

دوره کارشناسی ارشد

فناوری اطلاعات و مدیریت

[

صبر به ۲۴، ۳۰
منا سر راه شاه انزلی

بسم الله الرحمن الرحيم

دوره کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات و مدیریت

تعداد دروس:

۳۲ واحد شامل ۱۲ واحد اجباری، ۱۲ واحد اختیاری، ۲ واحد سمینار و ۶ واحد دروس اختیاری یا پروژه
بنابر نظر گروه آموزشی.

دروس اجباری: ۴ درس از ۶ درس زیر:

شماره	نام درس	واحد
۰۱	شبکه‌های کامپیوتری و مدیریت و امنیت آنها	۳
۰۲	برنامه ریزی استراتژیک	۳
۰۳	عامل های انسانی در فناوری اطلاعات	۳
۰۴	فناوری اطلاعات برای مدیران	۳
۰۵	تجارت الکترونیکی	۳
۰۶	مدیریت و کنترل پروژه های فناوری اطلاعات	۳

دروس اختیاری: بر مبنای دروس پیوست

فصل اول

مشخصات دوره کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات و مدیریت نحوه ارائه مجازی

۱- تعریف و هدف:

دوره کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات و مدیریت مجازی مرکب از دوس نظری و بطور اختیاری کار تحقیقاتی در زمینه فناوری اطلاعات و مدیریت است. هدف از ایجاد این دوره، تربیب دانش آموختگانی است که با فعالیت در زمینه های برنامه ریزی، راهبرد و کاربرد سیستم های مدیریتی مبتنی بر فناوری اطلاعات بتوانند بنحو موثری پاسخگوی نیازها و کمبودهای کشور باشند. فارغ التحصیلان این دوره می توانند علاوه بر کار آموزشی یا پژوهشی، در سطح سازمانها و نهادهای دولتی با استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات به هدایت و راهبری مجموعه های تحت نظر خود اقدام کنند و بهره وری نیروی انسانی و سیستم های خدماتی را افزایش دهند.

۲- طول دوره و شکل نظام:

حداقل طول این دوره ۴ نیمسال است، بدین معنی که دانشجویانی که ناچار به گرفتن دروس جبرانی نیستند، چنانچه کار درسی و تحقیقاتی خود را بنحو مطلوبی انجام دهند، می توانند دوره را در ۴ نیمسال به پایان برسانند. نظام آموزشی آن واحدی است و مدت تدریس ۱ واحد نظری معادل ۱۷ ساعت حضوری می باشد.

۳- تعداد واحد های درسی:

دانشجو برای تکمیل دوره کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات و مدیریت بصورت مجازی باید حداقل ۳۲ واحد درسی و تحقیقاتی بشرح زیر با موفقیت بگذرانند.

اصلی و تخصصی	۲۴ واحد
سمینار	۲ واحد
پروژه تحقیق و یا دروس تخصصی ^۱	۶ واحد
جمع	۳۲ واحد

^۱ - کمیته تحصیلات تکمیلی دانشکده (گروه آموزشی) مجری دوره می تواند در ازاء حذف دو درس اختیاری ۶ واحد پروژه تحقیقی را به دانشجو بدهد.

۳-۱- دروس جبرانی

در این دوره در صورت نیاز و متناسب با رشته و گرایش دانشجوی ورودی در دوره کارشناسی حداکثر ۱۲ واحد بصورت جبرانی از طرف گروه آموزشی تعیین می گردد. در اینصورت دانشجو ملزم به گذراندن دروس جبرانی و کسب نمره قبولی می باشد. این دروس جزء واحدهای اصلی دوره کارشناسی ارشد لحاظ نمی شوند

۴- شرایط گزینش دانشجو:

- ۴-۱- دوره های کارشناسی پیشنهادی: این دوره در اساس برای فارغ التحصیلان گرایش های مختلف در کارشناسی مهندسی کامپیوتر و مهندسی صنایع برنامه ریزی شده است، لیکن فارغ التحصیلان دیگر گرایش های کارشناسی و از جمله کارشناسان مهندسی برق، مکانیک، عمران، کارشناسی ریاضی و علوم کامپیوتر و دیگر رشته ها براساس قوانین وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می توانند در آن شرکت نمایند، مشروط بر آنکه دروس «جبرانی» تعیین شده را با موفقیت بگذرانند.
- ۴-۲- آزمون ورودی: آزمون ورودی بطور کتبی استعداد تحصیلی می باشد.
- ۴-۳- دانستن یک زبان خارجی انگلیسی: تسلط بر زبان انگلیسی به نحوی که دانشجو بتواند بسهولت از متون علمی آن زبان استفاده نماید، ضروری است.
- ۴-۴- مصاحبه و سوابق تحصیلی: گروه آموزشی براساس نوع رشته و دانشگاه محل تحصیل و معدل دانشجویان و در صورت لزوم مصاحبه علمی، از میان قبول شدگان آزمون کتبی تعدادی را برای ورود به دوره مجازی انتخاب می نماید.

فصل دوم برنامه

برنامه آموزشی و پژوهشی:

۱- دروس اصلی: هر دانشجو باید حداقل چهار درس (۱۲ واحد) از دروس اصلی زیر را بگذراند.

