معرفی رشته تحصیلی MBA(مقطع کارشناسی ارشد)

معرفی رشته تحصیلی MBA(مقطع کارشناسی ارشد)

به گزارش مدیرسنتر، رشته
تحصیلی MBA در
حدود ده سال است که در دانشگاه‌های ایران تدریس می‌شود و اخیراً نیز با استقبال
بسیار خوبی مواجه شده است. MBA مخفف عبارت Master
توانندمی تحصیل دوم سال در دانشجویان که است متعددی های‌گرایش دارای و است of Business Administrator
گرایش مورد نظر خود را برای ادامه تحصیل در این رشته برگزینند. MBA یکی از پرطرفدارترین و پر سودترین رشته‌های
تحصیلی است و برای تحصیل در آن شما با هر مدرک لیسانسی می‌توانید در آزمون‌های
مربوطه ثبت نام کنید.

رشته
به MBA
دلیل تفاوت‌های ماهیتی از ظاهر آسان و جذابی نسبت به سایر رشته‌های برخوردار است
ولی در عمل برای موفقیت در کنکور و تحصیل در آن نیازمند توانمندی‌های هوشی و ذاتی
خواهید بود که می‌تواند تضمین کننده موفقیت یا شکست شما در این رشته باشد.

رشته
در MBA
کنکور سراسری کارشناسی ارشد ایران جزو رشته‌های قرار گرفته که افراد می‌توانند
بدون توجه به مدرک تحصیلی دوره کارشناسی خود به‌عنوان انتخاب دوم (52 رشته در این
دسته قرار دارند) گزینش نمایند.

دوره
کارشناسی ارشد MBA
سومین مدرک در مدیریت کسب‌وکار به حساب می‌آید و اساساً برای ایجاد مهارت‌های
مدیریتی در مهندسان رشته‌های مختلف به کار می‌رود.

تعریف
و هدف از این رشته

دوره
کارشناسی ارشد مدیریت سازمان که معادل of Master
است Business Administration MBA

به‌منظور پرورش مدیران کارآمد برای اداره سازمان‌های اقتصادی – اجتماعی، تولیدی و خدماتی طراحی شده است. رشته MBA یا کارشناسی ارشد مدیریت حرفه‌ای بازرگانی
چنانچه از نامش پیداست تنها مدیریت بازرگانی نیست، ازآنجاکه در ایران آموزش مدیریت
به سه شاخه بازرگانی، صنعتی و دولتی تقسیم می‌شود برای اکثر متقاضیان این گمان پیش
می‌آید که MBA
تنها در بر گیرنده مباحث مدیریت بازرگانی است و به‌طور مثال برای مدیریت صنعتی
باید به سراغ رشته دیگری رفت در حالی که این تصور کاملاً اشتباه است. MBA مدیریت Business است و Business یعنی کلیه عملیاتی که از تولید تا فروش و
خدمات پس از فروش کالا یا خدمات را شامل می‌شود و به‌صورت مکرر اتفاق می‌افتد.
برای رشته MBA
حدود ۳۰ گرایش مختلف در کشورهای مختلف تعریف شده است؛ اما چهار گرایش اصلی این
رشته که تقریباً در همه دانشگاه‌ها تدریس می‌شوند به شرح زیر است:

۱- بازاریابی و مدیریت فروش (Marketing)

2 -
مدیریت مالی و مدیریت مؤسسات مالی (Finance)

3 -
مدیریت تولید و سیستم‌های تولید و پروژه (Operation)

4 -
مدیریت منابع انسانی (Resources Human)

امروزه
حتی MBA با
گرایش‌هایی مانند تجارت الکترونیک و فن‌آوری اطلاعات نیز ارائه می‌شود که نشان از انعطاف‌پذیری
بالا و نیاز روزافزون به فارغ‌التحصیلان این رشته است.

