

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

درس : CRM

استاد محترم: استاد هادی شاهی

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

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

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

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

درس: برندینگ

استاد محترم: دکتر امیر طه سلامی

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

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

درس: مباحث ویژه در مدیریت

استاد محترم: دکتر علی مختاری

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

### 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 و تدوین یک برنامه صادرات محصول