



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
شورای گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی



برنامه درسی رشته

---

# طراحی کسب و کار

---

BUSINESS DESIGN

---

مقطع کارشناسی ارشد



بر اساس مصوبه جلسه شماره .... شورای گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی در تاریخ ..... به تصویب رسید.



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
شورای گسترش و برنامه ریزی آموزش عالی

برنامه درسی رشته

# طراحی کسب و کار

**BUSINESS DESIGN**

کارشناسی ارشد

تهیه کنندگان:

گروه کسب و کار، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

دکتر جهانگیر یدالهی فارسی، عضو هیات علمی دانشگاه تهران

دکتر رضا محمد کاظمی، عضو هیات علمی دانشگاه تهران

دکتر کامبیز طالبی، عضو هیات علمی دانشگاه تهران

نوع برنامه: تدوینی (تاسیسی)

گروه تحصیلی: علوم انسانی

**فصل اول**

**مشخصات کلی برنامه درسی**

### ۱-۱- مقدمه

این رشته به واسطه نیاز مبرم کشور به تغییر الگوی درآمدی از تک محصولی و فروش منابع نفتی و منابع خام بطرف اقتصاد مبتنی بر تولید که بر اساس بنیان های دانشی می باشد و با عنایت به افق ۱۴۰۴ که باید در زمره بالاترین اقتصاد در میان کشور های حوزه آسیای غربی و منطقه قفقاز باشیم می توانند باعث تربیت و پرورش طراحان کسب و کار باشد که بر اساس الگو های ایجاد و توسعه کسب و کار های دانش بنیان با توجه به شرایط بومی کارآمد باشند. این رشته برای اولین بار در کشور ارائه خواهد شد.

### ۲-۱- معرفی و تبیین برنامه درسی

رشته طراحی کسب و کار متدولوژی حل خلاق مسائل و مشکلات شرکت ها و سازمانها از طریق طراحی مسیر تفکر و پیاده سازی آنها به منظور خلق ارزش توسط کارشناسانی است که از این رشته فارغ التحصیل می شوند. رشته طراحی کسب و کار، طیف وسیعی از آموزش هایی را در بر می گیرد که به طراحی خلاقانه و نوآرانه محصولات و خدمات تا طراحی استراتژی ها و مدل های کسب و کار می پردازد. سابقه دانشگاهی این رشته به دو دهه اخیر باز می گردد و در حال حاضر دانشگاههای مطرحی همچون، دانشگاه های استنفورد و MIT (در ایالات متحده)، دانشگاه تورنتو (در قالب مدرسه کسب و کار روتمن)، دانشگاه چالمرز (با عنوان کارآفرینی و طراحی کسب و کار) و سایر دانشگاه های مطرح جهان به تربیت و پرورش دانشجو در مقاطع کارشناسی ارشد و دکترا در این زمینه می پردازند.

### ۳-۱- اهداف

تربیت کارشناس طراحی کسب و کار به منظور انجام امور مطالعات لازم برای گردآوری و تحلیل اطلاعات در تمام مراحل ایجاد کسب و کار برای تسهیل تصمیم گیری های کارآفرینان بخصوص در مواردی که به طراحی ساختار، فرایند، سیستم، مدل، محصول و از این قبیل نیاز است. این طراحی ها راهنمای اقدامات کارآفرینان، سرمایه گذاران، مشاوران، و اعضای تیم ایجاد کسب و کار است. این رشته همچنین منجر به افزایش توان کارشناسی کارآفرینان و مدیرانی که قصد کارآفرینی سازمانی دارند، خواهد شد.

### ۴-۱- اهمیت تدوین برنامه

دلایل اهمیت توسعه آموزش های طراحی کسب و کار عبارتند از

- نیاز به توسعه ظرفیت های موجود اقتصادی از طریق طراحی کسب و کارهای جدید
- نیاز به طراحی طرح کسب و کار به منظور کمک به تحقق ایده های جدید کسب و کار
- افزایش اثربخشی ایجاد کسب و کار و کاهش نرخ شکست کسب و کارهای نوپا
- با اجرای این دوره، متخصصین با دانش و مهارت طراحی کسب و کار های جدید وارد عرصه های اقتصادی- اجتماعی کشور شده و به تسریع روند توسعه پایدار ملی کمک می کنند.

در دنیای مدرن کنونی که به سمت تحول و شتاب در حرکت است، مدیران و کارشناسان شرکت ها بیش از گذشته نیازمند ابزارهای برای تجزیه و تحلیل چالش های پیچیده فضای کسب و کار می باشند. رشته طراحی کسب و کار متدولوژی حل خلاق

مسائل و مشکلات شرکت ها و سازمانها از طریق طراحی مسیر تفکر و پیاده سازی آنها به منظور خلق ارزش توسط کارشناسانی است که از این رشته فارغ التحصیل می شوند. رشته طراحی کسب و کار، طیف وسیعی از آموزش هایی را دربر می گیرد که به طراحی خلاقانه و نوآرانه محصولات و خدمات تا طراحی استراتژی ها و مدل های کسب و کار میپردازد. با گنجاندن دروسی مثل "تفکر طراحی" - "راهبردهای نوآوری" و "نوآوری در کسب و کار" و همچنین بهره برداری از منابع به روز این رشته در دنیا، تمام تلاش تدوین کنندگان نه تنها حفظ روزآمدی در این رشته است، بلکه دغدغه اصلی تدوین این رشته بر همین اساس شکل گرفته است. از لحاظ روزآمدی میتوان اشاره نمود که در حال حاضر دانشگاههای مطرحی همچون، استنفورد و MIT (ایالات متحده)، دانشگاه تورنتو، کانادا (در قالب مدرسه کسب و کار روتمن) و دانشگاه چالمرز، سوئد (با عنوان کارآفرینی و طراحی کسب و کار)، دانشگاه برونل، لندن و دانشگاه کینهاگ، دانمارک، به تربیت و پرورش دانشجو در این زمینه می پردازند.

با هدف تأمین رشد پویا و بهبود شاخص های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم انداز بیست ساله، سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی با رویکردی جهادی، انعطاف پذیر، فرصت ساز، مولد، درونزا، پیشرو و برون گرا ابلاغ می گردد: بخشی از سیاستها:

۱ - تأمین شرایط و فعال سازی کلیه امکانات و منابع مالی و سرمایه های انسانی و علمی کشور به منظور توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیتهای اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاری های جمعی و تأکید بر ارتقاء درآمد و نقش طبقات کم درآمد و متوسط .

۲ - پیشتازی اقتصاد دانش بنیان، پیاده سازی و اجرای نقشه جامع علمی کشور و ساماندهی نظام ملی نوآوری به منظور ارتقاء جایگاه جهانی کشور و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش بنیان در منطقه .

۳ - محور قراردادن رشد بهره وری در اقتصاد با تقویت عوامل تولید، توانمندسازی نیروی کار، تقویت رقابت پذیری اقتصاد، ایجاد بستر رقابت بین مناطق و استانها و به کارگیری ظرفیت و قابلیت های متنوع در جغرافیای مزیت های مناطق کشور .

۴ - افزایش ارزش افزوده از طریق تکمیل زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز، توسعه تولید کالاهای دارای بازدهی بهینه (براساس شاخص شدت مصرف انرژی) و بالا بردن صادرات برق، محصولات پتروشیمی و فرآورده های نفتی با تأکید بر برداشت صیانتی از منابع .

رشته طراحی کسب و کار با درگیر نمودن دانشجویان در هر دو حوزه علمی و عملی، به دستیابی به اهداف وفق که در سند چشم انداز نیز به آنها اشاره شده است، می پردازد.

باید اذعان داشت نهادهای علمی و سیاست گذاری کشور به طور عام و با محوریت کارآفرینی به طور خاص با خلأ دانش نوآرانه مواجه هستند. ارتقای آگاهی دانش آموختگان این رشته در خصوص مبانی معرفتی و مبانی زمینه ای کشور و پرهیز از تقلید در به کارگیری کسب و کارهای تکراری، یکی از رویکردهای حاکم بر این رشته را تشکیل می دهد. علاوه بر آن، در طراحی این رشته، افق آینده و مطلوب ایران بر اساس قانون اساسی، سند چشم انداز و سیاست های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری، در راستای ارتقا اقتصاد مقاومتی مورد نظر قرار گرفته است. با در نظر گرفتن درس "شناسایی فرصت های کسب و کار" و سایر دروس در

جدول دروس تخصصی و همچنین نگاه مثبت به برطرف نمودن نیازهای بومی، دانشجو می آموزد تا نگاهی بومی به این حوزه داشته باشد و همواره "حل مشکلات معیشتی" را مد نظر قرار دهد.

#### ۵-۱- ضرورت تدوین برنامه

تربیت کارشناسان طراحی کسب و کار به منظور انجام امور مطالعات لازم برای گردهاوری و تحلیل اطلاعات در تمام مراحل ایجاد کسب و کار برای تسهیل تصمیم گیری های کارآفرینان بخصوص در مواردی که به طراحی ساختار، فرایند، سیستم، مدل، محصول و از این قبیل نیاز است. این طراحی ها راهنمای اقدامات کارآفرینان، سرمایه گذاران، مشاوران، و اعضای تیم ایجاد کسب و کار است. این رشته همچنین منجر به افزایش توان کارشناسی کارآفرینان و مدیرانی که قصد کارآفرینی سازمانی دارند، خواهد شد.

این برنامه برای اولین بار در کشور ارائه می شود.

با حذف ۲ گرایش از رشته کارآفرینی مربوط به گروه کسب و کار، لزوم ایجاد یک رشته جامع تر احساس می شود.

پیش از تدوین و در هنگام تدوین این رشته در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، بیش از ۱۰۰۰ نفر ساعت در این زمینه همایش، کارگاه آموزشی، ارسال سرفصل ها به همکاران جهت اخذ بازخورد و همچنین مطالعات تطبیقی صورت گرفته است. این امر همچنین پس از تدوین نهایی رشته ادامه خواهد یافت.

#### ۶-۱- تعداد و نوع واحدهای درسی

جدول ۱- توزیع واحدها

جمع واحد	نوع دروس
۱۲ (ارزش واحد صفر)	دروس جبرانی <sup>۱</sup>
۱۲	دروس تخصصی اجباری
۱۶	دروس تخصصی اختیاری
۴	پایان نامه
۳۲	کل

**تبصره ۵:** دانشجویانی که رشته مقطع قبلی آنان با این رشته غیر مرتبط 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.

طول دوره تحصیلی
۲ سال

### ۷-۱- مهارت، توانمندی و شایستگی دانش‌آموختگان

اجرای دوره براساس روشهای نوین آموزشی استوار است. در اجرای دروس، یادگیری تعاملی و مشارکتی مورد تأکید است و از دانشجویان خواسته می‌شود تا در طول اجرای دوره با انجام مطالعات میدانی و حضور در محل اجرای فعالیت‌های کارآفرینی، مفاهیم طراحی و تدوین طرح کسب و کار را با عمق لازم فراگیرند. همچنین در برخی دروس از کارآفرینان موفق برای تدریس و بیان تجربیات دعوت می‌شود. با اجرای این دوره، انتظار می‌رود دانش‌آموختگان رشته طراحی کسب و کار بتوانند با طراحی کسب و کار، امکان اجرای صحیح ایده‌ها برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی فراهم آورند. با اتکا به مجموعه طراحی‌های کارآمد، با جلب سرمایه لازم به آنها جامعه عمل ببوشانند و باعث تقویت توان تولید داخل و کسب سهم بیشتری از بازارهای بین‌المللی شوند.

فارغ‌التحصیلان این دوره می‌توانند در زمینه‌های زیر ایفای نقش کنند:

- کارشناسان و مدیران طراحی کسب و کارهای جدید
- پژوهشگران طراحی کسب و کارهای جدید
- کارشناسان طراحی ساختار، فرایند و نظام‌های کسب و کار
- کارشناسان و پژوهشگران امکان‌سنجی فنی و مالی کسب و کارهای جدید
- مدیران آشنا به مدیریت تغییر و توسعه محصول جدید در سازمان‌ها

### جدول ۲- مهارت، توانمندی و شایستگی دانش‌آموختگان

دروس مرتبط	مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های ویژه
مدل کسب و کار. نوآوری. مبانی کارآفرینی	درک درست از عملیاتی کردن کسب و کار کارآفرینانه
تفکر طراحی. فرصت	مهارت در ایجاد تعامل با سایر ذینفعان کسب و کار و کار تیمی
تدوین برنامه کسب و کار	مهارت در تحلیل محیط واقعی کسب و کار و اندیشه در پیاده‌سازی و عملیاتی کردن ایده کارآفرینی
کسب و کار با رویکرد اسلامی	مهارت در پیاده‌سازی اخلاق حرفه‌ای کار. مهارت در شناخت پیاده‌سازی سنت حسنه اسلامی در تولید. رعایت عدل و قسط اسلامی در محیط کار
مبانی و راهبردهای نوآوری	مهارت در تنظیم و طراحی راهبرد‌های توسعه‌ای و تقوین بنیه رقابتی کردن کسب و کار

۸-۱- شرایط و ضوابط ورود به دوره

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

۹-۱- مواد آزمون ورودی و ضرایب آنها

جدول ۳- مواد آزمون ورودی و ضرایب آنها

ردیف	مواد آزمون	ضریب
۱	زبان انگلیسی	۳
۲	مبانی کارآفرینی	۳
۳	مبانی سازمان و مدیریت اسلامی	۲
۴	اقتصاد خرد و کلان	۲
۵	آمار و ریاضی	۳
۶	بازاریابی و مدیریت بازار	۲



**فصل دوم**

**جدول عناوین و مشخصات دروس**

۱-۲- جدول عناوین و مشخصات دروس

جدول ۴- جدول کلی واحدهای درسی رشته طراحی کسب و کار مقطع کارشناسی ارشد

جمع واحدهای درسی	نوع واحدهای درسی				طول دوره تحصیلی
	پایان نامه	تخصصی اختیاری	تخصصی اجباری	جبرانی	
۳۲	۴	۱۶	۱۲	۱۲ (با ارزش واحد صفر)	۲ سال

نکته: ساعت آموزش برای هر واحد نظری ۱۶ ساعت، عملی ۳۲ ساعت، کارگاهی ۴۸ ساعت و کار آموزشی (کارورزی) ۶۴ ساعت است.

جدول ۵- عنوان و مشخصات کلی دروس جبرانی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد (۱-۳ واحد)	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	مدیریت مالی	۲	<input checked="" type="checkbox"/>				۳۲		
۲.	سیستم های اطلاعات مدیریت	۲	<input checked="" type="checkbox"/>				۳۲		
۳.	تحقیقات بازار	۲	<input checked="" type="checkbox"/>				۳۲		

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد (۱-۳ واحد)	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۴.	قوانین کسب و کار	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۵.	مدیریت پروژه های راه اندازی کسب و کار	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۶.	روش تحقیق	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
	<b>جمع</b>	<b>۱۲</b>				<b>۱۹۲</b>			

از آنجاکه داوطلبان پذیرفته شده در مقطع کارشناسی ارشد، فارغ التحصیلان رشته های مختلف می باشند، گروه بر اساس بررسی وضعیت دانشجو ممکن است گذراندن یک یا چند واحد جبرانی را برای هریک از داوطلبان اجباری تشخیص دهد. در صورتیکه دانشجو این دروس را نگذرانده باشد بعنوان پیش نیاز قبل از شروع دروس کارشناسی ارشد باید این دروس را با موفقیت بگذراند. نمره واحدهای جبرانی در معدل کل محسوب نمی شود ولی در حال نباید پایین تر از ۱۲ باشد.

جدول ۶- عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی اجباری

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد (۱-۳ واحد)	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	امکان سنجی کسب و کار جدید	۲			<input checked="" type="checkbox"/>	۱۶	۳۲		
۲.	شناسایی فرصت های کسب و کار و ایده پردازی	۲			<input checked="" type="checkbox"/>	۱۶	۳۲		
۳.	مبانی و راهبردهای نوآوری	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۴.	کسب و کار با رویکرد اسلامی	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۵.	طراحی و تدوین برنامه کسب و کار	۲			<input checked="" type="checkbox"/>	۱۶	۳۲		
۶.	تفکر طراحی	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
	<b>جمع کل</b>	<b>۱۲</b>				<b>۱۴۴</b>	<b>۴۸</b>		

جدول ۷- عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی اختیاری

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد (۱-۳ واحد)	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	راه اندازی و ایجاد کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ)	۲			<input checked="" type="checkbox"/>	۱۶	۳۲		
۲.	طراحی و بازآفرینی کسب و کارهای ایرانی	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۳.	طراحی سیستم های مالی و سرمایه گذاری خرد	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲		مدیریت مالی	
۴.	نوآوری در کسب و کار	۲			<input checked="" type="checkbox"/>	۱۶	۳۲		
۵.	اکوسیستم کسب و کار	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۶.	حقوق مالکیت فکری	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۷.	طراحی مدل های رشد کسب و کار	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۸.	کسب و کار اجتماعی	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۹.	سمینار	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			
۱۰.	طراحی مدل کسب و کار	۲			<input checked="" type="checkbox"/>	۱۶	۳۲		
۱۱.	فرایندها، ساختار و سیستم های کسب و کار	۲	<input checked="" type="checkbox"/>			۳۲			

برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته طراحی کسب و کار / ۱۴

هم نیاز	پیش نیاز	تعداد ساعات		نوع واحد			تعداد واحد (۱-۳ واحد)	عنوان درس	ردیف
		عملی	نظری	نظری - عملی	عملی	نظری			
		۳۲	۱۶	<input checked="" type="checkbox"/>			۲	طراحی زنجیره تامین	۱۲.
			۳۲			<input checked="" type="checkbox"/>	۲	طراحی استقرار کسب و کارهای تولیدی و خدماتی	۱۳.
			۳۲			<input checked="" type="checkbox"/>	۲	طراحی کسب و کارهای پلتفرمی	۱۴.

\* از بین دروس تخصصی اختیاری جدول فوق، ۸ درس (۱۶ واحد) با توجه به نیاز دانشجو و نظر گروه آموزشی گذرانده می شود.