متأسفانه
امروزه بسیاری بدون توجه به محتوای MBA آن را با نام مدیریت سازمان می‌شناسند و
تنها به بخش بسیار کوچکی از اهدافی که در این دوره بررسی می‌شود می‌پردازند. اگر
بخواهیم تعریفی دقیق‌تر از اهداف MBA داشته باشیم باید توجه داشت که هدف این دوره
پذیرش فارغ‌التحصیلان دوره‌های کارشناسی در رشته‌های مختلف به خصوص رشته‌های فنی و
مهندسی و پرورش افرادی است که قادر باشند در زمینه‌های ذیل انجام‌وظیفه نمایند:

۱ -
اداره و راهبری مؤثر و کارآمد سازمان یا یک بخش تخصصی از آن نظیر بخش‌های تولیدی، بازاریابی و فروش، اطلاعات و مالی

۲-
ایجاد تحول در یک بخش تخصصی سازمان

۳-
طراحی، هدایت و رهبری تحول در کل سازمان پس از کسب تجارب عملی در مدیریت

۴- کارآفرینی
با ایجاد فعالیت‌های جدید درون سازمان و یا ایجاد سازمان‌های جدید

۵-
ارائه خدمات مشاوره‌ای و مطالعاتی در زمینه‌های مزبور به مدیران سازمان‌های اقتصادی و اجتماعی

این
اهداف تقریباً در تمام جهان یکسان هستند.

افرادی
که در این دوره پذیرفته می‌شوند، حداقل دوره کارشناسی را در یکی از رشته‌های دانشگاهی گذرانده و با حوزه تخصصی دوره کارشناسی آشنائی پیدا کرده‌اند. این افراد پس از فراگرفتن دانش مدیریت و تمرین مهارت‌های مدیریتی در این دوره، نیروهای ارزنده‌ای خواهند شد که می‌توانند با ترکیب دانش تخصصی و مدیریتی خود در جهت تحقق هدف‌های بالا نقش مهمی در بهبود مدیریت جامعه ایفا نمایند.

دانشگاه‌های
ارائه دهنده دوره MBA در
ایران

به گزارش مدیرسنتر، در
ایران چند دوره در مراکز زیر ارائه می‌شود که از طریق کنکور سراسری دانشجو می‌پذیرند:

1-
دانشگاه شریف:

دانشگاه
شریف یکی از اولین و فعال‌ترین دانشگاه‌های ایران در توسعه این رشته است. رشته MBA در 11 گرایش مختلف در این دانشگاه تدریس می‌شود
و به دو روش دانشجو می‌پذیرد یکی به‌صورت رایگان که معمولاً 50 نفر به این روش
گزینش می‌شوند و دیگری به‌صورت غیر انتفاعی که در حدود 70 تا 80 نفر نیز از این
طریق وارد این رشته می‌شوند و هزینه تحصیل برای این گروه قریب به 9 میلیون تومان
خواهد شد. کلاس‌های این رشته در دانشکده اقتصاد و مدیریت شریف برگزار می‌شود.

آنچه
بعد از قبولی در هر دو روش اهمیت دارد لزوم شرکت در مصاحبه‌هایی است که از قبول
شدگان انجام می‌شود. داشتن حداقل 3 سال سابقه کار و سوابق اجرایی جالب توجه در کسب‌وکارهای
مختلف نیز می‌تواند ازجمله دلایل موفقیت شما باشد.

گرایش‌های
یازده‌گانه دانشگاه شریف شامل موارد زیر هستند:

1-
عمومی

2-
فناوری اطلاعات (IT)

3-
فناوری

4-
بازاریابی

5-

تجارت

6-
مدیریت منابع انسانی

7- کارآفرینی

8-
مدیریت استراتژیک

9-
اقتصاد مدیریت

10-
مدیریت پروژه

11-
مدیریت اجرایی (EMBA)

2-
دانشگاه تهران

دانشکده
مدیریت دانشگاه تهران فقط در یکی از گرایش‌های MBA یعنی مدیریت اجرایی اقدام به جذب دانشجو می‌نماید؛
که از طریق کنکور سراسری اقدام به پذیرش دانشجو می‌کند. برای تحصیل غیر رایگان در دوره‌های
نوبت دوم این دانشگاه باید در حدود 6 میلیون تومان هزینه کنید.