شماره	نام درس	واحد
۰۱	شبکه‌های کامپیوتری و مدیریت و امنیت آنها	۳
۰۲	برنامه ریزی استراتژیک	۳
۰۳	عامل های انسانی در فناوری اطلاعات	۳
۰۴	فناوری اطلاعات برای مدیران	۳
۰۵	تجارت الکترونیکی	۳
۰۶	مدیریت و کنترل پروژه های فناوری اطلاعات	۳

۲- دروس تخصصی: دانشجو باقیمانده واحدهای درسی خود را با موافقت کمیته تحصیلات تکمیلی، از لیست دروس تخصصی اختیاری به شرح جدول ذیل و حداکثر تا دو درس از دروس اصلی و تخصصی کارشناسی ارشد سایر گرایش های مهندسی صنایع و رشته های ذی ربط اخذ می نماید.

شماره	نام درس	واحد
۰۱	مدیریت و پشتیبانی تیمهای مجازی	۳
۰۲	بازاریابی اینترنتی	۳
۰۳	سیستمهای پرداخت الکترونیکی	۳
۰۴	نیازسنجی اطلاعاتی	۳
۰۵	مسائل حقوقی و اخلاقی در تجارت الکترونیکی	۳
۰۶	مدیریت منابع انسانی	۳
۰۷	همسوئی تجارت و فناوری اطلاعات	۳
۰۸	تحلیل سیستم های اطلاعاتی	۳
۰۹	آموزش الکترونیکی	۳

۳- سمینار فناوری اطلاعات و مدیریت: سمینار فناوری اطلاعات و مدیریت شامل قسمتهای زیر

می‌باشد:

- معرفی زمینه های تحقیقاتی جاری، مشکلات و مسائل کشور در زمینه فناوری اطلاعات و نقش آن در مدیریت.
- معرفی زمینه های تحقیقاتی که دانشجویان ممکن است پروژه خود را از میان آنها برگزینند.
- تهیه گزارش توسط هر دانشجو و ارائه آن در یک سمینار

۴- پروژه تحقیقی (پایان نامه): این دوره بدون تز تحقیقاتی طراحی شده است. لکن به تعداد

معدودی از دانشجویان برتر متناسب با ظرفیت پژوهشی دوره و تعداد اساتید گروه آموزشی، تا سقف ۶ واحد پروژه تحقیقاتی بجای ۶ واحد درس تخصصی داده می شود.

۴-۱- تصویب موضوعات پروژه: بمنظور آنکه موضوعات پروژه های در جهت رفع نیاز کشور در زمینه مسائل مدیریتی مبتنی بر IT قرار گیرد و درعین حال در تعیین آنها آینده نگری ملحوظ باشد، لازم است کمیته ای مناسب عهده دار بررسی موضوعات پیشنهادی (از طرف اساتید، ارگانهای اجرائی و دانشجویان) و تعیین موضوعات مناسب برای پروژه تحقیق باشد. در این بررسی ممکن است در مورد هر پروژه، اهداف و نتایج، وسائل لازم برای انجام کار، بودجه لازم و حجم کلی کار لازم بعنوان پارامترهای مهم مورد ارزیابی قرار گیرد.

۴-۲- ارزیابی و تصویب پروژه: به همین ترتیب لازم است کمیته ای عهده دار ارزیابی فعالیت دانشجو در پروژه تحقیق از نظر کمیت و کیفیت کارگردد.
قبول فعالیت تحقیقی دانشجو دوره، موکول به تائید این کمیته خواهد بود.

شبکه های کامپیوتری و مدیریت آنها
Computer Networks and their Management

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مباحث پایه شبکه های کامپیوتری، مدیریت و امنیت شبکه می باشد. در این درس دانشجویان درک عمیق تری از مفاهیم پایه، نیازمندیها و معیارهای طراحی به ویژه مباحث مرتبط با کنترل ازدحام، مسیریابی، مدیریت ترافیک، معماری و پروتوکلهای شبکه های TCP/IP و شبکه های ATM، استانداردها و پروتوکلهای مدیریت شبکه و محرمانگی، صحت و دسترس پذیری برای شبکه های کامپیوتری پیدا خواهند کرد.

سرفصل مطالب:

- ۱- مقدمه ای بر شبکه های کامپیوتری
- ۲- شبکه های سوئیچینگ بسته ای
- ۳- شبکه های TCP/IP
- ۴- شبکه های ATM
- ۵- معماری های پیشرفته شبکه های کامپیوتری
- ۶- مدیریت شبکه های کامپیوتری
- ۷- امنیت شبکه

مراجع:

- 1- Leon, Garcia and Widjaja, *Communication Networks: Fundamental Concept and Key Architecture*, McGraw Hill 2003.
- 2- Andrew S. Tanenbaum , *Computer Networks*, Prentice Hall, 2003.
- 3- Addison_Wesley; *Mani Subramanian, Network Management: Principles and Practice*, , 2000.
- 4- William Stallings, *Network Security Essentials: Applications and Standards*, Prentice Hall/

مدیریت پروژه های فناوری اطلاعات
IT Project Management

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس :

فراگیران در این درس ضمن آشنایی با اصول و مبانی مدیریت کنترل پروژه های مرتبط با فناوری اطلاعات آشنا می شوند. از جمله فرازهای مهم در این درس میتوان به وظائف مدیر پروژه های فناوری اطلاعات در ارتباط با زمان بندی پروژه، مدیریت هزینه، نظارتو ارزیابی، و مدیریت نیروی انسانی است که فراگیران با آن آشنا می شوند.