فصل سوم

ویژگی‌های دروس

عنوان درس به فارسی:		مدیریت مالی	
عنوان درس به انگلیسی:		Finance management	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/> / جبرانی <input checked="" type="checkbox"/>		-	دروس پیش نیاز:
عملی <input type="checkbox"/> / تخصصی <input type="checkbox"/>		-	دروس هم نیاز:
نظری-عملی <input type="checkbox"/> / اختیاری <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 تعلیم روشها و تکنیک های متداول مالی به عنوان مهمترین ابزارهای مدیریت مالی به منظور حراست و بکار گرفتن منابع مالی موسسات خصوصی یا شرکت های دولتی. هدف دیگر این درس همچنین آشنایی دانشجویان با مبانی بودجه ریزی، تامین مالی و سرمایه گذاری و روش های تامین مالی و تکنیک های تجزیه و تحلیلی و انتخاب گزینه های تامین مالی است.

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

- آشنایی با مدیریت مالی
- تجزیه و تحلیل گزارشهای مالی با استفاده از نسبتهای مالی
- پیش بینی نبود در رابطه با فعالیت تولید و فروش و استفاده از تکنیک نقطه سربه سر
- پیش بینی نیازهای مالی
- نقش بهره در تصمیمات مالی
- تصمیمات سرمایه گذاری و تخصیص منابع مالی در شرایط معلوم/ نامعلوم

#### بودجه بندی

- بودجه بندی سرمایه ای و شناخت جریان های نقدی
- تعریف و اهمیت بودجه بندی سرمایه ای
- فرایند بودجه بندی سرمایه ای
- انواع تصمیمات بودجه بندی سرمایه ای
- طرح توسعه و تولید محصولات جدید
- جریان های نقدی طرح ها
- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط اطمینان
- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط سهمیه بندی سرمایه ای
- بودجه بندی سرمایه ای در شرایط نامطمئن



- مبانی سرمایه گذاری و تامین مالی
- انواع روش های تامین مالی
- روشهای تامین مالی و چرخه حیات کسب و کار
- معیارهای انتخاب منابع تامین مالی
- هزینه سرمایه و تصمیمات تامین مالی شرکت
- تکنیک های تصمیم گیری سرمایه گذاری
- تصمیمات ساختار سرمایه
- تجزیه و تحلیل ریسک اجزاء سرمایه
- تامین مالی ترکیبی
- روش فرانشیز در تامین مالی کارآفرین
- تجزیه و تحلیل هزینه منفعت
- خط مشی و مدیریت اقلام سرمایه در گردش
- عامل بهره در تصمیم گیری های مالی
- موارد استفاده از اهرم مالی
- هزینه های سرمایه ای
- سیاست تقسیم سود سهام و تامین مالی داخلی
- مدیریت ریسک

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

آموزش های عملی و استفاده از بررسی های موردی در کنار آموزش نظری

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۴۵ درصد

آزمون پایان نیم سال ۵۵درصد

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

الزامات خاصی نیاز ندارد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱. نوروش، ایرج (۱۳۸۳) مدیریت مالی (۱) تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۲. فدایی نژاد، محمد اسماعیل (۱۳۸۳) اصول بودجه بندی سرمایه ای، تهران، انتشارات سمت.
3. Shim.j.k&siegel .J.G, (2000) , financial management , usa ,barrons education series .Inc

سیستم های اطلاعات مدیریت		عنوان درس به فارسی:
Information management systems		عنوان درس به انگلیسی:
نوع درس و واحد		
نظری <input checked="" type="checkbox"/> تجربانی <input checked="" type="checkbox"/>		دروس پیش نیاز:
عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input type="checkbox"/>		دروس هم نیاز:
نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <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:

اطلاعات نقش مهم و کلیدی در انجام فعالیت های روز مره سازمانها دارد و معمولاً بخش عمده ای از زمان مدیران در سازمان ها صرف جمع آوری و تحلیل اطلاعات می شود. این اطلاعات در تصمیم گیری، برنامه ریزی و کنترل سازمان به مدیران کمک می کند. این درس سعی دارد مخاطبین را با مفاهیم اولیه در سیستم های اطلاعات، سطوح مختلف تصمیم گیری و انواع سیستم های اطلاعات مدیریت آشنا کند و در ادامه روش های مختلف جمع آوری اطلاعات و مدل سازی اطلاعات را بیان می کند. طراحی پایگاه داده ها و طراحی ورودی ها، خروجی ها و گزارش های مدیریتی به آن ها آموزش داده می شود و در انتها با فرصتهای کسب و کار و کارافرینی در حوزه دیجیتال و شرکتهای تولید نرم افزارهای سیستم های اطلاعاتی آشنا می شوند

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

۱. سیستم های اطلاعاتی، سازمان ها و استراتژی ها
  - ۱-۱- آشنایی با سیستم های اطلاعاتی
  - ۱-۲- سیستم های اطلاعاتی و استراتژی های کسب و کار
  - ۱-۳- سیستم های اطلاعاتی و فرایند های کسب و کار
  - ۱-۴- دورنمای به کارگیری سیستم های اطلاعاتی در سازمان ها
  - ۱-۵- سیستم های اطلاعاتی و تحول دیجیتال
  - ۱-۶- سیستم های اطلاعاتی و کسب مزیت رقابتی برای سازمان ها
  - ۱-۷- انواع سیستم های اطلاعاتی:
  - سیستم های اطلاعاتی اجرایی
  - سیستم های اطلاعاتی مدیریتی
  - سیستم های اطلاعاتی پشتیبانی تصمیم گیری
  - سیستم های اطلاعاتی استراتژیک
- ۱-۸- ارزیابی آمادگی سازمانی برای سیستم های اطلاعاتی Cobit
- ۲- روش های طراحی سیستم های اطلاعاتی
  - ۲-۱- روش های ساختار یافته
  - ۲-۲- روش های شی گرا
- ۲-۳- ITIL
- ۳- آشنایی با زیر ساختهای سیستم های اطلاعاتی

- ۳-۱- زبانهای برنامه نویسی
- ۳-۲- بانک های اطلاعاتی
- ۳-۳- سخت افزارها
- ۳-۴- نرم افزارها
- ۳-۵- سرور ها و شبکه های اطلاعاتی
- ۳-۶- ابزارها و روش های جمع آوری، ورود و خروج داده ها
- ۴- پیاده سازی سیستم های اطلاعاتی
- ۴-۱- برنامه ریزی و مدیریت پیاده سازی
- ۴-۲- مدیریت تغییرات سازمانی
- ۵- امنیت سیستم های اطلاعاتی
- ۵-۱- ارزیابی سیستم های اطلاعاتی
- ۵-۲- موارد سوء استفاده های احتمالی
- ۵-۳- مسایل امنیت شبکه
- ۵-۴- کنترل فرایند های سازمانی
- ۶- مباحث اخلاقی، قانونی و اجتماعی سیستم های اطلاعاتی
- ۷- مباحث نوین/ویژه در سیستم های اطلاعاتی
- ۷-۱- کلان داده ها
- ۷-۲- واقعیت مجازی
- ۷-۳- هوش مصنوعی
- ۷-۴- سیستم های خبره
- ۷-۵- یادگیری ماشین
- ۸- فرصتهای کسب و کار و کارآفرینی
- ۸-۱- تجارت الکترونیک E-Commerce
- ۸-۲- تحلیل محیط کسب و کارهای الکترونیکی/دیجیتال
- ۸-۳- انقلاب صنعتی چهارم و تحول دیجیتال

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

روش های مختلف جمع آوری اطلاعات و مدل سازی اطلاعات را بیان می کند. طراحی پایگاه داده ها و طراحی ورودی ها، خروجی ها و گزارش های مدیریتی به آن ها آموزش داده می شود و در انتها با فرصتهای کسب و کار و کارآفرینی در حوزه دیجیتال و شرکتهای تولید نرم افزارهای سیستم های اطلاعاتی آشنا می شوند

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

روش ارزیابی:

سایر (به پیشنهاد مدرس)	آزمون عملی	پایان ترم	میان ترم
%۲۵	%۰	%۵۰	%۲۵

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

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

مورد خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

1. Management Information Systems: Managing the Digital Firm
2. by Kenneth Laudon and Jane Laudon | Mar 23, 2019
3. Information Technology for Management: Driving Digital Transformation to Increase Local and Global Performance, Growth and Sustainability
4. by Efraim Turban , Carol Pollard, et al. | Apr 6, 2021
5. Business Intelligence, Analytics, and Data Science: A Managerial Perspective
6. by Efraim Turban, Dursun Delen , et al. | Jun 20, 2021
7. Decision Support and Business Intelligence Systems
8. by Efraim Turban , Ramesh Sharda, et al. | Jan 26, 2010

عنوان درس به فارسی:		تحقیقات بازار	
عنوان درس به انگلیسی:		Marketing Researches	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	نوع درس و واحد
دروس هم نیاز:	-	نظری <input checked="" type="checkbox"/> جبرانی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری <input type="checkbox"/>	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:

هدف از این درس آشنایی کامل دانشجویان با ابعاد بکارگیری نوآوری در سطح گسترده و در ابعاد راهبردی کسب و کار کارآفرینانه می باشد. همچنین دانشجویان با عوامل موثر بر شکل گیری راهبرد نوآوری در شرکت های دانش بنیان و فناورانه آشنا خواهد شد.

### اهداف فرعی:

- دانشجویان باید قابلیت پاسخ گویی به سوالاتی نظیر چگونگی موفقیت راهبرد نوآوری در بازارهای پیچیده را بعد از گذراندن این درس به دست آورند.
  - دانشجویان بعد از اتمام این درس باید سازه های اصلی راهبرد نوآوری و تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر شکل گیری راهبرد را کامل قرار گیرند.
- (پ) مباحث یا سرفصل ها:

- تعریف استراتژی آشنایی با مفاهیم و عوامل ، هدف گذاری، تعیین چشم انداز
- تصمیم گیری و تفکر راهبردی
- برنامه ریزی و شناخت و تجزیه و تحلیل محیط
- تعریف نوآوری، خلاقیت، تفاوت ها و مدل های ذهنی نوآوری
- نوآوری فناورانه و نوآوری باز
- نوآوری جهشی (رادیکال) و نوآوری گام به گام
- ارتباط رشد با نوآوری، تعریف رشد ، استراتژی های رشد، نوآوری به عنوان منبع رشد
- فرایند شکل گیری نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط و چگونگی تبیین نوآوری به عنوان چشم انداز یا هدف غایی
- شناسایی و بهره برداری از فرصت های نوآورانه، کشف و یا خلق فرصت نوآورانه، فرایند تجاری سازی فرصت نوآورانه

۱۰- آشنایی با تکنیک‌ها EFQM, FMEA و SWOT برای تجزیه و تحلیل بازارهای هدف و امکان‌سنجی و تعیین مدل کسب و

کار برای بکارگیری نوآوری

۱۱- ایجاد نقشه راه راهبرد، تعیین و تحلیل منابع مشهود و نامشهود در بنگاه، تحلیل مزیت‌های رقابتی جدید ماحصل از نوآوری و

۱۲- تعیین عوامل موثر برنامه راهبردی متناسب

۱۳- آشنایی با استراتژی اقیانوس آبی و اقیانوس قرمز

۱۴- آشنایی با استراتژی خوشه‌های نوآوری

۱۵- آشنایی با اتحاد استراتژیک نوآوری بین شرکت‌های کوچک، متوسط با شرکت‌های بزرگ

۱۶- آشنایی با استراتژی نوآوری در کسب و کارهای Spin off

۱۷- تحلیل دلایل موفقیت و شکست راهبرد نوآوری در کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف از این درس آشنایی کامل دانشجویان با ابعاد بکارگیری نوآوری در سطح گسترده و در ابعاد راهبردی کسب و کار کارآفرینانه می‌باشد. همچنین دانشجویان با عوامل موثر بر شکل‌گیری راهبرد نوآوری در شرکت‌های دانش بنیان و فناورانه آشنا خواهد شد.

اهداف فرعی:

۱. دانشجویان باید قابلیت پاسخ‌گویی به سوالاتی نظیر چگونگی موفقیت راهبرد نوآوری در بازارهای پیچیده را بعد از گذراندن این درس به دست آورند.

۲. دانشجویان بعد از اتمام این درس باید سازه‌های اصلی راهبرد نوآوری و تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر شکل‌گیری راهبرد را کامل قرار گیرند.

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:

الزامات خاصی نیاز نمی‌باشد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- 2- The Innovation Book, published by, Max Mackeown .2011.
- 3- Ideas to the marketplace, Journal of Commercial Biotechnology, Vol. 15, 4,
- 4- Clayton M. Christensen, The Innovator's Solution,. Harvard Business School 2019
- 5- Roberte. E. Johnston, JR, and J. Douglas Bate, The Power Of Strategy Innovation,2018, Cambrige publishing Co.
- 6- Souto, J. E. (2015). Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation. Tourism Management, 51, 142-155.
- 7- West, J., Salter, A., Vanhaverbeke, W., & Chesbrough, H. (2014). Open innovation: The next decade.



عنوان درس به فارسی:		قوانین کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Business Rules And Regulations	
دروس پیش نیاز:	-	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	جبرانی <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-	عملی <input type="checkbox"/>	تخصصی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	نظری-عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <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 مبانی قانون تجارت و انواع فرایندهای قراردادهای بازرگانی و کسب و کار و کسب مهارت تهیه متن قرارداد خرید، فروش، همکاری و اذاین قبیل در کسب و کار.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- کلیات قانون تجارت
- ۲- قانون کار
- ۳- قانون مالیات
- ۴- قانون چک
- ۵- مروری بر مفاهیم پایه ای :
  - قاعده حقوقی و اقسام آن، ضمانت اجراء و اقسام آن
  - قاعده اخلاقی ، نسبت بین قاعده حقوقی با قاعده اخلاقی
  - «حق» و «تکلیف» ، رابطه بین حق و تکلیف ، اقسام حق و تکلیف
  - « شخص» و اقسام آن ، شخصیت حقوقی
  - تابعیت و اقامتگاه اشخاص حقیقی، تابعیت و اقامتگاه اشخاص حقوقی
  - رابطه حقوقی اشخاص
  - وکالت و نمایندگی
  - سند و اقسام آن
- ۶- تعریف قرارداد و اقسام آن :
  - تعریف قرارداد
  - اقسام قرارداد:
  - قراردادهای معین ، قراردادهای نامعین
  - -قراردادهای در سطح ملی ، قراردادهای بین المللی ( بین الملل عمومی ، بین الملل خصوصی )
  - قراردادهای مدنی ، قراردادهای تجاری ، قراردادهای اداری، ....
- ۷- قواعد حقوقی نوعی قراردادها:
  - قواعد حاکم بر اهلیت طرفین قرارداد
  - قواعد حاکم بر موضوع ، جهت و محتوای قرارداد

- قواعد حاکم بر شکل و چارچوب قرارداد
- قواعد حاکم بر قصد طرفین و رضایت آن ها
- حقوق و تکالیف ناشی از قراردادها ، انتقال این حقوق و تکالیف
- ضمانت اجرای قراردادها
- قواعد حاکم بر پیگیری حقوق و حل و فصل اختلافات ناشی از قراردادها ، صلح ، داوری ، رسیدگی قضائی
- اثر قرارداد نسبت به اشخاص ثالث
- سقوط تعهدات
- ۸- قواعد حقوقی اقسام قراردادهای معین:
  - قواعد حقوقی اقسام قراردادهای معین
  - قواعد حقوقی اقسام قراردادهای معین:
  - بیع
  - شرکت : شرکت مدنی ، شرکت تجاری
  - وکالت : وکالت مدنی ، وکالت دادگستری
  - اجاره
  - مضاربه
  - حواله
  - رهن
  - ضمانت
  - صلح
- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای بین المللی خصوصی ( تعارض قوانین).ن.
- ۹- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای بین المللی خصوصی ( تعارض قوانین).
- ۱۰- قواعد حقوقی تشخیص قانون حاکم بر قراردادها : شکلی ، محتوایی
- ۱۱- قواعد حقوقی حاکم بر اقسام قراردادهای بین المللی ، بیع بین المللی ، شرکت مدنی بین المللی ، شرکت تجاری بین المللی ، وکالت مدنی بین المللی ، وکالت دعاوی بین المللی
- ۱۲- قواعد حقوقی حل و فصل اختلافات ناشی از قراردادهای بین المللی خصوصی
- ۱۳- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای تجاری
- ۱۴- قواعد حاکم بر اقسام قراردادهای تجاری ، شرکت تجاری قرارداد حمل و نقل ، دلالی ، کارگزاری بورس ، عاملی ، معاملات برواتی ، بیمه ، ...
- ۱۵- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای تجارت بین الملل : قرارداد بازاریابی در خارج از کشور ، قرارداد فروش بین المللی کالا ، بروات در تجارت بین الملل ، اعتبارات اسنادی ، قرارداد ضمانت ، قرارداد عاملیت ، قرارداد بیمه ، قرارداد حمل و نقل ، قرارداد ساخت تاسیسات در خارج از کشور ، تهاتر ، توافق با خرید محصول ( بای بک ) ، قرارداد تعادلی ، موافقتنامه توزیع انفرادی ، نمایندگی خارج از کشور ، مشارکت انتفاعی ( جوینت ونچر )
- ۱۶- قواعد حقوقی حاکم بر قراردادهای اداری : تمایز قراردادهای اداری با قراردادهای حقوق خصوصی ، اقسام قراردادهای اداری ( پیمانکاری ، قرارداد استخدامی ، قرارداد پژوهشی ، ... ) مزایده و مناقصه و قوانین حاکم بر آن ها، ...

