸	ملاحظات فرهنگی و اخلاقی در تحقیقات بازاریابی (با رویکرد اسلامی)

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

- ✓ آکر، دیوید، (۱۳۹۵)، تحقیقات بازاریابی، ترجمه کامبیز حیدرزاده، تهران: کتاب مهربان نشر
- ✓ دونالد تال، هاوکینز، (۱۳۹۶)، تحقیق بازاریابی: سنجش و روش، ترجمه عباس صالح اردستانی و محمدرضا سعدی ناشر: آن.
- ✓ مالهورا، نارش کی، (۱۳۹۷)، تحقیقات بازاریابی، ترجمه کامبیز حیدرزاده و بهار تیمورپور، تهران: کتاب مهربان نشر

- ✓ Malhotra, N. K. (2019), **Marketing Research: An Applied Orientation**, 7th Edition, Georgia Institute of Technology.
- ✓ Tull, D. S., & Hawkins D. (2000), **Marketing research: Measurement & method**, Collier Macmillan.

نظریه های بنیادی رفتار مصرف کننده پیشرفته
Fundamental Theories of Advanced Consumer Behavior

دروس پیش نیاز (هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۲			۲	
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

- آشنایی با مفاهیم و نظریه های رفتاری و کاربردی رفتار مصرف کننده
- دستیابی به آگاهی و دانش عمیق در زمینه رفتار مصرف کننده
- بکارگیری دانش رفتار مصرف کننده در جهت توسعه استراتژی های بازاریابی
- آشنایی با رفتارها و فعالیت های مصرف کنندگان در رابطه با مراحل خرید، مصرف و رفتار کناره گذاری
- شناخت مصرف کنندگان و گروه بندی آنها بر حسب مشخصات عمده آنها

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	مبانی روان شناختی و انسان شناختی نظریه های رفتار مصرف کننده
۲	مبانی انسان شناختی نظریه های رفتار مصرف کننده در اقتصاد سرمایه داری
۳	مبانی انسان شناختی اسلامی
۴	نقش ادراک و مدل های پردازش اطلاعات در رفتار مصرف کننده
۵	نگرش مصرف کننده در رابطه با خرید و مصرف
۶	نقش یادگیری و حافظه در رفتار مصرف کننده
۷	نقش انگیزش در رفتار مصرف کننده
۸	نقش شخصیت و خویشتن در رفتار مصرف کننده
۹	احساسات، عواطف و رفتار مصرف کننده
۱۰	نقش ارزش ها و باورها در رفتار مصرف کننده
۱۱	نقش سبک زندگی در رفتار مصرف کننده
۱۲	نقش گروه و رهبری عقیده در مصرف
۱۳	نقش خانواده در مصرف

نقش طبقه اجتماعی در مصرف	۱۴
تفاوت های فرهنگی و میان فرهنگی در تجزیه و تحلیل رفتار مصرف کننده	۱۵
رفتار مصرف کننده دیجیتال	۱۶
رفتار مصرف کننده بین المللی	۱۷
فرآیند تصمیم گیری مصرف کننده	۱۸
سبک های تصمیم گیری خرید	۱۹
کاربرد رفتار مصرف کننده در بازاریابی (استراتژی محصول، استراتژی قیمت گذاری، استراتژی ترفیع و بخش بندی)	۲۰
کاربرد روش های مقداری در سنجش رفتار مصرف کننده	۲۱
رفتار مصرف کننده و قوانین بازاریابی (با رویکرد اسلامی)	۲۲

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

- ✓ پاول، پیتر، جی؛ اولوسن، جری سی. (۱۳۹۵)، رفتار مصرف کننده و استراتژی بازاریابی، ترجمه: سید مهدی الحسینی المدرسی، زهرا السادات صانعیان، معبود عباسزاده: نشر نورا
- ✓ حسینی، سید رضا. (۱۳۸۲)، مفروضات نظریه رفتار مصرف کننده در اقتصاد اسلامی، مجله اقتصاد اسلامی، سال سوم، شماره ۹
- ✓ حسینی، سید رضا. (۱۳۸۸)، الگوی تخصیص درآمد و نظریه رفتار مصرف کننده مسلمان، سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، تهران
- ✓ راجر بست، دل هاوکینز، کنت کانی. (۱۳۸۵)، رفتار مصرف کننده، ترجمه احمد روستا، عطیه بطحائی، ناشر سارگل
- ✓ سید جوادین، علی و اسفیدانی، رضا. (۱۳۹۰)، رفتار مصرف کننده، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ✓ صمدی، منصور. (۱۳۸۶) رفتار مصرف کننده، نشر آبیژ
- ✓ کاتوک، لسلی لازار، شیفمن، لیون. (۱۳۹۳)، رفتار مصرف کننده، ترجمه: شهرزاد پوریان، مسعود کرمی، انتشارات آبیژ
- ✓ موون، جان و ماینر، مایکل. (۱۳۹۷)، رفتار مصرف کننده، ترجمه صالحی اردستانی و سعدی، تهران: اتحاد/آیلار.

