



**عنوان:**

**دوره‌های آموزشی MBA و DBA**

**بر اساس**

**سرفصلهای بازاریابی و هوش تجاری**

**مدیریت هوشمند بازار و کسب و کار**

AI / BI

Artificial Intelligence/Business Intelligence

**مجری:**

**مرکز رشد و کار آفرینی دانشگاه هنر**

استاد راهنمای دوره:

سید احمد قاسمی (عضو هیات علمی دانشگاه و دکتری بازاریابی دانشگاه تهران (هوش تجاری))

نویسنده کتاب دانش بازاریابی بین الملل ۲۰۲۲

و کتاب مدیریت هوشمند کسب و کار ۲۰۲۲

**۱۴۰۱-۱۴۰۲**

## بسمه تعالی

### مقدمه:

دوره های حرفه ای و مهارتی مدیریت کسب و کار (Doctorate of Business Administration) DBA , MBA بر اساس نیاز های کسب و کار در بازار طراحی می شود. در دانشگاهها کشور این دوره ها بدون در نظر گرفتن ظرفیت های دانش بازاریابی در مدیریت کسب و کار تعریف و تدریس می شوند. بیش از ۳۰ سرفصل تخصصی در محتوی بازاریابی در سطح دانشگاههای پیشرفته کشورهای توسعه یافته مورد توجه قرار می گیرد تا مدیران کسب و کار بتوانند از ظرفیتهای بازار داخلی و بین المللی برای ایجاد زنجیره ارزش بهره مند شوند. آشنایی با قواعد بازار بین المللی، قیمت گذاری، برند سازی، تحلیل رفتار مصرف کننده، روشهای تبلیغات، بهره گیری از رسانه ها، روشهای مذاکره، روشهای شبکه سازی، انواع قراردادهای بین المللی، تحقیق بازار و غیره از موضوعات مهمی است که به تنهایی می تواند تمامی نیازهای توانمندی مدیران در بازارهای داخلی و بین المللی را پاسخگو باشد.

فناوری هوش تجاری یکی از فرصت ها و چالش های مهم برای مدیریت در قرن پیش رو است. این ابزار تنها راه موفقیت در بازارها و کسب و کارهای پیچیده و گسترده در جهان مدیریت امروز است. همه اساتید و دانشجویان و مدیران باید قبل از ورود به بازار به این ابزار و فناوری جدید مسلط باشند تا بتوانند به بازار ورود پیدا کنند و در آن پایدار بمانند. هوش مصنوعی یا هوش مدیریت که از آن به هوش تجاری هم نام برده می شود می تواند با ارائه داده های لحظه ای، متغیرهای داخلی یک سازمان را با داده های محیطی ادغام و آنها را مورد سنجش قرار دهد. نتیجه آن تحلیل داده و ارائه گزارشات دقیق و پایش شده برای تصمیم گیری و برنامه ریزی دقیق و صحیح و تحلیل برای مدیریت است.

بیش از ۳۰ سال است که همه شرکت ها و موسسات و سازمان های جهانی از آن برای رقابت جدی و موفق تر و برای تصمیمات دقیقتر و ارزیابی و نظارت بر بخش های مختلف مورد نظر استفاده می کنند. این سامانه همان چشم و گوش و درک فضایی و دقیق از حوزه های مختلف کسب و کار است که از طریق دسترسی و بهره گیری داده های محیطی تحت وب در حال انجام است. شناخت عناصر این سامانه و روش های دسترسی به داده ها و نحوه تحلیل آن و چگونگی کمک این فناوری در مدیریت بی نهایت مهم و ارزشمند است.

### ضرورت و اهمیت آموزش های تخصصی سامانه هوشمند بازاریابی:

- ۱- ضرورت مدیریت جهانی در بهره گیری از داده های دقیق و تحلیل شده جهانی
- ۲- اهمیت ورود به عرصه بازارهای بزرگ داخلی و بین المللی در تصمیم گیریهای مدیریت با بهره گیری از فناوری هوش مدیریتی
- ۳- ضرورت بهره گیری از تحلیل داده بجای داده های خام یا اطلاعات تحلیل نشده
- ۴- خلق روش های نوین جمع آوری داده از طریق وب و ارزیابی داده ها با دقت و سرعت فوق تصور
- ۵- اهمیت کسب دانش روشهای جمع آوری داده از محیط وب
- ۶- ضرورت دانش بهره گیری از شاخص های مدیریتی بجای مدیریت بر اساس داده و اطلاعات در شرکتها و موسسات
- ۷- اهمیت ارتقاء سطح دقت و صحت اطلاعات با استفاده از تحلیل داده های داخلی و داده های محیطی

