



دوره کهد کارآفرینی با رویکرد استارت آپی

(Minor In Entrepreneurship, with Startup Approach)

ویژه دانشجویان مقطع کارشناسی

دانشگاه تهران

آشنایی با درس دوره کهاد کار آفرینی

ردیف	نام درس	نوع درس	هدف درس
۱.	مبانی کارآفرینی	اصلی	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنایی دانشجویان با مفاهیم و سنگ بناهای اصلی کسب و کارهای نوپا (استارت آپ) ○ کسب توانایی تدوین چشم انداز، راهبری و شتابدهی و رشد در کسب و کارهای نوپا(استارت آپ) ○ کسب مهارت ابتدایی در ایجاد کسب و کار نوپا (استارت آپ)
۲.	مهارت های کارآفرینی	اصلی	<ul style="list-style-type: none"> ○ شناخت مهارت‌های کارآفرینی مورد نیاز کسب و کارهای نوپا ○ توسعه مهارت‌های تیمی برای کارآفرینی ○ توسعه سرمایه اجتماعی و مهارت شبکه سازی دانشجویان
۳.	مدیریت مالی	اصلی	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنایی دانشجویان با انواع ابزارهای مالی برای جذب سرمایه برای کسب و کارهای نوپا(استارت‌آپ‌ها) در مراحل مختلف راه اندازی کسب و کار ○ کسب مهارت جذب تأمین مالی برای کسب و کارهای نوپا ○ کسب و توسعه توانمندی های بکارگیری روشهای خلاقانه مدیریت نقدینگی و تکنیک های نوین تامین مالی کسب و کارهای نوپا
۴.	مدیریت رفتار سازمانی	اصلی	<ul style="list-style-type: none"> ○ ایجاد و تقویت قصد کارآفرینانه، نگرش کارآفرینانه و خود کارآمدی کارآفرینانه دانشجویان ○ ایجاد و تقویت سرمایه روانشناختی و شبکه اجتماعی کارآفرینانه دانشجویان ○ ایجاد و تقویت مهارت تیم سازی و توانایی رهبری کارآفرینانه دانشجویان
۵.	تحقیقات بازاریابی	اختیاری	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنایی دانشجویان با اصول بازاریابی کسب و کارهای نوپا (استارت آپ) ○ درک تفاوت های بازاریابی برای کسب و کارهای نوپا و بازاریابی کلاسیک ○ کسب مهارت و توانایی بازاریابی برای ایده کسب و کار نوپا در مرحله اولیه و تامین مالی ○ کسب مهارت و توانایی بازاریابی برای کسب و کارها نوپا در مرحله رشد
۶.	مدیریت نوآوری	اختیاری	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنائی با جایگاه طراحی محصول در کارآفرینی فناورانه، ○ تعریف محصول و توسعه آن، طراحی و انواع آن، ○ فرآیند های توسعه محصول و انواع رویکردهای آن شامل رویکرد سنتی و رویکرد لین در توسعه MVP، مدل فرآیندی طراحی محصول اولریچ، توسعه مفهوم محصول (طراحی مفهومی)، طراحی سطح سیستمی محصول (معماری محصول)، طراحی تفصیلی محصول، نمونه سازی طراحی برای ساخت و تولید. ○ دانشجو پس از گذراندن درس قادر خواهد بود مسیر تبدیل یک ایده به نمونه محصول را مطابق با مراحل ساختاریافته طراحی محصول طی نماید.
۷.	محیط کسب و کار در ایران	اختیاری	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنایی با مفاهیم و فنون تحلیل محیط ○ شناسایی منشاء و گزینه های فرصت و و ارزیابی و بهره برداری از آن‌ه ○ این درس مهارت محور است و دانشجویان می بایست ضمن یادگیری مهارت های لازم جهت تحلیل محیط خود و شناسایی فرصت های موجود، گزارشی در خصوص فرصت شناسایی شده در صنعت مورد نظر خویش را تهیه و ارائه نماید.

