



د : 1416  
کشنبه، 24 شهريور 1392 14:19:22  
<http://www.ent.ut.ac.i>

---

کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید



دانشکده کارآفرینی

## برنامه MBA یکساله دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

### عنوان درس: کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید

نام استاد: سیامک فرکوش

ساعات ملاقات دانشجویی: پنجشنبه‌ها با وقت قبلی

پست الکترونیک: [siamak@farkoush.com](mailto:siamak@farkoush.com)

#### هدف

این درس به منظور کنکاش در کاربردهای عملی کارآفرینی برای مدیریت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ارائه می‌شود. مطالعات موردی که در این درس مطرح می‌شوند به منظور تمرین برای تحلیل فرصت‌ها و همچنین پیاده‌سازی اقدامات کارآفرینی استفاده می‌شوند. در هفته‌های اولیه این درس تلاش می‌شود تا موارد زیر محقق گردد.

۱. نشان دادن اهمیت مدل و طرح تجاری به عنوان یک فاکتور حیاتی برای موفقیت در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SME)
۲. ارائه برخی از ابزارهای اقتصادی و بازاریابی به منظور ارزیابی فضای کسب‌وکار و کمک به گسترش یک طرح کسب و کار موفق.

در ادامه درس، با انجام تمرین‌های عملی مهارت‌های اجرایی دانشجویان در راه‌اندازی یک کسب و کار به چالش کشیده خواهد شد. تا در موازات اصول تئوری مهارت‌های عملی دانشجویان ارتقاء یابد

#### سرفصل درس

##### هفته اول

- تعریف کارآفرینی و اهمیت آن
- جایگاه کارآفرینی در اقتصاد روز دنیا
- ارائه برخی از آمارهای جهانی در حوزه کارآفرینی
- توصیف فرآیند کارآفرینی (بر اساس مدل کارل مورس) بخش اول
- مطالعه موردی مدل‌های موفق کارآفرینی در دنیا و ایران

##### هفته دوم

- آموزش فرآیند تدوین مدل کسب‌وکار (بر اساس الگوی الکساندر اوستوروالدرز)
- انجام تمرین عملی برای تدوین یک مدل کسب‌وکار (انجام کار عملی به صورت گروهی در کلاس)
- توصیف ویژگی‌های افراد کارآفرین (بر اساس مدل 10 D's)
- تحلیل فرصت‌های کسب و کار در تجارت نوین (بر اساس مدل جفری تایموس)

#### هفته سوم

- بررسی عوامل موفقیت شرکت های کارفرین (بر اساس مدل 9 F's)
- توصیف فرآیند کارآفرینی (بر اساس مدل کارل مورس) [بخش تکمیلی]
- مطالعه موردی در رابطه با شرکت های موفق کارآفرینانه در دنیا و ایران

#### هفته چهارم

- تشریح کامل پروژه پایانی و گروه بندی اعضای کلاس برای انتخاب پروژه عملی
- مطالعه و بررسی پارامتر های هوش حسی (EQ) و اهمیت آن در فرایند کار آفرینی
- تحلیل روش های شناسایی فرصت در فضای کسب و کار (به همراه مطالعه موردی)
- انجام کار گروهی در تدوین KPI (شاخص های کلیدی عملکردی) برای اولویت بندی ایده های کسب و کار
- ارائه چک لیست تحلیل فرصت های کسب و کار
- انجام کار گروهی برای انتخاب یک ایده کسب و کار موفق از بین فرصت های موجود از طریق شاخص های کمی

#### هفته پنجم

- فرازی بر تدوین طرح کسب و کار
- انجام کار عملی برای تدوین طرح کسب و کار برای ایده انتخاب شده (بخش اول)
- [semi-business plan]
- تشکیل سازمان و work flow

#### هفته ششم

- تدوین استراتژی راه اندازی سازمان برای یک کسب و کار نوپا
- معماری بهینه سازمان در فرآیند کار آفرینی
- ادامه انجام کار عملی برای تدوین طرح کسب و کار (بخش دوم)

#### هفته هفتم

- اهمیت بازار یابی در فرآیند کار آفرینی
- روش های جمع آوری و تحلیل اطلاعات فضای کسب و کار در فرآیند کارآفرینی
- استراتژی بازاریابی در کار آفرینی
- آمیخته بازاریابی
- ابزار های یک پارچه ارتباط با بازار در یک کسب و کار نو پا
- کلید های طلایی بازار یابی در فرآیند کار آفرینی

#### هفته هشتم

- تکمیل کار عملی برای تدوین طرح کسب و کار (بخش پایانی)
- ارائه پروژه های گروهی

#### منابع اصلی درس

- William Bygrave and Andrew Zacharakis, Entrepreneurship, 2<sup>nd</sup> Edition, Wiley, 2011.
- Alexander Osterwalder, Business Model Generation, wiley, 2010.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, Marketing Management, 14<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, 2012.
- Marcia Hughes, Henry L. Thompson, and James Bradford Terrell, Handbook for Developing Emotional and Social Intelligence, Pfeiffer, 2009.

