



## عنوان درس: بازاریابی خدمات

دوره MBA

استاد مربوطه: دکتر هادی شاهی

مباحثی که در این درس مورد بررسی قرار می گیرد

- مقدمه ای بر بازار
- تعریف بازار
- ویژگی های منحصر به فرد خدمات
- آمیخته های بازار یابی خدمات
- برای مزیت خدمات
- مزیت خدمت و خدمت برتر PROMPT مدل
- الزامات یک سازمان خدماتی پویا
- عوامل مهم ممیزی خدمات
- معیارهای ارزیابی " نتیجه " و " تجربه " خدمت



## عنوان درس: روش های کمی در تصمیم گیری مدیران

دوره MBA

استاد مربوطه: دکتر فریبرز دخیان

مباحثی که در این درس مورد بررسی قرار می گیرد

- تعریف مفاهیم تصمیم گیری
- انواع تصمیمات از دیدگاه سازمانی و استراتژیک
- تفاوت انواع تصمیمات از نگاه مدیریتی
- روش های مربوط به تدوین فرآیند تصمیم گیری
- ترسیم فرآیند تصمیم گیری با تحلیل مربوطه
- بیان مدل درخت تصمیم گیری به همراه کار کلاسی و عملی
- بیان مدل SWOT به همراه کار کلاسی و عملی
- بیان مدل Marketing plan به همراه کار کلاسی و عملی
- بیان مدل NPV با بیان ذکر مثال در کلاس
- بیان مدل نقطه سر به سر با ذکر مثال در کلاس



## عنوان درس: فن بیان و ارتباط موثر

دوره MBA

استاد مربوطه: مهندس هادی میری

مباحثی که در این درس مورد بررسی قرار می گیرد

- کنترل ترس از سخنرانی
- ایده نویسی
- بهترین روش های شروع
- فرمول abcc
- فرمول ۳t
- ساختار سخنرانی گزارشی
- تکنیک برف پاک کن و تزیین سخنرانی
- بزرگترین اشتباهات حرف زدن در جمع
- لوازم کمکی سخنرانی
- چگونه از پاورپوینت حرفه ای استفاده کنیم
- روش های بحث و مجادله



## عنوان درس: حقوق برای مدیران

دوره MBA

استاد مربوطه: استاد سید مهدی هادوی

مباحثی که در این درس مورد بررسی قرار می گیرد

- مبانی حقوق
- اسناد
- اسناد تجاری
- حقوق کار
- مراجع اداری
- قراردادها
- حل اختلاف



## عنوان درس: استراتژی سازمان های موفق و ناموفق

دوره MBA

استاد مربوطه: دکتر مهدی مهدویان

مباحثی که در این درس مورد بررسی قرار می گیرد

- مفهوم استراتژی
- تفکر استراتژیک
- استراتژی ها در عمل
- ماموریت و چشم انداز سازمانی
- بررسی عوامل داخلی و خارجی موفقیت ساز
- بررسی و انتخاب استراتژی



## عنوان درس: اصول بازاریابی

دوره MBA

استاد مربوطه: دکتر هادی طاهرپور کلانتری

مباحثی که در این درس مورد بررسی قرار می گیرد

- مفاهیم اساسی بازاریابی
- انواع تقاضا و مدیریت تقاضا
- فلسفه مدیریت بازاریابی
- انواع بازار و مختصات بازاریابی آن
- شناسایی محیط بازاریابی
- الگوهای تقسیم بازار
- استراتژی های پورتر تبیین مسیر بازاریابی
- متغیرهای موثر بر رفتار مصرف کننده