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

با استفاده از تفسیر قوانین شرعی. حقوقی و همچنین استفاده از بررسی های مورد حقیقی دانشجویان با مبانی قانون تجارت و انواع فرایندهای قراردادهای بازرگانی و کسب و کار و کسب مهارت تهیه متن قرارداد خرید، فروش، همکاری و از این قبیل در کسب و کار آشنا خواهند شد.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۸۰ درصد

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

مطالعات کتابخانه ای

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱. قانون اساسی
۲. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی کشور
۳. قانون تجارت
۴. قانون کار و تأمین اجتماعی
۵. مقررات تشکیل شرکت سهامی خاص
۶. کتب حقوق بازرگانی و حقوق تجارت ایران
۷. برنامه های توسعه اول تا چهارم و سایر منابع مرتبط

عنوان درس به فارسی:		مدیریت پروژه های راه اندازی کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Project management of business creation	
نوع درس و واحد			
نظری <input checked="" type="checkbox"/>	جبرانی <input checked="" type="checkbox"/>		-
عملی <input type="checkbox"/>	تخصصی <input type="checkbox"/>		-
نظری-عملی <input type="checkbox"/>	اختیاری <input type="checkbox"/>		۲
	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:

دانشجویان دانشی راجع به قابلیت استفاده از وب بدست خواهند آورد. دانشجویان یک دیدگاه راجع به اهمیت رهنمود های ساختار یافته و موضوعات مهم برای ساختن صفحات وب بدست می آورند. سپس این دیدگاه را با موضوعات در پروژه های وب کاربردی می سازند.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

این درس استفاده مقدماتی از وب را که از طریق بکارگیری دیدگاه و متدولوژی کاربر محور پوشش می دهد. این دیدگاه و متدولوژی منجر به یک سایت با طراحی خوب با کاربر، محتوای مناسب، سازمان و فعل و انفعالات مناسب می شود. موضوعات این درس عبارتند از:

- ۱- رابطه متقابل انسان- کامپیوتر (HCI)
- ۲- سیستم های راهبری
- ۳- HTML
- ۴- Dreamweaver
- ۵- بازیابی اطلاعات
- ۶- فیلتر کردن
- ۷- طراحی گرافیکی
- ۸- نمودارها
- ۹- طراحی نرم افزار
- ۱۰- معماری وب سایت
- ۱۱- تحلیل نیازمندیها
- ۱۲- تحلیل هدف گروه
- ۱۳- پشتیبانی راهبری

- ۱۴- سازماندهی محتوا
- ۱۵- سازماندهی بصری
- ۱۶- ارزیابی قابلیت استفاده از وب
- ۱۷- جهانی سازی
- ۱۸- دسترسی
- ۱۹- خصوصی سازی
- ۲۰- دوره حیات پروژه
- ۲۱- صورت وضعیت احتیاجات و ضوابط معیار های موفقیت پروژه
- ۲۲- ساختار شکست کار
- ۲۳- تخمین
- ۲۴- شبکه ها، نمودارگانت و زمان بندی
- ۲۵- خطرات پروژه
- ۲۶- تخصیص منابع
- ۲۷- جریان نقدی و منحنی S
- ۲۸- سنجش عملکرد و شمار نشان (مقطع)
- ۲۹- مدیریت کیفیت
- ۳۰- تعاریف و اصطلاحات
- ۳۱- نرم افزار های استاندارد
- ۳۲- ERP
- ۳۳- پرتال
- ۳۴- تکنولوژی زیر ساخت
- ۳۵- مراحل اجرا
- ۳۶- مدیریت سریع اجرا
- ۳۷- مشکلات اجرا

۳۸- مدیریت خطرات

۳۹- برنامه ریزی روز آوری

۴۰- PERT

۴۱- نمودار گانت

۴۲- استراتژی بودجه

۴۳- استراتژی منابع

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

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

آشنا ساختن عملی دانشجویان با مراحل چگونگی راه اندازی پروژه های واقعی کسب و کار با در نظر گرفتن چهار ضلعی: زمان. هزینه. فرصت و کیفیت

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۵۵ درصد

آزمون پایان نیم سال ۴۵ درصد

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

استفاده از نرم افزارهای مربوط به تحلیل سه بعدی و استفاده از شبکه اینترنت در هنگام ارزیابی پروژه

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

1. Till, A. and A. Itzkovitch, (2003), Design-It-Yourself: Web Sites: A Step-by-Step Guide, Rockport Publishers, ISBN: 1564967603.
2. Dimarco, J. (2006), Web Portfolio Design and Applications, Idea Group Publishing, ISBN: 1591408555.
3. Fowler, S. (2004), Web Application Design Handbook: Best Practices for Web-Based Software, Morgan Kaufmann; 1 edition, ISBN: 1558607528.
4. Hoekman Jr. R. (2006), Designing the Obvious: A Common Sense Approach to Web Application Design, New Riders Press, 1 edition, ISBN: 032145345X.
5. Dijck, P. V. (2003), Information Architecture for Designers: Structuring Websites for Business Success, Rotovision, ISBN: 2880467314.
6. Stoehr, T. (2002), Managing e-business Projects: 99 Key Success Factors, Springer, 1 edition.

7. Shields, M. G. (2001), E-Business and ERP: Rapid Implementation and Project Planning, Wiley, 1 edition, ISBN: 0471406775.
8. Balakian, B.; Young, K. and Veerapaneni, R. (2002), Managing E-Business Projects, Authorhouse, ISBN: 0759684731.
9. Schalz, Y. (2005), Tips for Managing e-Business Projects, Multi-Media Publications Inc., ISBN: 1895186463.
10. Stoehr, T. (2002), Managing e-business Projects: 99 Key Success Factors, Springer, 1 edition.
11. Shields, M. G. (2001), E-Business and ERP: Rapid Implementation and Project Planning, Wiley, 1 edition, ISBN: 0471406775.
12. Balakian, B.; Young, K. and Veerapaneni, R. (2002), Managing E-Business Projects, Authorhouse, ISBN: 0759684731.
13. Schalz, Y. (2005), Tips for Managing e-Business Projects, Multi-Media Publications Inc., ISBN: 1895186463.
14. Lientz, P. B., K. P. Rea, (2000), Dynamic E-Business Implementation Management: How to Effectively Manage E-Business Implementation (E-Business Solutions), Academic Press, 1 edition, ISBN: 0124499805.

عنوان درس به فارسی:		روش تحقیق	
عنوان درس به انگلیسی:		Research Methodology	
نوع درس و واحد			
■ تجربانی	■ نظری	-	دروس پیش نیاز:
□ تخصصی	□ عملی	-	دروس هم نیاز:
□ اختیاری	□ نظری-عملی	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:

- تسلط کامل دانشجویان بر تجزیه و تحلیل فلسفه علم و معرفت شناسی با درک روابط واقعی متغیرها و پدیده های اجتماعی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- مبانی هستی شناسی و روش شناسی علمی
- ۲- اهداف علم و ویژگی های روش شناسی علمی تحقیق
- ۳- نقش مفاهیم و ارزشها در روش علمی و کاربردی
- ۴- جایگاه پژوهش در تئوری سازی
- ۵- نقش تئوری های کارآفرینی در فرایند تحقیق
- ۶- تئوری به عنوان راهنمای روش طرح تحقیق
- ۷- تئوری به عنوان ابزار تفسیر نتایج تحقیق
- ۸- انواع روش های شناخت:
- ۹- شناخت کارآفرینی به عنوان یک پدیده اجتماعی قابل تحقیق
- ۱۰- فرایند تحقیق علمی
- ۱۱- شرایط انتخاب و تدوین موضوع تحقیق کارآفرینی
- ۱۲- بیان مسأله تحقیق:
- ۱۳- انواع مساله تحقیق
- ۱۴- سطوح سلسله مراتب مساله تحقیق در کارآفرینی
- ۱۵- بیان گزاره های تحقیق:
- ۱۶- انواع اهداف تحقیق
- ۱۷- ویژگی های اهداف تحقیقاتی خوب
- ۱۸- فرضیه ها / سوالات پژوهشی



- ۱۹- انواع فرضیه های تحقیق / سوالات پژوهشی
- ۲۰- ویژگی یک فرضیه تحقیقاتی خوب
- ۲۱- شیوه های طراحی مدل مفهومی تحقیق
- ۲۲- بررسی پیشینه تحقیق
- ۲۳- اهداف بررسی پیشینه تحقیق
- ۲۴- شیوه های رفرنس دهی
- ۲۵- بررسی موردی پیشینه تحقیق در تحقیقات کارآفرینی
- ۲۶- انواع متغیرها، تعاریف مفهومی، عملیاتی متغیرهای پژوهشی و مقیاسی سنجش آنها
- ۲۷- انواع متغیرها در پژوهش های کارآفرینی
- ۲۸- انواع تعاریف متغیرها(تعاریف مفهومی و عملیاتی)
- ۲۹- مفهوم سازی (conceptualization) و عملیاتی کردن(coperationalization)
- ۳۰- سطوح سنجش متغیرها
- ۳۱- مقیاس سازی و تبدیل مقیاس ها
- ۳۲- روش های گردآوری داده ها در پژوهش های کارآفرینی
- ۳۳- جامعه، نمونه و روش های نمونه گیری
- ۳۴- روش های نمونه گیری احتمالی و غیر احتمالی
- ۳۵- نمونه گیری از افراد، شرکت ها، صنایع، واحدهای خاص یا سایر واحدهای تحلیل
- ۳۶- روش های تعیین حجم نمونه آماری
- ۳۷- روش شناسی تحقیق در کارآفرینی
- ۳۸- روش های تحقیق توصیفی
- ۳۹- روش های تحقیق آزمایشی و نیمه آزمایشی
- ۴۰- مطالعات کمی و کیفی در تحقیقات کارآفرینی
- ۴۱- روش تحلیل محتوا (triangulation)
- ۴۲- روش تحقیق Grounded theory در کارآفرینی
- ۴۳- ایجاد تعادل بین تحقیقات اکتشافی و تبیین کمی و کیفی در پژوهش های کارآفرینی
- ۴۴- گردآوری داده های کمی و کیفی
- ۴۵- روش های کمی، کیفی و ترکیبی تحلیل داده ها
- ۴۶- تحلیل یافته های تحقیق به کمک نرم افزارهای آماری مانند SPSS و LISREL

۴۷- بحث و نتیجه گیری از تحلیل یافته ای تحقیق

۴۸- مرور تحقیقات کارآفرینی در ایران

۴۹- روش تدوین پیشنهاد تحقیق در یکی از مسایل کارآفرینی

۵۰- تدوین گزارش تحقیق.

۵۱- چارچوب تدوین مقاله پژوهشی

۵۲- تدوین طرح پژوهشی در زمینه مسائل کارآفرینی در ایران

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

- کسب توانایی در بررسی عمیق و جامع مشکلات عمومی کارآفرینی در کشور و ارائه راه حل برای آنها

- توانایی تدوین طرح تحقیق در کارآفرینی

- توانایی ارزیابی پژوهشهای کارآفرینی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۵ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۷۵ درصد

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

- انتخاب یک موضوع تحقیق کارآفرینی توسط دانشجویان به عنوان گزارش کار این درس

- تدوین طرح پژوهشی بر اساس موضوع انتخاب شده توسط دانشجو

- نقد یک پایان نامه یا مقاله علمی چاپ شده در زمینه کارآفرینی توسط دانشجو

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

1. David.s.sonper(2004).ResearchinEntrepreneurship.newyork:springe
2. PervezN.Ghauri,Kjell,GronhaugIvarKristianslund،Research Methods in Business Studies: A Practical Guide .Prentice Hall .
3. Kevin Hindle,(2004),Choosing qualitative methods for entrepreneurial cognition research: a canonical development approach. : An article from: Entrepreneurship: Theory and Practice ,*Entrepreneurship: Theory and Practice* (Refereed).

4. Michael Quinn Patton,(2001),Qualitative Research & Evaluation Methods ,SAGE Publications;  
3rd edition .
5. Marianne Coleman ،Ann R J Briggs,(2002),Research Methods in Educational Leadership and  
Management (Educational Management Research & Practice series) ,SAGE Publications .
6. Van De Ven,Anderae (2000). Research on the Management of Innovation. The Minnesota  
Studies. NewYork. Oxford University Press.
7. Floyed J.Fowler (2001). Survey Research Methods. Sage Publications.Incorporated

عنوان درس به فارسی:		امکان سنجی کسب و کار جدید	
عنوان درس به انگلیسی:		Feasibility Study of New Business	
نوع درس و واحد			
<input type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> جبرانی	-	
<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> تخصصی	-	
<input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی	<input type="checkbox"/> اختیاری	۱ واحد نظری + ۱ واحد عملی	۲
	<input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه	۳۲ + ۱۶	۴۸
		تعداد واحد:	
		تعداد ساعت:	

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

#### هدف کلی:

- آشنایی دانشجویان با تفاوت‌های طرح امکان سنجی، مدل کسب و کار و طرح کسب و کار
- یادگیری فنون امکان سنجی اقتصادی
- یادگیری فنون امکان سنجی فنی
- یادگیری فنون امکان سنجی مالی
- یادگیری فنون امکان سنجی طرح از جنبه حقوقی
- یادگیری فنون امکان سنجی طرح از جنبه اجتماعی

پ) 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
- ۳- امکان سنجی اقتصادی: عوامل تولید
- ۴- تحلیل صنعت و رقابت
- ۵- تحلیل بازار و قیمت، بازاریابی و کانالهای توزیع
- ۶- واکاوی و بررسی های فنی، ظرفیت طرح، بررسی و انتخاب فن آوری و روش تولید مناسب
- ۷- برآورد ماشین الات و زیرساخت های لازم، مهندسی طرح و مدیریت پروژه
- ۸- تحلیل زیرساخت های کسب و کار
- ۹- مکان یابی کسب و کار
- ۱۰- بررسی و واکاوی مالی، پیش بینی صورتهای مالی طرح
- ۱۱- ارزشیابی طرح، ارزش فعلی خالص، نسبت هزینه منفعت، نرخ بازده داخلی، هزینه سالانه سرمایه
- ۱۲- تجزیه و تحلیل نقطه سربه سر، پیش بینی های مالی، نسبتهای مالی
- ۱۳- برنامه ریزی تامین مالی و جذب سرمایه، منابع تامین
- ۱۴- امکان سنجی طرح از جنبه حقوقی: محدودیت ها، مشوق ها
- ۱۵- امکان سنجی مسئولیت های اجتماعی و ملاحظات توسعه پایدار
- ۱۶- آشنایی با نرم افزار امکان سنجی از منظر اسلامی- شرعی و اقتصادی مبتنی بر رعایت مواضع اسلامی و اقتصاد علمی و انجام تمرین عملی

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

آشنایی دانشجویان با تفاوت‌های طرح امکان‌سنجی، مدل کسب و کار و طرح کسب و کار و هدایت دانشجویان بطرف ایجاد ارزش‌های مادی و اجتماعی مطابق منطق بر قوانین اسلامی و ایرانی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۸۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نمی‌باشد.

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.
- 5- Feasibility studies made simple, Rodney Overton, Boat Harbour, Martin Books, 2007 .
- 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:		شناسایی فرصت های کسب و کار و ایده پردازی	
عنوان درس به انگلیسی:		Business opportunities identification and Ideation	
نوع درس و واحد			
پایه <input type="checkbox"/>	نظری <input type="checkbox"/>	-	
تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>	-	
اختیاری <input type="checkbox"/>	نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/>	۱ واحد نظری + ۱ واحد عملی	۲
رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>		۱۶+۳۲	۴۸
		تعداد واحد:	
		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 فنون سنجش نیاز بازار و کسب مهارت‌های تحلیل و تدوین گزارش فرصت‌های کسب و کار با توجه به شرایط بومی و در چارچوب ارزش‌های فرهنگی است. در این درس دانشجویان با نظریه‌ها و پژوهش‌های مرتبط با نیازسنجی بازار آشنا شده و با یادگیری تکنیک‌های نیازسنجی بازار، مهارت‌های لازم برای گردآوری و تحلیل داده‌های بازار و شناسایی نیازهای بازار کسب می‌کند. سایر هدف‌های درس عبارتند از ایجاد و تقویت توانایی ایده پردازی کارآفرینانه و تقویت شایستگی تشخیص مساله توسط دانشجویان می‌باشد.

(پ) مباحث یا سرفصل‌ها:

کلیات درس و تعریف مفاهیم کلیدی مرتبط با نیاز بازار، منابع دسترسی به داده‌های نیاز بازار و انواع نیاز.

۱. انواع فرصت‌های کسب و کار بر حسب دسته بندی‌های رایج بومی مانند خانگی، خانوادگی، روستایی، صنایع دستی، صنایع فرهنگی.
- ۲- مفاهیم تشخیص، سنجش و انتخاب نیاز بازار و رویکرد‌های نظری.
- ۳- جایگاه و اهمیت سنجش نیاز بازار در فرایند کارآفرینی، شناسایی فرصت و نیاز بازار به عنوان یک فرایند
- ۴- شناخت وضع موجود، روندهای موجود و در حال ظهور در بازار ایران، کشورهای منطقه و جهان.
- ۵- فنون و روش‌های تحلیل برای شناخت وضع موجود و روندهای محیط، روندهای مهم اقتصادی-اجتماعی و فناوری موثر بر نیاز بازار
- ۶- الگوی آشنایی با کسب و کارهای دارای بازار جذاب در بازار ایران و کشورهای منطقه
- ۷- پیش‌بینی بازار در حال ظهور و تخمین مقدار امکانی عرضه و تقاضا در بازار ایران و کشورهای منطقه
- ۸- ارزشیابی جدابیت بهره برداری از فرصت‌های بازار، چارچوب تدوین گزارش سنجش فرصت کسب و کار
- ۹- ایده کسب و کار، منابع ایده، انتخاب ایده و نوآوری و فرایند نوآوری، تعریف ایده و ویژگی‌های ایده خوب،
- ۱۰- عوامل موثر بر سنجش و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی
- ۱۱- نقش ارزش‌ها (ارزش‌های اسلامی و انطباق آن با چهار چوب‌های فرهنگی اسلامی - ایرانی) در پاسخ به نیاز بازار و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی
- ۱۲- ابعاد ایده کارآفرینانه (محتوا، ارزش، منطق و حجم ایده و تازگی ایده)، روش‌ها و تکنیک‌های خلاقیت و ایده پردازی
- ۱۳- معیارهای ارزیابی و انتخاب ایده، امکان‌سنجی مقدماتی ایده با توجه به منابع داخلی و امکان‌های خارجی و امکانات صادرات
- ۱۴- اجرای ایده و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی با توجه به زنجیره تامین داخلی و الزامات عدالت، پایداری محیط، فقرزدایی و ایجاد رفاه عمومی بر اساس مزیت رقابتی.
- ۱۵- تجربه‌های موفق ایده پردازی، سنجش و بهره برداری از فرصت‌های بازار در ایران و کشورهای منطقه و جهان اسلام. (ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:
- ۱۶- آشنایی دانشجویان با مفاهیم و فنون سنجش نیاز بازار و کسب مهارت‌های تحلیل و تدوین گزارش فرصت‌های کسب و کار با توجه به شرایط بومی و در چارچوب ارزش‌های فرهنگی است.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۸۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱- یدالهی فارسی جهانگیر، گلابی امیرمحمد و مهرابی رزا، ۱۳۹۰، فرصت‌ها و ایده‌های کارآفرینی، تهران، سازمان انتشارات جهاد

دانشگاهی، ویرایش دوم

- 2- Scott Andrew Shane, 2004, A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus (New Horizons in Entrepreneurship Series) Cheltenham, Edward Elgar Pub.
- 3- Sarasvathy, S., 2001, Causation and effectuation: Towards a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency, Academy of Management Review, 26(2), 243–288.
- 4- Ferran Giones, Zhao Zhou, Francesc Miralles, and Bernhard Katzy, 2013, From Ideas to Opportunities: Exploring the Construction of Technology-Based Entrepreneurial Opportunities, Technology Innovation Management Review.
- 5- Van de Ven, A. H., Polley, D. E., Garud, R. and Venkataraman, S., 2008, The Innovation Journey, Oxford, Oxford University Press.
- 6- James O. Fiet and Pankaj C. Patel, 2008, Entrepreneurial Discovery as Constrained, Systematic Search, Small Business Economics, No.30, P. 215–229.
- 7- Julian Birkinshaw and Susan Hill, 2009, Antecedents of New Business Idea Generation in established firms, AIM Research Working Paper Series.