- ✓ Solomon, M. (2018), **Consumer Behavior: Buying, Having, and Being** (12th Edition), Pearson Education limited.
- ✓ Schiffman L.G. & Wisenblit, J. (2014), **Consumer Behavior**, (11th Edition), Prentice Hall.

استراتژی های مدیریت فروش Sales Management Strategies

دروس پیش نیاز(هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۲			۲	
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

آشنایی با نظریه های فروش، نیازسنجی بازار جهت فروش، ساختارهای فروش، روش ها و فنون فروش و کلیه مسائل مربوط به بازار و فروش.

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	نیازسنجی مشتری در فرآیند فروش
۲	مشتری شناسی و اعتبارسنجی مشتری
۳	نقش فروش در اقتصاد دانش محور
۴	نظریه ها و رویکردهای فروش حرفه ای
۵	مدل ها و الگوهای فروش
۶	پیش بینی و هدف گذاری فروش
۷	مدیریت نیروی فروش
۸	اصول تیم سازی فروش
۹	مدیریت فروش در فروشگاه های زنجیره ای
۱۰	اصول فروش حضوری
۱۱	اصول و مهارت های ارتباط با مشتری
۱۲	ساختار فروش
۱۳	استراتژی های فروش
۱۴	نقشه راه فروش
۱۵	مدیریت عملکرد فروش
۱۶	انتخاب، استخدام و آموزش نیروی فروش
۱۷	فروش منطقه ای
۱۸	تعیین مناطق فروش

الگوهای فروش اینترنتی	۱۹
فروش بین المللی	۲۰
مسائل اخلاقی در فروش (با رویکرد اسلامی)	۲۱

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	

منابع اصلی:

✓ مینینگ، جرالدا، آر، باری، ریس، مایکل آر. (۱۳۹۲). **فروش در جهان معاصر: مشارکت برای خلق ارزش**، تهران: نگاه دانش.

- ✓ Cuevas, J. M., Donaldson, B., Lemmens, R. (2016). **Seles management Strategy, Process and Practice**, Palgrave, London.
- ✓ Royds, T, (2015). **Sales Management: So now you're a Sales Manager: The do's and don'ts when first appointed to the role 1st Edition**, Create Space Independent Publishing Platform.
- ✓ Schwartz, M. (2006). **Fundamentals of sales management for the newly appointed sales manager**, AMACOM.

مبانی نظریه پردازی در بازاریابی The Foundation of Marketing Theory

دروس پیش نیاز (هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
تئوری های سازمان و مدیریت			۳۲			۲	
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

- بررسی نظریه ها و مسائل اساسی در مدیریت بازاریابی به طور جامع و سیستماتیک در زمینه های تصمیم گیری و برنامه ریزی جهت حل و فصل مشکلات بازار سازمان های بازرگانی و صنعتی.
- آشنایی با نظریه های بازاریابی
- بررسی عمیق و جامع اصول و مبانی بازاریابی به طوری که دانشجو توانایی بررسی و تحلیل بازار را داشته باشد
- آشنایی با اصول و روش های بازاریابی مدرن

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	بررسی شیوه های لازم جهت مطالعه عمیق محیط بازار
۲	پارادایم ها و رویکردهای بازاریابی
۳	ریشه های اقتصادی بازاریابی
۴	ریشه های روانشناختی در بازاریابی
۵	مبنای جامعه شناختی در بازاریابی
۶	جنبه های فرهنگی بازاریابی
۷	نظریه های خرده فروشی
۸	ریخت شناسی تبیین در بازاریابی
۹	ریخت شناسی قوانین علمی در بازاریابی
۱۰	ریخت شناسی نظریه در بازاریابی
۱۱	بازاریابی نوین خدمات
۱۲	انواع رویکردهای مدیریت برند
۱۳	انواع مدل های الکترونیک
۱۴	چارچوب های مدرن برای بازاریابی در اقتصاد دیجیتال

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	

منابع اصلی:

- ✓ خدادادحسینی، سید حمید و رضوانی، مهربان. (۱۳۹۵)، **مدیریت جامع برند**، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ✓ کاتلر، فیلیپ؛ کارتاجایا، هرماوان؛ ستیاوان، ایوان. (۱۳۹۶)، **نسل چهارم بازاریابی**، ترجمه: علی عمویی اوجاکی، شهریار محسنین و آوا شفیعی، تهران: موسسه کتاب مهربان نشر.

