

داوطلبان گرامی

معرفی منابع مورد نیاز جهت مطالعه در آزمون دکتری پس از ثبت نام در آزمون، به داوطلبان ارائه خواهد شد.

آزمون‌های آزمایشی دکتری گروه مدیریت بازرگانی و راهبردی

کد ۲۱۶۲

عناوین درسی
۱) آمار و کاربرد آن در مدیریت
۲) مبانی سازمان و مدیریت
۳) اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام
۴) بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته
۵) مدیریت استراتژیک پیشرفته
۶) استعداد تحصیلی
۷) زبان انگلیسی

تاریخ برگزاری آزمون‌های آنلاین:

شماره آزمون	آزمون اول (۵۰٪ اول)	آزمون دوم (۵۰٪ دوم)	آزمون سوم (۱۰۰٪ - جامع اول)	آزمون چهارم (۱۰۰٪ - جامع دوم)
تاریخ برگزاری	۱۴۰۱/۰۹/۱۱	۱۴۰۱/۱۰/۰۹	۱۴۰۱/۱۰/۳۰	۱۴۰۱/۱۱/۲۱

آزمون اول - ۵۰٪ اول

ردیف	عنوان درس	فهرست مباحث
۱	آمار و کاربرد آن در مدیریت	آمار توصیفی: کلیات آمار، پارامترهای مرکزی و پراکندگی داده‌های پیوسته و گسسته، مبنای احتمال: احتمال، احتمال شرطی، قضایای بیز و روابط احتمال متغیرهای تصادفی و توابع چگالی احتمال پیوسته و گسسته، امید ریاضی، میانه، گشتاور متغیرهای تصادفی توام، کوواریانس، ضریب تعیین و عدم تعیین. متغیرهای تصادفی مستقل قضایای مارکوف، چی بی شف، توزیع‌های احتمال گسسته و پیوسته، تابع مولد گشتاور
۲	مبنای سازمان و مدیریت	○ مفهوم مدیریت و انواع مدیران ○ نقش‌های مدیریتی (نظریات مینتزبرگ و آدیزس) ○ مفهوم سازمان و نوع شناسی‌های سازمانی ○ شایستگی‌های هوش مدیران ○ سیر مکاتب مدیریتی از دوران باستان تا مکاتب نوین ○ نظریات مکتب کلاسیک؛ اصول علم اداره، بوروکراسی و مدیریت علمی ○ مکتب نئوکلاسیک و رفتاری ○ مکتب سیستم‌ها، تئوری عمومی سیستم‌ها و ویژگی‌های سیستم ○ مکتب کمی در مدیریت ○ مکتب اقتضایی ○ دیدگاه‌های تفسیری نمادین، مدرن و پست مدرن ○ نظریات نوین مدیریتی مانند نظریه نهادی، حس‌گری و ... ○ مسئولیت اجتماعی و انواع آن ○ اخلاق سازمانی و نظریات مربوط به آن ○ نوآوری در سازمان و مباحث مرتبط با کارآفرینی ○ مبنای و مراحل تصمیم‌گیری ○ مدل‌های تصمیم‌گیری در مدیریت

○ خطاهای تصمیم گیری ○ روشهای تصمیم گیری گروهی ○ برنامه ریزی و انواع برنامه ها در سازمان ○ برنامه ریزی استراتژیک و مفاهیم مربوط به آن ○ مکاتب تفکر استراتژیک ○ سطوح برنامه های استراتژیک شامل روشهای برنامه ریزی سازمان مادر و ...		
○ ماهیت علم و ماهیت دین ○ حوزه شمول مدیریت اسلامی ○ رویکردها به مدیریت ○ روش شناسی مدیریت اسلامی ○ روشها و نگاهها به مدیریت اسلامی ○ فلسفه وجودی سازمان از دید اسلام ○ ماهیت سازمان و نوع شناسی سازمانها ○ تعاریف و اهمیت مدیریت ○ مشخصات مدیران ○ تعریف مدیریت از دید اندیشمندان ○ اندیشمندان متقدم و معاصر اسلامی ○ اهمیت برنامه ریزی در اسلام ○ اصول برنامه ریزی در مدیریت اسلامی ○ اصول برنامه ریزی در مدیریت اسلامی ○ هرم برنامه ها در اسلام ○ احکام حکومتی و ویژگی های آن ○ برنامه های مالی در مدیریت اسلامی ○ اهمیت و مبانی تصمیم گیری در اسلام ○ تصمیم گیری بر مبنای مشورت ○ تصمیم گیری مصلحتی	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	۳