3-
دانشگاه علامه طباطبایی

دانشکده

مدیریت علامه طباطبایی نیز فقط در گرایش مدیریت اجرایی رشته MBA دانشجو می‌پذیرد؛ و وجه تمایز این دانشگاه در گزینش افراد شاغل با سابقه 3 تا 4 سال مدیریت است؛ که البته دوره‌های نوبت دوم در این دانشگاه هم با شهریه در حدود 6 میلیون تومان برگزار می‌شود.

4-

دانشگاه علم و صنعت

دانشگاه علم و صنعت نیز از طریق کنکور سراسری و با دوره‌های رایگان و غیر رایگان اقدام به گزینش دانشجو می‌کند که البته گویا به زودی از طریق آموزش الکترونیک نیز در این رشته دانشجو خواهد گرفت که در حدود 7 میلیون تومان هزینه در بر دارد. در این دانشگاه فقط گرایش مدیریت اجرایی تدریس می‌شود.

5-

سازمان مدیریت صنعتی

این سازمان با سابقه درخشان درزمینه آموزش‌های مختلف مدیریت در رده‌های کارشناسی و ارشد چند سالی است که دوره‌های MBA را نیز آموزش می‌دهد. این سازمان در گزینش دانشجویان خود قید 3 سال تجربه کاری و مدیریتی را لحاظ کرده است و در حدود 5 میلیون تومان شهریه از دانشجویان دریافت می‌کند. در این سازمان فقط گرایش مدیریت اجرایی تدریس می‌شود.

6-

دانشگاه علوم و فنون مازندران

این دانشگاه با همکاری دانشگاه ITTK هند دوره‌های بسیار خوبی را برای رشته MBA پیاده‌سازی و اجرا کرده است که در حدود 6 میلیون تومان برای تحصیل در دوره‌های غیر رایگان آن باید هزینه کنید.

7-

دانشگاه کیش

8-

دانشگاه مالک اشتر

9-

دانشگاه شاهرود

تحصیل

در رشته MBA در

سه دانشگاه ذکر شده در حدود 4 میلیون تومان برای شما هزینه در بر دارد. البته

دانشگاه مالک اشتر تعداد معدودی را نیز به‌صورت رایگان پذیرش می‌کند.

10-

دانشگاه آزاد:

دوره‌های

این MBA

دانشگاه در واحد علوم و تحقیقات ارائه می‌شود و گرایش آن نیز مدیریت اجرایی است.

طول

دوره MBA

دوره

کارشناسی ارشد MBA به‌صورت کارشناسی ارشد ناپیوسته و آموزشی است. این دوره به نام دوره MBA در اکثر نظام‌های آموزش عالی کشورهای

پیشرفته و درحال‌توسعه ارائه می‌شود. با توجه به اینکه فارغ‌التحصیلان رشته‌های

مختلف و به خصوص رشته‌های فنی و مهندسی وارد این دوره می‌شوند و باید با مبانی و

اصول مدیریت علمی و دانش روز مدیریت در حوزه‌های مختلف آشنا شوند، طول دوره حداقل

۲ و حد اکثر ۳ سال بوده و تعداد واحدهای لازم برای فارغ‌التحصیل شدن بر خلاف سایر

فوق لیسانس‌ها که ۳۶ واحد است ۵۸ واحد درسی است؛ بنابراین دانشجویان این دوره،

مانند سایر دانشجویانی که در سایر نقاط جهان در این رشته به تحصیل می‌پردازند،

برای تکمیل دوره خود در طی ۲ سال یا ۴ ترم باید به‌طور متوسط در هر نیمسال تحصیلی

حدود ۱۴ واحد درسی را بگذرانند. به این لحاظ دوره کارشناسی ارشد MBA، دوره سنگین و پر کاری است و دانشجویانی که

وارد این دوره می‌شوند باید ازلحاظ استعداد و فرصت مطالعه و تحصیل در وضعیت خوبی

قرار داشته باشند.

