

دوره MBA فشرده دانشگاه صنعتی شریف – گرایش بازاریابی

معرفی اساتید و دروس:



1- اقتصاد برای مدیران

مدرس: دکتر مسعود نیلی

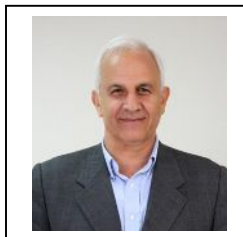
دکتر نیلی دارای مدرک دکترای اقتصاد از دانشگاه منچستر انگلستان است. ایشان از بنیانگذاران رشته اقتصاد در دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف بوده و دارای بیش از بیست سال سابقه تدریس در زمینه های مختلف اقتصاد می باشند. علاوه بر تدریس و تحقیقات علمی، دکتر نیلی با نهادهای مرتبط با برنامه ریزی اقتصادی کشور نیز تعامل نزدیک داشته اند. با توجه به ایفای نقش فعال در تدوین برنامه های پنج ساله اقتصادی اجتماعی کشور، دکتر نیلی تجربه منحصر به فردی در زمینه برنامه ریزی اقتصادی کشور دارد. ایشان همچنین دارای سابقه طولانی مشاوره در زمینه های مختلف اقتصادی با بانکها و سازمانهای بزرگ صنعتی کشور در کارنامه ایشان است. دکتر نیلی در حال حاضر رئیس دانشکده مدیریت و اقتصاد و مدیر گروه اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف است.

محتوای درس:

بنگاههای اقتصادی از یک طرف تحت تأثیر عوامل بیرونی که عمدتاً از حوزه اقتصاد کلان بر عملکرد آنان اثر می گذارد قرار دارند و از طرف دیگر به طور مستمر در مورد متغیرهای تحت کنترل خود در سطح خرد تصمیم می گیرند. هدف از این درس، آشنایی مدیران با هر دو دسته از عوامل است. حوزه اول، به مباحث اقتصاد کلان می پردازد و حوزه دوم جنبه های کاربردی اقتصاد خرد را مورد توجه قرار می دهد. در حوزه اول به مباحثی از قبیل تورم، رکود، اشتغال و بیکاری، تراز پرداختها و نرخ ارز پرداخته می شود و در حوزه دوم، چگونگی شناخت رفتار مصرف کنندگان به عنوان مشتریان محصولات بنگاهها و نیز عوامل موثر بر شناخت بازار و پیش بینی تقاضا و همچنین چگونگی کارکرد بنگاه و واکنش به بازار در شرایط رقابتی و انحصاری مورد توجه قرار می گیرد.

2- مدیریت استراتژیک:

مدرس: دکتر علینقی مشایخی



دکتر مشایخی دارای مدرک دکترای مدیریت از دانشگاه MIT و عضو انجمن بین المللی سیستمهای دینامیکی و انجمن بین المللی سازمان های یادگیرنده است. ایشان از بنیانگذاران دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف بوده و دارای سی سال سابقه تدریس در زمینه های مختلف مدیریت و ارائه مشاوره به شرکت های بزرگ در زمینه مدیریت و برنامه ریزی هستند. زمینه های مورد علاقه ایشان، مدیریت استراتژیک، تفکر سیستمی، سیستم های دینامیکی و سازمانهای یادگیرنده است. دکتر مشایخی در حال حاضر عضو هیئت علمی و مدیر گروه مدیریت دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف است.

محتوای درس :

این درس طراحی راهبردهای مدیریت سازمانها برای کسب موقعیت رقابتی برجسته و رشد پایدار و نیز چگونگی عملیاتی نمودن و کنترل پیاده سازی راهبردهای طراحی شده را مورد بررسی قرار می‌دهد.



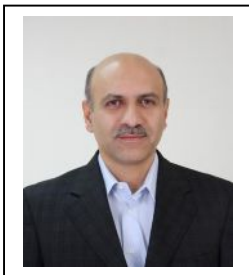
3- مدیریت بازاریابی:

مدرس: دکتر عبدالحمید مدرس

دکتر مدرس دارای مدرک دکترا در رشته مدیریت از دانشگاه دانشگاه صنعتی توکیو است. ایشان دارای پانزده سال سابقه تدریس در رشته مدیریت و همچنین ارائه مشاور و طراحی سیستم های مدیریتی برای شرکت های بزرگ خارجی و شرکت های معتبر داخلی هستند. زمینه های فعالیت علمی و حرفه ای ایشان توسعه و نوآوری کسب و کار، بازاریابی و مدیریت توسعه محصول است. در حال حاضر دکتر مدرس عضو هیئت علمی و مدیر گروه بازار و محصول دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف است.