	○ تصمیم گیری در فتنه ○ تصمیم گیری متوکلا نه ○ ساختار و سلسله مراتب ○ مدیریت الهی و نبوی، مدیریت فقهی ○ قوانین اسلامی و ویژگی های آن ○ نوع شناسی قوانین اسلامی ○ اصل مسئولیت و پاسخگویی	
۴	بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته	مقدمه ای بر بازاریابی، مفاهیم و کلیات بازاریابی، سیر تکامل بازاریابی چارچوب های بازاریابی، مفاهیم اولیه بازاریابی اسلامی، محیط بازاریابی و مدیریت رقابت، برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی، تحقیقات بازاریابی و سیستم اطلاعات بازاریابی، رفتار مصرف کننده در بازار مصرفی، رفتار بازارهای سازمانی، بخش بندی بازار، بازارگزینی و جایگاه یابی، مدیریت محصول، توسعه محصول جدید، مدیریت خدمات، پیش بینی فروش
۵	مدیریت استراتژیک پیشرفته	فصل اول: مفاهیم و تعارف استراتژیک و سیر تحول برنامه ریزی فصل دوم: انواع استراتژی های عمومی فصل سوم: مکاتب و پارادایم های شکل گیری استراتژی و برنامه ریزی استراتژیک فصل چهارم: شکل گیری استراتژی و تدوین برنامه فصل پنجم: فرایندهای برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک فصل ششم: پارادایم پیش تدبیری
۶	استعداد تحصیلی	بخش حل مساله و مقایسه های کمی: مباحث هوش (رابطه اعداد، رابطه حروف، دنباله اعداد، شمارش مربع، مثلث و ...); عبارت های جبری؛ مسایل کار؛ سرعت_مسافت، تقسیم به سهم، تشکیل معادله، نسبت و درصد بخش استدلال منطقی: ادامه متن، نتیجه گیری، پیش فرض استدلال، توجیه تناقض، تضعیف استدلال، تقویت استدلال، ارزیابی استدلال
۷	زبان انگلیسی	کلیه مطالب

آزمون دوم - ۵۰٪ دوم

ردیف	عنوان درس	فهرست مباحث
۱	آمار و کاربرد آن در مدیریت	نمونه گیری، قضیه حد مرکزی، توزیع نمونه‌ای واریانس، توزیع نمونه‌ای نسبت نمونه، توزیع نمونه‌ای تفاضل نسبت دو نمونه برآوردهای نقطه‌ای و فاصله‌ای، فاصله اطمینان برای واریانس، نسبت و مجموع نسبت دو جامعه و ... آزمون فرض ها، خطاهای آماری، آزمون نکویی برازش، آزمون استقلال، خطاهای نوع اول و دوم و ... رگرسیون و همبستگی، خطای معیار برآورد، ضریب همبستگی اسپیرمن، سری‌های زمانی و... تحلیل واریانس تک عامله و دو عامله و ...
۲	مبانی سازمان و مدیریت	○ ساختار سازمانی و متغیرهای آن ○ ساختار اجتماعی و ساختار فیزیکی سازمان ○ انواع طرح های سازمانی سنتی و نوین ○ الگوی ۵گانه هنری مینتزبرگ ○ متغیرهای زمینه ای استراتژی، اندازه سازمان، چرخه عمر، محیط و تکنولوژی و تاثیرات آن بر ساختار سازمان ○ هماهنگی و روش های ایجاد هماهنگی در سازمان ○ اصول و مبانی کنترل در سازمان ○ استراتژی ها و رویکردها به کنترل ○ مفاهیم جدید مرتبط با کنترل مانند کنترل بر مبنای شفافیت و کارت امتیازی متوازن ○ بحران و رویکردهای مدیریت بحران ○ گروه ها و انواع آن در سازمان ○ تضاد و استراتژی های مدیریت تضاد و تعارض در سازمان ○ مذاکره و رفتار سیاسی در سازمان ○ ادراک و مباحث مرتبط با آن ○ شخصیت و نظریات و نوع شناسی شخصیت ○ نظریات محتوایی و فرآیندی انگیزش ○ ارتباطات و الگوهای آن در سازمان ○ موانع ارتباط فردی و سازمانی ○ قدرت و نفوذ در سازمان

