

سرفصل ها و منابع دروس دوره MBA – DBA موسسه آموزش عالی آزاد امین

درس : CRM

استاد محترم: استاد هادی شاهی

جلسه	سر فصل	منبع
۱	فلسفه مشتری مداری	سید رسول ردائی.(کتاب تمرین رفتار با مشتری)فصل ۱
۲	اهمیت مشتری	سید رسول ردائی.(کتاب تمرین رفتار با مشتری)فصل ۲
۳	ارزش مشتری	مشتری مداری.اندی بروس.ترجمه محمدرضا جباری.فصل ۳
۴	تعریف مشتری	کتاب اصول بازاریابی.ترجمه فروزنده فصل ۱
۵	راهکار های رسیدن به رضایت مشتری	کتاب بازاریابی فیلیپ کاتلر فصل ۸
۶	مدیریت شکایات مشتریان	کتاب ارتباط با مشتری .ترجمه علی پارسیان.فصل ۶
۷	اندازه گیری رضایت مشتری CSM	کتاب بازاریابی خدمات.نویسنده ونوس داور فصل ۵
۸	روش های تشکیل سازمان مشتری مدار	کتاب ارتباط با مشتری. نویسنده کارترایت ترجمه علی پارسائیان فصل ۸

پروژه پیشنهادی به دانشجو: یک شرکت خدماتی مدل و ساختار CSM را طراحی کرده و شرح دهید.

سرفصل ها و منابع دروس دوره MBA – DBA موسسه آموزش عالی آزاد امین

درس: مدیریت استراتژیک پیشرفته

استاد محترم: دکتر هادی کریمی

جلسه	سر فصل	منبع
۱	ادبیات و مبانی و مفاهیم مدیریت استراتژیک پیشرفته	مدیریت استراتژیک: دکتر صائبی
۲	تدوین چشم انداز	برنامه ریزی استراتژیک: پیرس رابینسون. ترجمه دکتر پارسائیان
۳	ادامه تدوین چشم انداز	برنامه ریزی استراتژیک: پیرس رابینسون. ترجمه دکتر پارسائیان
۴	مکانیسم تدوین ماموریت , SRP	برنامه ریزی جامع استراتژیک: دکتر علی احمدی
۵	هویت و ماهیت استراتژی هاو استخراج تجویزی استراتژی ها	مدیریت استراتژیک: فرد آر دیوید. ترجمه دکتر اعرابی
۶	استراتژی های سازمانی و انواع آن	برنامه ریزی استراتژیک: رابینسون. ترجمه دکتر اعرابی
۷	مدل های پیشرفته استخراج استراتژی	استراتژی های پیشرفته بازار: دکتر روستا
۸	مدل تمایز استراتژیک پرتر(زنجیره ی ارزش)	برنامه ریزی جامع استراتژیک: دکتر علی احمدی. انتشارات دانشگاه تهران

پروژه پیشنهادی به دانشجو: هر درس به صورت عملیاتی و جداگانه تمرین و تحقیق ارائه می شود.

سرفصل ها و منابع دروس دوره MBA – DBA موسسه آموزش عالی آزاد امین

درس: حقوق تجارت

استاد محترم: سید مهدی هادوی

جلسه	سر فصل	منبع
۱	کلیات قانون تجارت و منابع قانون و تشریح مفاهیم آن	قوانین تجارت و قوانین مرتبط
۲	عقد بیع تجاری و قواعد آن. عقد تامین کالای تجاری و آثار آن	قرارداد های تجاری, سماواتی
۳	دلالی, حق العمل کاری و عاملی و شرایط و آثار آن در تجارت	حقوق تجارت ۳, ربیعا اسکینی جلد سوم
۴	انواع شرکت های تجاری, تعریف تاجر و شرایط و مسئولیت ها	حقوق تجارت ۲, ربیعا اسکینی جلد اول و دوم
۵	انحلال شرکت ها و احکام آن. ثبت و فعالیت شرکت ها	حقوق تجارت ۴, ربیعا اسکینی جلد چهارم
۶	شرکت های دانش بنیان, امتیازها و آثار آن	شرکت دانش بنیان. حسینعلی رستگاری
۷	حقوق تجارت الکترونیک, مفاهیم و قوانین مرتبط با آن	قانون تجارت الکترونیک مصوب سال ۸۴
۸	قرارداد های حمل و نقل, شرایط و آثار و انواع آن	

پروژه پیشنهادی به دانشجو: هر درس به صورت عملیاتی و جداگانه تمرین و تحقیق ارائه می شود.