- ✓ Chaffey, D. & Smith, P. R. (2013). **E-marketing Excellence Planning and optimizing your digital marketing**, Routledge, London.
- ✓ Hunt, S. D. (2002), **Foundations of Marketing Theory: Toward a General Theory of Marketing**, M. E Sharpe, London.

مدیریت بازاریابی صنعتی
B2B Marketing Management

دروس پیش نیاز (هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۲			۲	
دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/>	سفر علمی:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

- آشنایی با مفاهیم بازاریابی صنعتی
- درک رفتار مصرف کنندگان در بازار صنعتی
- آشنایی با شیوه های بخش بندی و موقعیت یابی در بازار صنعتی
- آشنایی با انواع مشتریان صنعتی

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	اصول و روش های بازاریابی صنعتی
۲	رفتار مصرف کننده در بازار صنعتی
۳	مدل های مرتبط با رفتار خریدار صنعتی
۴	مدیریت ارتباط با مشتریان صنعتی
۵	بخش بندی، هدف گذاری و موقعیت یابی در بازار صنعتی
۶	استراتژی های بازاریابی در بازار صنعتی
۷	مدیریت محصولات صنعتی
۸	استراتژی های قیمت گذاری در بازار صنعتی
۹	استراتژی های توزیع در بازار صنعتی
۱۰	مدیریت فروش در بازار صنعتی
۱۱	تحقیقات بازاریابی صنعتی
۱۲	آمیخته ارتباطات بازاریابی صنعتی
۱۳	تجارت الکترونیکی در بازار صنعتی
۱۴	مدیریت زنجیره تامین

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	

منابع اصلی:

✓ کریشناماچارولو، سی.اس.جی و راماکریشنن، لالیتها، (۱۳۹۰)، **بازاریابی صنعتی**، ترجمه: مریم ارشدی، احمد روستا، ابوالفضل صبوری، تهران: کلک سیمین.

✓ گاش، پی. پی. کی. (۱۳۹۵)، **بازاریابی صنعتی**، ترجمه احمد روستا، کامبیز حیدرزاده و نیما شجاعی، تهران: شرکت نشر بازرگانی.

✓ Hutt, M. D. & Speh, T. W. (2012), **Business Marketing Management: B2B**, 11th Edition, South-Western College Pub.

استراتژی های بازاریابی بین المللی پیشرفته
Advanced International Marketing Strategy

دروس پیش نیاز(هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۲			۲	
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

آشنایی عمیق با نظام بازار جهانی و پیچیدگی ترندهای قدرت های حاکم و نقش سازمان های چند ملیتی در تعامل با دولت ها

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	نظریه های بازاریابی بین الملل
۲	چارچوب های تحلیل در بازاریابی بین الملل
۳	تحلیل رقباتی بین المللی
۴	نقش فرهنگ در بازاریابی بین المللی
۵	سیستم های اطلاعاتی بازاریابی بین المللی
۶	توسعه محصول بین المللی
۷	استراتژی های قیمت گذاری بین المللی
۸	استراتژی های ترفیع بین المللی
۹	کانال های توزیع بین المللی
۱۰	استراتژی های بازاریابی بین المللی
۱۱	استراتژی های ورود به بازار بین الملل
۱۲	برندسازی بین المللی
۱۳	در این درس یک تحقیق عملی بر روی یک گروه از محصولات توسط دانشجویان در رابطه با بازار جهانی و داخلی انجام شده و به صورت سمینار در کلاس ارائه می شود

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

✓ کیگان، وارن جی و گرین، مایک سی. (۱۳۹۷). **بازاریابی جهانی**، ترجمه عبدالحمید ابراهیمی و هرمز مهرانی، دفتر پژوهشهای فرهنگی.

- ✓ Bradley, F. (2005), **International Marketing Strategy**, Financial Times/Prentice Hall.
- ✓ Stone, M. A., McCall, J. B. (2004), **International Strategic Marketing: an European Perspective**, Routledge, London.

