

برنامه دروس کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی – گرایش مدیریت بازاریابی و صادرات

ردیف	عنوان درس	واحد	پیشنیاز
دروس اختصاصی			
۱	مدیریت سازمانهای پیچیده (دیدگاه استراتژیک)	۲	
۲	حسابداری مدیریت	۲	
۳	بازاریابی	۲	
۴	مهارت‌های عمومی مدیریت	۲	
۵	روش تحقیق پیشرفته	۲	
۶	مدیریت تکنولوژی و نوآوری	۲	
۷	سیستم های اطلاعات مدیریت	۲	
۸	مسائل جاری مدیریت	۲	
۹	تحلیل رفتاری و مدیریت منابع انسانی	۲	
۱۰	بازرگانی بین الملل	۲	
دروس اختیاری			
۱۱	تحقیقات بازاریابی	۲	
۱۲	کارآفرینی و توسعه کسب و کار	۲	
۱۳	مدیریت استراتژیک بازاریابی	۲	
۱۴	پایان نامه	۶	
جمع		۳۲	

رئوس مطالب درسی

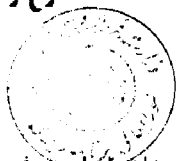
و

منابع درسی



عنوان درس : مدیریت سازمانهای پیچیده : دیدگاه استراتژیک

تعداد واحد : ۳ پیش نیاز : نوع واحد : نظری



هدف :

تشریح مفاهیم و تئوریهای اساسی و فرآیند مدیریت سازمانهای پیچیده از دیدگاه استراتژیک و آشنا کردن مدیران سطوح مختلف اینگونه سازمانها با وظایف خویش در زمینه سیاست گزارای و اجرای سیاستهای سازمان . این درس چهارچوبی برای ارتباط و انسجام سایر مواد برنامه ارائه می دهد .

رئوس مطالب :

- مفهوم مدیریت استراتژیک در سازمانهای پیچیده
- تئوریهای زیربنایی مدیریت استراتژیک شامل نظریه سیستمه ، رویکرد اقتضائی ، یادگیری سازمانی ، مفاهیم مختلف اثربخشی و کارآئی .
- مفهوم کارآفرینی و نقش آن در تدوین استراتژی
- فرآیند برنامه ریزی استراتژیک
- تجزیه و تحلیل محیط سازمان
- چگونگی شناخت نقاط قوت و ضعف سازمان
- نظریات مربوط به فرآیند تصمیم گیری و انتخاب استراتژی
- چگونگی برنامه و طرح ریزی عملیاتی به منظور اجرای برنامه های استراتژیک
- طراحی ساختار سازمان برای اجرای استراتژی
- طراحی نظام کنترل و اطلاعات مناسب جهت اجرای استراتژی
- نظریه های مربوط به نوآوری و تحول در سازمانها
- مفهوم فرهنگ سازمانی
- اهمیت و نقش رهبری در مدیریت استراتژیک

منابع درسی:

گزیده ای از مباحث کتب زیر همراه با مقالات مرتبط با موضوعات درسی :

- 1- "The Executive Guid to strategic planning "patrick J.Below,
et,al. Jossey Strategic - Bass 1987.
- 2- "Organization Theory and Design "Richard L.Daft, West
Publishing Co 1992.
- 3- "Organizational Architecture: Designs for Changing
Organization" David A.Nadler et,al. Jossey - Bass , 1992



عنوان درس : تحلیل رفتاری و مدیریت منابع انسانی



نوع درس: تئوری

تعداد واحد: ۳ پیش نیاز:

هدف:

تشریح مفهوم مدیریت استراتژیک منابع انسانی متغیرهای اصلی و فرآیند طراحی و استقرار یک نظام کارآمد مدیریت منابع انسانی از طریق استفاده وسیع از یافته‌های علوم رفتاری. انتظار آنست که تلفیق مباحث تحلیل رفتاری و مدیریت منابع انسانی زمینه را برای استفاده موثر از ابزارهای تحلیل رفتاری در مدیریت منابع انسانی فراهم کند.