۸- ضرورت رشد و توسعه سطح مدیران و دانشجویان بر اساس وضعیت رشد جهانی بهره‌گیری از فناوری هوش مصنوعی در مدیریت بازاریابی و کسب و کار

### ۱- عناوین کارگاه آموزشی و همایشهای آشنایی با مدیریت هوشمند بازاریابی

- دانش بازاریابی بین الملل و قابلیت‌های سامانه هوشمند بازاریابی
- بهره‌گیری از سامانه مدیریت هوشمند کسب و کار در مدیریت ارتباط با مشتری، تبلیغات و ...
- مدیریت زنجیره ارزش کسب و کارها با استفاده از سامانه هوش تجاری
- آشنایی با روش استفاده از نقشه تجاری برای تحلیل بازارهای جهانی

### ۲- پکیج برگزاری دوره‌های آموزشی هوش تجاری و مدیریت هوشمند کسب و کار

#### دوره تخصصی هوش تجاری (بازاریابی هوشمند)

بازاریابی تخصصی بیش از ۱۰۰ سال و هوش تجاری در دنیا بیش از ۵۰ سال قدمت دارد. استفاده از هوش تجاری از ضروریات کسب و کار و تجارت و حتی مدیریت امروز در موسسات دولتی و خصوصی است. بیش از ۳۵ سال کشورهای منطقه از این ابزار برای رقابت در بازار و مدیریت بهتر در تولید و تجارت استفاده می‌کنند. تنها کشوری که از این ابزار استفاده نمی‌کند در دنیا فقط و فقط ایران است. برای تصمیمگیری درست، ارزیابی درست محیط، درک و تحلیل شاخص‌های مدیریتی، کنترل سازمان و موسسه، ارزیابی بهتر بازار، فروش بهتر و رقابت پذیری این سامانه می‌تواند به مدیران کمک کند. امروزه ۹۷ درصد مدیریت موفق و ۹۳ درصد پایداری مشاغل و ۷۵ درصد بهره‌وری سازمانها به این سامانه ربط دارد.

#### اهداف دوره:

- آشنایی با بازاریابی بین الملل و هوش تجاری
- آشنایی با مدیریت بازار و کسب و کار مبتنی بر شاخص‌ها
- آشنایی با انواع شاخص‌ها در مدیریت کسب و کارهای بازار بین الملل
- آشنایی با روشهای تحلیل داده در بازارهای داخلی و بین المللی
- توسعه کسب و کارها در بازارهای داخلی و بین المللی
- پایدار سازی مشاغل از ۳ درصد به ۹۳ درصد
- افزایش بهره‌وری از ۵ درصد به ۹۰ درصد
- ارزیابی درست بازارهای داخلی و جهانی
- آشنایی با مدیریت کسب و کار در بازار بین الملل و نقشه‌های تجاری
- ارتباط هوشمند با مشتری و محصول و بازار و قیمتگذاری و رقبا

#### مخاطبین دوره:

- موسسات دولتی و خصوصی بخصوص حوزه‌های مدیریت و مدیریت روابط عمومی و دفاتر تجاری
- دانشجویان رشته‌های مرتبط
- کلیه علاقه‌مندان به این حوزه

- تجار و بازرگانان و واحدهای بازرگانی شرکتها و موسسات
- سازمانها و نهادهای متولی اشتغال و کسب و کار کشور مانند وزارت تعاون، کمیته امداد، بهزیستی و ...

سرفصل‌های آموزشی:

سرفصل‌های دوره هوش تجاری و مدیریت هوشمند عبارتند از:



۱- دوره آموزشی آشنایی با کاربردهای بازاریابی هوشمند در بازار و مدیریت کسب و کارها

✓ الف: محتوی دوره

عناوین دروس دوره مقدماتی: (Basic)

جمع دوره مقدماتی ۳۶ ساعت می باشد.