گرایشهای مختلف رشته مدیریت کسب و کار

رشته مدیریت کسب و کار (MBA) بنابر
مصوبه 5 آبان 1392 و مندرجات دفترچه های کنکور، هم اکنون در گرایش های زیر به شرح
زیر ارائه می گردد:
1-استراتژی، 2-بازاریابی،
3-رفتار سازمانی و منابع انسانی ، 4-سیستم های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات،
5-عملیات و زنجیره تأمین، 6-فناوری، 7-مالی، 8-نوآوری و توسعه محصول و خدمت،
9-عمومی، 10-سازمان های پروژه محور، 11-خدمات، 12-کارآفرینی، 13-کسب و کار بین
المللی و 14-انرژی

در کنکور کارشناسی ارشد سال
1397، گرایشهای 1-استراتژی، 2-بازاریابی ، 3-رفتار سازمانی و منابع انسانی،
4-سیستم های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات، 5-عملیات و زنجیره تأمین، 6-فناوری،
7-مالی و 8-انرژی ارائه شد.

گرایش عمومی

هدف

گرایش عمومی افزایش توانمندی های دانشجویان در گستره وسیعی از موضوع های مربوط به کسب و کار است. درس های متنوعی در این گرایش ارایه می شوند. بنابراین دانش آموختگان این گرایش می توانند به فراخور علاقه خویش در مشاوره یا مدیریت بخش های مختلف سازمان ها اعم از تولیدی و یا خدماتی مهارت های لازم را کسب کنند. آنان همچنین می توانند مهارت های کارآفرینی و ایجاد تحول در سازمان یا بخشی از آن را بیاموزند. علاوه بر آن، در این گرایش امکان تعمیق دانسته های دانشجویان در زمینه مورد علاقه ایشان وجود دارد. زیرا دانشجویانی که به موضوع های مشخصی علاقه دارند می توانند آزادانه دروس مربوط به آن ها را برگزینند. درنهایت، گرایش عمومی کاستی های مربوط به حضور استادان خاص هر گرایش را جبران می کند. دانشگاههایی که به استادان دروس گرایش های تخصصی دسترسی ندارند می توانند گرایش عمومی را با ارایه ترکیبی از دروس گرایشهای مختلف ایجاد کنند.

گرایش
استراتژی

هدف

این گرایش، ارائه دانش مدیریت استراتژیک کسب و کار، تبیین علل عملکرد برتر و موفقیت پایدار سازمان ها و راه دستیابی به آن ها است. دانشجویان این گرایش می آموزند که چگونه برخی از سازمان ها به مزیت رقابتی پایدار و عملکرد برتر دست می یابند. همچنین، دانشجویان روش بهکارگیری آموزه های مدیریت استراتژیک برای سازمان خود را می آموزند. اگاهی از نظریه های پیشرفته مدیریت استراتژیک و تسلط بر ابزارهای متنوع این حوزه از اهداف این گرایش است. آشنایی با مفاهیم بنیادین مدیریت استراتژیک (مانند ارزش، مأموریت و چشم انداز)، انواع روش های تحلیل و برنامه ریزی استراتژیک، فرامین و فنون تفکر استراتژیک، مدیریت تحولات اساسی، جاری سازی استراتژی ها، بودجه بندی و کنترل، تصمیم گیری استراتژیک در شرایط عدم اطمینان، مدیریت استراتژیک در سازمان های چند کسب و کاره و هولدینگ، و مدیریت استراتژیک در سازمان های دولتی و غیرانتفاعی موضوع هایی هستند که در دروس طراحی شده برای این گرایش گنجانده شده اند.

