برنامه های درسی دو ساله کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازار یابی –موسسه آموزش عالی پیروزان

**ترم اول ترم دوم**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| شماره درس | نام درس | واحد | | نوع درس | پیشنیاز | شماره درس | نام درس | واحد | | نوع درس | پیشنیاز | |
| ن | ع |  | ن | ع |  | |  |
|  | **مبانی سازمان ومدیریت** | **2** |  | **جبرانی** |  |  | **مدیریت منابع انسانی پیشرفته** | **2** |  | **پایه** | |  |
|  | **مدیریت منابع انسانی** | **2** |  | **جبرانی** |  |  | **روش شناسی پژوهش های کیفی و آمیخته در مدیریت** | **2** |  | **اصلی** | |  |
|  | **نظریه های سازمان و مدیریت پیشرفته** | **2** |  | **پایه** |  |  | **بازار یابیو مدیریت بازار پیشرفته** | **2** |  | **اصلی** | |  |
|  | **تحلیل آماری** | **2** |  | **پایه** |  |  | **مدیریت استراتژیک بازاریابی** | **2** |  | **تخصصی** | |  |
|  | **مدیریت استراتژیک** | **2** |  | **پایه** |  |  | **مدیریت ارتباط مشتری و عملکرد بازاریابی** | **2** |  | **تخصصی** | |  |
|  | **اخلاق و احکام کسب و کار** | **2** |  | **پایه** |  |  |  |  |  |  | |  |
| جمع واحد | | 12 | |  |  | جمع واحد | | 10 | |  |  | |

ترم سوم ترم چهارم

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| شماره درس | نام درس | واحد | | نوع درس | پیشنیاز | شماره درس | نام درس | واحد | | نوع درس | پیشنیاز |
| ن | ع | ن | ع |  |  | |
|  | **کاربرد تئوری تصمیم گیری** | **2** |  | **اصلی** |  |  | **پایان نامه** | **4** |  |  |  | |
|  | **مدیریت تبلیغات و برند** | **2** |  | **اصلی** |  |  | | | | | | |
|  | **مدیریت رفتار مصرف کننده** | **2** |  | **اصلی** |  |
|  | **بازاریابی صنعتی و خدمات** | **2** |  | **تخصصی** |  |  | | | | | | |
|  | **اصول مذاکرات مکاتبات و قرارداد های تجاری** | **2** |  | **تخصصی** |  |
| جمع واحد | | 10 | |  |  | جمع واحد | | 4 | |  |  | |

**مجموع واحد ها : 32 واحد برای رشته های مرتبط**

**مجموع واحد ها: 36 واحد برای رشته های غیر مرتبط**