

بسمه تعالی

طرح درس مبانی کارافرینی مقطع: کارشناسی تعداد واحد: 3

نیمسال دوم سال تحصیلی 98-1397

حامد آرامش، دکترای مدیریت بازاریابی گرایش کارافرینی

منابع درس

- ❖ کتاب جامع کارافرینی و کسب و کار مولفین : دکتر تیمور آقایی فیشرانی و مهندس محمود زارع نیا انتشارات کتاب طلایی جامع
- ❖ مبانی کارافرینی – مولفان پاوول و سارا ادوارد – ترجمه دکتر محمود احمدپور
- ❖ مدیریت کسب و کارهای کوچک تالیف ریچارد دام هودگتس – دونالد اف – ترجمه علیرضا سلوکدار
- ❖ کارافرینی و طرح کسب و کار مولف مهندس رضا عظیمی انتشارات مرسل
- ❖ موفقیت کسب و کارهای کوچک مولف : جی ال هافمن – مترجم خلیل رضوی
- ❖ یکصد ایده بزرگ کسب و کار مولف جرمی کوردی – مترجم خلیل رضوی

شیوه ارزیابی کلاس:

- ❖ فعالیت کلاسی و انجام و ارسال به موقع تمرینات و case study (10 نمره)
- ❖ آزمون پایان ترم (10 نمره)
- ❖ منبع آزمون پایان ترم مطالب ارائه شده در کلاس و تمرینها و مطالعات موردی انجام شده است.

❖ پایگاه های مطالعاتی:

1. Emerald
2. Elsevier
3. Ebsco
4. Magiran (پایگاه تخصصی نشریات کشور)

5. کتابخانه های دانشکده های مدیریت دانشگاهها

6. وبسایت‌های اطلاع رسانی و آموزشی انجمن ها و مراکز تخصصی مانند:

✓ انجمن بازاریابی آمریکا (AMA): www.marketingpower.com

✓ سازمان توسعه تجاری ایران (TPO): www.tpo.ir

✓ مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران: www.irandoc.ir

❖ مراجع مطالعاتی:

1. کتب فارسی و انگلیسی

2. مقاله فارسی و انگلیسی

3. پایان نامه های ارشد و دکتری دانشکده های مدیریت دانشگاه های تهران، تربیت مدرس، علامه طباطبائی، شهید بهشتی، صنعتی شریف و دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات

❖ منابع تکمیلی درس:

1. Hutchinson.Robert W. The Capital Structure and Investment Decisions of the Small Owner-Managed Firm: Some Exploratory Issues. Small business Economics, vol.7. (1995): 231- 239.

2. Pinson.linda & Jinett Jerry. (1996). Steps to Small Business Start- up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea into a Successful Business.Upstart Publication, Chicago.

3. Bibbens, Terry. (1995).Capital Needs for Innovative Small Business and Entrepreneurship in The 21 st Century. Washington DC:U.S. Small Business Administration Report.

4. Cooper. Robert G. (2001). Winning at New Products: Acceterating The Process from Idea to baunch.3rd ed. Cambridge.MA: Perseus Publishing.

5. Abert.Kenneth J. (2000). How to Pick the Right Small Business Opportunity. Publisher: Megraw- Hill.

6. Bryant Hlattie. (1996). Small Business Today:Guide to Beating the Odds. Prima Publication. Rocklin.C.A.

7. Tulle.L. awrence W. (1997). Finance for Non-Finance Managers & Small Business Owners. AdmasMcdia Coporation. Holbrook.MA.

8. Sharma.P.Chrisman,J.J. and Chua.J.I I. (1997). Strategic Management of the Family Business: Past Research and Future Challenges. Familly Business Review.

9. Cooke, Robert A. . (1999). Small Business Formation Handbook New Yourk: John Wiley & Sons.

سرفصل درس

جلسه اول	• تعریف کارافرنی و مبانی کارافرنی • انواع کارافرنی • ساختار کسب و کارهای کوچک و تحلیل اقتصادی و اجتماعی آن • فناوری اطلاعات و کسب و کارهای کوچک تحلیل جهانی از کسب و کارهای کوچک • تعریف و تحلیل کسب و کارهای خانوادگی (عملیات، مزایا، معایب و چالش ها)
جلسه دوم	• اهمیت و نقش کارافرنی در اقتصاد • بررسی مدیریت کسب و کارهای کوچک در ایران • استراتژی ها و تاکتیک های کسب و کارهای کوچک در ایران • مرحله شروع Start-up • مرحله بهره برداری Aequiring • مرحله رشد Growth
جلسه سوم	• ضرورت توجه دولت به کارافرینان • مدیریت عملیات • برنامه ریزی در کسب و کارهای کوچک • سازماندهی در کسب و کارهای کوچک • مدیریت منابع انسانی در کسب و کارهای کوچک
جلسه چهارم	• عوامل موثر بر موفقیت کارافرینان • رهبری و انگیزش در کسب و کارهای کوچک • کنترل و نظارت در کسب و کارهای کوچک • خودارزیابی سازمانی • ارزیابی عملکرد کارکنان • استفاده از نتایج ارزیابی
جلسه پنجم	• نقش دانشگاه ها و مراکز رشد و پارکهای علم و فناوری در کارافرنی و توسعه یافتگی • تأمین مالی و کنترل موجودی • منابع شکل گیری سرمایه برای کارآفرینان (منابع تأمین مالی و ساختاردهی مالی) • مدیریت جریان نقدینگی (سررسید حساب ها، قابلیت پرداخت حساب ها و موجودی)

• بودجه نقدینگی	
• وضعیت موجود کارآفرینی در کشور و استان سیستان و بلوچستان • ایجاد برنامه مالی موفق • صورت های مالی موفق • تجزیه و تحلیل نسبت ها	جلسه ششم
• حسابداری مدیریت در بنگاه های کوچک و متوسط • تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر • روش های هزینه یابی و کاربرد آن ها در کسب و کارهای کوچک	جلسه هفتم
• بازاریابی و توسعه کسب و کارهای کوچک • تحقیقات بازار برای کسب و کارهای کوچک • بازاریابی، کارکردها و استراتژی ها در کسب و کارهای کوچک (آمیخته بازاریابی)	جلسه هشتم
• مفاهیم جدید مدیریت و کاربرد آن ها در کسب و کارهای کوچک: یادگیری سازمانی، مدیریت دانش، مدیریت بر مبنای هدف، مدیریت مشارکتی و... • آشنایی با قوانین حمایتی و قوانین خاص کسب و کارهای کوچک در کشور	جلسه نهم
• آشنایی با سازمان های دولتی مرتبط با امور کسب و کارهای کوچک • رشد در کسب و کارهای کوچک • آشنایی با سبک های مدیریت کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک	جلسه دهم