رئوس مطالب :

- اهمیت منابع انسانی و نقش آن در توفیق استراتژیهای سازمان
- مفهوم مدیریت استراتژیک منابع انسانی
- ضرورت شناخت رفتار سازمانی برای مدیریت موثر منابع انسانی
- تکنوریهای اساسی رفتار فردی : یادگیری، ادراک، نگارش، شخصیت و انگیزش
- پویایی شناسی گروه
- اثر ساخت و فرهنگ سازمان بر رفتار سازمانی
- فرآیند و الگوی برنامه ریزی استراتژیک در مدیریت منابع انسانی
- عناصر اصلی (حدود مشارکت کارکنان و سازماندهی کار، نظام پاداش نظام جذب بهسازی و پرورش نیروی انسانی) در انتخاب الگوی مدیریت منابع انسانی
- ویژگیها و آثار اصلی یک الگوی کارآمد مدیریت استراتژیک منابع انسانی
- الگوهای رهبری و هدایت منابع انسانی

منابع درسی:

گزیده ای از مباحث کتب زیر همراه با مقالات مرتبط با موضوع درس :

- 1- "Managing Human Assets" Michael Beer, et al. The Free Press. 1984
- 2- "Understanding Organizational Behavior; A Managerial Viewpoint" Robert E. Callahan et al. Charles and Merrill Publishing. 1986

عنوان درس : حسابداری مدیریت

نوع واحد : نظری



تعداد واحد : ۲ پیش نیاز :

هدف :

معرفی حسابداری به عنوان بخشی مهم از نظام اطلاعات مدیریت و اهمیت آن به عنوان ابزار موثر برنامه ریزی و کنترل های استراتژیک و عملیاتی موسسه

رئوس مطالب :

- کلیات حسابداری مدیریت : نقش حسابداری مدیریت در تصمیم گیری مدیران - مفاهیم اساسی حسابداری مدیریت
- تجزیه و تحلیل اقلام بهای تمام شده : اقلام ثابت، متغیر، مختلط، نیمه متغیر و نیمه ثابت - تشریح روش های برآورد بهای تمام شده - نقطه سربه سر
- اقلام بهای تمام شده و تصمیم گیری: نقطه بی تفاوتی و مقایسه آن با نقطه سربه سر - تصمیم به خرید یا ساخت - تصمیم های مربوط به سفارش های مخصوص قیمت گذاری - تصمیم های مربوط به محصولات مشترک
- بودجه ریزی: اهداف، مفاهیم اصلی و کلیات بودجه ریزی - مراحل تهیه بودجه - انواع بودجه
- سیستم های کنترل: مفاهیم کنترل، حسابداری سنجش مسئولیت، نحوه کنترل هزینه و درآمدها
- گزارش های کنترل و تجزیه و تحلیل انحرافات از بودجه

منابع درسی:

- گزیده ای از مباحث کتب زیر همراه با مقالات مرتبط با موضوع درس :
- ۱- "اصول و مفاهیم مالی برای مدیران غیرمالی" - مولف: پرویز بختیاری - بهرام شاهنده - ناشر: سازمان مدیریت صنعتی ۱۳۶۷
 - ۲- "حسابداری مدیریت" - ترجمه و تالیف: دکتر رضا شهابنگ - ناشر: مرکز تحقیقات حسابداری و حسابرسی سازمان حسابرسی ۱۳۷۰
 - ۳- "گزارش تغییرات در وضعیت" - ناشر: سازمان حسابرسی
 - ۴- "اصول حسابرسی جلد ۱ و ۲" - ناشر: سازمان حسابرسی ۱۳۷۱
 - ۵- "حسابداری صنعتی برنامه ریزی و کنترل جلد ۱ و ۲" - ناشر: سازمان حسابرسی ۱۳۶۴

عنوان درس : مدیریت تکنولوژی و نوآوری

نوع واحد : نظری



تعداد واحد : ۲

هدف :

آشنائی بانقش و جایگاه تکنولوژی و نوآوریهای تکنولوژیک در بقاء و رشد
بنگاههای اقتصادی. تشریح الزامات سازمانی مدیریت تکنولوژی و نوآوری

رئوس مطالب :

- رویکرد سیستمی به مدیریت تکنولوژی
- نقش استراتژیک تکنولوژی و نوآوریهای فنی در بقاء و رشد سازمانها : طرح موارد
عینی (Cases)
- مسائل مدیریت تکنولوژی: انتقال، کاربرد، ابداع و توسعه تکنولوژی
- مسائل انتقال تکنولوژی در سطح بنگاه و سطح ملی
- فرآیند ابداع و توسعه تکنولوژی
- فرآیند نوآوری و خلاقیت
- مدیریت کادر حرفه‌ای و پژوهشگر
- استفاده موثر از تکنولوژی و الزامات سازمانی آن

منابع درسی :

کزیده‌ای از مباحث کتب زیر همراه با مقالاتی مرتبط با موضوع درس :

- 1- "Managing Professionals in Innovative Organizations". Ralph Katz
Harper Business, 1988
- 2- "The creative Corporation" Karl Albrecht, and Steven Albrecht.
Dow Jones - Irwin 1987
- 3- "The Innovation Formula How Organizations Turn Change into
Opportunity". Micheal Roberts & Allan Weiss. Harper & Row. 1988
- 4- "Readings & Cases in the Management of New technology : An
Opertions Perspective". Hamid Noori and Russell Radford
Prentice Hall, 1990.