عنوان درس به فارسی:		مبانی و راهبردهای نوآوری	
عنوان درس به انگلیسی:		Foundation & Strategies of Innovation	
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 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:

هدف از این درس آشنایی کامل دانشجویان با ابعاد بکارگیری نوآوری در سطح گسترده و در ابعاد راهبردی کسب و کار کارآفرینانه می باشد. همچنین دانشجویان با عوامل موثر بر شکل گیری راهبرد نوآوری در شرکت های دانش بنیان و فناورانه آشنا خواهد شد.

#### اهداف فرعی:

۳. دانشجویان باید قابلیت پاسخ گویی به سوالاتی نظیر چگونگی موفقیت راهبرد نوآوری در بازارهای پیچیده را بعد از گذراندن این درس به دست آورند.

۴. دانشجویان بعد از اتمام این درس باید سازه های اصلی راهبرد نوآوری و تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر شکل گیری راهبرد را کامل قرار گیرند.

#### پ) مباحث یا سرفصل ها:

۱. تعریف استراتژی آشنایی با مفاهیم و عوامل ، هدف گذاری، تعیین چشم انداز
۲. تصمیم گیری و تفکر راهبردی
۳. برنامه ریزی و شناخت و تجزیه و تحلیل محیط
۴. تعریف نوآوری، خلاقیت، تفاوت ها و مدل های ذهنی نوآوری
۵. نوآوری فناورانه و نوآوری باز
۶. نوآوری جهشی (رادیکال) و نوآوری گام به گام
۷. ارتباط رشد با نوآوری، تعریف رشد ، استراتژی های رشد، نوآوری به عنوان منبع رشد
۸. فرایند شکل گیری نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط و چگونگی تبیین نوآوری به عنوان چشم انداز یا هدف غایی
۹. شناسایی و بهره برداری از فرصت های نوآورانه، کشف و یا خلق فرصت نوآورانه، فرایند تجاری سازی فرصت نوآورانه
۱۰. آشنایی با تکنیک ها FMEA, EFQM و SWOT برای تجزیه و تحلیل بازارهای هدف و امکان سنجی و تعیین مدل کسب و کار برای بکارگیری نوآوری
۱۱. ایجاد نقشه راه راهبرد، تعیین و تحلیل منابع مشهود و نا مشهود در بنگاه، تحلیل مزیت های رقابتی جدید ماحصل از نوآوری و تعیین عوامل موثر برنامه راهبردی متناسب
۱۲. آشنایی با استراتژی اقیانوس آبی و اقیانوس قرمز
۱۳. آشنایی با استراتژی خوشه های نوآوری



۱۴. آشنایی با اتحاد استراتژیک نوآوری بین شرکت های کوچک، متوسط با شرکت های بزرگ

۱۵. آشنایی با استراتژی نوآوری در کسب و کارهای Spin off

۱۶. تحلیل دلایل موفقیت و شکست راهبرد نوآوری کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران

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

ترغیب دانشجویان به استفاده از الگوهای نوآوری بومی شده با توجه به دانش تخصصی و پیشرفته بومی که باعث افزایش انگیزش دانشجویان برای بکارگیری ذهنیت های خلاق می شود

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

این راهبردها شامل بازخورد از لحاظ تکنیک های حل مسله. و بکارگیری دانشجویان در موارد عملی در کسب و کار های جاری

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال: پرداختن به مباحث تئوری ۲۵ درصد و انجام داده کاوی های عملی ۱۵ درصد و پروژه های عملی نیز ۱۵ خواهد بود ۵۵ درصد

آزمون پایان نیم سال ۴۵ درصد

طرح	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱- نوآوری رادیکال در مقابل نوآوری تدریجی . کامبیز طالبی . مجله فرهنگ و مدیریت . دانشگاه تهران . تابستان ۱۳۸۵ . سال چهارم . شماره سیزدهم . ص ۱۱۳-۱۳۰

۲- شناسایی مولفه های بازاریابی نوآورانه در کسب و کار های کوچک فناورانه . مهرا ن رضوانی . کامبیز طالبی و سعید توکلیان . . مجله مطالعات راهبردی شماره ۷ . پائیز ۱۳۹۰ ص ۸۳-۹۸

3- W. Chan Kim, Renee Mauborgne. Blue Ocean Strategy , book,2006,Edvard Elgart

4- The Innovation Book, published by, Max Mackeown .2011.

5- Ideas to the marketplace, Journal of Commercial Biotechnology, Vol. 15, 4,

6-Clayton M. Christensen, The Innovator's Solution., Harvard Business School 2019

7-Roberte. E. Johnston, JR, and J. Douglas Bate, The Power Of Strategy Innovation,2018, Cambrige publishing Co.

8- Souto, J. E. (2015). Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation. Tourism Management, 51, 142-155.

West, J., Salter, A., Vanhaverbeke, W., & Chesbrough, H. (2014). Open innovation: The next decade.

عنوان درس به فارسی:		کسب و کار با رویکرد اسلامی	
عنوان درس به انگلیسی:		Business on Islamic Approach	
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 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: .....

### الف) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مبانی معرفتی و دیدگاه های اسلامی نسبت به کسب و کار و تمایز آن کسب و کار در تفکر مدرن، آشنایی با اصول اسلامی حاکم بر کسب و کار، آشنایی دانشجویان با فقه کسب و کار و درنهایت آشنایی با الگوی اسلامی ایرانی کسب و کار در جوامع مسلمین.

### ب) مباحث یا سرفصل ها:

#### بخش اول: کسب و کار در مکتب اسلام (فلسفه اخلاقی و اجتماعی اسلام)

- نگاه حکمی به کسب و کار
  - کسب و کار در حکمت اسلامی در مقابل کسب و کار در تفکر مدرن
  - تمایز اخلاق حرفه ای کسب و کار و مکتب اخلاقی اسلام در رابطه با کسب و کار
  - کسب و کار؛ بستر تأمین معاش و سلوک معنوی
  - ضرورت مکتب سازی نوین کسب و کار از دیدگاه اسلام
- اصول اسلامی حاکم بر کسب و کار
  - توحیدمحوری در کسب و کار، عبودیت، مسئولیت در برابر خداوند، نظام ربوبی و فرهنگ معادباوری
  - احسان و جوانمردی در کسب و کار
  - هم گامی کسب و کار و تزکیه (آموزش مهارت و اخلاق)
  - رعایت اهلیت و شایستگی و ظرفیت و استعداد فرد در انتخاب کسب و کار و استمرار آن
  - تلاش و اجتهاد هدفمند در راستای هدفمندی عالم
  - توجه به پیوستگی، نیاز و تعامل اندام وار (ارگانیک) انسانها با هم
  - نظارت مدام و شدید اجتماعی بر کسب و کار (برخورد با مفسدان و تن آسایان و رعایت محرومان)
  - بیشترین خیر و سودمندی و نفع برای خود، جامعه انسانی و کل آفرینش
  - رعایت عدالت در کسب و کار
  - توسعه و ارتقاء کمی و کیفی در کسب و کار (عدم ایستایی و درجا زدن)
- ارزش و اهمیت کسب و کار در مکتب اسلام
- مفاهیم اسلامی مؤثر بر کسب و کار [توکل، رزق، برکت، صبر، نیت، عمل صالح، استقامت در کار و...]
- الگوی کسب و کار برکت محور مبتنی بر ارزش های اسلامی

#### بخش دوم: فقه کسب و کار

- مفهوم پردازی کسب و کار در فقه اسلامی
- تأثیرگذاری فقه شیعه بر مبانی و اصول کسب و کار
- استخراج مبانی کسب و کار از تراث فقهی
  - وجوب تأمین معیشت زندگی و شرافت بخشی به کسب و کار
  - وجوب یادگیری احکام کسب و کار
  - لزوم تأسی به سیره پیشوایان توحیدی در کسب و کار
- مأخذشناسی متون فقهی کسب و کار
  - شیخ صدوق رحمه الله: کتاب الْمَعِيشَةِ، بَابُ الْمَكَايِبِ وَالْفَوَائِدِ وَالصَّنَاعَاتِ
  - شیخ اعظم مرتضی انصاری رحمه الله: کتاب مکاسب محرمة
  - شهید اول رحمه الله: اللمعة الدمشقیة فی فقه الإمامیه
- قواعد عام فقه در کسب و کار [قاعده لاضرر، قاعده نفی عسر و حرج، قاعده اکل مال به باطل، لزوم وفای به تعهدات و...]
- گونه‌شناسی کسب و کار در فقه اسلامی [آشنایی با انواع کسب و کارهای واجب، حرام، مستحب، مکروه و مباح]
- احکام کسب و کار [معاملات باطل، شرایط بیع، شرایط مبادله، نقد و نسیه، معاملات سلف، احکام شرکت، احکام صلح، احکام اجاره، احکام رهن، اقاله، ضفعه، مضاربه، دین و قرض احتکار، سودهای نامشروع، کم‌فروشی، دروغ در کسب و کار، حرمت ربا و...]
- مستحبات کسب و کار
- مکروهات کسب و کار

### بخش سوم: تجربه جوامع مسلمین در حوزه کسب و کار

- فتوت صنفی؛ الگوی اسلامی ایرانی کسب و کار
  - معنی و مقصود فتوت صنفی و موضوع فتوت اسلامی در کسب و کار
  - تاریخچه مختصر آیین فتوت اصنافی
  - آیین فتوت و کسب و کار در جوامع مسلمین
  - فتوت صنفی؛ اصول و چارچوب های معرفتی، قواعد و دستورالعمل های عملی
  - فتوت نامه های صنفی، کسب‌نامه ها، کسوت نامه ها و اخلاق کسب و کار
  - بازخوانی فتوت نامه کسب و کارهای مختلف
  - بازآفرینی اصول فتوت نامه ها در کسب و کارهای جدید
  - دلالت فتوت نامه های اصنافی ایران در طراحی کسب و کار

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

آموزش دانشجویان با مبانی معرفتی و دیدگاه های اسلامی نسبت به کسب و کار و تمایز آن کسب و کار در تفکر مدرن، آشنایی با اصول اسلامی حاکم بر کسب و کار، آشنایی دانشجویان با فقه کسب و کار و درنهایت آشنایی با الگوی اسلامی ایرانی کسب و کار در جوامع مسلمین.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۳۵ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۶۵ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

### ج) فهرست منابع پیشنهادی

۱. صنعتکار، حسن (۱۳۸۶). اخلاق در بازار: به ضمیمه فتاوای امام خمینی (ره) در آداب کسب و تجارت، قم، بوستان کتاب.
۲. علوی گرگانی، محمدعلی (۱۳۹۱). آداب و احکام کسب و کار، قم، نشر فقیه اهل بین علیهم السلام.
۳. داود حسین پور، محسن مطیعی، مرتضی نظری (۱۴۰۰). احکام کسب و کار، تهران، سمت.
۴. امین مرادی باصیری، مهدی طغیانی (۱۳۹۵). احکام عمومی کسب و کار مبتنی بر احکام تجارت از دیدگاه اسلام، تهران، انتشارات طلایی.
۵. محمد حکیمی، محمدرضا حکیمی، علی حکیمی (۱۳۹۵). ترجمه الحیاه، نشر دلیل ما.
۶. محمد محمدی‌ری شهری (۱۳۹۰). توسعه اقتصادی بر پایه قرآن و حدیث، قم، موسسه فرهنگی دار الحدیث.
۷. میرمحمد صادقی، حسین، (۱۳۹۱)، بازتاب قواعد اخلاقی در قوانین راجع به کسب و کار در حقوق اسلام و ایران، نامه مفید، انتشارات دانشگاه مفید، قم، شماره ۹۱
۸. کلاتری، ابراهیم، اسماعیل کلاتری، فاطمه محمودی، (۱۳۹۲) شناسایی مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی در حوزه کسب و کار از دیدگاه برخی آیات و روایات، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌نامه اخلاق، سال ششم زمستان ۹۲، شماره ۲۲، ص ۳۳-۵۸.
۹. کلاتری، علی اکبر، (۱۳۸۴)، اخلاق و آداب کسب و تجارت، شیراز، کوشامهر.
۱۰. فرامرز قراملکی، احد، (۱۳۸۵). اخلاق حرفه‌ای، چاپ سوم، تهران: نشر مجنون
۱۱. انصاری دزفولی (شیخ اعظم)، مرتضی بن محمد امین، (۱۴۱۵)، کتاب المکاسب، کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری، قم، چاپ اول.
۱۲. صدوق (شیخ صدوق)، محمد بن علی بن بابویه قمی، (۱۴۱۳)، من لایحضره الفقیه، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، قم، چاپ دوم.
۱۳. مجلسی (علامه)، محمدباقر، (۱۳۹۲)، حلیه المتقین در آداب و سنن و اخلاق اسلامی، پیام مقدس، تهران، چاپ اول.
۱۴. آقاشریفیان، مهرداد و عبد الرسول احمدیان، (۱۳۹۱)، فتوت اصنافی الگوی اسلامی ایرانی کسب و کار.
۱۵. میر فندرسکی، میرزا ابوالقاسم، (۱۳۸۷) رساله صناعیه، تحقیق، حسن جمشیدی، مؤسسه بوستان کتاب، قم.
۱۶. افشاری، مهران. (۱۳۸۴). آیین جوانمردی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۱۷. کرین، هانری، (۱۳۶۳)، آیین جوانمردی، ترجمه احسان نراقی، نشر نو، تهران.

۱۸. افشاری، مهرا و مهدی مدائنی (۱۳۸۱)، چهارده رساله در باب فتوت و اصناف، چاپ دوم، تهران، نشر چشمه.

۱۹. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۹). مفاتیح الحیات، قم، اسراء.

عنوان درس به فارسی:		طراحی و تدوین برنامه کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Business Plan Designing & Writing	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	
دروس هم نیاز:	-	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	۲	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد ساعت:	۴۸	اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/>	
		رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	
		۱ واحد نظری + ۱ واحد عملی	
		۳۲ + ۱۶	

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

#### هدف کلی:

- تهیه نقشه راهنمای اقدامات ایجاد و راه اندازی کسب و کار برای کارآفرینان
- انعکاس تجارب و مهارت گروه مدیریت اجرایی طرح و سایر الزامات یک کسب و کار موفق
- یادگیری دانش و مهارت‌های تدوین و تهیه برنامه کسب و کار موثر و کارآمد
- تهیه و اجرای یک ایده و فعالیت کارآفرینانه برنامه کسب و کار

#### ب) مباحث یا سرفصل‌ها:

- ۱- تعریف طرح کسب و کار و تفاوت آن با مطالعه امکان سنجی و مدل کسب و کار، کلیات و فهرست مطالب طرح کسب و کار
- ۲- تحلیل بازار و صنعتی که کسب و کار در آن قرار دارد
- ۳- معرفی کسب و کار و تشریح محصول با توجه به شرایط محیط کسب و کار ایران و نیازهای کسب و کار جامعه.
- ۴- برنامه ریزی تهیه مجوزهای قانونی و تامین منابع مالی
- ۵- برنامه ریزی تهیه زمین، ساختمان، سالن، فضا، مسیرهای حرکت و حمل، تهیه انرژی و چیدمان کسب و کار
- ۶- برنامه تهیه فناوری، ابزار و تجهیزات و تاسیسات
- ۷- برنامه جذب منابع انسانی و سازماندهی با توجه به هدف های اجتماعی حفظ و ارتقای رفاه اجتماعی، خود کفایی ملی و محلی و عرضه در پاسخ به نیازهای ضروری جامعه و بخصوص اقشار آسیب پذیر و فقیر.
- ۸- برنامه ریزی بازاریابی، برنامه ریزی توزیع و فروش بر اساس معیارهای مزیت رقابتی و مسئولیت های اجتماعی.
- ۹- برنامه ریزی تامین منابع، تولید و انبارداری
- برنامه عملیاتی / تولید با توجه به هدف های توسعه اقتصاد محلی و امکان های ایجاد مزیت رقابتی برای تولیدات داخلی
- ۱۰- برنامه رقابتی شامل ارزش پیشنهادی، بخش بازار و ورود به بازار
- ۱۱- برنامه های یادگیری و نوآوری در کسب و کار با توجه به اولویت های توسعه عدالت، ارتقای مزیت محلی و حفظ اشتغال پایدار.
- ۱۲- برنامه نقدی پروژه، منابع و مصارف
- ۱۳- برنامه ریزی نیروی انسانی و پروژه ایجاد کسب و کار
- ۱۴- کاربرد نرم افزارهای طرح کسب و کار
- ۱۵- خلاصه طرح کسب و کار، روش ارائه و دفاع از طرح کسب و کار
- ۱۶- معیارها و روش های ارزیابی طرح کسب و کار

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

- تشریح اقدامات ایجاد و راه اندازی کسب و کار برای کارآفرینان
- انعکاس تجارب و مهارت گروه مدیریت اجرایی طرح و سایر الزامات یک کسب و کار موفق

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۵۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۵۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

الزامات و ملزومات خاصی نیاز نمی‌باشد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- ۱- ارزیابی طرح‌های صنعتی، مطالعات فنی، اقتصادی و مالی، داوود مجیدیان، سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۸۲.
- ۲- راهنمای مطالعه بازار و بازاریابی در امکان‌سنجی طرح‌های صنعتی، نیاکان‌ع.، بانک صنعت و معدن، ۱۳۸۳.
- ۳- کارآفرینی و امکان‌سنجی طرح‌های سرمایه‌گذاری صنعتی، علی نقی مصلح شیرازی و علیرضا پوست‌ور، تهران، انتشارات مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۵.
- ۴- مقدمات کسب و کار، رضا محمدکاظمی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم، ۱۳۹۷.
- ۵- کتاب جامع طراحی و تدوین طرح کسب و کار، رضا محمدکاظمی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم، ۱۳۹۹.
- 6- The successful business plan: secrets & strategies, R. Abrams, Palo Alto, Planning Shop, 2010, 5th ed.
- 7- Anatomy of a Business Plan: The Step-by-Step Guide to Building a Business and Securing Your Company's Future, Linda Prison, Chicago, Out of Your Mind ... and Into the Marketplace, 2008, 7th ed.
- 8- Entrepreneurship Successfully Launching New Ventures, [Bruce R. Barringer](#), [R. Duane New Jersey](#), Prentice Hall, 2008.
- 9- Anne Chwolka, Matthias G. Raith, (2012), The value of business planning before start-up — A decision-theoretical perspective, Journal of Business Venturing, Volume 27, Issue 3, 2012, Pages 385-399, ISSN 0883-9026, <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.01.002>.