محتوای درس:

هدف از این درس آشنایی با مفاهیم پایه در مدیریت بازاریابی است. مطالب درس بگونه ای تنظیم شده است که فراگیران توانایی تحلیل و درک مسائل و مشکلات موجود سازمان در حوزه بازاریابی، تعیین مشکلات کلیدی، توسعه رویکرد برای حل مسائل و تدوین برنامه عملی برای دستیابی به موفقیت در بازار را بدست آورند. در این درس با بکارگیری مطالعات موردی از تجربیات شرکتهای معتبر، مفاهیم ارائه شده مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. تحقیقات بازاریابی، مدیریت ارتباط با مشتریان، بخش بندی بازار، رفتار مشتریان، مدیریت برند، مدیریت محصول و سرویس، قیمت گذاری، کانالهای بازاریابی، تبلیغات و ارتباطات بازاریابی و تدوین استراتژی و برنامه بازاریابی محورهای عمده این درس را تشکیل می دهند



4- تجارت الکترونیکی

مدرس: دکتر محمد تقی عیسایی

دکتر عیسایی دارای درجه دکترا در رشته کامپیوتر از دانشگاه منچستر انگلستان و کارشناسی ارشد رشته مهندسی صنایع از دانشگاه صنعتی شریف است. وی از سال 1382 به عنوان عضو هیات علمی با دانشکده های مدیریت و اقتصاد و مهندسی کامپیوتر همکاری می نماید. زمینه های تخصصی و مورد علاقه ایشان عبارتند از طراحی و پیاده سازی مدل های کسب و کار الکترونیکی، مدیریت دانش و مدل های رفتاری و ریاضی تصمیم گیری. دکتر عیسایی دارای تجارب ارزشمندی در زمینه ارائه مشاوره به سازمانها و شرکت ها و مدیریت پروژه های متعدد IT می باشد.

محتوای درس:

گسترده‌گی، سهولت و ارزان بودن دسترسی به سازمانها و آحاد مردم، پتانسیل های زیادی را برای توسعه کسب و کارهای الکترونیکی جدید و تحول در سازمانهای پیشینه دار فراهم نموده است. بهره برداری مناسب از این فرصت، استراتژی، تکنولوژی، فرایندها، بسترهای حقوقی و اخلاقی خاص خود را طلب می نماید. این در حالیکه ابعاد مرتبط با تکنولوژی در نگاه اول توجه را به خود جلب می نماید. تجزیه و تحلیل همه جانبه راهکارهای پیش روی سازمان در سیر

تحولات از فضای متداول سنتی به الکترونیکی از شروط اساسی موفقیت در این زمینه است. این درس با رویکردی مدیریتی به زمینه تجارت و کسب و کار الکترونیکی می پردازد و با تجزیه و تحلیل تجربیات موفق و ناموفق (موردکاوی) داخلی و خارجی، به آن عمق می بخشد. بخشی از محورهای مهم این درس عبارتند از: انواع مدل‌های کسب و کار، B²C و B²B، انواع بازار، تحقیق بازار آنلاین، تبلیغات الکترونیکی، e-CRM، دولت الکترونیکی، فراگیری الکترونیکی، مدیریت امنیت اطلاعات، امضای دیجیتال، پرداخت الکترونیکی و چالش‌های پیاده سازی آن.



5- حقوق تجارت:

مدرس: دکتر فرید محسنی

دکتر محسنی دارای درجه دکترای حقوق است. ایشان دارای بیش از 16 سال سابقه تدریس در زمینه‌های مختلف حقوق می باشند و از ابتدای تاسیس دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف تا کنون، به عنوان عضو هیئت علمی همکار در دوره‌های مختلف در این دانشکده تدریس کرده‌اند. ایشان عضو کانون وکلا بوده و دارای 20 سال سابقه مشاوره در زمینه‌های حقوقی برای شرکت‌های معتبر داخلی و بین‌المللی است. دکتر محسنی مولف چندین کتاب و مقاله در زمینه‌های مختلف حقوق است.

محتوای درس:

هدف از این درس آشنایی مدیران با مسئولیت‌ها و امتیازات انواع شرکت‌های تجاری و قوانین و مقررات حاکم بر روابط تجاری است. از آنجا که سازمان‌ها باید در چارچوب قوانین کشور فعالیت نمایند، آشنایی با زمینه‌های حقوقی تجارت، انواع شرکت‌های تجاری، قراردادها و ساختار حقوقی آنها و شیوه تصمیم‌گیری و اداره شرکتها و مسئولیت‌های حقوقی مدیران یک ضرورت محسوب می‌گردد. در بسیاری از موارد توجه به اصول و پایه‌های حقوقی شرط لازم برای موفقیت سازمان است.