عنوان درس : بازاریابی

تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری



هدف :

آشنایی با تئوریها، فرآیند روشهای رایج بازاریابی و بازاریابی و نقش و اهمیت بازاریابی در تحقق اهداف موسسه.

رئوس مطالب :

- ۱ - ساختار تجارت ایران
- ۲ - بازاریابی و بازاریابی و نقش آنها در تجارت داخلی
- ۳ - بازاریابی خدمات و نقش آن در تجارت داخلی
- ۴ - آشنایی با محصولات و تولیدات در ایران
- ۵ - سیستمها و روشهای قیمت گذاری و کاربرد آنها در شرکت های ایرانی
- ۶ - بررسی سیستم توزیع و الگوهای آن
- ۷ - مدیریت بازاریابی جامع و نقش آن در تجارت امروز ایران
- ۸ - نقش و اهمیت نمایشگاهها و مناطق آزاد در تجارت داخلی

منابع درسی :

کزیدهای از کتب زیر توأم با مقالات مرتبط با درس :

- 1- "Marketing" Erie N. et,al. 1992
- 2- "Marketing Management" David W.Craven, et.al Irwin, 1989
- ۳ - " مدیریت بازار و بازاریابی " : دکتر ابراهیمی - دکتر روستا - دکترینوس - انتشارات سمت (در حال انتشار)

عنوان درس: بازرگانی بین المللی

نوع واحد: نظری



تعداد واحد: ۲

هدف:

آشنائی با تئوریها و روشهای متعارف تجارت و کسب و کار بین المللی. آشنائی با ابعاد کوناگون محیط بین المللی و نهادهای مهم مالی - تجاری موثر بر کسب و کار بین المللی.

رئوس مطالب:

- ۱ - تعاریف و اهمیت مدیریت بازرگانی بین المللی
- ۲ - ابعاد شرایط محیطی بین المللی: ابعاد قانونی، سیاسی، اقتصادی و....
- ۳ - تئوریهای تجارت بین الملل
- ۴ - نقش دولتها و سیاستهای ملی در تجارت بین الملل
- ۵ - سرمایه گذاریهای مستقیم خارجی
- ۶ - روشهای تعیین نرخ برابری ارز
- ۷ - بازارها و سازمانهای بین المللی
- ۸ - اتحادیههای تجاری منطقه‌ای
- ۹ - نقش شرکتهای چندملیتی در تجارت بین الملل
- ۱۰ - تامین و تخصیص منابع، استراتژی تولید و صادرات در سطح جهانی
- ۱۱ - ارزیابی کشورها و بازارها جهت فعالیتهای کوناگون
- ۱۲ - ترتیبات ترجیحی تجارت
- ۱۳ - تجارت بین الملل و توسعه اقتصادی

منابع درسی:

کزیده‌ای از کتب زیر توأم با مقالات مرتبط با درس:

- ۱ - "تجارت بین الملل - نظریه‌ها و سیاستهای بازرگانی": تالیف: دکتر سید جواد پورمقیم - نشرنی ۱۳۷۰
- 2 - "World Trade and Payments" Caves, Frankel, and Jones Harper Collins 1990
- 3 - "International marketing and Export Management" Greald Albaum. et, al Addison Wesley, 1989

عنوان درس: سیستم‌های اطلاعات مدیریت

نوع درس: نظری (1) عملی (1)



تعداد واحد: ۲ پیش نیاز:

هدف:

آشنایی با اهمیت سیستم اطلاعات مدیریت و نقش آن در بهبود کارآئی، اثربخشی و "آلا" کسب مزیت رقابتی. آشنایی با چگونگی طراحی و استقرار یک نظام اطلاعات مدیریت در حد نظارت عالی به برکار کارشناسان. کسب قابلیت عملی استفاده موثر از سیستم اطلاعات مدیریت.