○ رهبری و تئوری های سنتی و نوین رهبری ○ مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی ○ اثربخشی و روشهای سنجش اثربخشی در سازمان ○ آموزش و روشهای آموزش کارکنان ○ منابع انسانی و فرایندهای آن در سازمان ○ فرهنگ و نوع شناسی های مرتبط با فرهنگ		
○ ماهیت منابع انسانی ○ ویژگی های منابع انسانی در اسلام ○ اصول شایسته سالاری ○ جامعه پذیری و مراحل آن ○ آموزش و روشهای آن در قرآن ○ ارزیابی عملکرد ○ ادراک و رفتار فردی ○ نظریه اعتباریات ○ نیت و انگیزش در اسلام ○ سلسله مراتب نیازها در اسلام و مفروضات سلسله مراتب ○ شخصیت ○ گروه های سازمانی و انواع آن ○ مدیریت استرس و بهداشت روانی ○ عدالت و اعتماد سازمانی ○ مبانی و ماهیت ارتباطات در اسلام ○ مهارت های ارتباطی و انواع آن ○ فرهنگ سازمانی عاشورایی و پیاده روی اربعین ○ مدل جامع مدیریت تعارض امام خمینی ○ رویکردهای قرآنی به مدیریت تضاد و تعارض ○ رویکردهای فلاسفه اسلامی به مدیریت تعارض	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	۳

	○ رابطه رهبر و پیرو در نظام اسلامی ○ نوع شناسی پیروان کارآمد و ناکارآمد ○ سبک های رهبری در مدیریت اسلامی ○ انواع کنترل سازمانی ○ خودکنترلی و فرآیند آن ○ کنترل همگانی ○ اصول کنترل و نظارت در سازمان آخرت گرا ○ انضباط سازمانی	
۴	بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته	مدیریت قیمت گذاری، مدیریت توزیع، فعالیت های ترفیعی و تشویقی (تبلیغات، پیشبرد فروش، فروش حضوری و)، مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی جهانی، مباحث نوین بازاریابی، انواع بازاریابی (اجتماعی، سبزه، عصبی، حسی و)، مدیریت برند، مدل های بازاریابی
۵	مدیریت استراتژیک پیشرفته	
۶	استعداد تحصیلی	بخش حل مساله: مباحث هوش (رابطه اعداد، رابطه حروف، دنباله اعداد، شمارش مربع، مثلث و ...)؛ عبارت های جبری؛ مسایل کار؛ سرعت_مسافت، تقسیم به سهم، تشکیل معادله، نسبت و درصد، هندسه، بخش پذیری، آنالیز ترکیبی بخش استدلال منطقی: ادامه متن، نتیجه گیری، پیش فرض استدلال، توجیه تناقض، تضعیف استدلال، تقویت استدلال، ارزیابی استدلال، مشابه، نقش عبارت، نقص استدلال، گزاره های منطقی بخش درک مطلب کل مباحث بخش تحلیلی کل مباحث
۷	زبان انگلیسی	کلیه مطالب