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



دروس تخصصی

گرایش مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی

راهبردهای مدیریت منابع انسانی Human Resource Management Strategies

نوع واحد تخصصی	تعداد واحد			تعداد ساعت			دروس پیش نیاز (هم نیاز)
	نظری	عملی	کارگاهی	نظری	عملی	کارگاهی	
	۲			۳۲			-
آموزش تکمیلی عملی:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد		سفر علمی:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	
حل تمرین:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد		آزمایشگاه:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	
کارگاه:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد					

هدف درس:

- آشنایی با ضرورت مطالعه و سیر مدیریت منابع انسانی راهبردی
- شناخت مفاهیم اساسی در مدیریت منابع انسانی راهبردی
- آشنایی با تئوری ها و رویکردهای مدیریت منابع انسانی راهبردی
- آشنایی با انواع راهبردهای منابع انسانی
- تحلیل مسائل و مشکلات سازمان ها و شرکت ها در حوزه منابع انسانی راهبردی

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	ماهیت مدیریت منابع انسانی و مدیریت راهبردی منابع انسانی
۲	جایگاه مدیریت منابع انسانی راهبردی
۳	مبانی مدیریت راهبردی منابع انسانی
۴	رویکردهای مدیریت راهبردی منابع انسانی و تدوین راهبردهای منابع انسانی
۵	نظریه های مدیریت راهبردی منابع انسانی
۶	مدیریت منابع انسانی راهبردی و پیامدهای عملکردی
۷	بررسی حیطه های کارکردهای کلیدی و اهرم های کلیدی
۸	شایستگی های منابع انسانی و کارکرد منابع انسانی
۹	تغییر محتوای مدیریت منابع انسانی راهبردی
۱۰	فرایند مدیریت راهبردی منابع انسانی و چالش های در ایران
۱۱	تدوین مأموریت و چشم انداز و تحلیل عوامل محیط بیرونی موثر بر منابع انسانی
۱۲	تحلیل عوامل داخلی و ابزارها و فنون پیش بینی در تدوین راهبردهای منابع انسانی



تعیین اجرا و ارزیابی راهبردها و برنامه های منابع انسانی	۱۳
راهبرد تعلق خاطر کارکنان	۱۴
راهبرد مدیریت استعداد کارکنان	۱۵
راهبرد یادگیری و بالندگی	۱۶
بررسی یک مطالعه ملی از مدیریت راهبردی منابع انسانی در یک سازمان	۱۷

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

✓ بامبرگر، پیتر و مشولم، لن. (۱۳۹۴). استراتژی منابع انسانی: تدوین، اجرا، آثار، ترجمه: علی اعرابی و علی پارساییان، دفتر پژوهش های فرهنگی.

- ✓ Storey, J., Patrick, M. W., & Ulrich, D. (2019), Strategic **Human Resource Management: A research Overview**. New York: Rutledge.
- ✓ Tapomoy, D. (2006), **Strategic Approach to Human Resource Management, Concept, Tools & Application**. Atlantic Publishers & Distributors Pvt. Ltd.
- ✓ Ulrich, D., Brockbank, W., Younger, J. & Ulrich, M. (2012). **Global HR Competencies: Mastering Competitive Value from the Outside-In**. New York: McGraw-Hill
- ✓ Ulrich, D., Kryscynski, D., Ulrich, M. & Brockbank, W. (2017). **Victory through Organization: Why the War for Talent is failing Your Company and What You Can Do About It**. New York: McGraw-Hill.

تحلیل نظریه‌های رفتاری سازمانی در سطح کلان
Analysis of Organizational Behavior Theories in Macro Level

دروس پیش‌نیاز(هم‌نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	تخصصی
-			۳۲			۲	
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:			دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

- تسلط دانشجویان در تجزیه و تحلیل الگوهای رفتاری سازمان و بررسی نقادانه آن
- طراحی و ارائه الگوهای رفتاری سازگار با سازمان‌های چندمنظوره و پیچیده امروزی