۱. مفاهیم بازاریابی بین الملل: تعاریف و موضوعات مرتبط با بازاریابی و داستانهای بازاریابی ۳ ساعت
۲. مفاهیم رفتار مصرف کننده: تعاریف، موضوعات مرتبط با رفتار مصرف کننده، تحلیل رفتار ۳ ساعت
۳. مفاهیم تحلیل و تحقیق بازار: تعاریف تحقیق بازار، روشها و ابزارها، شاخصه های بازار ۳ ساعت
۴. مفاهیم استراتژی بازار: اهمیت استراتژی، روش تدوین، کاربردها در بازار و کسب و کار ۳ ساعت
۵. مفاهیم تبلیغات و برند سازی: عناصر تبلیغ، رسانه ها، ارایه ها، روش ارزیابی، روش برندسازی ۳ ساعت
۶. مفاهیم اقتصاد بازار: مدل‌های اقتصادی، مفاهیم اقتصاد بازار، کاربردهای مطالعات اقتصاد بازار ۳ ساعت
۷. مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری: اهمیت، مفاهیم، تعاریف، کاربردها ۳ ساعت
۸. مفاهیم پایگاه داده: اهمیت پایگاه داده و کاربردهای آن ۳ ساعت
۹. مفاهیم پایگاه دانش: اهمیت پایگاه دانش و کاربردهای آن در مدیریت کسب و کار ۳ ساعت
۱۰. تاریخچه هوش تجاری: اهمیت هوش تجاری، کاربردها و داستانهای آن ۳ ساعت
۱۱. کاربردهای هوش تجاری: معرفی برخی از کاربردها در زمینه مدیریت مشتری، مدیریت بازار و ... ۳ ساعت

عناوین دروس دوره پیشرفته: (Advanced)

جمع دوره پیشرفته دانشی، بینشی، مهارتی و تجربی ۳۵۰ ساعت است.

الف: آشنایی با بازاریابی بین الملل

جلسه اول: استراتژی بازار market strategy

جلسه دوم: رفتار مصرف کننده consumer behavioral

جلسه سوم: بازاریابی بین الملل international marketing

جلسه چهارم: بازار market economic

جلسه پنجم: تحقیق بازار market research

جلسه ششم: تبلیغات و برند advertising and branding

جلسه هفتم: راهنمای تدوین طرح بازاریابی market plan

جلسه هشتم: حقوق مصرف کننده consumer legal  
جلسه نهم: سامانه هوشمند بازاریابی BI AI  
جلسه دهم: بازاریابی فضای مجازی digital marketing  
جلسه یازدهم: مفاهیم نقشه تجاری و کاربرد آن در صادرات trade map  
جلسه دوازدهم: روشهای ارتباط با مشتری و پایگاه داده مشتری CRM  
جلسه سیزدهم: بازاریابی کسب و کارهای خاص especial job marketing  
جلسه چهاردهم: روشهای قیمت گذاری pricing  
جلسه پانزدهم: قراردادهای و روشهای سرمایه گذاری در بازار بین الملل contracts

### ب: مدیریت هوشمند کسب و کار و بازار BI / MKIS

درس اول: کلیات هوش مصنوعی و مدیریت هوشمند بازار و مدل بومی آن BI/BIS/MKIS  
درس دوم: مفهوم داده و اطلاعات و روشهای جمع آوری آن data gathering  
درس سوم: مفهوم پایگاه داده و مشخصات آن در سامانه هوشمند database  
درس چهارم: مفهوم کلان داده و ابزارهای جمع آوری داده big data  
درس پنجم: مفهوم پایگاه دانش و کاربرد آن در سامانه مدیریت هوشمند knowledge base  
درس ششم: روشهای تحلیل داده و مفهوم سازی داده data analysis and data meaning  
درس هفتم: مفهوم شاخص و مدیریت مبتنی بر شاخص بر اساس تحلیل داده سامانه مدیریت هوشمند KPI  
درس هشتم: مدیریت ارتباط با مشتری هوشمند CRM  
درس نهم: سامانه های فروشگاهی هوشمند smart digital marketing  
درس دهم: کاربردهای سامانه مدیریت هوشمند در مدیریت و بازار BI/trade map

