



مرکز رشد فناوریهای هوشمند

**عنوان:**

**دوره‌های آموزشی DBA**

**بر اساس**

**سرفصلهای بازاریابی و هوش تجاری**

**مدیریت هوشمند بازار و کسب و کار**

**AI / BI**

**مجری:**

**مرکز رشد فناوری هوشمند وزارت علوم تحقیقات و فناوری**

**و هلدینگ کسب و کار وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی**

استاد راهنمای دوره:

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

نویسنده کتاب دو جلدی دانش بازاریابی ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰

۱۴۰۱

دوره های حرفه ای و مهارتی مدیریت کسب و کار MBA, DBA باید بر اساس نیاز های کسب و کار در بازار طراحی شود. در دانشگاهها کشور این دوره ها بدون در نظر گرفتن ظرفیتهای 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 الملل برای ایجاد زنجیره ارزش بهره مند شوند. آشنایی با قواعد بازار بین الملل، قیمت گذاری، برند سازی، تحلیل رفتار مصرف کننده، روشهای تبلیغات و بهره گیری از رسانه ها، روشهای مذاکره تا روشهای شبکه سازی و انواع قراردادهای بین امل و تحقیق بازار و ... از موضوعات مهمی است به تنهایی می تواند تمامی نیازهای توانمندی مدیران در بازارهای داخلی و بین المللی را پاسخگو باشد.

فناوری هوش تجاری یکی از فرصتها و چالشهای مهم برای مدیریت در قرن پیش رو است. این ابزار تنها راه موفقی در بازارها و کسب و کارها 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 رقابت کنند و پایدار بمانند. هوش مصنوعی یا هوش مدیریت که از آن به هوش تجاری هم نام برده میشود میتواند 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 تصمیمگیری و برنامه ریزی دقیق و صحیح و تحلیل برای مدیریت است.

بیش از ۳۰ سال است که همه شرکتهای و موسسات و سازمانهای جهانی از آن برای رقابت جدی و موفقتر و برای تصمیمات دقیقتر و ارزیابی و نظارت بر بخشهای 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 روشهای دسترسی به داده ها و نحوه تحلیل آن و چگونگی کمک این فناوری در مدیریت بینهایت مهم و ارزشمند است.

### ضرورت و اهمیت آموزشهای تخصصی سامانه هوشمند کسب و کار BI:

- 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 روشهای نوین جمع اوری داده از طریق وب و ارزیابی داده ها برای دقت و صحت و سرعت فوق تصور
- ۵- اهمیت کسب دانش روشهای جمع اوری داده از محیط وب
- ۶- ضرورت دانش بهره گیری از شاخصهای مدیریتی بجای مدیریت بر اساس داده و اطلاعات در شرکتهای 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 بهره گیری 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 کسب و کار BI
- 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 هوش مصنوعی و کاربردهای آن
- آشنایی با سامانه نقشه تجاری هوشمند کاربرد آن
- آشنایی با کاربرد هوش مصنوعی در زمینه بازاریابی شامل: ارزیابی بازار، تحقیق بازار، تبلیغات، رفتار مصرف‌کننده، برندسازی، فروش، مدیریت کسب و کار، قیمت گذاری، اقتصاد بازار، مدیریت شبکه بازار، مذاکره در بازار، قراردادهای بازار و ...
- آشنایی با مدیریت بازار و کسب و کار مبتنی بر شاخص‌های بازاریابی شامل: ارزیابی بازار، تحقیق بازار، تبلیغات، رفتار مصرف‌کننده، برندسازی، فروش، مدیریت کسب و کار، قیمت گذاری، اقتصاد بازار، مدیریت شبکه بازار، مذاکره در بازار، قراردادهای بازار و ...
- 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 حوزه های مدیریت و مدیریت روابط عمومی و دفاتر تجاری
- دانشجویان رشته های مرتبط
- کلیه علاقه مندان به این حوزه
- تجار و بازرگانان و واحدهای بازرگانی شرکتهای و موسسات
- سازمانها و نهادهای متولی اشتغال و کسب و کار کشور مانند وزارت تعاون، کمیته امداد، بهزیستی و ...

## سرفصل های آموزشی:

سرفصل های 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، آرایه ها، روش ارزیابی، روش برندسازی ۳ ساعت
۶. مفاهیم اقتصاد بازار: مدل های 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 ۳۵ 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 چهار: 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 کسب و کار BI AI BI  
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: بازار سرمایه و بورس stock marketing  
جلسه چهاردهم: روشهای قیمت گذاری pricing  
جلسه پانزدهم: قراردادهای و روشهای سرمایه گذاری در بازار بین الملل هارم: اقتصاد contracts

**ب: دوره هوش مصنوعی و 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)  
داوطلب پس از گذراندن دوره پیشرفته و با سه سال سابقه کار مرتبط می‌تواند از دانشگاه گواهی DBA تخصصی در زمینه تجارت هوشمند کسب نمایند

#### ✓ ب: منابع دوره:

- ۱- کتاب دانش بازاریابی ۲۰۲۰ 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 ۱۴۰۰ مولف: سید احمد قاسمی دکتر بازاریابی (هوش تجاری دانشگاه تهران و عضو هیات علمی دانشگاه)

#### پیش‌نیاز:

- داشتن حداقل مدرک تحصیلی لیسانس  
آشنایی با زبان انگلیسی (ترجیحی)  
تصویر مدرک دوره مقدماتی (basic) جهت شرکت در دوره پیشرفته (advanced)

#### مدرک

- گواهینامه مربوطه از سوی مرکز رشد فناوری هوشمند با ارزش دوره های تخصصی ۳۵۰ ساعته و با یک پروژه تحقیقی DBA تخصصی در زمینه مدیریت هوشمند کسب و کار و بازار کسب نمایند. با تایید وزارت علوم و با دو زبان فارسی انگلیسی مورد تأیید دادگستری و وزارت امور خارجه است.

#### 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 بلندی مدت علاوه بر آن دفاع از پایان نامه ضروری است.

#### مدت دوره:

دوره بلند مدت ترمی: دوره ۶ ترم بمدت ۳۵۰ ساعت و یک پروژه تحقیقی DBA تخصصی در زمینه مدیریت هوشمند کسب و کار و بازار

#### مدرسین دوره:

ردیف	نام استاد	مرتبه علمی	گروه آموزشی
	دکتر سید احمد قاسمی	استادیار پژوهشی	بازاریابی

با تشکر