سرفصل مطلب :

- تعریف پروژه و مدیریت پروژه
- خصوصیات پروژه
- بهبود مستمر سیستم های اطلاعاتی
- محیط پروژه سیستم های اطلاعاتی
- موفقیت و شکست پروژه و عوامل مهم در آنها
- تعریف و مدیریت محدوده پروژه
- سازمان پروژه
- مدیریت زمان در پروژه
- شبکه ها و روشهای کمی در زمان بندی پروژه
- آشنایی با مدل های زمان بندی پروژه
- مدیریت هزینه در پروژه
- کنترل پروژه و ارزیابی
- مدیریت کیفیت در پروژه
- استانداردهای توسعه نرم افزار
- مدیریت منابع انسانی در پروژه

-
- مدیریت ریسک
 - انواع پروژه های سیستم های اطلاعاتی
 - عامل های مهم در مرحله نگهداری

مراجع:

- 1- Joseph Phillips; *IT Project Management : On Track from Start to Finish*, Second Edition (2004 McGraw-Hill)
- 2- Jeremy Kadlec; *Start to Finish Guide to IT Project Management* (2003)

فناوری اطلاعات برای مدیران
Information Technology for Managers

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

در این درس مفاهیم اساسی و مورد نیاز مدیران برای مدیریت بهتر با استفاده از توانمندی‌های فناوری اطلاعات مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. فراگیران این درس می‌توانند بکمک دانش بدست آمده در تدوین خط مشی مناسب برای توسعه فناوری اطلاعات بعنوان بستری جهت توسعه فعالیت‌های سازمان تحت نظر خود اقدام کنند.

سرفصل مطالب :

- ۱_ فناوری اطلاعات در عصر اقتصاد دیجیتال
- ۲_ مفاهیم و مدیریت فناوری اطلاعات
- ۳_ سیستمهای اطلاعات راهبردی برای افزایش قابلیت رقابت و سوددهی
- ۴_ ارتباط، همکاری و تعامل در شبکه‌های کامپیوتری
- ۵_ تجارت و اقتصاد الکترونیکی
- ۶_ محیط‌های رایانه‌ای فراگیر، متحرک و بی سیم
- ۷_ پردازش تبادلات، اجرای عملیات، و یکپارچه سازی
- ۸_ مدیریت زنجیره عرضه و طراحی منابع در سازمان‌های بزرگ
- ۹_ طراحی فناوری اطلاعات و بازسازی فرآیند تجارت
- ۱۰_ مدیریت داده‌ها، انبارهای داده، داده کاوی و بازیابی
- ۱۱_ سیستمهای هوشمند در پشتیبانی از تصمیم‌سازی مدیران
- ۱۲_ بنا کردن یک سامانه اطلاعاتی
- ۱۳_ امنیت و مدیریت منابع اطلاعاتی

مراجع:

- 1- Henry C. Lucas ; *Information Technology : Strategic Decision-Making for Managers*, September 17, 2004
- 2- Turban,Leidner,McLean,Wetherbe ; *Information Technology for Management*, 5th Edition(2006)

برنامه‌ریزی استراتژیک Strategic Planning

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

فراگیران در این درس با مفاهیم، تئوری‌ها و ابزارهای مدیریت استراتژیک آشنا می‌شوند و قادر خواهند بود تا موقعیت استراتژیک یک سازمان را تشریح کرده و راه‌کارهایی را که موجب ایجاد برتری‌های رقابتی سازمان می‌شوند بشناسند. همچنین این درس به گسترش دانسته‌ها در مورد پروسه مدیریت مورد نیاز برای تعریف، اجرا و ارزیابی یک استراتژی کمک می‌کند. فراگیران در این درس مهارت‌های لازم برای هدایت تحلیل‌های استراتژیک و تصمیم‌گیری در صنایع مختلف را کسب می‌کنند.

سرفصل مطالب:

- ۱_ آشنایی با مدیریت استراتژیک و مفاهیم آن
- ۲_ توسعه استراتژی، ماموریت، اهداف و استراتژی‌ها
- ۳_ تحلیل محیط
- ۴_ تحلیل خصوصیات سازمان و محیط رقابتی
- ۵_ اهداف سازمان
- ۶_ انتخاب یک استراتژی: اثرات و عوامل
- ۷_ انتخاب استراتژی بهینه
- ۸_ مناسب سازی یک استراتژی برای موقعیت خاص یک شرکت
- ۹_ اجرای استراتژی
- ۱۰_ استراتژی و مزایای رقابتی
- ۱۱_ تخصیص منابع و کنترل
- ۱۲_ مدیریت استراتژیک تغییر

مراجع:

- 1- Harry Costin; *Readings in Strategy and Strategic Planning*
December 1, 1997
- 2-Gordon B. Davis, Scott Hamilton; *Managing Information: How Information Systems Impact Organizational Strategy*; Irwin Professional Pub , January 1, 1993
- 3-Joseph Peppard; *It Strategies for Business*; Trans-Atlantic Publications
(February 1, 1993)
- 4-Gordon B. Davis, Scott Hamilton; *Managing Information: How Information Systems Impact Organizational Strategy*; Irwin Professional Pub (January 1, 1993)

مدیریت و پشتیبانی تیمهای مجازی Managing Virtual Teams

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

امروزه انجام کارها بصورت تیمی به شکل یک روش فراگیر درآمده و موسسات پس از روی آوردی به فعالیت‌های تیمی برای بهبود عملکرد خود به تیم‌های مجازی و ارتباطات تیمی غیرحضوری و از راه دور توجه کرده‌اند. از اینرو مبحث تشکیل و مدیریت تیم‌های مجازی و همچنین توسعه تکنولوژی برای پشتیبانی رایانه‌ای از فعالیت‌های تیمی یک چالش بسیار قابل توجه می‌باشد. در این درس فراگیران نحوه ایجاد و مدیریت تیمهای مجازی را آموخته و در ضمن با تکنولوژیها و سیستمهای مورد نیاز برای پشتیبانی رایانه‌ای از کارهای تیمی آشنا می‌شوند. فراگیران پس از اتمام این درس قادر خواهند بود تا علاوه بر توانایی ایجاد تیمهای مجازی، موضوعات تکنیکی علم کامپیوتر را برای استفاده در طراحی سیستمهای پشتیبان فعالیت‌های گروهی بکار بندند.