سر فصل ها و منابع دورس دوره MBA - DBA موسسه آموزش عالی آزاد امین

درس: مدیریت کیفیت محصول

استاد محترم: مهندس مهدی حسینیان

منبع	سر فصل	جلسه
کتاب موج سوم – آلوین تافلر	مقدمه – سیر تحولات رقابتی در دنیا	۱
کتاب مدیریت کیفیت جامع- ترجمه : مهربان فصل ۲	روند تکامل کیفیت – نظریه های کیفی	۲
مدیریت کیفیت جامع- ترجمه : مهربان فصل ۴	نقش و اهمیت مشتری در کیفیت – نظریه های کانو	۳
مدیریت کیفیت جامع- ترجمه : مهربان فصل ۵	ابعاد کیفیت -نظریه ایشی کاوا (علت و معلول) در شناخت کیفیت -مراحل طراحی محصول -خدمات	۴
استاندارد ایزو ۹۰۰۰	اصول مدیریت کیفیت	۵
گسترش عملکرد کیفیت – کامران رضایی فصل ۳	ندای مشتری یا صدای مشتری در کیفیت VOC	۶
مدیریت کیفیت جامع- ترجمه : مهربان فصل ۲	راهکارهای افزایش کیفیت-خلاقیت و نو آوری	۷
مدیریت برندهای صنعتی – فیلیپ کاتلر فصل ۳	بازارها و نقش کیفیت در رفتار مشتری – کیفیت و برند سازی	۸

پروژه پیشنهادی : ارزیابی تکنیک ندای مشتری بر اساس محصول یا خدمت تولیدی

درس: برندینگ

استاد محترم: دکتر امیر طه سلامی

منبع	سر فصل	جلسه
فصل اول مدیریت استراتژیک برند (کوپن لین کالر - ترجمه عطیه بطحایی)	مفاهیم و کلیات مدیریت بازاریابی (فلسفه بازار، نیاز ، خواسته)	۱
فصل پنجم مدیریت استراتژیک برند (کوپن لین کالر - ترجمه عطیه بطحایی)	چرخه بازار ، مدیر تقاضا و عناصر ترفیع ، محصول ، قیمت	۲
فصل چهارم مدیریت استراتژیک برند (کوپن لین کالر - ترجمه عطیه بطحایی)	استراتژی بازاریابی و تجزیه تحلیل ارزش	۳
فصل چهارم مدیریت استراتژیک برند (کوپن لین کالر - ترجمه عطیه بطحایی)	هویت ، مفاهیم ، فرآیند و عناصر برند	۴
فصل دوم مدیریت استراتژیک برند (کوپن لین کالر - ترجمه عطیه بطحایی)	مدیریت استراتژیک برند از دیدگاه مشتری	۵
فصل سوم مدیریت استراتژیک برند (کوپن لین کالر - ترجمه عطیه بطحایی)	مدیریت استراتژیک برند از دیدگاه جایگاه سازی	۶
فصل چهارم مدیریت استراتژیک برند (کوپن لین کالر - ترجمه عطیه بطحایی)	انتخاب عناصر برند ، ارزش ویژه برند	۷
فصل پنجم مدیریت استراتژیک برند (کوپن لین کالر - ترجمه عطیه بطحایی)	طراحی برنامه های بازاریابی با هدف ایجاد ارزش برند	۸

درس: مباحث ویژه در مدیریت

استاد محترم: دکتر علی مختاری

منبع	سر فصل	جلسه
کتاب عقلانیت و توسعه یافتگی (دکتر محمود سریع القلم)	مدیریت توسعه	۱
کتاب روابط بین الملل در جهان پساغربی (دکتر محمد جواد ظریف)	مدیریت و روابط بین الملل	۲
کتاب داد و ستد بین المللی (دکتر هادی نژادحسینیان)	تجارت بین المللی	۳
کتاب ۱۱۰ راز ویژه بازاریابان (پیشگفتار دکتر علی مختاری)	مدیریت تبلیغات و حضور در نمایشگاه	۴
کتاب تحولی در فروش - پرفسور فیلیپ کاتلر (ترجمه دکتر علی مختاری)	مدیریت برند	۵
کتاب راهبردهای توسعه تولید و بازار (تالیف دکتر علی مختاری)	مشتری مداری - خرده فروشی	۶
کتاب مدیریت پروژه برای پروژه های کوچک (تالیف دکتر علی مختاری)	مدیریت و برنامه ریزی پروژه	۷
کتاب مدیریت پروژه برای پروژه های کوچک (تالیف دکتر علی مختاری)	برنامه ریزی زمان	۸

پروژه پیشنهادی به دانشجو:

تدوین یک پروژه با توجه به نوع شغل دانشپذیران و با استفاده از مباحث ارائه شده در طول جلسات در خصوص درس

۱- تدوین و رسم یک شبکه برنامه زمان بندی

۲- تدوین یک برنامه صادرات محصول