آزمون سوم - جامع اول

ردیف	عنوان درس	فهرست مباحث
۱	آمار و کاربرد آن در مدیریت	کلیه مطالب
۲	مبانی سازمان و مدیریت	کل مطالب
۳	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	کل مطالب
۴	بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته	تمامی سرفصل‌ها و کل کتاب
۵	مدیریت استراتژیک پیشرفته	کل مطالب
۶	استعداد تحصیلی	کلیه مطالب
۷	زبان انگلیسی	کلیه مطالب

آزمون چهارم - جامع دوم

ردیف	عنوان درس	فهرست مباحث
۱	آمار و کاربرد آن در مدیریت	کلیه مطالب
۲	مبانی سازمان و مدیریت	کل کتاب ماهان
۳	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	کل مطالب
۴	بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته	تمامی سرفصل‌ها و کل کتاب
۵	مدیریت استراتژیک پیشرفته	کل مطالب
۶	استعداد تحصیلی	کلیه مطالب
۷	زبان انگلیسی	کلیه مطالب

منابع مطالعاتی پیشنهادی:

ردیف	عنوان درس	فهرست مباحث
۱	آمار و کاربرد آن در مدیریت	آمار در اقتصاد و بازرگانی، محمد نوفرستی، نشر رسا آمار و کاربرد آن در مدیریت، عادل آذر، منصور مؤمنی و سعید جعفری آمار و احتمالات، عادل آذر آمار و کاربرد آن در مدیریت، هادی رنجبران آمار و کاربرد آن در مدیریت، وحید ناصحی فر تئوری احتمالات و آمار کاربردی (تحلیل آماری)، اکبر عالم تبریز، بابک حاجی محمدرضا تبریزی
۲	مبانی سازمان و مدیریت	مدیریت عمومی، مهدی الوانی، نشر نی مبانی سازمان و مدیریت، علی رضاییان، انتشارات سمت تئوری سازمان: ساختار و طرح سازمان، تالیف استیون رابینز، مهدی الوانی و حسن دانایی فرد، انتشارات اشراقی مبانی سازمان و مدیریت، محمد مقیمی، انتشارات نگاه دانش مبانی تئوری و طراحی سازمان، تالیف ریچاردال دفت، ترجمه علی پارساییان و محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی
۳	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام	اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام، سید محمد مقیمی، نشر راه دان مدیریت در اسلام، علی آقا پیروز، ابوطالب خدمتی، عباس شفیعی و محمود بهشتی نژاد، زیر نظر مهدی الوانی، انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه مدیریت ما (مدیریت اسلامی در پرتو نهج البلاغه امام علی علیه السلام)، علی اصغر پور عزت، بنیاد نهج البلاغه مدیریت اسلامی، محمد حسن نبوی، انتشارات بوستان کتاب قم مدیریت اسلامی، سید علی اکبر افجه‌ای، انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه علامه طباطبائی مدیریت از منظر کتاب و سنت، سید صمصام‌الدین قوامی، تهران، دبیرخانه مجلس خبرگان اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام، نشر مهربان مدیریت اسلامی و الگوهای آن، لطف‌الله فروزنده دهکردی، علی اکبر جوکار، انتشارات دانشگاه پیام نور مدیریت اسلامی (رویکردها)، علی نقی امیری و حسن عابد جعفری، انتشارات سمت اصول مدیریت اسلامی و الگوهای آن، ولی‌الله نقی پورفر، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات مدیریت اسلامی