<p>۸.</p> <p>مدیریت پروژه های راه اندازی کسب و کار</p>	<p>اختیاری</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنائی دانشجویان با مراحل فرآیند راه اندازی کسب و کار های نوپا و الزامات و ابزارهای آن ○ افزایش مهارت دانشجویان در استفاده از ابزارهای مدیریتی برای مدیریت مناسب فرآیند راه اندازی کسب و کار نوپا با تمرکز بر دو مرحله توسعه محصول و توسعه مشتری ○ افزایش مهارت دانشجویان و مؤسسين استارت آپ ها در شناسایی و توسعه بازارهای هدف ○ افزایش مهارت مخاطبین در بکارگیری انواع آزمون ها و ابزارها برای شناسایی و تعامل با مشتریان اولیه، توسعه بازار و اطمینان از تناسب محصولات/خدمات با نیازها، خواسته ها و ترجیحات بازارهای هدف ○ افزایش مهارت مخاطبین در توسعه و افزایش مقیاس کسب و کار و الزامات مدیریتی آن
<p>۹.</p> <p>طراحی و تدوین طرح کسب و کار</p>	<p>اختیاری</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنایی با دانش و مهارتهای تدوین و تهیه برنامه کسب و کار موثر و کارآمد ○ ارتقای ظرفیت شناختی مخاطبان در خصوص تکنیک های نوآوری در مدل کسب و کار ○ تقویت مهارت نوآوری در مدل کسب و کار برای خلق ارزش بیشتر در یک کسب و کار
<p>۱۰.</p> <p>حقوق بازرگانی و قوانین کسب و کار در کشور</p>	<p>اختیاری</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنائی با فرایندهای حقوقی راه اندازی یک کسب و کار جدید و چگونگی اداره آن و آشنائی با مسائل حقوقی که ممکن است در فرایند سه گانه تاسیس، اداره و انحلال یک واحد کسب و کار مواجه باشند در جهت کاهش ریسکهای حقوقی کسب و کار و افزایش میزان تاب آوری آن ○ افزایش آگاهی حقوقی موسسین کسب و کارهای نوپا و کاهش ریسکهای حقوقی احتمالی که ممکن است در جریان تاسیس و اداره واحد کسب و کار با آن مواجه شوند ○ آشنائی با ظرفیتهای و فرصتهای حقوقی و قانونی موجود تسهیل گر کسب و کار و افزایش ضریب اطمینان حقوقی بیشتر در استفاده از فرصتهای تجاری
<p>۱۱.</p> <p>بازاریابی بین الملل</p>	<p>اختیاری</p>	<p>هدف آموزشی: هدف این درس معرفی بازاریابی بین المللی و آشنایی با محیط پیچیده بازاریابی بین المللی و نیاز به بررسی ابعاد گوناگون اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و قانونی از دیدگاه مفهومی، روش شناسی و کاربردی می باشد. انتظار می رود که دانشجویان با گذراندن این درس دانش کافی در زمینه مبانی نظری دانش بازاریابی بین المللی و بکارگیری آن در بازارهای بین المللی و جهانی را فرا گیرند.</p> <p>هدف رفتاری: تسهیل درک ماهیت، ساختار و خصوصیات متمایز بازاریابی بین المللی از طریق مطالعات موردی و پروژه های گروهی، توسعه توانایی برای تطابق راهبردهای بازاریابی با نیازهای بازار ملی مشخص و محدودیت های آن، پیدا کردن مهارت عملی در طراحی برنامه های بازاریابی بین المللی جهت شرکت ها و سازمانها در بازارهای بین المللی و جهانی.</p>
<p>۱۲.</p> <p>بازاریابی و مدیریت بازار</p>	<p>اختیاری</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنایی دانشجویان با اصول بازاریابی کسب و کارهای نوپا (استارت آپ) ○ درک تفاوت های بازاریابی برای کسب و کارهای نوپا و بازاریابی کلاسیک ○ کسب مهارت و توانایی بازاریابی برای ایده کسب و کار نوپا در مرحله اولیه و تامین مالی ○ کسب مهارت و توانایی بازاریابی برای کسب و کارها نوپا در مرحله رشد

<ul style="list-style-type: none"> ○ آشنایی با فرایند و مدل های اجرایی کارآفرینی سازمانی ○ آشنایی با موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت ها، سازمان ها و کسب و کارهای تثبیت شده ایرانی ○ کسب توانایی ارزیابی و تحلیل کارآفرینی سازمانی در سازمان ها و شرکت های ایرانی ○ تدوین کسب مهارت تدوین برنامه توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت ها و سازمان ها و کسب و کارهای تثبیت شده ایرانی ○ آشنایی با مفاهیم، تعاریف و الگوهای کارآفرینی اجتماعی ○ آشنایی با کارآفرینان اجتماعی، انگیزه ها، ویژگی ها، فعالیت ها و برنامه ها و چالش های آنان ○ آشنایی با فرایند کارآفرینی اجتماعی 	اختیاری	کارآفرینی سازمانی و اجتماعی	۱۳.
---	----------------	--	------------