گرایش

بازاریابی

در این
گرایش، دانشجویان توانایی شناخت مشخصات و پیچیدگی های رفتار مشتریان و بازار را کسب می کنند. آنان می توانند علاوه بر تعریف و تخمین اندازه یک بازار مفروض، میزان سودآوری آن را نیز به میزان مناسب برآورد کنند. بازاریابی نوعی نگاه، رویکرد و فرایند است که به وسیله آن از طریق ارائه کالا و خدمات، علاوه بر کسب سود به تأمین نیازهای مشتریان پرداخته می شود. به شیوه ای که تأمین منفعت یک گروه الزاما به قیمت زیان گروه دیگری از ذینفعان نباشد. در بازاریابی، بخش هایی از بازار به عنوان مناسب ترین هدف شناسایی می شوند که سازمان توانایی ارایه کالا و یا خدمات را به آن ها داشته باشد. در این گرایش به موضوع هایی مانند مدیریت برند، بازاریابی خدمات، ارتباطات بازاریابی، بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین بنگاهی، رفتار مصرف کننده و قیمت گذاری پرداخته می شود.

گرایش

خدمات

خدمات
در دنیای امروز به عنوان بخشی غالب در اقتصاد و مراودات تجاری محسوب می شود. متناسب با میزان پیشرفته بودن اقتصاد یک کشور، سطح پیشرفتگی و سهم صنایع خدماتی در اقتصاد افزایش می یابد. در ایران نیز، انواع صنایع خدماتی نقشی عمده در اقتصاد ایفا می کنند. در این گرایش دانشجویان با انواع صنایع خدماتی، انواع خدمت و مفاهیمی مانند توسعه خدمت، سیستم های خدمات و مدیریت خدمات آشنا می شوند. در این گرایش به موضوع هایی همچون بازاریابی خدمات، مدیریت درآمد، مدیریت استراتژیک خدمات، مدیریت ظرفیت واحدهای خدماتی پرداخته می شود.

گرایش

رفتار سازمانی و منابع انسانی

منابع
انسانی هر سازمان عامل حیات آن سازمان است. از این رو شناخت انسان و رفتارهای او برای مدیریت اثربخش آن ضروری است. گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی بر استفاده مؤثر از نیروی انسانی در جهت اهداف سازمان تمرکز دارد. این گرایش برای بالا بردن قابلیت های سازمانی و انطباق با شرایط محیطی تاکیدی ویژه بر ابعاد انسانی در سطوح فردی، گروهی و سازمانی دارد. دانشجویان این گرایش می توانند به بهبود کارایی سازمان و دستیابی به اهداف انسانی سازمان و جامعه کمک کنند. این هدف با ایجاد روابط برتر حاصل می شود و نتیجه آن ایجاد ارزش برای ذی نفعان سازمان است. این حوزه می تواند در ایجاد شرایط پایدار برای تعامل متقابل فرد و سازمان به گونه ای کمک کند که بستر بهبود عملکرد هر دو را تأمین کند. در این گرایش به موضوع هایی مانند علوم رفتاری، روانشناسی، سازمان های یادگیرنده، استعدادیابی و جذب، آموزش، حقوق و دستمزد، روابط سازمانی، مدیریت استعدادها و نیروهای دانشی، تقویت کار تیمی، استراتژی منابع انسانی، مدل های مختلف رفتار سازمانی، بهبود سازمانی، توسعه شغلی و فرهنگ در سازمان پرداخته می شود.

گرایش

سازمان های پروژه محور

در این
گرایش دانشجویان با مفاهیم مدیریت پروژه و سازمان های پروژه محور آشنا می شوند. پروژه تلاشی موقت است که به منظور تولید محصول، خدمت و یا نتیجه ی منحصر به فرد

انجام می شود. مدیریت پروژه، فرایندی درجهت حفظ مسیر پروژه برای دستیابی به یک موازنه اقتصادی موجه بین سه عامل هزینه، زمان و کیفیت است. دانشجویان با یادگیری ابزارها و روش های مناسب می توانند طرح ها و پروژه ها را با کمترین هزینه، کوتاه ترین زمان و بهترین کیفیت ممکن اجرا کنند. در این گرایش به موضوع هایی همچون امکان سنجی، برنامه ریزی ، اجرا و کنترل پروژه ها، تدارک و تأمین
مالی پروژه، مدیریت سازمان های پروژه محور، مدیریت ریسک پروژه، مدیریت کیفیت پروژه، مدیریت منابع انسانی در سازمان های پروژه محور، حل مناقشات و مذاکرات، و انواع کسب و کارهای پروژه ای پرداخته می شود.