عنوان درس به فارسی:		تفکر طراحی	
عنوان درس به انگلیسی:		Design Thinking	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	
دروس هم نیاز:	-	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	۲	تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد ساعت:	۳۲	اختیاری <input 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:

هدف درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با مفاهیم مربوط به تفکر طراحی و آشنایی با انواع ابزارهای تحلیلی تفکر طراحی و کارکرد آنها در کسب و کار و کسب دانش و مهارت های لازم برای شناسایی، فورموله کردن و حل مسائل کسب و کار است

(ب) مباحث یا سرفصل ها:

۱. مفاهیم و مبانی تفکر طراحی، کاربردهای تفکر طراحی در کسب و کار
۲. نقش تفکر طراحی در خلق ارزش شامل تفکر طراحی در کسب و کار حلال و مطابق با اصول اقتصاد اسلامی
۳. فورموله کردن مساله در تفکر طراحی
۴. ایده پردازی در تفکر طراحی، طراحی مفهومی
۵. مقایسه طراحی کالا و خدمت
۶. مقایسه طراحی کسب و کار و سیستم و فرایند
۷. ابزارهای تحلیلی تفکر طراحی
۸. روش های حل مساله در تفکر طراحی
۹. طراحی برای معرفی نوآوری به بازار
۱۰. طراحی برای رشد
۱۱. فرایندهای ذهنی تفکر طراحی
۱۲. فرایندهای طراحی در کسب و کار
۱۳. تفکر خلاق در طراحی و نوآوری
۱۴. کار تیمی در طراحی و فرایندهای طراحی گروهی
۱۵. ارزیابی و بهینه سازی طراحی، تناسب در طراحی
۱۶. مطالعات موردی در تفکر طراحی

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

آشنایی دانشجویان با مفاهیم مربوط به تفکر طراحی و آشنایی با انواع ابزارهای تحلیلی تفکر طراحی و کارکرد آنها در کسب و کار و کسب دانش و مهارت های لازم برای شناسایی، فورموله کردن و حل مسائل کسب و کار

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):



فعالیت‌های کلاسی در طول نیم ۴۵ درصد

آزمون پایان نیم سال ۵۵ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نمی باشد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- ۱- تفکر طراحی در کسب و کار . جین لیدیکا . تیم اگیلوی . مترجم مرتضی خضری پور . کتاب . انتشارات آریانا . ۱۳۹۸
- ۲- تفکر ارزشی راهی به سوی تفکر خلاق نقش ارزش ها در تفکر استراتژیک . نویسنده: پرفسور رالف ال. کینی. ترجمه: عقیل ملکی فر. ناشر: موسسه فرهنگی انتشاراتی کرانه علم ۱۳۸۱
- 3- Roger Martin, *The Design of Business: Why Design Thinking Is The Next Competitive Advantage* (Harvard Business Review Press, 2009)
- 4- Nigel Cross, *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work* (Bloomsbury Academic, 2011)
- 5- Bruce Hannington and Bella Martin, *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research*
- 6- *Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions* (Rockport Publishers, 2012) IDEO.org, *The Field Guide to Human Centered Design* (IDEO.org, 2015)
- 7- Jeanne Liedtka, Randy Salzman, and Daisy Azer, *Design Thinking for the Greater Good: Innovation in the Social Sector* (Columbia Business School Publishing, 2017)
- 8- Zuzana Sándorová, Terézia Repáňová, Zuzana Palenčíková, Norbert Beták, "Design thinking - A revolutionary new approach in tourism education?," *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, Volume 26, 2020,*
- 9- Matthew Lynch, Uladzimir Kamovich, Kjersti K. Longva, Martin Steinert, "Combining technology and entrepreneurial education through design thinking: Students' reflections on the learning process," *Technological Forecasting and Social Change, 2019,*
- 10- Richard Laferriere, Bridgette Engeler, Andrew Rixon, "Addressing Cognitive Challenges in Applying Design Thinking for Opportunity Discovery: Reflections from a Design Thinking Teaching Team," *The Journal of Design, Economics, and Innovation, Volume 5, Issue 4, 2019, Pages 383-386, ISSN 2405-8726,*
- 11- Tim Brown, *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*, HarperCollins Publishers, 2009.

عنوان درس به فارسی:		راه اندازی و ایجاد کسب و کارهای نوپا (استارت آپ)	
عنوان درس به انگلیسی:		Start- up organizing	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-		تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	۱ واحد نظری + ۱ واحد عملی	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۴۸	۳۲ + ۱۶	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 این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم و کسب و کارهای نوپا (استارت آپ) و یادگیری تبدیل ایده به محصول بازار پسند و ایجاد کسب و کار برای تولید محصول و کسب درآمد از طریق فروش محصول در بازار است.

کسب مهارت های لازم در ایجاد کسب و کار نوپا (استارت آپ) از طرق مطالعه و یادگیری دانش، مرور تجربیات موفق و تعامل با کارآفرینان حاصل می شود. کسب دانش و مهارت های لازم برای تدوین استراتژی های ایجاد، رشد و توسعه کسب و کار از یگر اهداف این درس است.

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- مفهوم موفقیت، برنامه ریزی مسیر شغلی و راه اندازی کسب و کار شخصی و انتخاب صنعت و رشته فعالیت، اهمیت و نقش چشم انداز، فرایند هدف گذاری و شروع اقدام کارآفرینانه.
- ۲- فرایند کارآفرینی و مفهوم کسب و کارهای نوپا و روش استارتاپ ناب (Lean Startup) به عنوان یک روش ایجاد کسب و کار نوپا.
- ۳- شناسایی مربی و مشاور خوب کسب و کار برای یادگیری فعالیت های ایجاد و حفظ کسب و کار، مطالعه تجربیات موفق و ناموفق راه اندازی کسب و کارهای نوپا، مراجعه به مراکز حمایتی و یادگیری فرایندها و چگونگی دستیابی به حمایت ها و تهیه نقشه راه.
- ۴- شناسایی نیاز بازار یا یک مساله حل نشده و ایده پردازی در خصوص چگونگی پاسخ با آن نیاز و مساله.
- ۵- مفهوم محصول و کسب و کار، توسعه و آزمون مفهوم، نمونه سازی و پایلوت، آزمون نمونه و پایلوت.
- ۶- مدل رشد و شکل گیری کسب و کارهای حوزه دانش بنیان تولیدی و خدماتی
- ۷- شناسایی و تعامل با مشتریان اولیه، احصاء و ترسیم پروفایل درخواست مشتریان، احصاء و تعدیل ارزش پیشنهادی متناسب با پروفایل مشتریان، توسعه مشتریان (Customer Development Process).
- ۸- مفهوم الگوی مشتری (Customer Archetype) و تاثیر آن بر طراحی، خلق مشترک (Co-Creation) محصول و مفهوم محصول حداقلی دوام پذیر (رشد کردنی) (Minimum Viable Product (MVP).
- ۹- آزمون های اطمینان از تناسب مشکل- راه حل و بازار- محصول، حلقه ساخت- ارزیابی- یادگیری (Build - Measure - Learn Loop) در کسب و فرایند کارهای نوپا.
- ۱۰- برآورد منابع مورد نیاز، شناسایی شیوه های تامین منابع و اقدام برای تهیه منابع.
- ۱۱- برنامه ریزی برای ایجاد کسب و کار نوپا، ایجاد تیم، به اشتراک گذاری دانش و کار تیمی برای ایجاد کسب و کار نوپا.
- ۱۲- اقدام برای راه اندازی کسب و کار و شروع تدریجی تولید و عرضه محصول برای یادگیری از نتایج کار و یادگیری فرایندها، عرف و الزامات کار در بازار.

۱۳- روش های شناسایی بازارهای بالقوه و اولویت بندی آنها در استارت آپ ها، انتخاب بخش مناسب بازار شروع معرفی محصول، افزایش فروش، توسعه بازار و ایجاد انطباق با شرایط بازار، فرآیند و استراتژی های گذر از مشتریان اولیه به اکثریت اولیه و ثانویه در انواع متفاوت استارت آپ ها.

۱۴- مدیریت کسب و کار نوپا، تشریح انواع رشد و استراتژی های رشد در کسب و کارهای نوپا، فرایند پویای اقدام - بازخورد - یادگیری برای ارتقای مزیت رقابتی و دستیابی به رشد پایدار.

۱۵- قراردادهای کلیدی، نکات مهم در قراردادها، تصمیمات تعهدآور، مراجع قانونی، مشاوره حقوقی، مستندسازی.

۱۶- عوامل کلیدی موفقیت در کسب و کارهای نوپا و دلایل رایج شکست و موفقیت استارت آپ ها و خدمات حمایتی برای استارت آپ ها

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

کسب مهارت های لازم در ایجاد کسب و کار نوپا (استارت آپ) از طرق مطالعه و یادگیری دانش، مرور تجربیات موفق و تعامل با کارآفرینان حاصل می شود. کسب دانش و مهارت های لازم برای تدوین استراتژی های ایجاد، رشد و توسعه کسب و کار از راهبردی اصلی این درس است.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۲۵ درصد

آزمون پایان نیم سال ۷۵ درصد

طرح	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- ۱- مقدمات کسب و کار، محمد کاظمی، رضا؛ انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم، ۱۳۹۷
- 2- Frank V. et.al. 2017, How a fast growing startup built its sales team for long-term success, HBR.
- 3- Lauren Berger, 2017, 6 things new grads should know before joining a startup, HBR .
- 4- Jeffery Bussgang, 2017, Are you suited for a startup? HBR .
- 5- Noam Wasserman, 2012, Assembling the startup team. HBS Case Study .
- 6- Ries, Eric, 2011, The Lean Startup, Crown Publishing Group.

- 7- Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City, Feld, B., New York, Wiley, 2012.

عنوان درس به فارسی:		طراحی و بازآفرینی کسب و کارهای ایرانی	
عنوان درس به انگلیسی:		Designing and Review of Iranian businesses	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-		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:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با هویت و فرهنگ ملی به عنوان موضوع انسجام کسب و کارهای ایرانی، ادراک تفاوت فکری و فرهنگی کسب و کارهای ایرانی و کسب و کارهای مدرن، به خدمت گرفتن دانش و تفکر طراحی برای بازآفرینی کسب و کارهای ایرانی با استفاده از دانش و فناوری های نوین. می باشد.

#### پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- مبانی و مبادی فرهنگی کسب و کار ایرانی و تقابل آن با کسب و کار مدرن
- ۲- رویکرد بافت گرای کسب و کار ایرانی (پیوند با بافت فرهنگی و تاریخی) در مقابل رویکرد فایده گرای کسب و کار مدرن
- ۳- کاسب در مقابل بیزینس من (الکاسب حبیب الله- کسب و کار عرصه پرورش اجتماعی فراتر از خانواده- کسب و کار ایرانی بستر فتوت، جوانمردی و اخلاق در مقابل حرص، فرصت طلبی، خست- عنصر اعتماد در کسب و کار ایرانی (مناسبات و حسن شهرت ها) در مقابل طراحی برای جبران عدم اعتماد در کسب و کار مدرن- کسب و کار؛ عنصر جمعی و وحدت بخش جامعه ایرانی)
- ۴- ظرفیت های فرهنگی ایران برای کسب و کار
- ۵- آداب و ارزش های دینی و اسلامی کسب و کارهای ایرانی (اسلام به مثابه مبنای کسب و کار ایرانی)
- ۶- دانش های بومی کسب و کار ایرانی، شیوه های زیست و کسب و کار ایرانی
- ۷- آیین ها و ارزش های بومی و محلی کسب و کارهای ایرانی
- ۸- ارزش های خانوادگی و کسب و کار
- ۹- طراحی کسب و کارهای روستایی، طراحی محصول محلی- بازآفرینی کسب و کارهای روستایی ایران (طراحی پلتفرم های اجتماع محور برای کسب و کارهای روستایی
- ۱۰- طراحی کسب و کارهای تعاونی محور (فرهنگ یاریگری و تعاون در ایران، مدل های مالکیت توزیع شده و محرومیت زدایی- بازآفرینی کسب و کارهای تعاونی ایرانی)
- ۱۱- طراحی کسب و کار صنایع دستی (سیر تاریخی انواع صنایع دستی ایران- صنایع دستی ایران در دوره معاصر- الزامات طراحی کسب و کارهای مرتبط با صنایع دستی- بازآفرینی کسب و کار صنایع دستی ایرانی
- ۱۲- طراحی کسب و کارهای خانوادگی (تداوم مالکیت در طراحی کسب و کار خانوادگی- تداوم رهبری در طراحی کسب و کار خانوادگی)
- ۱۳- طراحی کسب و کارهای خانگی (طبقه بندی مشاغل خانگی ایرانیف طراحی پلتفرم کسب و کارهای خانگی)
- ۱۴- طراحی کسب و کار محصولات فرهنگ بنیان و هنر بنیان (تعریف صنایع فرهنگی و خلاق- صنایع فرهنگی و هویت ایرانی- طراحی محصول فرهنگی- طراحی کسب و کارهای فرهنگ بنیان و هنر بنیان ایرانی)
- ۱۵- طراحی کسب و کارهای حوزه گردشگری فرهنگی (محصول گردشگری فرهنگی- قرابت ها با گردشگری بوم شناختی، گردشگری روستایی و گردشگری مذهبی- طراحی خدمت گردشگری؛ فرایند و ابزارها)

۱۶- طراحی ایرانی نظام آموزش کسب و کار (نظام استاد-شاگردی در مقابل منتورینگ- بازآفرینی نظام استاد-شاگردی در طراحی نظام آموزش کسب و کار)

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

دانشجویان با هویت و فرهنگ ملی به عنوان موضوع انسجام کسب و کارهای ایرانی، ادراک تفاوت فکری و فرهنگی کسب و کارهای ایرانی و کسب و کارهای مدرن، به خدمت گرفتن دانش و تفکر طراحی برای بازآفرینی کسب و کارهای ایرانی با استفاده از دانش و فناوری های نوین. می باشد.

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۸۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نیست

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- ۱- آزاده توماج نیا (۱۳۹۷). صنایع دستی ایران، تهران انتشارات ساکو
۲. کشاورزیان، آرننگ (۱۳۹۹). بازار و دولت در ایران، تهران، نشر شیرازه.
۳. کلی لکووی، جنیفر پندرگست (۱۳۹۳). تداوم کسب و کار خانوادگی، تهران، آریانا قلم.
۴. نجفی، بهمن و لیلی صفا (۱۳۹۳). بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی، تهران، نشریه کارآفرینی .
۵. مالکی، جلیل، یوسفی، غلامعباس. (۱۳۹۵). 'اصول حاکم بر شرکت‌های تعاونی'، فصلنامه علمی تحقیقات حقوقی آزاد، ۹(۳۲).
۶. علوی تبار، علیرضا (۱۳۹۹). تعاونی‌ها نگرش جهانی و اقدام ملی، تهران، طرح نو.
۷. فرهادی، مرتضی (۱۳۹۵). فرهنگ یاریگری در ایران: درآمدی به مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی تعاون، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
۸. فرهادی، مرتضی (۱۳۹۳). واره: درآمدی به مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی تعاون، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۹. حمید شاکری (۱۳۹۶). صنایع فرهنگی، تهران، انتشارات ساکو.

۱۰. تسلیمی، محمد سعید و همکاران (۱۳۸۹). طراحی مدلی بر اساس کارکردهای مرشد- مریدی در راستای توسعه مدیریت، تهران، پژوهش های مدیریت، سال سوم شماره هفتم.

- 12- Newbery, Robert. Bosworth, Gary. (2010). Home-based business sectors in the rural economy, *Society and Business Review*, Vol.5, No.2, PP183-197.
11. Trebor Scholz and Nathan Schneider (2017). *Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, a New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*.
12. Daniel R. Fesenmaier, Zheng Xiang (2017). *Design Science in Tourism*, Springer.
13. Leong, B.D. and Clark, H. (2003) *Culture-Based Knowledge towards New Design Thinking and Practice: A Dialogue*, *Design Issues*, vol. 19, no. 3, pp. 48-58
14. Voon, T. (2007) *Cultural products and the world trade organization*, Cambridge University Press, Cambridge.
15. Liu, E. and Wang, W. (2011) *Cultural Product Design Using a TRIZ Based Methodology*, *Applied mechanics and materials*, vol. 120, pp. 159.