6- استراتژی بازاریابی:

مدرس: دکتر عبدالحمید مدرس

دکتر مدرس دارای مدرک دکترا در رشته مدیریت از دانشگاه دانشگاه صنعتی توکیو است. ایشان دارای پانزده سال سابقه تدریس در رشته مدیریت و همچنین ارائه مشاور و طراحی سیستم‌های مدیریتی برای شرکت‌های بزرگ خارجی و شرکت‌های معتبر داخلی هستند. زمینه‌های فعالیت علمی و حرفه‌ای ایشان توسعه و نوآوری کسب و کار، بازاریابی و مدیریت توسعه محصول است. در حال حاضر دکتر مدرس عضو هیئت علمی و مدیر گروه بازار و محصول دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف است.

محتوای درس:

هدف از این درس ارائه مفاهیم پیشرفته در حوزه مدیریت بازاریابی برای ارزیابی و توسعه برنامه‌های راهبردی بازاریابی است. اصولاً تصمیمات راهبردی در بازاریابی دارای ماهیت میان مدت و بلندمدت بوده و نیازمند درک عمیق شرایط بنگاه، بازار و رقبا و بکارگیری روشهای تحلیلی و ابتکاری هستند. درک نگرش محوری بازاریابی که جهت‌گیری به سمت مشتریان است، شناخت سرمایه‌های محوری بازاریابی یعنی برند و مشتریان وفادار، شناخت استراتژی‌های در

حوزه‌های مختلف بازاریابی مانند محصول، قیمت‌گذاری کانالهای بازاریابی و مدیریت ارتباطات بازاریابی و تحلیل رقبا و استراتژی‌های آنها و تدوین استراتژی بازاریابی از جمله مطالب مهم مطرح در این درس هستند.

7- رهبری و مدیریت تحول

مدرس: دکتر فریدون آذرهوش

دکتر آذرهوش دارای دکترای مدیریت دولتی از دانشگاه کالیفرنیا جنوبی است. ایشان بیش از ده سال سابقه کارشناسی، مشاوره و مدیریت ستادی در زمینه‌های بهبود و بازسازی سازمان در موسسات بزرگ عمرانی و صنعتی کشور از جمله در صنایع آب و برق و نفت دارند. تجربه آموزشی ایشان شامل بیش از سی سال سابقه تدریس و تحقیق و مدیریت علمی دوره‌های داخلی و بین‌المللی پرورش مدیر در مرکز آموزش مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، سازمان مدیریت صنعتی، دانشگاه تربیت مدرس و دانشگاه صنعتی شریف است. همچنین دکتر آذرهوش بالغ بر بیست و پنج سال سابقه ارائه خدمات مشاوره در زمینه‌های بهسازی و طراحی سازمان و مدیریت چندین موسسه بزرگ صنعتی کشور را در کارنامه خود دارد.

محتوای درس:

در بخش اول درس به تشریح حرفه مدیریت، وظایف و نقشهای مدیران و رهبران سازمانی در شرایط کنونی و فنون و ابزارهای ساختاری و رفتاری اثر بخش برای ایفای نقشهای مذکور پرداخته میشود. در بخش دیگر با استفاده از تجارب داخلی و بین‌المللی بنگاهها، طرح‌های تحول، فرایند و گامهای ایجاد تحول سازمانی تشریح میگردد و چگونگی درس آموزی از تجارب مذکور مورد بحث و تحلیل قرار میگیرد. فعالیتهای آموزشی این درس شامل دو بخش یادگیری فردی از راه خود-یاری و یادگیری گروهی از راه برگزاری نشستهای جمعی در قالب چند کارگاه نیم روزه است. برنامه تفصیلی شامل فهرست منابع و مطالب خواندنی مربوط به هر کارگاه چهار هفته قبل از برنامه ارائه آن برای فراگیران ارسال می‌شود تا با انجام مطالعات و تمرینهای تعیین شده خود را برای مشارکتی فعال در فرایند یادگیری گروهی آماده کنند.