رئوس مطالب:

- مفهوم ماهیت و ابعاد اطلاعات: تعریف اطلاعات - سطوح مدیریت و استفاده از اطلاعات (اطلاعات داخلی - اطلاعات خارجی - اطلاعات خلاصه شده - اطلاعات تفصیلی) - غنا و کمیت اطلاعات - انواع و انواع تکنولوژیهای تولید و ویژگیهای اطلاعاتی و سطوح مختلف تصمیم گیری.
- ماهیت و انواع سیستمهای اطلاعاتی: مفهوم سیستم اطلاعاتی، تعریف کاربران (End Users) سیستمهای اطلاعاتی - انواع سیستمهای اطلاعاتی: سیستمهای عملیاتی (TPS) - گزارشات مدیریت - (IRS) - دستیار تصمیم گیری (DSS) - سیستم خبره (ES) و هوش مصنوعی (AI) - سیستم اطلاعات مدیریت عالی (EIS) - سیستمهای مکانیزاسیون اداره (Office Automation)
- مراحل تحلیل و طراحی سیستمهای اطلاعاتی: روشهای مختلف طراحی سیستم اطلاعاتی - روش چرخه عمر (SDLC) و مراحل آن - نمونه‌ای از سیستم اطلاعاتی محصول این روش - روش نمونه سازی (Prototyping) - روش تکاملی تحلیل و طراحی سیستم اطلاعاتی - روش استفاده مستقیم از بسته‌های نرم افزاری - روش طراحی سیستم توسط کاربران نهایی - نقش و شرح وظایف آنالیز و طراحی یک سیستم اطلاعاتی
- مسائل اجرایی سیستمهای اطلاعاتی: زیربنای شبکه انتقال اطلاعاتی (LAN - WAN) زیربنای یکپارچه سازی اطلاعات (Integrated Database) - لیست کنترل برای مدیران
- معرفی نمونه سیستمهای مختلف اطلاعات مدیریت و چگونگی استفاده موثر از سیستمهای مذکور

منابع درسی :

گزیده از کتب زیر توأم با مقالات مرتبط با درس :

- 1 - Information System In Management (fourthe ed) James A.Senn.
Wadsworth publishing Co. 1990
- 2 - Business Data Communication:
Business Concept, Security and Design
Jery Fitzgerald, John Wiley & sons



عنوان درس: مهارت‌های عمومی مدیریت

پیش نیاز:

تعداد واحد: ۴ نوع واحد: نظری: (۱) عملی: (۳)

هدف:

تلفیق علم و عمل از طریق تشریح فنون و مهارت‌های عمومی مدیریت و ایجاد زمینه جهت کسب قابلیت‌های عملی در استفاده از فنون مذکور از طریق کارگاه آموزشی.

رئوس مطالب:

تشریح فرآیند و ابزارهای خودیاری و کسب قابلیت‌های عملی در زمینه‌های زیر:

- خویشتن شناسی و خود آگاهی
- مدیریت زمان
- کنترل استرس
- تصمیم گیری و مشکل کشایی خلاقه
- تصمیم گیری گروهی
- سازماندهی برای مشارکت و کار گروهی
- رهبری گروه
- حل تضادهای گروهی و فردی
- مذاکره و میانجی گری
- گزارش نویسی، تلخیص و ارائه گزارش
- سخنرانی و مباحثه مطبوعاتی
- تندخوانی
- سایر فنون مدیریت



منابع درسی:

گزیده ای از مباحث کتب زیر همراه با مقالات مرتبط با موضوع درس :

- 1- "Developing Management Skills" David A. Whetten and Kim S Cameron Harper Collins, 1991.
- 2- Becoming A Master Manager: A Competency Framework. Robert . E.Quinn, et,al. John Wiley & Son,1990.
- 3- "The Emprowred Manager": Political Skills At Work"peter Black Jossey-Bass.1989

عنوان درس: مسائل جاری مدیریت اجرایی واحدهای تولیدی، خدماتی و طرحهای عمرانی

تعداد واحد: ۳ پیش نیاز: نوع واحد: نظری

هدف:

آشنائی با مسائل جاری مدیریت بتگاههای تولیدی و خدماتی و طرحهای عمرانی و تبادل نظر درباره علل و عوامل و راه حلهای احتمالی مشکلات مذکور

رئوس مطالب:

این درس از طریق تشکیل جلسات سخنرانی و پرسش و پاسخ و میزگرد با شرکت مدیران واحدهای تولیدی، خدماتی و طرحهای عمرانی و نیز مسئولین سیاست گذاری کشور در زمینههای مختلف ارائه می شود. جلسات به صورت مجموعه ای از سخنرانیها و میزگردهای مرتبط بایک موضوع / مسئله (اصطلاحاً " سمپوزیوم) تشکیل خواهد شد تا مشکلات مطرح شده بادیگهای سیستمی و از ابعاد گوناگون مورد بحث قرار گیرد. این رویکرد وسیله مناسبی برای ایجاد ارتباط و نزدیکی میان دروس مختلف و میان تئوری و عمل است.