عنوان درس به فارسی:		طراحی سیستم های مالی و سرمایه گذاری خرد	
عنوان درس به انگلیسی:		Designing Micro- Investment and Finance Systems	
دروس پیش نیاز:	مدیریت مالی		
دروس هم نیاز:	-		
تعداد واحد:	۲		
تعداد ساعت:	۳۲		
نوع درس و واحد			
<input type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> پایه		
<input type="checkbox"/> عملی	<input type="checkbox"/> تخصصی		
<input type="checkbox"/> نظری-عملی	<input checked="" type="checkbox"/> اختیاری		
	<input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه		

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

#### هدف کلی:

- آشنایی با راهکارهای مدیریت پول و افزایش ثروت
- ارتقای توانمندی دانشجویان در راستای سرمایه گذاری در بازارهای مالی
- ارتقای توان تحلیلی دانشجویان در حوزه مسائل مالی و سرمایه گذاری
- مهارت آموزی در زمینه تکنیک های تجزیه و تحلیل سرمایه گذاری در بازارهای مالی

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- مقدمه ای بر مفاهیم پایه و اساسی در حوزه امور مالی شخصی (ماهیت برنامه ریزی مالی شخصی، بودجه بندی، مدیریت نقدینگی، استراتژی های افزایش ثروت و...)
- ۲- کارکردهای سیستم های مالی و آشنایی با انواع بازارهای مالی
- ۳- روانشناسی تصمیمات مالی شخصی، انواع سوگیری ها و رفتارهای غیرمستدل
- ۴- تأثیر هیجانات و احساسات بر تصمیمات مالی، سرمایه گذاری های بازار پول و نرخ های بهره
- ۵- آشنایی با انواع عقود اسلامی در بازار پول
- ۶- اوراق مشارکت و سرمایه گذاری در بازار سهام
  - انواع ابزارهای مالکیت
  - کارکردهای بازارهای سهام
  - بازارهای اولیه و ثانویه
  - انواع شاخص ها
- ۷- ساز و کار معاملات در بازار سرمایه و آشنایی با نحوه سرمایه گذاری در بورس اوراق بهادار و فرابورس
- ۸- آشنایی با ارکان بازار سرمایه
- ۹- آشنایی با ابزارهای مالی اسلامی (صکوک) در بازار سرمایه
- ۱۰- تحلیل بنیادی سهام، تحلیل تکنیکال سهام
- ۱۱- آشنایی با نرم افزار تحلیل تکنیکال
- ۱۲- آشنایی با صندوق های سرمایه گذاری مشترک
- ۱۳- بیمه عمر و سرمایه گذاری های مرتبط با بیمه



۱۴- بازار مسکن و وام‌های رهنی

۱۵- استراتژی‌های مختلف تشکیل پرتفوی

۱۶- دعوت از کارآفرین فعال در بازار سرمایه / مطالعه موردی

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

- مهارت‌آموزی در زمینه تکنیک‌های تجزیه و تحلیل سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی
- آشنایی با راهکارهای مدیریت پول و افزایش ثروت
- ارتقای توانمندی دانشجویان در راستای سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی
- ارتقای توان تحلیلی دانشجویان در حوزه مسائل مالی و سرمایه‌گذاری

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

- فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۰ درصد
- آزمون پایان نیم‌سال ۸۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی مورد نیاز نمی‌باشد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱. چیت‌سازان، ه. و عمومی، گ. (۱۳۹۷). مباحثی نوین در تأمین مالی کارآفرینی با کاربردهایی از اقتصاد و مالی رفتاری، چاپ دوم. تألیف رسول یزدی‌پور. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲. فراهانی‌فرد، ک. و قاسمیان‌لنگرودی، ر. (۱۳۹۸). تحلیل تکنیکال در بازار سرمایه، چاپ پانزدهم. تألیف جان مورفی. تهران: نشر چالش.
۳. چیت‌سازان، ه. و عبدالله‌پور، س. (۱۳۹۳). مالی برای کارآفرینان. تألیف استیون راجرز. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
4. Garman, E.Th. and Fogue, R.E. (2018). *Personal Finance*, 13<sup>th</sup> Ed. South-Western, Cengage Learning.
5. Redhead, K. (2008). *Personal Finance and Investments: A Behavioral Finance Perspective*. Routledge, Taylor & Francis Group.
6. Smith, Ch. (2012). *Securing your Financial Future: Complete Personal Finance for Beginners*, Lanham, Rowman & Little Field Publishers.

عنوان درس به فارسی:		نواوری در کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Business Innovation	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	
دروس هم نیاز:	-	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/>	
تعداد واحد:	۲	تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	
تعداد ساعت:	۴۸	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/>	
		رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>	
		۱ واحد نظری + ۱ واحد عملی	
		۳۲ + ۱۶	

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

#### هدف کلی:

آشنایی با مفهوم نواوری در کسب و کارهای خدماتی، چارچوب های مدل خدمات و نقش آن در ایجاد و رشد کسب و کارهای جدید خدماتی، اصول و روشهای تحلیل و ارزیابی مدلهای کسب و کارهای خدماتی و طراحی و پیاده سازی نواوری در مدلهای کسب و کارهای خدماتی.

آشنائی دانشجویان با مدل کسب و کار، چارچوب های مدل کسب و کار و نقش آن در ایجاد و رشد کسب و کارهای جدید، یادگیری اصول و روشهای تحلیل و ارزیابی مدلهای کسب و کار، شناخت مفهوم نواوری و انواع نواوری در مدلهای کسب و کار و اصول نواوری در مدل کسب و کار و نیز فراگیری چگونگی طراحی و پیاده سازی نواوری در مدلهای کسب و کارهای تولیدی از اهداف این درس می باشد.

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

۱. اهمیت و تاریخچه مدلهای نواوری در کسب و کارهای خدماتی و تولیدی، رابطه مدل های نواوری با کسب و کار و طرح کسب و کار، نمونه هایی از مدلهای نواوری
۲. مفهوم مدل های نواوری و اجزای یک مدل نواورانه کسب و کار (چارچوب اوستر والدر)
۳. اجزای یک مدل نواورانه در کسب و کارهای خدماتی و تولیدی (چارچوب Afuah)
۴. ویژگیهای مدلهای کسب و کار نوظهور در مقابل مدلهای کسب و کار سنتی
۵. مفهوم نواوری در مدل کسب و کار و انواع نواوری
۶. انواع نواوری در مدل کسب و کار
۷. (Regular, position building, capabilities building, revolutionary)
۸. محیط نواوری در مدل کسب و کار (business model innovation' environment)
۹. فرصتها و تهدیدهای نواوری در مدل کسب و کار
۱۰. قوت ها و ضعف های نواوری در مدل کسب و کار
- ۱- ارزش آفرینی از طریق نواوری در مدل کسب و کارهای خدماتی و تولیدی
۱۱. ارزیابی مدل کسب و کار های خدماتی و چارچوب VARIM
- ۲- اصول نواوری در کسب و کارهای خدماتی
- ۳- پیاده سازی نواوری در مدل کسب و کارهای خدماتی (implementation of BMI)
- ۴- پیش رانهای مالی برای نواوری در مدل کسب و کارهای خدماتی
- ۵- نواوری در مدل کسب و کار و مراکز رشد، پارکهای علم و فن آوری، شتاب دهنده ها)
- ۶- متدولوژی کسب و کارهای خدماتی و نوپای چابک

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

تحلیل و ارزیابی مدل‌های کسب و کار، شناخت مفهوم نوآوری و انواع نوآوری در مدل‌های کسب و کار و اصول نوآوری در مدل کسب و کار و نیز فراگیری چگونگی طراحی و پیاده سازی نوآوری در مدل‌های کسب و کارهای تولیدی از اهداف این درس می باشد

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۵ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۷۵ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نمی باشد

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- 1- Allan Afuah (2014), Business Model Innovation: Concepts, Analysis, and Cases
- 2- , Routledge, London
- 3- The business model innovation factory(2012) , Kaplan, wiley
- 4- Bernd W. Wirtz, et al (2016) ,Business Models: Origin, Development and Future Research
- 5- Perspectives, Long Range Planning 49 , 36-54
- 6- Jaime E. Souto (2015), Business model innovation and business concept innovation
- 7- as the context of incremental innovation and radical innovation, Tourism Management 51 (2015) 142-155
- 8- Christopher L. Tucci, Business Model Innovation, Book Chapter (forthcoming): The Oxford Handbook of Innovation Management. Edited by Mark, Dodgson, David Gann & Nelson Phillips. ISBN: 9780199694945
- 9- Henry Chesbrough, (2010)Business Model Innovation: Opportunities and Barriers, Long Range Planning 43 , 354e363
- 10- Peter Lindgren, Maizura Ailin Abdullah, (2013) Conceptualizing strategic business model innovation leadership for business survival and business model Innovation excellence, Journal of Multi Business Model Innovation and Technology, Vol. 1, 115–134.

عنوان درس به فارسی:		اکوسیستم کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Business Ecosystem	
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"/>	

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

#### هدف کلی:

هدف از درس آن است که دانشجویان را به دانش، درک و شناخت اکوسیستم (زیست بوم) های کسب و کار مجهز نماید. از جمله:

۱. آشنایی به ساختار زیست بوم کسب و کار
۲. آشنایی با نظریه های زیست بوم کسب و کار
۳. آشنایی با مدل های زیست بوم کسب و کار
۴. یادگیری تجارب موفق
۵. آشنایی با کاربرد زیست بوم در کسب و کار ایران
۶. آشنایی با جایگاه ارزش ها و فرهنگ اسلامی در زیست بوم کسب و کار

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- تحولات زیست بوم کسب و کار
- ۲- ساختار زیست بوم کسب و کار
- ۳- مبانی نظری زیست بوم کسب و کار (حوزه ها و شبکه های کسب و کار)
- ۴- مولفه های کلیدی زیست بوم کسب و کار از جمله: اجتماعی، فرهنگی، قانونی، فناوری، منابع و از این قبیل.
- ۵- سازگاری و پیوستگی ابعاد زیست بوم کسب و کار
- ۶- نقش زمینه و جغرافیا در زیست بوم کسب و کار
- ۷- مدل های زیست بوم های کسب و کار
- ۸- سیاست های کسب و کارها در دستیابی به اهداف در زیست بوم
- ۹- پویایی و پایداری زیست بوم های کسب و کار
- ۱۰- زیست بوم در سطح محلی، منطقه ای ملی و بین المللی
- ۱۱- سنخ شناسی زیست بوم کسب و کار
- ۱۲- سنجه های زیست بوم کسب و کار
- ۱۳- آسیب شناسی زیست بوم کسب و کار
- ۱۴- نمونه های موفق زیست بوم کسب و کار
- ۱۵- کاربرد زیست بوم کسب و کار در ایران
- ۱۶- ارزیابی زیست بوم کسب و کار

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

- آشنایی با کاربرد زیست بوم در کسب و کار ایران
- آشنایی با جایگاه ارزش ها و فرهنگ اسلامی در زیست بوم کسب و کار
- یادگیری تجارب موفق و کاربرد زیست بوم در کسب و کار ایران

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۵ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۷۵ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- 1- Drews, D., and Schirmer, I. (2014). From enterprise architecture to business ecosystem architecture: Stages and challenges for extending architectures beyond organizational boundaries. IEEE 18th International Enterprise Distributed Object Computing (EDOC). Workshops and Demonstrations, 13-22, 2014.
- 2- Graca, P., & Camarinha-Matos, L. M. (2017). Performance indicators for collaborative business ecosystems — Literature review and trends. Technological Forecasting and Social Change, 116, 237–255. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.10.012>.
- 3- Herdon, M., Varallyai, L., and Pentek, A. (2012). Digital business ecosystem prototyping for SMEs. Journal of Systems and Information Technology, 14(4), 286–301.
- 4- Kamargianni, M; Matyas, M; (2017). The Business Ecosystem of Mobility-as-a-Service. In: Crites, JM, (ed.) (Proceedings) 96th Transportation Research Board Annual Meeting, 8-12.
- 5- Li, Y.-R. (2009). The technological roadmap of Cisco's business ecosystem. Technovation, 29(5), 379-386.
- 6- Entrepreneurial Ecosystems And Growth Oriented Entrepreneurship, Colin Mason and Ross Brown Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship The Hague, Netherlands, 7th November 2013.Final Version:January 2014
- 7- Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy 1767, Erik Stam University Library Utrecht, July 2015
- 8- The ABC of Digital Business Ecosystems, J. Stanley, G. Briscoe, Communications Law - Journal of Computer, Media and Telecommunications Law vol. 15, no.1, pp. 12-25. 2013

- 9- The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystem, J. Moore, New York, Harper Business, 1996.
- 10- The Health Measurement of a Business Ecosystem, E. Den Hartigh, M. Tol, W. Visscher, ECCON Annual Meeting, 2006.

عنوان درس به فارسی:		حقوق مالکیت فکری	
عنوان درس به انگلیسی:		Intellectual property law	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-		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:

هدف این درس آشنائی با رابطه بین کارآفرینی و مالکیت فکری و آشنائی با جنبه های حقوقی اختراعات در حوزه های مختلف صنعت و بیوتکنولوژی و ژنتیک و نرم افزار های کامپیوتری و دارو از نظر حقوق داخلی و بین المللی و همچنین آشنائی با جنبه های حقوقی علائم تجاری و نام های تجاری و نشان های جغرافیائی و حقوق اسرار تجاری و همچنین بحث های اسلامی و فقهی است

پ) مباحث یا سرفصل ها:

۱. کلیاتی در خصوص تعریف و اهمیت و تاریخچه مالکیت صنعتی
۲. اهمیت و نقش مالکیت صنعتی در کارآفرینی
۳. ابعاد حقوقی طرح های کسب و کار از منظر حقوق مالکیت صنعتی
۴. نقش مالکیت صنعتی در فرایند توسعه محصول یا خدمت جدید
۵. نوآوری و مالکیت صنعتی
۶. ماهیت و شرایط حمایت از اختراعات
۷. حقوق ناشی از اختراع و استثنائات حق اختراع و بهره برداری اجباری
۸. نقض حق اختراع و ضمانت اجراها
۹. حمایت از اختراعات نرم افزار های رایانه ای
۱۰. اختراعات دارویی و فراورده های بیولوژیک و بیوتکنولوژیک و منابع ژنتیک
۱۱. طرح های صنعتی
۱۲. تعریف و انواع علائم تجاری و طبقه بندی کالاها و خدمات
۱۳. شرایط حمایت از علائم و نام های تجاری و نشان های جغرافیائی
۱۴. حقوق ناشی از ثبت علائم و نام تجاری و ضمانت اجراهای نقض حقوق دارنده نام یا علامت
۱۵. ثبت بین المللی علامت تجاری
۱۶. 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:

آشنایی با الزامات حقوق داخلی و بین المللی و همچنین آشنائی با جنبه های حقوقی علائم تجاری و نام های تجاری و نشان های جغرافیائی و حقوق اسرار تجاری و همچنین بحث های اسلامی و فقهی است

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۸۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱. امامی، اسدالله (۱۳۹۹)، حقوق مالکیت معنوی، جلد اول، نشر میزان.
۲. امامی، اسدالله (۱۳۹۶)، حقوق مالکیت صنعتی، نشر میزان.
۳. صادقی، حسین (۱۳۹۶) مسئولیت مدنی در ارتباطات الکترونیک، نشر میزان.
۴. میرحسینی، سیدحسن (۱۳۹۷) مقدمه‌ای بر حقوق مالکیت معنوی، نشر میزان.
5. Aplin, Tanya (2020), Research Handbook on Intellectual Property and Digital Technologies, Edward Elgar.
6. Bouchoux, Deborah E. (2016), Intellectual Property: The Law of Trademarks, Copyrights, Patents, and Trade Secrets.
7. Caenegem, William van (2014), Intellectual and Industrial Property Law, second edition, LexisNexis Butterworths.
8. Dreyfuss, Rochelle Cooper and Pila, Justine (2018), The Oxford Handbook of Intellectual Property Law, Oxford University Press.
9. Karapapa, Stavroula and McDonagh, Luke (2019), Intellectual Property Law, Oxford University Press.
10. Saunders, Kurt M. (2016), Intellectual Property Law: Legal Aspects of Innovation and Competition, West Academic Publishing



عنوان درس به فارسی:		طراحی مدل های رشد کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Designing of Business Growth Models	
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:	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 مفاهیم و تعاریف رشد
- آشنایی دانشجویان با انواع رشد در کسب و کارهای کارآفرینانه و نوآفرین (استارت آپها)
- آشنایی با طراحی مدل رشد ارگانیک، رشد خارجی، رشد اکتسابی
- آشنایی با طراحی رشد نمویی و مقیاس بندی رشد (SCALE UP)
- آشنایی با راهبردهای رشد در حوزه کسب و کارهای دیجیتالی

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- مقدمه ای بر تعاریف رشد
- ۲- رشد از منظر دیدگاه نظریه های اقتصادی
- ۳- رشد از منظر دیدگاه استراتژیست ها
- ۴- رشد از منظر نظریه کارآفرینی
- ۵- تفاوت های رشد در کسب و کارهای کارآفرینانه و غیر کارآفرینان
- ۶- آشنایی با طراحی تفصیلی مدل های رشد در کسب و کارهای کارآفرینی
- ۷- شناسایی و تحلیل عوامل رشد در کسب و کارهای کارآفرینی
- ۸- معرفی انواع رشد: رشد ارگانیک، رشد اکتسابی، رشد خارجی
- ۹- روش های مدل سازی رشد (مدل چرخه رشد گرینر، مدل رشد سازمانی چرچیل و بوریس)
- ۱۰- چشم اندازه های رشد در استارتاپ ها (کسب و کارهای نوآفرین)
- ۱۱- طراحی و راهبرد رشد نمویی (اسکیل آپ)
- ۱۲- طراحی و مدل های رشد در کسب و کارهای دیجیتالی
- ۱۳- آشنایی با انواع راهبردهای رشد (راهبرد ائتلاف - راهبرد همکاری اقماری - راهبرد همکاری خوشه ای)
- ۱۴- آشنایی با مدل های رایج رشد در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران
- ۱۵- نقش فناوری نوین در مدل سازی رشد در حوزه کسب و کارهای کارآفرینی
- ۱۶- مطالعه موردی: طراحی مدل کسب و کارهای دانشجویی

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

- آشنایی دانشجویان با انواع رشد در کسب و کارهای کارآفرینانه و نوآفرین (استارت آپها)
- آشنایی با طراحی مدل رشد ارگانیک، رشد خارجی، رشد اکتسابی
- آشنایی با طراحی رشد نمویی و مقیاس بندی رشد (SCALE UP)
- آشنایی با راهبردهای رشد در حوزه کسب و کارهای دیجیتالی

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۳۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۷۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱. رشد کسب و کارهای کوچک کارآفرینانه. یوهان ویکلاند. ترجمه: کامبیز طالبی - فائزه حنیف زاده. انتشارات جهاد دانشگاهی

تهران ۱۳۹۷

۲. چشم اندازه‌های نو به رشد شرکت‌ها. پریدوید سون و دلمار. ترجمه: کامبیز طالبی - شیوا شعبانی. انتشارات دانشگاه تهران. ۱۳۹۸

۳. طراحی و تدوین طرح کسب و کار؛ محمد کاظمی، رضا؛ انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۸

4. -VERNE HARNISH, (2014).SCALING UP. Published by Gazelles, Inc.