گرایش
سیستم های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات

در این
گرایش دانشجویان با مفاهیم اصلی سیستم های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات آشنا می شوند. یک سیستم اطلاعاتی تعامل بین کاربران، فرایندهای کسب و کار، داده و فناوری است. فناوری اطلاعات نیز به مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، پشتیبانی و مدیریت سیستم های اطلاعاتی با به کارگیری فناوری اطلاعات می پردازد. در عصر کنونی اهمیت سیستم های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات در دنیای کسب و کار روزبه روز برجسته تر می شود. کسب مزیت رقابتی و عملکرد برتر در محیط رقابتی و پویای کسب و کار دنیای امروز مستلزم کسب توانمندی و تسلط بر سیستم های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات است. در این گرایش موضوع هایی مانند تولید اطلاعات با سرعت بالا و کیفیت مناسب، ارزش افزایی مدیریتی از اطلاعات و کاربرد آن در سطوح مختلف مدیریتی، پیاده سازی پروژه های فناوری اطلاعات در بخش های مختلف، و مدل های کسب و کار نوین مبتنی بر پایه فناوری اطلاعات بررسی می شوند.

گرایش عملیات
و زنجیره تأمین

هدف از
این گرایش آشنایی دانشجویان با مفاهیم، موضوعات و مسایل مدیریت عملیات و زنجیره تأمین است. دست آورد تحلیل، طراحی و برنامه ریزی عملیات و زنجیره تأمین، تطابق نیازهای متقاضیان کالا و یا خدمات با منابع، تونمندی ها و فرایندهای یک سازمان و یا شبکه ای از سازمان ها است. به این منظور می بایست مجموعه ای از مفاهیم، قواعد و روشهای هم خوان را از سطوح کلان و راهبردی تا سطوح خرد و اجرایی به کار گرفت. بنابراین در این گرایش درس هایی ارایه می شود که مقدمات ایجاد چنین قابلیتی را برای دانشجویان فراهم کند. در این گرایش موضوع هایی مانند استراتژی عملیات، مدیریت استراتژیک زنجیره تأمین، طراحی و تحلیل سیستم های تولیدی، مدیریت موجودی و انبار، لجستیک، مدیریت ریسک و ارتباط با تأمین کنندگان مطرح می شوند.

گرایش
فناوری

این
گرایش به مفاهیم، روش ها و نظریه های موجود در زمینه مدیریت فناوری به عنوان یکی از عوامل اساسی خلق ثروت می پردازد. در این گرایش به سیستم های مدیریتی که به ایجاد، کسب و استفاده از فناوری کمک می کنند، پرداخته می شود. همچنین وظایف اصلی مدیریت فناوری در سطح بنگاه و دانش مورد نیاز در سطح فرابنگاه بحث می شود. در سطح بنگاه مواردی چون شناسایی و ارزیابی فناوری، برنامه ریزی فناوری، اکتساب فناوری (شامل توسعه درون زا، انتقال دانش و فناوری و همکاری های مشترک در زمینه توسعه

فناوری)، بهره برداری و محافظت از فناوری در زمره موضوع های اصلی قرار می گیرند. در سطح فرابنگاه نیز به مواردی مانند سیاست گذاری علم و فناوری، تحولات فناورانه و نظام ملی نوآوری پرداخته می شود.