سرفصل مطالب:

- ۱_ مقدمه، تعاریف و انواع تیم‌های مجازی
- ۲_ معیارهای اساسی موفقیت تیم‌های مجازی
- ۳_ حل مشکلات ارتباطی
- ۴_ ایجاد یک تیم
- ۵_ گونه‌های مختلف تکنولوژی و تاثیر آن بر تیم‌های مجازی
- ۶_ تفاوت‌های فرهنگی و تاثیر آن بر تیمهای مجازی
- ۷_ نقش مسئولیت فعالیت‌های مختلف در تیم‌های مجازی
- ۸_ مراحل مختلف ایجاد یک تیم مجازی
- ۹_ آموزش مهارت‌های مورد نیاز اعضا در تیمهای مجازی
- ۱۰_ ایجاد اعتماد در تیمهای مجازی

۱

- ۱۱_ ارتباطها و ملاقاتها در تیم‌های مجازی
- ۱۲_ پویایی تیم‌های مجازی
- ۱۳_ اصول مدیریت از راه دور
- ۱۴_ قراردادن تیم‌های مجازی در مسیر صحیح
- ۱۵_ مروری بر CSCW
- ۱۶_ سیستم‌های تصمیم ساز گروهی
- ۱۷_ حافظه سازمانی
- ۱۸_ معماری سیستم‌های همکاری همزمان و غیر همزمان
- ۱۹_ سیستم‌های ارتباطی و فضای اطلاعاتی اشتراکی
- ۲۰_ Collaborative Filtering و بازیابی اطلاعات
- ۲۱_ تکنولوژی‌های مورد استفاده در CSCW: ویدئو کنفرانس، فضای مجازی، اینترنت و.....
- ۲۲_ اداره کردن هم‌زمانی درجهان (Real Time)
- ۲۳_ فرایند فعالیت‌ها Workflow
- ۲۴_ اطلاعات و روابط متقابل به شکل ساختنیافته

مراجع:

- 1- Martha Haywood; *Managing Virtual Teams: Practical Techniques for High-Technology Project Managers (Artech House Professional Development Library)*
- 2- Cristina B. Gibson, Susan G. Cohen; *Virtual Teams That Work: Creating Conditions for Virtual Team Effectiveness*
- 3- Susan K. Gerke, Linda V. Berens; *Quick Guide to Interaction Styles and Working Remotely: Strategies for Leading and Working in Virtual Teams*
- 4- Jessica Lipnack, Jeffrey Stamps; *Virtual Teams: Reaching Across Space, Time, and Organizations With Technology*

بازاریابی اینترنتی Internet Marketing

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

این درس ارائه دانش و مهارتها، و برنامه‌ریزی برای بازاریابی اینترنتی را توسط یک شرکت به فراگیران می‌آموزد. در این درس علاوه بر آشنا کردن فراگیران با مسائل مربوط به بازاریابی اینترنتی و روشهای آن، سعی می‌شود تا قدرت تحلیل استراتژیک موقعیت بازار برای یک شرکت به فراگیران آموزش داده شود تا بتوانند براساس آن استراتژی بازاریابی اینترنتی یک شرکت را بنا کنند. همچنین در این درس بحث تبلیغات اینترنتی در راستای بازاریابی اینترنتی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

سرفصل مطالب:

- ۱_ معرفی بازاریابی اینترنتی
- ۲_ بناکردن یک برنامه برای بازاریابی اینترنتی یک شرکت
- ۳_ محتوا ظاهر و سازمان یک وب سایت تجاری
- ۴_ فرصتهای بازاریابی روی اینترنت و سرویسهای **online** تجاری
- ۵_ رویکردها و متدهای بررسی بازار **online**
- ۶_ مدل‌های تجارت اینترنتی و استراتژی بازاریابی اینترنتی
- ۷_ شبکه‌های پشتیبانی بازاریابی اینترنتی
- ۸_ استراتژی بازاریابی **online** محلی و جهانی
- ۹_ پایگاه‌های داده و بازاریابی **online**
- ۱۰_ اندازه‌گیری نتایج حاصل از بازاریابی اینترنتی
- ۱۱_ موتورهای جستجو و دایرکتوریها و استفاده از آنها در بازاریابی اینترنتی
- ۱۲_ تبلیغات اینترنتی
- ۱۳_ بازاریابی از طریق **E - mail**

مراجع:

- 1- Kim M. Bayne; *The Internet Marketing Plan: The Complete Guide to Instant Web Presence*, 2nd Edition; John Wiley & Sons; 2nd Bk&Cdr edition (February 1, 2000)
- 2- Barbara Cox, William Koelzer; *Internet Marketing*; 1st edition (May 13, 2003)
- 3- CA, Susan Sweeney; *101 Ways to Promote Your Web Site*; 5th edition (December 28, 2004)
- 4- Mary Lou Roberts; *Internet Marketing : Integrating Online and Offline Strategies*; McGraw-Hill/Irwin; 1 edition (October 23, 2002)
- 5- Rafi Mohammed, Robert J. Fisher, Bernard J. Jaworski, Gordon Paddison, Rafi Mohammed, Robert Fisher, Bernard Jaworski, Gordon Paddison; *Internet Marketing, 2/e, with e-Commerce PowerWeb*; 2 edition (April 25, 2003)