5. MALIN BRANN BACK, Understanding the Myth of High Growth Firms. Published by springer. 2014

6. -Marcus Box, (2015). New venture, Survival, Growth, published by Stockholm University, SWEDEN

عنوان درس به فارسی:		کسب و کار اجتماعی	
عنوان درس به انگلیسی:		Social Business	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-		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:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با مطالعات موردی طراحی کسب و کار و کسب مهارت انجام تحقیقات میدانی و مطالعات موردی مستند توسط دانشجویان در حوزه های تخصصی رشته خود می باشد و آشنایی با مطالعات موردی انجام شده در سایر کشورها و کسب مهارت تحلیل وضعیت کارآفرینی در کشور است.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- کسب و کار اجتماعی، مفاهیم، تعاریف و ضرورت کسب و کار اجتماعی
- ۲- تفاوت مفهومی بین کسب و کار اجتماعی، کارآفرینی اقتصادی، کارآفرینی اجتماعی و موسسه اجتماعی
- ۳- تاریخچه کسب و کار و کارآفرینی اجتماعی و پیشینه کارآفرینان اجتماعی
- ۴- وضعیت کسب و کار اجتماعی در دنیا و بررسی انواع کسب و کار اجتماعی
- ۵- دامنه فعالیت های کسب و کار اجتماعی
- ۶- ساختارهای ممکن برای کسب و کار اجتماعی و تحلیل نمونه های موفق داخلی و خارجی
- ۷- ویژگی های شخصیتی و رفتاری کارآفرینان اجتماعی
- ۸- انگیزه های کارآفرینان اجتماعی و ریشه یابی این انگیزه ها.
- ۹- اکوسیستم کسب و کار اجتماعی
- ۱۰- بررسی مدل های توسعه کسب و کار اجتماعی و کاربرد این مدل ها در تدوین سیاست های توسعه کارآفرینی
- ۱۱- نقش اخلاق و فرهنگ در کسب و کار اجتماعی (CSR و CSE)
- ۱۲- نقش مذهب و آموزه های اسلامی در کسب و کار اجتماعی
- ۱۳- سیاست های هنجاری، شناختی و تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی
- ۱۴- گونه شناسی نظریه های توسعه کسب و کار اجتماعی برای کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته
- ۱۵- ارزیابی سیاست های توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشورهای منتخب
- ۱۶- بومی سازی سیاست های توسعه کارآفرینی اجتماعی

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

آشنایی با مطالعات موردی انجام شده در سایر کشورها و کسب مهارت تحلیل وضعیت کارآفرینی در کشور است

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۳۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۷۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱. احمدپور داریانی، محمود؛ ابزار استراتژیک برای کارآفرینی اجتماعی (۱۳۹۳)، انتشارات خانه کارآفرینان ایران
۲. احمدپور داریانی، محمود؛ کارآفرینی اجتماعی (۱۳۹۵)، انتشارات خانه کارآفرینان ایران
۳. آراستی زهرا، فرنوش اعلامی و فاطمه نارنجی (۱۳۹۱)، کارآفرینی اجتماعی: رویکردی مدرن به خلق کسب و کار اجتماعی، تالیف آرتور بروکس، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
۴. آراستی زهرا، محمد مهدی ملکی و محمد متوسلی (۱۳۹۱)، عوامل نهادی تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی، توسعه کارآفرینی، دوره ۴، شماره ۱۶، صفحه ۱۸۵-۲۰۳.
۵. آراستی زهرا، هادی زارعی و فاطمه دیده‌ور (۱۳۹۲)، بررسی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد تطبیقی، توسعه کارآفرینی، دوره ۶، شماره ۲۰، صفحه ۱۹۵-۲۱۴
6. Brooks, A. C. (2009), Social entrepreneurship: a modern approach to social venture creation, Pearson education international.
7. Chell E., Spence Laura J., Perrini Francesco and Harris Jared D. (2014). Social Entrepreneurship and Business Ethics: Does Social Equal Ethical?, *Journal of Bus Ethics*, DOI 10.1007/s10551-014-2439-6
8. Jenner Peter (2016). Social enterprise sustainability revisited: an international perspective, *Social Enterprise Journal*, 12(1), pp. 42 – 60, <http://dx.doi.org/10.1108/SEJ-12-2014-0042>
9. Jennings P. Devereaux, Greenwood Royston, Lounsbury Michael D. and Suddaby Roy (2013). Institutions, entrepreneurs, and communities: A special issue on entrepreneurship, *journal of business venturing*, 28(1), pp. 1-9.
10. Kay A, Roy MJ and Donaldson C (2016). Re-Imagining Social Enterprise. *Social Enterprise Journal*, 12(2). DOI: [dx.doi.org/10.1108/SEJ-05-2016-0018](http://dx.doi.org/10.1108/SEJ-05-2016-0018)
11. Kerlin Janelle A. (2013). Defining Social Enterprise across Different Contexts: A Conceptual Framework Based on Institutional Factors, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42(1), pp. 1 –25.
12. Policy Brief on Social Entrepreneurship, Entrepreneurial Activities in Europe (2013). Publications Office of the European Union, LEED (Local Economic and Employment Development) Programme of the OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), [http://oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN\\_FINAL.pdf](http://oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf)

13. Teasdale, S. (2012). What's in a name? Making sense of social enterprise discourses, *Public Policy and Administration*, 27(2), pp. 99–119.
14. Bosma, N., Schott T., Terjesen, S., and Kew P. (2016), Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Report on Social Entrepreneurship: Executive Summary, <http://gemconsortium.org/report/49542>
15. Ute Stephan, Lorraine M Uhlaner and Christopher Stride (2015). Institutions and social entrepreneurship: The role of institutional voids, institutional support, and institutional configurations, *journal of institutional business studies*, 46, 308-331.
16. Yitshaki Ronit and Krop Fredric (2015). Motivations and Opportunity Recognition of Social Entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*, doi: 10.1111/jsbm.12157
17. Zeyen Anica, Beckmann Markus, Mueller Susan, Dees J. Gregory, Khanin Dmitry,... (2013). Social Entrepreneurship and Broader Theories: Shedding New Light on the 'Bigger Picture', *journal of social entrepreneurship*, <http://hdl.handle.net/10.1080/19420676.2012.725422>

عنوان درس به فارسی:		سمینار	
عنوان درس به انگلیسی:		Seminar	
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"/>	

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 مطالعات موردی طراحی کسب و کار و کسب مهارت انجام تحقیقات میدانی و مطالعات موردی مستند توسط دانشجویان در حوزه های تخصصی رشته خود می باشد و آشنایی با مطالعات موردی انجام شده در سایر کشورها و کسب مهارت تحلیل وضعیت کارآفرینی در کشور است.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- دانشجویان در این درس یک موضوع را انتخاب کرده و یک تحقیق میدانی در کشور و یک تحلیل در سطح بین المللی انجام داده و سپس آنرا در کلاس ارائه می دهند و پس از ارائه، کارگروهی انجام می گیرد و مقایسه بین تجربیات موجود جهانی انجام می پذیرد.

- در این درس براساس جهت گیری های دروس تخصصی، مطالعات موردی به صورت یک مجموعه جهت دار تنظیم و اجرا می شود. مرور مطالعات موردی و ارزیابی نتایج اقدامات کارآفرینانه در سایر کشورها مورد نظر است .

- دعوت از کارآفرینان و مدیران موفق در مسائل توسعه کارآفرینی که در کشور کار کرده اند برای گفتگو و سخنرانی در کلاس.

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

آشنایی با مطالعات موردی انجام شده در سایر کشورها و کسب مهارت تحلیل وضعیت کارآفرینی در کشور است.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۳۰ درصد

آزمون پایان نیم سال ۷۰ درصد

طرح	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- ۱- اقتصاد ایران، رزاقی، ابراهیم، تهران، انتشارات اطلاعات، ۱۳۷۶.
  - ۲- اقتصاد ایران، نخجوانی، احمد، تهران، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، ۱۳۸۲
  - ۳- استراتژی های توسعه صنایع کوچک و متوسط در ایران، طالبی، کامبیز، فریدون آذر هوش، مرتضی ایمانی راد، ترجمه علی شقاقی، سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد، یونیدو، سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی، ۱۳۸۴.
  - ۴- بوروکراسی و سیاست در ایران، فقیهی، ابوالحسن و حسن دانایی فرد، تهران، نشر رسا، ۱۳۸۴
  - ۵- خطیب، محمد علی (۱۳۷۴) اقتصاد ایران، تهران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
  - ۶- یادداشتهای کارآفرینی - برما چه گذشت، خسروشاهی، کاظم، تهران، انتشارات کتاب فرزانه، ۱۳۸۳.
  - ۷- مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، عظیمی، حسین، تهران، نشر نی، ۱۳۷۱.
  - ۸- زنده باد فساد؛ ربیعی، علی، تهران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۳
  - ۹- معمای توسعه نیافتگی، ماتور، پروشوتام، ترجمه علی اصغر بانویی و محمد قلی یوسفی، تهران، انتشارات سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۶.
  - ۱۰- نظم نوین اقتصادی جهان و موقعیت ایران در آن، جعفری ولدانی، اصغر، تهران، وزارت امور اقتصادی و دارایی، ۱۳۷۳.
  - ۱۱- علم اقتصاد و بحران در اقتصاد ایران، مومنی، فرشاد، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۴.
  - ۱۲- مدارهای توسعه نیافتگی در ایران، عظیمی، حسین، تهران، انتشارات اطلاعات، ۱۳۷۵.
  - ۱۳- نظام ملی اقتصاد سیاسی، لیست، فردریک، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۰.
  - ۱۴- مقدمات کسب و کار، رضا محمد کاظمی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم، ۱۳۹۷
  - ۱۵- مدیریت مدرن در شرکت های کوچک، ایچی اگاوا، مترجم علی اصغر توفیق، سازمان ملی بهره وری ایران، ۱۳۷۴.
  - ۱۶- کتاب جامع طراحی و تدوین طرح کسب و کار، رضا محمد کاظمی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم، ۱۳۹۹.
- 17- Venture capital, entrepreneurship, and public policy, [Vesa](#) Kannianen, Christian Keuschnigg, London, MIT, 2005.
  - 18- Entrepreneurship and the Market Process: An Enquiry into the Growth of Knowledge (Routledge Foundations of the Market Economy), Harper . [David](#), New York, Routledge, 1996.
  - 19- The Art of the Start: The Time - Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, New York, Kawasaki. Guy, Portfolio Hardcover, 2004.
  - 20- Innovation and Entrepreneurship: [Practice and Principles](#), Drucker . Peter F, Wallingford, Longman Higher Education, 1993.

عنوان درس به فارسی:		طراحی مدل کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Business Model Design	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	
دروس هم نیاز:	-	<input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> جبرانی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> تخصصی	
تعداد واحد:	۲	<input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری <input type="checkbox"/> رساله / پایان نامه	
تعداد ساعت:	۴۸	۱ واحد نظری + ۱ واحد عملی ۳۲ + ۱۶	

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

#### هدف کلی:

۱. آشنایی دانشجویان با مفاهیم مدل کسب و کار و طراحی
۲. یادگیری روش ها و تکنیکهای نوآوری در مدل کسب و کار
۳. یادگیری مهارت نوآوری در مدل کسب و کار
۴. یادگیری روش ها و تکنیکهای طراحی مدل کسب و کار

#### پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- تعاریف و مفاهیم پایه مدل کسب و کار، طراحی مدل کسب و کار و نوآوری در مدل کسب و کار.
- ۲- شناسایی و تحلیل روندها و عوامل موثر در اثربخشی مدل کسب و کار با توجه به شرایط محیط کسب و کار ایران و نیازهای کسب و کار جامعه.
- ۳- بهینه کاوی مدل های کسب و کار و یادگیری از بهترین تجربیات موفق، روش های تحلیل مدل کسب و کار رقبا و تحلیل مدل های موفق کسب و کار ایرانی.
- ۴- فرایند هدف گذاری در بخش های بازار با توجه به هدف های اجتماعی حفظ و ارتقای رفاه اجتماعی، خود کفایی ملی و محلی و عرضه در پاسخ به نیازهای ضروری جامعه و بخصوص اقشار آسیب پذیر و فقیر.
- ۵- طراحی ارزش پیشنهادی، خلق ارزش مشترک بر اساس تحلیل مزیت رقابتی و ترجیحات جامعه و حفظ توان تولید و مصرف در جامعه.
- ۶- مدل کسب و کار و زنجیره تامین و زنجیره ارزش و تحلیل رابطه ساختار هزینه و ساختار.
- ۷- مبنای ارزیابی مدل کسب و کار برای نوآوری و کاربرد مدل کانواس ( Business Model Canvas).
- ۸- آزمون پایلوت مدل کسب و کار با توجه به منابع و اولویت های تولید، مصرف و صادرات.
- ۹- ارزیابی امکان تغییر و ایجاد تکامل در هر یک از ابعاد مدل کسب و کار با توجه به هدف های توسعه اقتصاد محلی و امکان های ایجاد مزیت رقابتی برای تولیدات داخلی
- ۱۰- ارزیابی تکامل و امکان تغییر در ساختار و روابط اجزای مدل کسب و کار با توجه به اولویت های توسعه عدالت، ارتقای مزیت محلی و حفظ اشتغال پایدار.
- ۱۱- شیوه های خلق ارزش و اشیوه های کسب درآمد از طریق نوآوری در مدل کسب و کار
- ۱۲- الگوها، نمونه ها، درسته بندی ها و سنخ شناسی ها به عنوان ابزار نوآوری در مدل کسب و کار
- ۱۳- نوآوری باز، تامین منابع جمعی، شبکه سازی و اثربخشی مدل کسب و کار
- ۱۴- ارزیابی اثربخشی یک نوآوری در مدل کسب و کار بر اساس معیارهای مزیت رقابتی و مسئولیت های اجتماعی.
- ۱۵- توانمند سازهای نوآوری در مدل کسب و کار
- ۱۶- ۱۶- مطالعات موردی در مدل کسب و کار

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



۵. آشنایی دانشجویان با مفاهیم مدل کسب و کار و طراحی  
۶. یادگیری روش ها و تکنیکهای نوآوری در مدل کسب و کار

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۵ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۷۵ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

خیر ملزومات خاصی نیاز نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

- ۱- کتاب جامع طراحی و تدوین طرح کسب و کار، رضا محمد کاظمی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم، ۱۳۹۹.
2. Andreini, Daniela, 2017 Business Model Innovation-From Systematic Literature Review to Future Research Directions, Springer
3. Afuah, Allan, 2014, Business Model Innovation; Concepts, Analysis, and Cases, Routledge.
4. Osterwalder, A. and Pigneur, Y., 2013, Designing business models and similar strategic objects: the contribution of IS. Journal of AIS, 14(5):237-244
5. Ricardo Costa Climent, Darek M. Haftor, (2021), Value creation through the evolution of business model themes, Journal of Business Research, Volume 122, 2021, Pages 353-361, ISSN 0148-2963,
6. Souto, J. E., 2015, Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation. Tourism Management, 51, 142-155.
7. Stephan von Delft, Yang Zhao, (2020), Business models in process industries: Emerging trends and future research, Technovation, 2020, 102195, ISSN 0166-4972,.

عنوان درس به فارسی:		فرایندها، ساختار و سیستم های کسب و کار	
عنوان درس به انگلیسی:		Business Processes, Structure and Systems	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-		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:

هدف درس عبارت است از آشنایی دانشجویان با مفاهیم مربوط به ساختار سازمانی، سازماندهی، فرایندها و ابعاد ساختار سازمانی و آشنایی با انواع سیستم های سازمانی و کارکرد آنها در کسب و کار و کسب دانش و مهارت های لازم برای شناسایی نیاز به سیستم و تصمیم گیری در مورد خرید یا طراحی و چگونگی ایجاد و اجرای یک سیستم است. در این درس دانشجو با سیستم های رایج کسب و کار آشنا شده و فرایند طراحی مفهومی هر سیستم و یکپارچه سازی آنها را فرامی گیرد.

(پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- نظریه عمومی سیستم ها و مبانی طراحی مفهومی سیستم های سازمانی
- ۲- فرایندهای کسب و کار، اصلی و پشتیبانی
- ۳- مبانی طراحی فرایند، مدیریت بر مبنای فرایند
- ۴- طرح سازمانی، اصول طراحی ساختار سازمانی
- ۵- اثر محیط: قلمرو سازمان، محیط فرهنگی اسلامی - اجتماعی و بومی محیط عمومی، محیط بین المللی، رابطه محیط و ساختار سازمانی
- ۶- نظریه اقتضایی و طراحی سازمان
- ۷- سازگاری استراتژی، فرایندهای کسب و کار، تکنولوژی و ساختار
- ۸- فناوری اطلاعات برای هماهنگی و کنترل در فرایندهای کسب و کار و ساختار
- ۹- مهمترین سیستم های سازمانی و کارکرد آنها در کسب و کار، اهمیت رویکرد سیستمی در کسب و کار
- ۱۰- ارزیابی نیاز به سیستم و طراحی مفهومی سیستم شامل ورودی ها، فرایندهای پردازش و خروجی ها.
- ۱۱- تعریف خروجی ها، کاربردها و کارکردها، ذی نفعان، روش های تحلیل گزارش ها
- ۱۲- فرایند گردآوری داده های ورودی، فرم ها، گردش اطلاعات و اعتبارسنجی ورودی ها و الزامات تامین داده ها
- ۱۳- طراحی فرایند و انتخاب تکنیک های پردازش داده ها، انتخاب ملاک ها و معیارهای تصمیم گیری، تحلیل گزینه های امکان پذیر و الزامات پردازش داده ها
- ۱۴- تحلیل روابط ورودی - خروجی (داده - ستانده) سیستم با سایر سیستم های سازمانی و انتخاب روش یکپارچه سازی سیستم های سازمانی.
- ۱۵- یکپارچه سازی سیستم ها و تعیین روابط داده - ستانده سیستم ها و توسعه سیستم ها بر مبنای فناوری اطلاعات
- ۱۶- مروری بر چند سیستم کسب و کار شامل: سیستم نوآوری، سیستم ارزیابی ایده ها، سیستم پیشنهادها، سیستم قیمت تمام شده، سیستم ارزیابی عملکرد، سیستم ارتقا، سیستم حقوق و دستمزد، سیستم انبارداری، سیستم قیمت گذاری محصول، سیستم تصمیم گیری سرمایه - گذاری سیستم حمایت از ایده های نو.