8- حسابداری برای مدیران:

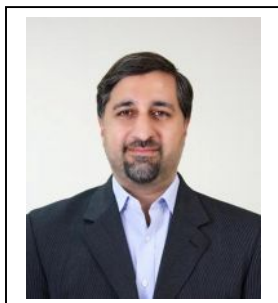
مدرس: ایرج اکبریه

آقای اکبریه یکی از شناخته شده ترین اساتید در حوزه حسابداری و مدیریت مالی است. ایشان دارای سابقه طولانی تدریس در زمینه‌های مختلف حسابداری و مالی هستند و از ابتدای تاسیس دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف تاکنون، به عنوان عضو هیئت علمی همکار در دوره‌های مختلف در این دانشکده تدریس کرده‌اند. با توجه به سابقه طولانی فعالیت آقای اکبریه در صنعت به عنوان عضو هیئت مدیره و مشاور در سازمان‌های بزرگ دولتی و گروههای صنعتی کشور، ایشان در ارائه مباحث تئوری و کاربردهای آن از تسلط و تجربه بالایی برخوردارند.

محتوای درس:

هدف از این درس آشنایی با اصول حسابداری و تجزیه و تحلیل گزارشات مالی است. رئوس مهم مطالب این درس عبارتند از: تعریف حسابداری، تقسیم‌بندی حسابداری، استفاده‌کنندگان از اطلاعات حسابداری، سیستم‌های حسابداری،

اصول قابل قبول حسابداری، آشنایی با گزارشات مالی (ترازنامه و سود و زیان)، سود و زیان موسسات تولیدی، قیمت-گذاری مواد و کالا، نظام ثبت و نگهداری حسابها، بستن حسابها، تراز آزمایشی، حسابداری دارایی ثابت و استهلاک، حسابداری قیمت تمام شده، آشنایی با سیستمهای هزینه‌یابی و روشهای هزینه‌یابی، روشهای تسهیم هزینه‌ها، هزینه‌یابی سفارش کار، هزینه‌یابی مرحله‌ای، محاسبات نقطه سر به سر، آشنایی با مفاهیم حسابداری مدیریت، تقسیم‌بندی انواع هزینه‌ها و تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی



9- مدیریت قیمت گذاری:

مدرس: دکتر مهدی شیخ زاده

دکتر شیخ زاده دارای مدرک دکترا در رشته مهندسی صنایع از دانشگاه مینه سوتا - آمریکا است. ایشان دارای سابقه مشاوره در طراحی و پیاده سازی سیستم های پیشرفته مدیریت برای شرکت های بزرگی چون Intel, Dell, Sun, Texas Instruments, Toshiba, Samsung, Pepsi ، در آمریکا هستند. حوزه های مورد علاقه ایشان، مدیریت قیمت گذاری، مدیریت کانالهای بازاریابی و مدیریت زنجیره تامین است. در حال حاضر شیخ زاده عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف است.

محتوای درس:

هدف از این درس، آشنائی فراگیران با استراتژیهای قیمت گذاری و انواع مفاهیم و تکنیکهای مرتبط در یک چارچوب ساختار یافته است. فراگیران در انتهای این درس قادر خواهند بود که به تحلیل بسیاری موارد عملی قیمت گذاری بپردازند. از اینرو، نه تنها جنبه های تئوری مدیریت قیمت گذاری در این درس مورد بررسی قرار خواهد گرفت، بلکه با مرور موردهای واقعی در صنعت بر روی جنبه های عملیاتی قیمت گذاری بر مبنای تجربه صنعتی تاکید می گردد. بخشی از محورهای مهم این درس عبارتند از: استراتژیهای قیمت گذاری، قیمت گذاری در سه سطح صنعت، بنگاه، و سفارشات، پدیده جنگ قیمت ها و استراتژیهای مربوطه، قیمت گذاری محصول جدید، قیمت گذاری محصولات و خدمات بصورت Bundle، قیمت گذاریهای خاص (Customized)، قیمت گذاری غیر خطی، مدیریت در آمد (Revenue Management)، قیمت گذاری در حضور منابع محدود.



10- بازاریابی بین المللی:

مدرس: دکتر احمد روستا

دکتر روستا دارای درجه دکترای مدیریت از دانشگاه برادفورد انگلستان است. ایشان دارای 30 سال سابقه تدریس، تحقیق و مشاوره در امور مدیریت، بازاریابی، تبلیغات، صادرات و مدیریت استراتژیک دارند. کتاب های متعددی از ایشان در زمینه های مختلف بازاریابی به چاپ رسیده است. دکتر روستا هم اکنون عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی است.

محتوای درس:

هدف از این درس توسعه دانش بازاریابی بین الملل، مدیریت صادرات، تغییر یا بهبود نگرش رقابتی و جهانگرایی و کمک به افزایش مهارتهای بازاریابی در بازارهای خارجی می باشد.