سیستمهای پرداخت الکترونیکی E-payment Systems

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

یکی از مباحث مهم و مطرح در تجارت الکترونیکی روش‌های پرداخت می‌باشد. از آنجا که تجارت الکترونیکی نیاز به روش‌های پرداخت الکترونیکی دارد، تلاش‌های بسیاری در جهت توسعه روش‌ها و سیستم‌های مختلف پرداخت الکترونیکی انجام شده است. علاوه بر آن در چنین مقوله‌ای امنیت نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند و با افزایش ضریب امنیت در پرداخت‌های الکترونیکی، یکی از بزرگترین موانع توسعه تجارت الکترونیکی از میان برداشته می‌شود، بحث امنیت الکترونیکی از بحث‌های روز تجارت الکترونیکی است. فراگیران در این درس با روشها و سیستم‌های مختلف پرداخت الکترونیکی و امنیت این سیستم‌ها و تکنولوژیهای مورد نیاز آشنا می‌شوند. همچنین مباحثی چون مدارک دیجیتال، نقش سیستم‌های بانکی و موسسات اعتباری نیز مورد بررسی قرار می‌گیرند.

سرفصل مطالب:

- ۱_ معرفی و انگیزه‌های پرداخت الکترونیک
- ۲_ پول و سیستم‌های پرداخت
- ۳_ خصوصیات سیستم‌های پرداخت کنونی
- ۴_ سیستم‌های پرداخت جزئی
- ۵_ سیستم‌های پرداخت عمده
- ۶_ دیگر سیستم‌های پرداخت
- ۷_ سیستم‌های پرداخت بر مبنای کارت اعتباری
- ۸_ کارت‌های اعتباری
- ۹_ چک‌های الکترونیکی و انتقال اعتبار
- ۱۰_ پول مجازی
- ۱۱_ پول دیجیتال
- ۱۲_ مدارک و امضای دیجیتال

- ۱۳_ پرداخت از طریق موبایل
- ۱۴_ راه‌حل‌های پرداخت از طریق موبایل: بانکها - شرکت‌های ارائه دهنده کارت اعتباری
- ۱۵_ بررسی چند سیستم موجود پرداخت از طریق موبایل **Pay @once, SET, mAccess, Xpay**

مراجع:

- 1- Donal O'Mahony, et al; *Electronic Payment Systems for E-Commerce*, August 15, 2001

نیازسنجی اطلاعاتی Requirements Analysis

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس :

فراگیران در این درس با مراحل استخراج، مستندسازی و مدیریت نیازمندی‌های اطلاعاتی برای یک سیستم نرم‌افزاری آشنا می‌شوند و قادر خواهند بود نقش نیازمندی‌ها را در کیفیت نرم‌افزار و مناسب بودن آن تعیین کنند. همچنین مدیریت نیازمندی‌های نرم‌افزار بعنوان قسمتی از مدیریت پروژه نرم‌افزاری بررسی می‌شود. روشهای ممیزی و معتبرسازی نیازمندی‌ها در جهت مدیریت کیفیت نرم‌افزار مورد بحث قرار می‌گیرد و در نهایت استانداردهای جهانی نیازمندی‌های نرم‌افزار بررسی می‌گردد.

سرفصل مطالب:

۱- معرفی موضوعات و اصطلاحات:

- نیازمندی و نیازمندی‌های ضروری در تولید یک نرم‌افزار

۲- تحلیل و خصوصیات نیازمندی‌های نرم‌افزار:

- استخراج نیازمندیها

- تکنیک‌های استخراج نیازمندی‌ها

- تحلیل اولیه نیازمندی و مذاکرات

- نیازمندی‌ها به تشخیص مشتری

- تعریف نیازمندیها

- تعیین ویژگی‌های نیازمندی‌ها

- تحلیل نیازمندی‌ها

۳- توسعه نیازمندی‌های نرم‌افزار:

- تعریف محدوده پروژه

- شنیدن صدای مشتری

- مستندسازی نیازمندی‌ها

- خصوصیات کیفیتی نرم‌افزار

- کاهش ریسک از طریق نمایه‌سازی
- ۴_ متدولوژیها و ابزارهای تحلیل نیازمندی‌های نرم‌افزار:
- تکنیکهای تعیین رفتارهای خارجی سیستم و مقایسه آنها

مراجع:

- 1- David C. Hay; *Requirements Analysis: From Business Views to Architecture*; August 23, 2002
- 2- Leszek MacIsaszek; *Requirements Analysis And Systems Design*, January 30, 2005

مسائل حقوقی و اخلاقی در تجارت الکترونیکی Ethical Issues in eCommerce

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

این درس فراگیران را با مسائل حقوقی و قانونی تجارت الکترونیک آشنا می‌نماید. همچنین در این درس حقوق و امتیازات قانونی مرتبط با فعالیت‌های **online** و نیز حقوق قانونی افراد در استفاده از اینترنت بعنوان ابزار تجارت و حقوق قانونی مشتریان و مصرف کنندگان اینترنتی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

سرفصل مطالب:

- ۱_ مسائل قانونی از وب سایتها تا فروش **online**
- ۲_ نقش قانونی امنیت اطلاعات
- ۳_ امضای دیجیتال (بحث حقوقی)
- ۴_ نگهداری رکوردهای الکترونیکی
- ۵_ ایجاد قراردادها برای ایجاد ارتباطات **online**
- ۶_ کپی رایب در اطلاعات دیجیتال
- ۷_ حقوق **online** صاحبان کپی رایب
- ۸_ حقوق **online** استفاده کنندگان کپی رایب
- ۹_ حفاظت اطلاعات محرمانه شرکت‌های اینترنتی
- ۱۰_ حقوق علامت تجاری
- ۱۱_ حقوق اسامی **Domain**
- ۱۲_ حیطه خصوصی افراد و حقوق آنها در این رابطه
- ۱۳_ مسائل مربوط به استفاده از **e-mail** در فضای کاری
- ۱۴_ صادرات و گردش داده‌ها به صورت بین‌المللی
- ۱۵_ مسائل حقوقی در پرداخت‌های الکترونیک

- ۱۶ _ مالیات در تجارت الکترونیک
۱۷ _ جرایم اینترنتی
۱۸ _ مراجع قضایی رسیدگی به جرایم اینترنتی

مراجع:

- 1- Rasool Azari, *Current Security Management & Ethical Issues of Information Technology*, April 1, 2003
- 2- Ali Salehnia, *Ethical Issues of Information Systems*, April 2002
- 3- Linda L. Brennan, Victoria Johnson; *Social, Ethical and Policy Implications of Information Technology*, October 1, 2003
- 4- Linda L. Brennan, Victoria Johnson; *Social, Ethical and Policy Implications of Information Technology*, October 1, 2003

مدیریت زنجیره عرضه

Supply Chain Management

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

هدف این درس ارائه یک چارچوب است که بتوان در قالب آن به سئوالات زیر پاسخ داد: قابلیت‌های کلیدی که یک زنجیره عرضه باید برای حمایت استراتژی تجاری شرکت ایجاد کند، چیست؟ رابطه بین قابلیت‌های مطلوب و ساختار یک زنجیره عرضه چیست؟ ساختار زنجیره عرضه در قالب عملکرد موارد زیر تعریف شده است: امکانات، اطلاعات، موجودی و حمل و نقل، که در این درس موارد فوق و همچنین ارتباط بین ساختار و عملکردهای فوق، تحلیل می‌شود. فراگیران در این درس، نقش استراتژیک زنجیره عرضه را درک خواهند کرد و متدولوژی‌های طراحی و برنامه‌ریزی یک زنجیره عرضه را می‌آموزند. همچنین در این درس، ابزارهای تحلیلی لازم برای حل مسائل زنجیره عرضه به فراگیران آموخته می‌شود.

سرفصل مطالب:

- ۱- معرفی و درک زنجیره عرضه و مدیریت زنجیره عرضه
- ۲- راه‌اندازها و موانع زنجیره عرضه
- ۳- برنامه‌ریزی تقاضا و عرضه در یک زنجیره عرضه:
 - پیش‌بینی تقاضا در یک زنجیره عرضه
 - **Aggregate Planning (AP)** در یک زنجیره عرضه
 - برنامه‌ریزی عرضه و تقاضا در زنجیره عرضه
- ۴- برنامه‌ریزی و مدیریت موجودی‌ها در یک زنجیره عرضه:
 - آشنایی با برنامه‌ریزی و کنترل موجودیها
 - مدیریت عدم قطعیت در زنجیره عرضه: موجودی اطمینان
 - تخمین سطح بهینه در دسترس بودن محصول

- مدیریت موجودی در زنجیره عرضه

۵ _ اطلاعات و زنجیره عرضه:

- نقش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات

- اهمیت اطلاعات در یک محیط مدیریت زنجیره عرضه یکپارچه

- تخمین نیازمندی اطلاعات برای یک زنجیره عرضه

۶ _ مدیریت جریان مواد در یک زنجیره عرضه

۷ _ روابط در یک زنجیره عرضه:

- ایجاد توسعه و نگهداری روابط یک زنجیره عرضه

- ایجاد رابطه قابل اعتماد بین اعضای درگیر در یک زنجیره عرضه

مراجع:

- 1- Sunil Chopra, Peter Meindl; *Supply Chain Management, Second Edition*
May 1, 2003
- 2- Michael H. Hugos; *Essentials of Supply Chain Management*, 2003 John Wiley
- 3- Shoshanah Cohen, *Joseph Roussel; Strategic Supply Chain Management*, 2005
McGraw-Hill
4. Sunil Chopra, Peter Meindl; *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operations* , December 15, 2000

مدیریت منابع انسانی
Management Human Resource

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

یکی از وظائف مهم مدیریت، اداره کردن منابع انسانی و هدایت آنها در مسیر صحیح می باشد. بخصوص در بازار کاری که به سرعت در حال تحول می باشد و رقابت بین سازمانهای مختلف رو به فزونی است لازم است به امر مدیریت منابع انسانی توجه شود. در این درس مباحث مهمی در ارتباط با رهبری نیروی انسانی، عوامل موثر در تشویق و ترغیب نیروی انسانی، و روابط فی مابین نیروی انسانی مورد بررسی قرار می گیرند. در این درس فراگیران طراحی ساختار نیروی انسانی، عوامل موثر در توسعه، تشویق، و تنبیه را مورد مطالعه قرار می دهند.