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

یاددهی انواع سیستم های سازمانی و کارکرد آنها در کسب و کار و کسب دانش و مهارت های لازم برای شناسایی نیاز به سیستم و تصمیم گیری در مورد خرید یا طراحی و چگونگی ایجاد و اجرای یک سیستم است. در این درس دانشجو با سیستم های رایج کسب و کار آشنا شده و فرایند طراحی مفهومی هر سیستم و یکپارچه سازی آنها را فرا می گیرد

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۲۵ درصد

آزمون پایان نیم سال ۷۵ درصد

طرح	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

ملزومات خاصی نیست

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

1. Systems analysis and design methods, Whitten, Jeffrey L., Victor M. Barlow, and Lonnie Bentley, Wallingford, McGraw-Hill Professional, 1997.
2. Agile business system design: using information technology to create business value, Igor T.Hawryszkiewicz, Vivid, 2012
3. Introduction to systems analysis and design, Hawryszkiewicz, Igor T., Bristol, Prentice Hall , 2000.
4. Modular systems design and evaluation, Levin, Mark Sh., Cham, Springer, 2015.
5. The Art of Systems Architecting, Maier, Mark W., and Rechtin, Eberhardt, Boca Raton: CRC Press, 2000, Second ed.
6. End-to-End arguments in Systems Design, Saltzer, J.H.; et al., ACM Transactions in Computer Systems, 1984, 2 (4): 277–288.
7. Organization Structures: Theory and Design, Analysis and Prescription, Baligh, Helmy H. NewYork, Springer, 2006.
8. Strategic Organizational Diagnosis and Design: The Dynamics of Fit Burton, [Richard M.](#), NoeWell, Springer, 2004.
9. Organization Design: The Evolving State-Of-The-Art, Burton, [Richard M.](#), [Pennsylvania](#), Springer, 2006.
10. Organization Theory and Design, Daft, Richard L., Boston, Cengage learning, (2016). 12<sup>th</sup> Edition.
11. Product Design and Development, Ulrich, Karl T.; Eppinger, Steven D., Boston: Irwin McGraw-Hill, 2000, Second ed.

12. Fundamentals of systems analysis and design methods, Whitten, Jeffrey L., Bentley, Lonnie D., Dittman, Kevin C., McGraw-Hill, Boston, 2004.
13. Systems Analysis & Design In A Changing World, Satzinger, J. W., Jackson, R. B., & Burd, S., Boston: Thomson Course Technology, 2007, 4th Ed.
14. Organization theory: Modern, symbolic, and postmodern perspectives, Mary Jo Hatch, 2018, 4<sup>th</sup> Ed.

عنوان درس به فارسی:		طراحی زنجیره تامین	
عنوان درس به انگلیسی:		Supply Chain Design	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-		تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد:	۲	۱ واحد نظری + ۱ واحد عملی	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۴۸	۳۲ + ۱۶	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 این درس آشنایی دانشجویان طراحی کسب و کار با طراحی و مدیریت زنجیره های تامین و نقش آن به عنوان بستری برای کمک به ایجاد کسب و کارهای جدید و توسعه و رونق کسب و کارهای موجود است. در این درس به معرفی تکنولوژی های مدرن پرداخته و از آن به عنوان ابزاری برای طراحی مدل های نوآوری و رشد در زنجیره های تامین کسب و کارهای نوپا بهره گرفته خواهد شد.

پ) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- تعریف مفاهیم پایه ای و بازیگران زنجیره تامین، تامین کنندگان محصول ( کالا / خدمات)، تولید کنندگان / ارائه دهندگان محصول، توزیع کنندگان، خرده فروشان
- ۲- تحلیل ارتباط بین زنجیره تامین و کارآفرینی، زنجیره تامین بستری برای: دسترسی به تامین کنندگان جدید، ارائه کالا / خدمات جدید، ورود به بازارها/مشتریان جدید، نوآوری در فرایندها و ساختارهای سازمانی جدید، تعریف زنجیره تامین کارآفرینانه
- ۳- مفاهیم مدیریت موجودی در زنجیره های تامین، محاسبه هزینه های مرتبط با نگهداری کالا، عرفی انواع کمبود در زنجیره های تامین، محاسبه هزینه های مرتبط با کمبود کالا تحلیل مدل EOQ
- ۴- طراحی سیستم مدیریت جریان اطلاعات تامین، طراحی سیستم پایش جریان مواد و قطعات، اهمیت و نقش موجودی در زنجیره تامین، شنایی با سیاست های مدیریت موجودی در زنجیره تامین، انواع مدل های تخفیف در زنجیره های تامین
- ۵- مدیریت موجودی های در شرایط عدم قطعیت بازار، سیاست نقطه ثابت سفارش، سیاست دوره ثابت سفارش، سیاست های ترکیبی (S,S)
- ۶- کاربرد علم داده در مدیریت زنجیره های تامین، طبقه بندی/خوشه بندی مشتریان زنجیره تامین، قوانین انجمنی و کاربردهای آن در زنجیره های تامین، علم داده و پیش بینی در زنجیره های تامین
- ۷- مدل های کسب و کار و زنجیره های تامین کارآفرینانه، طراحی زنجیره های تامین برای کسب و کارهای نوپا (Startups)
- ۸- طراحی قیمت گذاری هوشمندانه در زنجیره تامین، انواع مدل های قیمت گذاری هوشمندانه، رویکرد کارآفرینانه و مدل های قیمت گذاری هوشمند
- ۹- طراحی نظام شفاف جریان مالی در زنجیره، طراحی ERP در زنجیره های تامین، آشنایی با نرم افزارهای ERP
- ۱۰- طراحی نظام بهینه سازی پویا در زنجیره های تامین، معرفی مدل SCOR برای ارزیابی زنجیره های تامین
- ۱۱- طراحی مدل های شبیه سازی زنجیره های تامین، ارزیابی شاخص های عملکردی زنجیره تامین با شبیه سازی
- ۱۲- کارآفرینان و زنجیره های تامین، نقش برند در مدیریت زنجیره های تامین، توسعه محصولات/خدمات جدید در بستر زنجیره های تامین، زنجیره های تامین بستری برای کارآفرینان

۱۳- نقش مشتریان در طراحی نوآوری و رشد زنجیره های تامین، نقش تامین کنندگان در طراح نوآوری و رشد زنجیره های تامین، نقش توزیع کنندگان در طراحی نوآوری و رشد زنجیره های تامین

۱۴- فناوری اطلاعات و زنجیره های تامین، IOT، زنجیره های تامین و کارآفرینی، پردازش ابری و طراحی زنجیره های تامین

۱۵- زنجیره بلوکی، زنجیره تامین و کارآفرینی، ارزشها و کاربرد آن در طراحی و توسعه زنجیره های تامین

۱۶- طراحی زنجیره های تامین سبز، شفافیت و قابلیت ردیابی در زنجیره های تامین، طراحی قراردادهای هوشمند

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

کمک به ایجاد کسب و کارهای جدید و توسعه و رونق کسب و کارهای موجود است. در این درس به معرفی تکنولوژی های مدرن پرداخته و از آن به عنوان ابزاری برای طراحی مدل های نوآوری و رشد در زنجیره های تامین کسب و کارهای نوپا بهره گرفته خواهد شد

(ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال ۲۰ درصد

آزمون پایان نیم سال ۸۰ درصد

طرح	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

(چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱- ایجاد زنجیره های تامین کارآفرینانه، راهنمایی برای نوآوری و رشد، تالیف: ویلیام ب لی، ترجمه سید مجتبی سجادی، نرگس صادقی گنجه، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۶

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

3- Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies, Volume, David Simchi-Levi, Philip Kaminsky, Edith Simchi-Levi, McGraw Hill Professional, 2003

4- Watson, M., Lewis, S., Cacioppi, P., & Jayaraman, J. (2013). Supply chain network design: applying optimization and analytics to the global supply chain. Pearson Education.

5- Sabzevari, M., Sajadi, S. M., & Hadjimolana, S. M. (2020). Supply chain reconfiguration for new product development through risk management approach. Scientia Iranica. Transaction E, Industrial Engineering, 27(4), 2108-2126.

6- Nooraie, V., Fathi, M., Narenji, M., Parast, M. M., Pardalos, P. M., & Stanfield, P. M. (2020). A multi-objective model for risk mitigating in supply chain design. *International Journal of Production Research*, 58(5), 1338-1361.

7- Mohtashami, Z., Aghsami, A., & Jolai, F. (2020). A green closed loop supply chain design using queuing system for reducing environmental impact and energy consumption. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118452.

8-Shen, Z. (2007). Integrated supply chain design models: a survey and future research directions. *Journal of industrial and management optimization*, 3(1), 1.

عنوان درس به فارسی:		طراحی استقرار کسب و کارهای تولیدی و خدماتی	
عنوان درس به انگلیسی:		Designing the Establishment of Production and Service Businesses	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-		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:

هدف این درس آشنایی دانشجویان با انواع کسب و کار و فرایند ایجاد کسب و کار، رویکردهای فرایندی و شناختی به ایجاد کسب و کار، استراتژی ها و متدولوژی های ایجاد کسب و کار، راهبرد نوپای ناب، شبیه سازهای ایجاد کسب و کار است.

(ب) مباحث یا سرفصل ها:

- ۱- مبانی و مقدمات ایجاد انواع کسب و کار ( کسب و کار تولیدی ، خدماتی ، الکترونیکی ، اجتماعی ، خانگی ، ..)
- ۲- نگاه فرایندی به استقرار کسب و کارهای تولیدی و خدماتی، تفاوت ها و شباهت ها.
- ۳- برنامه ریزی استقرار کسب و کار ( مرحله پیش راه اندازی)
- ۴- برنامه ریزی استقرار کسب و کار ( راه اندازی)
- ۵- چیدمان در کسب و کارهای تولیدی
- ۶- چیدمان در کسب و کارهای خدماتی
- ۷- زنجیره ارزش در استقرار کسب و کار تولیدی
- ۸- زنجیره ارزش در استقرار کسب و کار خدماتی
- ۹- تهیه نقشه استقرار: مبانی و روش ها
- ۱۰- نقش علم داده و یادگیری ماشین دراستقرار کسب و کارهای نوپا
- ۱۱- مدیریت پروژه در استقرار کسب و کارهای نوپا
- ۱۲- تاثیر افزایش ظرفیت در چیدمان و استقرار
- ۱۳- راهبرد کسب و کار ناب (lean startup mythology) در استقرار
- ۱۴- ملاحظات خاص در راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان
- ۱۵- آشنایی با شبیه سازی فرایندهای چیدمان و استقرار اجزای کسب و کار
- ۱۶- آشنایی با فرایندها و نقش شتابدهنده ها در استقرار کسب و کارهای نوپا

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

- چگونگی شناخت انواع کسب و کارهای و فرایند ایجاد کسب و کارهای که با در نظر گرفتن هویت بعنوان یک اصل که پایه گذار راهبرد توسعه را بدنبال داشته باشند



- شناخت اهمیت کسب و کار در اسلام، شناخت نقش متقابل معنویت دینی و کسب و کار و شناخت مفاهیم اسلامی موثر بر کارآفرینی و کسب و کار مانند توکل، برکت، صبر، نیت، عمل صالح می باشد.

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۸۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱- احمدپور داریانی، محمود؛ "کارآفرینی - راه اندازی موفقیت آمیز یک کسب و کار، انتشارات دانشگاه تهران - ۱۳۹۸

- 2- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Currency.
- 3- 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.
- 4- Hindle, K., & Klyver, K. (Eds.). (2011). *Handbook of research on new venture creation*. Edward Elgar Publishing.
- 5- Keeley, L., Walters, H., Pikkell, R., & Quinn, B. (2013). *Ten types of innovation: The discipline of building breakthroughs*. John Wiley & Sons.
- 6- Afuah, A. (2014). *Business model innovation: concepts, analysis, and cases*. routledge.
- 7- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.
- 8- Polanka, S. (2013). Ebook access: Business models for subscription services. *Online searcher*, 37(2), 65
- 9- Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 4). Burr Ridge, IL: Irwin

عنوان درس به فارسی:		طراحی کسب و کارهای پلتفرمی	
عنوان درس به انگلیسی:		Designing the Platform Businesses	
دروس پیش نیاز:	-	نوع درس و واحد	پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
دروس هم نیاز:	-		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:

یادگیری هنر طراحی پلتفرم‌های پایدار باهدف سودمندی اجتماعی و در راستای اهداف اقتصاد ملی، آشنایی با رویکردهای بدیل در طراحی پلتفرم مانند پلتفرم‌های اجتماع محور و مشارکتی، تمرین عملی طراحی نمونه اولیه یک پلتفرم

(ب) مباحث یا سرفصل‌ها:

- ۱- معرفی: مبانی تفکر پلتفرمی و رویکردهای انتقادی و بدیل
- ۲- پلتفرم‌ها: تعاریف و گونه‌شناسی، سلطه پلتفرم‌ها و بحران سرمایه داری جهانی
- ۳- سرمایه داری پلتفرمی در مقابل تعاونی پلتفرمی، پلتفرم‌های اجتماع محور، پلتفرم‌های مشارکتی و عمومی
- ۴- طراحی پلتفرم: اصول، مراحل، استراتژی و اشتباهات رایج
- ۵- مدل‌های کسب و کار پلتفرمی (دو مدل پایه)
- ۶- قدرت پلتفرم: اثر شبکه، انواع اثر شبکه (مثبت و منفی، مستقیم و غیرمستقیم)
- ۷- اصول طراحی پلتفرم‌های موفق
- ۸- مراحل طراحی پلتفرم و اشتباهات رایج در طراحی پلتفرم‌ها
- ۹- مدل‌های درآمدی پلتفرم‌ها و شیوه رقابت آن‌ها با یکدیگر، قیمت‌گذاری خدمات پلتفرم
- ۱۰- طراحی پلتفرم و رقابت فروشندگان، طراحی پلتفرم و تنوع محصول
- ۱۱- طراحی سیستم ثبت بازخورد و طراحی سیستم رتبه بندی محصول
- ۱۲- طراحی سیستم توصیه و پیشنهاد خرید، طراحی پلتفرم و کلان داده‌ها
- ۱۳- حکمرانی، تنظیم گری و خط مشی گذاری پلتفرم‌ها
- ۱۴- پلتفرم‌ها و سیاست‌های مالیاتی، سیاست‌های رقابت بین پلتفرم‌ها، سیاست ملی کردن پلتفرم‌ها، سیاست‌های مربوط به حریم خصوصی
- ۱۵- تجربه‌خوانی پلتفرم‌های ایرانی، پلتفرم‌هایی مانند اسنپ، دیجی کالا، باسلام، شیپور و... [مثال‌ها می‌تواند به اقتضای زمان تغییر کند]
- ۱۶- تمرین عملی: پیشنهاد می‌شود برای این بخش هر دانشجو یک ایده را انتخاب کرده و نمونه اولیه یک پلتفرم را طراحی کند.

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

طراحی پلتفرم‌های پایدار باهدف سودمندی اجتماعی و در راستای اهداف اقتصاد ملی، آشنایی با رویکردهای بدیل در طراحی پلتفرم مانند پلتفرم‌های اجتماع محور و مشارکتی، تمرین عملی طراحی نمونه اولیه یک پلتفرم

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال ۲۰ درصد

آزمون پایان نیم‌سال ۸۰ درصد

طرح	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی	نوشتاری		
*	*	*	*	*

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

کار عملی با کمک نرم افزارهای مناسب این کار برای شبیه سازی فروش و خرید و درآمد زایی در یک کسب و کار

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱. جفری پارکر، مارشال فن آلستین، سانگیت پائول چادری (۱۳۹۹). انقلاب پلتفرم، ترجمه مصطفی طهماسبی، فائزه گرایلی، تهران، انتشارات دنیای اقتصاد.
۲. نیک سرنیچک (۱۳۹۹). سرمایه‌داری پلتفرمی (چگونه سرمایه‌داری جدید خود را با پلتفرم‌ها، استارت‌آپ‌ها و اقتصاد دیجیتال بازتولید می‌کند؟)، ترجمه مجید سلیمانی ساسانی، تهران، انتشارات امیرکبیر
۳. احمد جعفرنژاد، حسین فرخی، لیلا فرخی (۱۴۰۰)، کسب و کارهای پلتفرمی، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
۴. داتیس خواجه‌نیا (۱۳۹۸)، درآمدی بر مدیریت شبکه‌های اجتماعی و کسب و کارهای پلتفرمی، تهران، ادیبان روز.
۵. نسیم بنایی (۱۳۹۶). استارت‌آپ به سبک ایرانی، تهران، نشر امین‌الضرب.
6. Belleflamme, P., & Peitz, M. (2021). The Economics of Platforms: Concepts and Strategy. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/9781108696913
7. Cusumano, Michael A., Annabelle Gawer, and David B. Yoffie (2019). The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power. Harper Business.
8. David S. Evans and Richard Schmalensee, Matchmakers: The New Economics of Multisided
9. Platforms (Boston: Harvard Business Review Press, 2016).
10. Trebor Scholz and Nathan Schneider (2017). Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, a New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet.
11. Luca Belli and Nicolo Zingales Prefaces by David Kaye and Julia Reda (2017). Platform Regulations How Platforms are Regulated and How They Regulate Us, United Nations Internet Governance Forum.