۴	بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته	اصول مدیریت بازاریابی، تالیف جف لنکستر و لستر مسینگهام، ترجمه حسین نوروزی و نیما سلطانینژاد، مهربان نشر اصول بازاریابی، فیلیپ کاتلر و گری آرمسترانگ، ترجمه بهمن فروزنده، انتشارات آموخته مدیریت بازاریابی نوین، تالیف لوئیس ای. بون و دیوید ال. کورتز، ترجمه حسین نوروزی و مهدی مهدبی، انتشارات فوژان جوهره بازاریابی، تالیف نیلز بیکهوف، سوئد هالنسن و مارک اولیور اوپرسنیک، ترجمه حسین نوروزی و نیما سلطانینژاد، انتشارات فوژان مدیریت بازاریابی، احمد روستا، داور ونوس و عبدالحمید ابراهیمی، انتشارات سمت مدیریت استراتژیک بازاریابی، چرنو الگسندر، ترجمه کامبیز حیدرزاده و نیما شجاعی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی اصول و مبانی مدیریت بازاریابی، تالیف فیلیپ کاتلر، کوین لین کالر، ترجمه کامبیز حیدرزاده و محمدعلی عبدالوند، انتشارات مبلغان کاتلر در مدیریت بازار، تالیف فیلیپ کاتلر، ترجمه عبدالرضا رضایی‌نژاد، انتشارات فرا بازاریابی خلاق: روش‌های کشف ایده‌های راه‌گشا در بازاریابی، تالیف فیلیپ کاتلر و فرناندو تریاس دبس، ترجمه کامبیز حیدرزاده و رضا رادفر، انتشارات حکیم‌باشی نسخه سوم بازاریابی، تالیف فیلیپ کاتلر، هرمان کارتاچایا و ایوان ستی وان، ترجمه کامبیز حیدرزاده و رضا رادفر، انتشارات سیت کاتلر به سوالات تخصصی شما در بازاریابی پاسخ می‌دهد، تالیف فیلیپ کاتلر، ترجمه کامبیز حیدرزاده و رضا رادفر، انتشارات حکیم‌باشی برندسازی و بازاریابی اسلامی: ساختن کسب و کار اسلامی و جهانی، پائول تمپورال، ترجمه احمد روستا و علی صالحی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی مقالات: «ارائه چارچوب مفهومی در بازاریابی بر اساس مبانی اسلامی، میرزا حسن حسینی، لطف‌الله فروزنده دهکردی و فاطمه عبدی»، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال یازدهم، شماره ۴۲، تابستان ۱۳۹۰ “7P’s: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix”, Nurhazirah Hashim and Muhammad Iskandar Hamzah, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 130, 155 – 159, 2014 «تلفیق آمیخته بازاریابی اسلامی و بازاریابی مدرن به عنوان استراتژی در کسب و کار»، محمدرضا جعفری، کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران، ۱۳۹۳ «درآمدی بر مبانی بازاریابی در اسلام»، میراحمد امیرشاهی، ناصر نقویان، سیدعلی علوی و مرجان پرورش محسنی، دوفصلنامه
---	----------------------------------	---

اندیشه مدیریت راهبردی، سال پنجم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۲۷۳-۲۲۱ “Islamic perspectives on marketing”, Muhammad Arham, Journal of Islamic Marketing, Vol. 1, No. 2, pp. 149-164, 2010		
مدیریت استراتژیک پیشرفته – ان تشارات ماهان مبانی مدیریت استراتژیک، هانگر-ویلن، ترجمه محمد اعرابی، حمیدرضا رضوانی مدیریت استراتژیک، فرد دیوید، ترجمه علی پارسیان و محمد اعرابی برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک، پیرس و رایینسون، ترجمه خلیلی شورینی، نشر یادواره کتا	مدیریت استراتژیک پیشرفته	۵

توجه:

- ۱- دروس عمومی شامل "استعداد تحصیلی و زبان انگلیسی" از مجموعه کتاب‌های عمومی انتشارات ماهان مطالعه شوند.
- ۲- سوالات درس‌های عمومی شامل "استعداد تحصیلی و زبان انگلیسی" در تمامی مراحل بصورت جامع خواهد بود.