سرفصل مطالب:

- ۱- تدوین خط مشی مدیریت منابع انسانی
- ۲- عوامل موثر در حرکت دادن نیروی انسانی
- ۳- رهبری و ویژگی های آن
- ۴- گروه های کاری و معماری ساختار نیروی انسانی
- ۵- فرآیند منبع نیروی انسانی
- ۶- مدیریت تشویق و بهره وری
- ۷- مدیریت نیروی انسانی
- ۸- مدیریت نیروی انسانی و تاثیرات سازمانی

مراجع:

- 1- Wayne Mondy, Robert M Noe; *Human Resource Management and Human Resource Management Skills CD*, May 3, 2004
- 2-Gary Dessler; *Human Resource Management* (10th Edition)
November 11, 2004

همسوئی تجارت و فناوری اطلاعات Aligning Business and IT

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

در این درس سعی می‌گردد ویژگی‌های فناوری اطلاعات در توانمند نمودن خط مشی تجاری مورد بررسی قرار گیرد. طراحی سیستم‌های اطلاعاتی بمنظور تقویت خط مشی، بهره‌مندی از قابلیت‌های رقابتی فناوری اطلاعات، و مباحثی در ارتباط با ساختار داخلی سیستم‌های اطلاعاتی مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین به پیامدهای فناوری اطلاعات بر مجموعه بازار تجاری در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی پرداخته می‌شود.

سرفصل مطالب:

- ۱_ عامل‌های محرک در تجارت
- ۲_ قابلیت‌های رقابتی فناوری اطلاعات
- ۳_ همسوئی در خط مشی (راهبرد)
- ۴_ مدیریت خط مشی و خط مشی رقابتی
- ۵_ بازسازی تجارت بکمک فناوری اطلاعات
- ۶_ تدوین خط مشی رقابتی
- ۷_ تعریف دست‌آوردها
- ۸_ بدست آوردن دست‌آوردها
- ۹_ مرتبط کردن خط مشی و مدل‌های عملیاتی
- ۱۰_ تاثیر فناوری‌های نامربوط بر تجارت
- ۱۱_ تاثیر فناوری اطلاعات بر تجارت
- ۱۲_ آثار فناوری اطلاعات بر خط مشی رقابتی.

مراجع:

- 1- Tony Morgan , *Business Rules and Information Systems, Aligning IT with Business Goals*, (March 18, 2002)
- 2-Dana Gaines Robinson, James C. Robinson, *Strategic Business Partner: Aligning People Strategies with Business Goals* (February 10, 2005)

Human Factors in Information Technology

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

در این درس سعی می‌گردد ارتباط انسان و فناوری از دریچه روانشناسی این امر مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد. بنابر این به عناصر مهمی همچون طراحی روند فعالیت‌ها، ارگونومی، و امور فردی و اجتماعی توجه می‌شود.

علاوه بر این نکاتی در ارتباط با تاثیرات اخلاقی، عاطفی، حریمیت و پیامدهای جمعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در انتها فراگیر این درس علاوه بر دسترسی به دانش لازم برای بکارگیری و بهره‌مند شدن از عوامل‌های انسانی به نوعی طرز فکر مناسب برای استفاده از عوامل‌های انسانی در فناوری اطلاعات می‌رسد. بنابر این، در طراحی و پیاده‌سازی سازمانهای لازم برای حوزه‌های مختلف کاری، فراگیر می‌تواند از دانش بدست آمده در جهت طراحی ساختار نیروی انسانی و توسعه فناوری اطلاعات استفاده نماید.

سرفصل مطالب:

- ۱ _ مقدمه‌ای بر عوامل‌های مهم انسانی در توسعه فناوری اطلاعات
- ۲ _ عکس‌العمل‌های فردی و جمعی به فناوری اطلاعات و دست‌آوردهای آن
- ۳ _ بومی سازی اطلاعات
- ۴ _ تعامل بین انسان و فناوری در چارچوب موسسات بزرگ
- ۵ _ پیامدهای اجتماعی فناوری اطلاعات
- ۶ _ حریمیت امور در ارتباطات بواسطه کامپیوتر در شبکه‌ها
- ۷ _ طراحی براساس اولویت دادن به انسانها.
- ۸ _ تغییرات اجتناب ناپذیر در ساختارهای انسانی و سیستمهای کامپیوتری.

مراجع:

- 1- J.P. Marsh, et al; *Humane Interfaces (Human Factors in Information Technology)*, March 1, 1999
- 2- M. J. Tauber, D. Ackermann, *Mental Models and Human-Computer Interaction*, (1991)
- 3- Frank Sackton; **The human factor in information technology : An article from: The Armed Forces Comptroller**, March 31, 1999

تحلیل سیستم‌های اطلاعاتی Information System Analysis

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

در این درس پایه و اساس مراحل مختلف از تحلیل نیازها تا طراحی سیستم‌های اطلاعاتی مورد بررسی قرار می‌گیرد. بنابر این، مباحثی همچون تعریف نیاز سیستم‌های اطلاعاتی، دسته‌بندی نیازها، مدل‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی، مدل‌سازی داده‌ها، مدل‌سازی فرآیندها، یکپارچه کردن نرم‌افزار و آزمون‌های لازم برای ارزیابی ویژگی‌های آن مورد بررسی کامل قرار می‌گیرد.