گرایش

کارآفرینی

موضوع اصلی این گرایش خلق ارزش افزوده با استفاده از فرصت ها، راه اندازی کسب و کار جدید و کارآفرینی است. فرد کارآفرین به منظور تحقق ایده اش عوامل موردنیاز را فراهم می آورد و با استفاده از قدرت تصمیم گیری، مهارت ها و استعدادهای فردی و گروهی در طراحی، سازماندهی و اجرا، ایده خود را به صورت یک کسب و کار جدید در می آورد. اهمیت کارآفرینی و تأثیر آن به اندازه ای است که کشورهای توسعه یافته از آن به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی خود استفاده می کنند. در این گرایش به موضوع هایی مانند تشخیص فرصت های کارآفرینی، شرایط لازم برای کارآفرینی، مطالعات بازاریابی، کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی توجه می شود.

گرایش

کسب و کار بین المللی

این گرایش به کسب و کارهای بین المللی مرتبط با معاملات کالا و یا خدمات در عرصه بین الملل می پردازد. اینگونه معاملات برای شرکت های خصوصی و دولتی و یا ترکیبی از این دو به علت سود یا منفعت سیاسی حایز اهمیت است. در این گرایش از منظر تجارت بین الملل به موضوع هایی مانند سیستم های حقوقی، سیاست های اقتصادی و سیاسی، استانداردهای حسابداری، استاندادرهای کاری، فرهنگ های محلی، فرهنگ سازمانی، بازارهای ارزی، تعرفه ها، مقررات واردات و صادرات، و موافقت نامه های چندجانبه پرداخته می شود.

گرایش

مالی

در این گرایش، دانشجویان با نظریه های کلاسیک و جدید مدیریت مالی و سرمایه گذاری و کاربرد آن ها آشنا می شوند. آنان می توانند با ارائه راهکارهایی برای توسعه سرمایه گذاری، گام هایی موثر برای رفع مشکلات اقتصادی بنگاه بردارند. گرایش مالی به مدیریت کارآمد و موثر وجوه مالی به شیوه ای می پردازد که باعث تحقق اهداف بنگاه شود. این گرایش شامل چگونگی بودجه بندی سرمایه ای، تأمین مالی و اداره منابع و مصارف کوتاه مدت مانند دارایی ها و بدهی های جاری است. دانش آموختگان گرایش مدیریت مالی علاوه بر توانایی تحلیل بازارهای مالی می توانند وضعیت مالی سازمان ها و صنایع را ارزیابی کنند و در اخذ تصمیمات مالی مرثر در بنگاهها، ایفای نقش کنند. در این گرایش به موضوع هایی مانند قوانین و مقررات مالی، مهندسی مالی و طراحی ابزارهاف مدیریت ریسک، ارزش یابی اوراق بهادار و بنگاه ها، قیمت گذاری اختیارهای مالی، اقتصادسنجی مالی، نظریه بازار سرمایه، مدیریت مالی بین المللی، بانکداری و مالیه اسلامی پرداخته می شود.

گرایش

نوآوری و توسعه محصول و خدمت

این

گرایش به دنبال آشنایی دانشجویان با مفهوم نوآوری و فرایندهای توسعه محصول و خدمت است. نوآوری، توسعه و کاربرد ایده جدید به صورت محصول، فرایند و یا خدمت جدیدی ظاهر می شود که منجر به رشد پویای اقتصاد ملی می شود. نوآوری پدیده ای نیست که فقط یک بار رخ دهد، بلکه فرآیندی مستمر از توسعه ایده نو تا کاربردی شدن آن است. ایده نو اشاره به درک نیاز جدید مشتری و یا روش جدید تولید دارد. ایده های نو با جمع اوری اطلاعات با دیدگاه کارآفرینانه توسعه می یابند. دانشجویان این گرایش با طبقه بندی های رایج نوآوری و انواع آن، مدیریت توسعه محصول و خدمت، مدیریت روابط مشتری، طراحی، تدوین و استقرار کسب و کار جدید، مدیریت فرآیندهای کسب وکار و رفتار مصرف کننده در سطوح مختلف آشنا می شوند.