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	تجزیه و تحلیل مبانی نظری و الگوهای رفتاری سازمان
۲	بررسی تئوری‌های رفتاری در سازمان‌های عمومی
۳	تحلیل رفتاری روابط فرد و سازمان
۴	مبانی فلسفی و نقطه نظرات تاریخی نظریات در حال تکوین و معاصر سازمانی و رفتار اداری
۵	تجزیه و تحلیل فرآیندها، مسائل زندگی سازمانی و توسعه مهارت‌های تحلیلی در مورد تحول سازمان
۶	بررسی جنبه‌های مختلف تحول و طرح سازمانی و تبیین روش‌های توصیفی هنجاری در گسترش دانش تئوری رفتار سازمانی
۷	تجزیه و تحلیل اثربخشی، کارایی و بهره‌وری سازمان

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

- ✓ Joshua T. & Delich, B.A. (2015). **Organizational behavior: Perceptions Analysis of Micro and Macro Organizational Behavior in an Organizational Setting**. Dissertation Prepared for the Degree of Doctor of Philosophy. University of North Texas.
- ✓ Vibert, C. (2003). **Theories of Macro-Organizational Behavior: A Handbook of Ideas and Explanations: A Handbook of Ideas and Explanations**. Routledge.

مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی بین المللی
International organizational behavior and
Human Resource Management

دروس پیش‌نیاز(هم‌نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۴			۲	
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

بررسی عوامل مؤثر بر رفتار مدیران داخلی با مدیران سایر کشورها و ارائه الگوهای مناسب برای مراودات میان آنان و چگونگی حل تعارضات احتمالی در روابط

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	مدیر جهانی
۲	تأثیر فرهنگ بر رفتار مدیر
۳	مهارت های بین فردی برای مدیریت جهانی
۴	مدیریت تیم ها و شبکه های جهانی
۵	مدیریت تغییر در سازمان های جهانی
۶	اجزای اقدام اثربخش مدیر در سطح بین الملل
۷	تأثیر فرهنگ بر رفتار مدیر در سطح روابط متقابل شخصی
۸	اجرای خط مشی و مسائل عملیاتی، اخلاقی و قانونی
۹	مذاکرات در سطح بین المللی
۱۰	راهبردها و دیدگاه های تطبیقی و سازمانی به مدیریت منابع انسانی بین المللی
۱۱	رویکردهای موجود به مدیریت منابع انسانی بین المللی
۱۲	فرهنگ در مدیریت منابع انسانی بین المللی
۱۳	چالش های موجود در مدیریت منابع انسانی بین المللی
۱۴	اقدامات مدیریت منابع انسانی بین المللی
۱۵	بهبود اقدامات و خط مشی ها در مدیریت منابع انسانی بین المللی

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

- ✓ Harzing, A. W., & Pinnington, A. (2011). **International Human Resource Management**. Sage publication Pte Ltd.
- ✓ Henry, W. (2009). **International Management Behavior: Leading with a Global Mindset**. Wiley, 2009.
- ✓ Henry, W., & Martha L. (2014). **International Management Behavior Global and Sustainable Leadership**. Wiley.
- ✓ Henry, W., & Distenano, J. (1988). **International Management Behavior: From Policy to Practice**, Canada: Nelson Co.
- ✓ Hogetts, R., & Luthans, F. (1996). **International Management**, New York: McGraw- Hill. Inc.
- ✓ Kang, H., & Shen, J. (2017). **International Human Resource Management in South Korean Multinational Enterprises**. Springer Nature Singapore Pte Ltd.
- ✓ Lessen, R. (1996). **Global Management Principle**, New York: Prentice Hall Co.

چالش های مدیریت منابع انسانی در عمل
Human Resource Management Challenges in Practice

دروس پیش نیاز (هم نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۲			۲	
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	سفر علمی:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی:		
	دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	آزمایشگاه:		دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	حل تمرین:		
				دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه:		

هدف درس:

تحلیل و بررسی موضوعات اساسی و بنیادین مدیریت منابع انسانی و شناسایی و آسیب شناسی چالش ها و مسائل نظام مدیریت منابع انسانی با رویکرد سیستمی و با رعایت اصول و چهارچوب های متدولوژی علمی و پژوهش های میدانی و عملی.