سرفصل مطالب:

- ۱- تحلیل سیستم و تحلیل گره سیستم
- ۲- پروژه‌هائی از نوع سیستم‌های اطلاعاتی
- ۳- تعریف نیازها در سیستم‌های اطلاعاتی
- ۴- مدل‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی
- ۵- مدل‌سازی داده‌ها در سیستم‌های اطلاعاتی
- ۶- مدل‌سازی فرآیندها در سیستم‌های اطلاعاتی
- ۷- بهم پیوستن و یکپارچه کردن نرم‌افزار
- ۸- آزمون درستی نرم‌افزار

مراجع:

- 1- Kenneth E. Kendall, Julie E. Kendall; *Systems Analysis and Design*, March 1, 2004
- 2- Arthur M. Langer; Hardcover; *Analysis and Design of Information Systems*

آموزش الکترونیکی E-Learning

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

هدف از این درس آشنائی فراگیران با تئوریهای آموزش الکترونیکی، مدل‌های مفهومی، استانداردها، ابزارها و اجزاء مختلف سیستمهای آموزش الکترونیکی و نحوه طراحی و ساخت آنها و همچنین محتوای مورد نیاز می‌باشد. بنابراین، فراگیران پس از گذراندن درس قادر به طراحی، پیاده‌سازی و عملیاتی نمودن محیطهای آموزش الکترونیکی مورد نیاز جهت موسسات آموزشی، سازمانهای دولتی، شرکتهای تجاری، دانشگاهها و موارد می‌باشد.

سرفصل مطالب:

- ۱- مفاهیم اولیه در آموزش الکترونیکی (e-learning) شامل تعاریف اولیه، مزایا، معایب و ...
- ۲- تبیین قابلیت‌های آموزش الکترونیکی شامل تشریح مشخصات کارکردی ابزارها و سیستمها
- ۳- آشنایی با فناوریهای مورد کاربرد در آموزش الکترونیکی (واقعیت مجازی، ویدیو کنفرانس، مدیریت دانش)
- ۴- تئوریهای آموزشی (Learning Theory)، تئوری طراحی آموزشی (ID Theory)
- ۵- آموزش الکترونیکی مخلوط (Blended e-learning)
- ۶- زیر ساخت آموزش الکترونیکی (e-learning infrastructure)
- ۷- تشریح سیستم‌های مدیریت آموزشی (LMS) و اجزاء آنها، بررسی یک یا چند LMS نمونه
- ۸- تشریح سیستم‌های مدیریت محتوای آموزشی (LCMS) و اجزاء آنها، بررسی یک یا چند LCMS نمونه
- ۹- راهبرد آموزشی شامل تحلیل وضعیت، تعیین چشم‌انداز (Vision) و ماموریت (Mission)، پیشنهاد استراتژی، ارائه برنامه کارکردی
- ۱۰- طراحی، تولید و راهبرد توسعه محتوای الکترونیکی دروس

- ۱۱- آموزش الکترونیکی در تجارت (نقش آموزش الکترونیکی، نیازهای تجارت و نیازهای یادگیرنده، منافع و توجیه اقتصادی آموزش الکترونیکی در شرکتها و سازمانها)
- ۱۲- چالشهای پیش رو و عوامل و معیارهای موفقیت در آموزش الکترونیکی
- ۱۳- چشم انداز آینده آموزش الکترونیکی شامل آموزش الکترونیکی سیار، سیستمهای ارزیابی و برنامه‌ریزی هوشمند

مراجع:

- 1- Marc J. Rosenberg; *E-Learning: Strategies for Delivering Knowledge in the Digital Age*
- 2- Ruth Colvin Clark, Richard E. Mayer, *e_Learning and the Science of Instruction: Proven Guidelines for Consumers and Designers of Multimedia Learning*

تجارت الکترونیکی E-Commerce

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ندارد

سرفصل دروس: (۵۱ ساعت)

اهداف درس:

این درس فراگیران را با مفاهیم اصلی تجارت آشنا نموده، کاربرد IT در تجارت الکترونیکی را به آنان می‌آموزد. مباحث عمده مورد مطالعه شامل مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی قواعد تجارت و بازاریابی در اینترنت می‌باشد.

سرفصل مطالب:

۱. مقدمه‌ای بر اینترنت و تجارت الکترونیکی (مفاهیم، تاریخچه، مدل‌ها)
۲. بسترهای تجارت الکترونیکی (اینترنت، اینترانت، اکسترانت)
۳. ابزارهای اینترنتی مرتبط با تجارت شامل پست الکترونیکی، لیستها، گروه‌های خبری، Telnet، و موارد دیگر
۴. تجارت الکترونیکی B2C (تعاریف، نمونه‌ها، مزایا، محدودیت‌ها)
۵. تجارت الکترونیکی B2B (تعاریف، معرفی زنجیره ارزش، نمونه‌ها، مزایا، محدودیت‌ها)
۶. ریسک و امنیت در تجارت الکترونیکی
۷. بازاریابی اینترنتی
۸. سیستمهای پرداخت الکترونیکی
۹. مسائل حقوقی تجارت الکترونیکی
۱۰. اینترنت در جهت پشتیبانی از مشتریان
۱۱. شرکتهای بزرگ و زنجیره ای اینترنتی
۱۲. ارزیابی سودآوری تجارت الکترونیکی برای یک موسسه واقعی
۱۳. سایر مدل‌های تجارت الکترونیکی

مراجع:

- 1- Kenneth C. Laudon, et al; *E-Commerce: Business, Technology, Society, Second Edition*
- 2- William S. Davis, John Benamati; *E-Commerce Basics* , July 24, 2002
- 3- James A. O'Brien; *Introduction to Information Systems in Business Management Richard D Irwin*; 6th edition (January 1, 1991)