### ج: دوره های تکمیلی مهارتی و تجربی

مهارت اول: تهیه طرح بازار  
مهارت دوم: انجام مطالعات بازار  
مهارت سوم: ارائه تحلیل از بازار بین الملل  
مهارت چهارم: ایجاد شرکت بازاریابی  
مهارت پنجم: تشکیل گروهها کاری  
مهارت ششم: ایجاد پایگاه داده مشتری  
مهارت هفتم: ارائه یک مطالعه بازار  
مهارت هشتم: ایجاد شرکت مدل (micro company)  
مهارت نهم: ایجاد کسب و کار کوچک (micro job)

## ✓ ب: منابع دوره:

۱- کتاب دانش بازاریابی بین الملل ۲۰۲۲ مولف: سید احمد قاسمی دکتر بازاریابی (هوش تجاری دانشگاه تهران و عضو هیات علمی دانشگاه)

۲- کتاب مدیریت هوشمند بازار و کلان داده کسب و کار ۱۴۰۱ مولف: سید احمد قاسمی دکتر بازاریابی (هوش تجاری دانشگاه تهران و عضو هیات علمی دانشگاه)  
پیش‌نیاز (جهت شرکت در دوره DBA):

• داشتن حداقل مدرک تحصیلی لیسانس

• آشنایی با زبان انگلیسی (ترجیحی)

تصویر مدرک دوره مقدماتی (basic) جهت شرکت در دوره پیشرفته (advanced)

تبصره: جهت شرکت در دوره MBA داشتن مدرک دیپلم یا فوق دیپلم الزامی است.

### مدرک

• گواهینامه مربوطه از سوی دانشگاه با ارزش دوره های تخصصی ۳۵۰ ساعته و با یک پروژه تحقیقی DBA تخصصی در زمینه مدیریت هوشمند کسب و کار و بازار به صورت دوزبانه ارائه می شود.

### روش برگزاری، آزمون و ارزیابی

دوره ها بصورت حضوری یا غیر حضوری و یا مجازی خواهد بود. برای هر درس آزمون جدا برگزار و برای دوره بلنندت مدت علاوه بر آن دفاع از پایان نامه ضروری است.

### مدت دوره:

دوره بلند مدت ترمی: دوره به مدت ۶ ماه معادل ۳۵۰ ساعت و یک پروژه تحقیقی DBA تخصصی در زمینه مدیریت هوشمند کسب و کار و بازار خواهد بود.

### هزینه دوره:

شهریه دوره به مبلغ ۳۰ میلیون تومان تعیین شده است. (هزینه کتاب ها، بسته های آموزشی، محتوای دوره CD و DVD بر عهده برگزار کننده می باشد).

### نحوه پرداخت هزینه دوره:

متقاضیان جهت پرداخت هزینه دوره می توانند مبلغ فوق را تحت عنوان تهیه بسته آموزشی و شرکت در دوره پیشرفته DBA و MBA دانشگاه هنر به حساب واحد فناور انتشارات کار و دانشگاه به شماره حساب: ۳۸۱۹۶۴۲۰۰۱ شبا: ۳۸۱۹۶۴۲۰۰۱ یا شماره کارت ۵۰۲۹۰۸۱۰۶۵۹۷۹۶۳۱ نزد بانک تعاون به نام انتشارات کار و دانشگاه واریز نمایند و فیش واریزی را به مرکز رشد و کارآفرینی دانشگاه هنر واقع در تهران، خیابان انقلاب روبروی پارک دانشجو، کوچه شهید بالاور پلاک ۴، ساختمان مرکز رشد دانشگاه هنر تحویل نمایند.

شماره تماس جهت کسب اطلاعات بیشتر: ۶۶۱۷۶۴۴۲

مدرسین دوره:

ردیف	نام استاد	نام دانشگاه
۱	دکتر عزت الله عباسیان	دانشگاه تهران
۲	دکتر طهمورث حسنقلی پور	دانشگاه تهران
۳	دکتر محمد آقایی	دانشگاه تربیت مدرس
۴	دکتر سید احمد قاسمی	پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی
۵	دکتر حنان عموزاد	دانشگاه تهران
۶	دکتر منوچهر آقازاده	دانشگاه تهران
و سایر اساتید دانشگاههای مادر تهران متناسب با نیاز دوره		