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	کلیات، تعاریف، ماهیت و جایگاه منابع انسانی در سازمان و جامعه
۲	محیط شناسی و عوامل موثر بر منابع انسانی
۳	فرایند و مدل های مدیریت منابع انسانی
۴	برنامه ریزی جانشینی مدیریت
۵	چالش های نوین مدیریت منابع انسانی
۶	تحلیل مسائل و چالش های مرحله ورودی منابع انسانی (تجزیه و تحلیل و طبقه بندی مشاغل، جذب، نیرویابی، انتخاب و انتصاب)
۷	تحلیل مسائل و چالش های مرحله فرایند منابع انسانی ۱ (حقوق و دستمزد، مزایا و پرداخت ها)
۸	تحلیل مسائل و چالش های مرحله فرایند منابع انسانی ۲ (جامعه پذیری، آموزش و توسعه کارکنان)
۹	تحلیل مسائل و چالش های مرحله فرایند منابع انسانی ۳ (مدیریت عملکرد، مسیر پیشرفت شغلی و انضباط)
۱۰	تحلیل مسائل و چالش های مرحله فرایند منابع انسانی ۴ (برنامه ریزی و استراتژی منابع انسانی)
۱۱	تحلیل مسائل و چالش های مرحله خروجی منابع انسانی (تعدیل و کوچک سازی، انتقال، ماموریت، باز خرید، اخراج و بازنشستگی)

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

✓ سرینی، واس آر کاندولا. (۱۳۹۵). مدیریت منابع انسانی در عمل. ترجمه سیدرضا سیدجوادین، ترجمه: بهروز پورولی و اکرم نوری. تهران: انتشارات نگاه دانش.

- ✓ Armstrong, M. (2010). **Human Resource Management Practice: A Guide to People Management. India:** Replika Press Pvt Ltd.
- ✓ Kelley, N. L. (1992). **Human Resource Management in Action: Skill Building Experiences.** West Group.

بررسی تطبیقی مدل‌های مدیریت منابع انسانی
Comparative Study of Human Resource Management Models

دروس پیش‌نیاز(هم‌نیاز)	تعداد ساعت			تعداد واحد			نوع واحد تخصصی
	کارگاهی	عملی	نظری	کارگاهی	عملی	نظری	
-			۳۲			۲	
	<input type="checkbox"/> دارد	<input type="checkbox"/> ندارد	سفر علمی:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد		آموزش تکمیلی عملی:
	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	آزمایشگاه:	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد		حل تمرین:
				<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد		کارگاه:

هدف درس:

این درس با هدف تحلیل مسائل برنامه ریزی نیروی انسانی در سازمان ها، نحوه شناسایی مشکلات برنامه ریزی مشکلات برنامه ریزی نیروی انسانی، شیوه های تحلیل این مشکلات و سبک های ارائه راه حل و گزینه های طراحی روش و ارائه راهکار برای حل مسائل ارائه می گردد.

رئوس مطالب:

ردیف	مبحث
۱	آموزش مبانی مساله یابی و حل مساله در مدیریت منابع انسانی
۲	شناسایی مشکلات و مسائل مدیریت منابع انسانی و تعریف آنها در قالب مسائل سازمانی و اولویت بندی مسائل براساس شاخص ها و معیارهای معتبر
۳	مطالعه تطبیقی شیوه های حل مشکلات و مسائل مدیریت منابع انسانی در کشورها و فرهنگ های مختلف
۴	مطالعه تطبیقی نحوه تعریف مشکلات مدیریت منابع انسانی در قابل مسائل سازمانی
۵	شناخت ریشه های شکل گیری و بروز مشکلات و مسائل مدیریت منابع انسانی
۶	ارائه مدل ۳۴۰۰۰ تعالی منابع انسانی
۷	ارائه مدل EFQM
۸	ارائه مدل فیلیپس
۹	ارائه مدل بلوغ قابلیت های منابع انسانی
۱۰	ارائه مدل تعالی منابع انسانی
۱۱	ارائه مدل توانمندسازی منابع انسانی ایران
۱۲	ارائه مدل شایستگی

برنامه درسی
دوره: دکتری
رشته: مدیریت بازرگانی



روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون نهایی	پروژه
✓	✓	✓	✓

منابع اصلی:

✓ قلی پور، آرین. (۱۳۹۸). استاندارد ۳۴۰۰۰ تعالی منابع انسانی در عمل (مدیریت منابع انسانی پیشرفته). تهران: کتاب مهربان نشر.

✓ قلی پور، آرین. (۱۳۹۶). استانداردهای بین المللی و ملی مدیریت منابع انسانی. تهران: کتاب مهربان نشر.

- ✓ Brewster, C., & Mayrhofer, W. (2012). **Handbook of Research on Comparative human resource management**. Edward Elgar Publication.
- ✓ Rothwell, J., William, H. C. kanzanas. (2003). **Planning & Managing Human Resource Management**, Massachusetts: HRD Press.