منابع درسی:

منابع این درس از میان گزارشهای مسئولین، مقالات روز و نیز مقالاتی که از پژوهشهای دانشجویان تهیه می شود انتخاب خواهد شد.



عنوان درس: تحقیقات بازاریابی



نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ پیش نیاز:

هدف:

ایجاد و تقویت روحیه تحقیق باوری، بالا بردن توان تجزیه و تحلیل مسائل بازاریابی و صادرات و نشان دادن راههای دست یابی به اطلاعات حیاتی جهت برنامه ریزی استراتژیک در زمینه بازاریابی و صادرات

رئوس مطالب:

- نقش تحقیقات بازاریابی در تنظیم استراتژی بازاریابی
- فرآیند و دیدگاههای تحقیق - نمونه ای از طرح تحقیق در زمینه بازاریابی
- سازماندهی برای تحقیقات بازاریابی
- دامنه تحقیقات بازاریابی: تحقیق درباره کالاها و خطوط تولیدی، درباره قیمت، درباره سیستم توزیع، درباره چگونگی ترفیع و ترویج کالا، درباره بازار و مصرف کنندگان و درباره فروش
- منابع اطلاعات: منابع اولیه - منابع ثانویه داخلی و خارجی
- روشهای گردآوری اطلاعات: مشاهده، مصاحبه، پرسشنامه
- تجزیه و تحلیل و نتیجه گیری از اطلاعات و تهیه گزارش
- مسائل تحقیقات بازاریابی در ایران

منابع درسی:

گزیده ای از کتب زیر توأم با مقالات مرتبط با درس:

- ۱ - تحقیقات بازاریابی - دکتر ابراهیمی - دکتر روستا - دکتر ونوس - انتشارات سمت (در حال انتشار)
- 2- International Marketing Research, Susan P. Douglas & C. Samuel Craig, Prentice Hall 1989
- 3- Consumer Behaviour Leon G. Schiffman & Leslie L. Kanuk, Prentice Hall 1993

عنوان درس: مدیریت استراتژیک بازاریابی

نوع واحد: نظری



تعداد واحد: ۲ پیش نیاز:

هدف:

ایجاد زمینه جهت رویکرد استراتژیک به مسئله بازاریابی و حضور در بازارهای بین المللی، این درس به عنوان چهارچوبی جهت یکپارچگی سایر دروس این مجموعه اختیاری در نظر گرفته شده است.

رئوس مطالب:

- اهمیت رویکرد استراتژیک به بازاریابی - رابطه استراتژی بینگاه و استراتژی بازاریابی
- فرآیند برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی
- تحلیل موقعیت: چگونگی تقسیم بازار - تحلیل منحنی عمر کالا - جایگاه محصول در بازار
- نقش و شیوه های قیمت گذاری محصول
- انتخاب استراتژیها: استراتژیهای محصول - بازار، استراتژی نوآوری، استراتژی کالای جدید
- ساختار توزیع و سیستم توزیع فیزیکی
- ترفیع و ترویج محصول - چگونگی ارتباطات بازاریابی
- اجرای طرحهای استراتژیک و الزامات سازمانی آن
- نکات قابل توجه در بازاریابین المللی

منابع درسی:

گزیده ای از کتب زیر توأم با مقالات مرتبط با درس:

- 1- "Strategic Industrial Marketing" Peter M. Chisnal Prentice Hall 1989
- 2- "Marketing Management & Strategy" Philip Kotler Prentice Hall 1992

روش تحقیق پیشرفته*

داشکده: علوم اداری و اقتصادی	گروه آموزشی: مدیریت
تعداد واحد: ۲	نوع درس (اختیاری، فزاسی و ...): الزامی
دروس پیش نیاز یا هم نیاز: ندارد	

اجزایات سر فصل:

- ۱- کلیات و مفاهیم
- ۲- طرح تحقیق و نحوه طراحی آن (بنا بر مسأله، فرضیه، نمونه و جامعه آماری، ابزار جمع آوری داده ها، ...)
- ۳- تحقیقات کمی و کیفی
- ۴- مدل مفهومی و تئوریکتی تحقیق
- ۵- تجربه و تحلیل داده ها
- ۶- آشنایی با نرم افزارهای مرتبط
- ۷- نحوه ارساع و استفاده از آثار دیگران
- ۸- اخلاق در پژوهش

مرجع (حداقل ۲ مورد و نیسی از آنها باید در ۵ سال اخیر چاپ شده باشد)

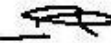
- 1- **Sunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2003). *Research methods for business students*. London: Prentice Hall**
- 2- **Gray, D.E. (2010). *Doing research in the real world* (2nd ed.). London: Sage.**
- 3- **Sekaran, U., & Borgie, R. (2010). *Research methods for business: A skill building approach* (5th ed.). USA: Wiley.**
- 4- **Babbie, E. (2007). *The practice of social research* (11th ed.). USA: Thomson Wadsworth**
- ۵- **سرمد، زهره، بازرگان، عباس، حجازی، الهه. (۱۳۷۶). روشهای تحقیق در علوم رفتاری. (چاپ اول). انتشارات آگه**
- ۶- **حافظ نیا، محمد رضا. (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی (تجدید نظر اساسی با اضافات). (چاپ مقدمه). انتشارات سمت**

عنوان درس *

کارآفرینی و توسعه کسب و کار

دانشکده علوم اداری و اقتصادی	گروه آموزشی: مدیریت
تعداد واحد: ۲ واحد	نوع درس (اختیاری، الزامی و ...): الزامی
دروس پیش نیاز با هم نیاز: ندارد	
(جزئیات سر فصل):	
۱- کارآفرینی و ریشه های تاریخی آن ۲- رویکردهای مختلف در مطالعه کارآفرینی ۳- ویژگیهای شخصیتی کارآفرینی ۴- ویژگیهای جمعیت شناختی کارآفرینان ۵- مقایسه قابلیت کارآفرینی کشورها به لحاظ توسعه کسب و کار ۶- طراحی و مدیریت کسب و کار ۷- مقدمات راه اندازی کسب و کار ۸- اهمیت و ضرورت طرح کسب و کار ۹- مراحل نوشتن طرح کسب و کار ۱۰- وضعیت کسب و کار در ایران مراجع (حدافل ۲ مورد و بومی از آنها باید در ۵ سال اخیر چاپ شده باشد)	
۱- کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها) (۱۳۸۱). محمد احمد پور. انتشارات پردیس ۲- ابزار سنجش ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ایرانی. (۱۳۸۶). دکتر سیدالله کردنالیج. دکتر محمد رضا زالی، دکتر حیدر علی هومرانی، شهاب الدین شمس. انتشارات تربیت مدرس دانشگاه تربیت مدرس	
3- Fayolle, A. (2009). Entrepreneurship and New Value Creation, Cambridge. 2 nd 4- Casson, A. (2010). Entrepreneurship, Theory, Networks, History Edward Elgar. 5 th 5- Barrow, C. ; Barrow, P.; Brown, R. (2012). The business plan work book. London. 7 th 6- Mullins, J. (2010). The new Business road test. 3 rd . London. Pearson.	

تاریخ تصویب در کمیته برنامه ریزی درسی گروه مربوط:


 امضاء مدیر گروه:

تاریخ تصویب در کمیته تخصصی برنامه ریزی درسی مربوط:

امضاء مسئول کمیته تخصصی:

تاریخ تصویب در شورای برنامه ریزی درسی دانشگاه:

امضاء رئیس شورای برنامه ریزی درسی:

تأیید ۲ نفر متخصص یا صاحب نظر

نام و نام خانوادگی: مجتبی کاظمی

نام و نام خانوادگی: علیرضا خوراکیان

امضاء:

امضاء:

	گروه در مجموعه دروس اختیاری	جدید:	
در برنامه مصوب رشته: گرایش: مصوب سال:	در برنامه مصوب رشته: گرایش: مصوب سال:	جایگزین درس:	وضعیت درس پیشنهادی
از برنامه مصوب رشته کارشناسی رشته مدیریت اجرایی تمام گرایش ها مصوب سال ۱۳۸۲		اصلاح درس: مدیریت طرحهای توسعه	
در برنامه مصوب رشته: گرایش: مصوب سال:		حذف درس:	
سایر موارد: اسم و سر فصل درس تغییر نمی یابد.			