

**رشته مدیریت اطلاعات - گرایش کسب و کار الکترونیک**  
**گروه مدیریت عملیات و فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی**

<b>مدیریت فناوری اطلاعات - گرایش کسب و کار الکترونیک</b>	<b>عنوان رشته یا رشته-گرایش</b>
کارشناسی ارشد	<b>مقطع تحصیلی</b>
فارسی-انگلیسی	<b>زبان تدریس</b>
۴ نیمسال	<b>طول دوره</b>
مهر/بهمن ماه	<b>شروع دوره</b>
۳۲ واحد که طی چهار ترم برگزار می‌شود.	<b>تعداد واحدهای درسی</b>
این دوره به صورت آموزشی-پژوهشی می‌باشد. دانشجویان می‌بایست پس از پایان ترم اول و پیش از پایان ترم سوم پس از انتخاب استاد راهنما نسبت تعیین موضوع و نگارش پروپزال و تصویب آن اقدام و در ترم چهارم، پایان نامه (معادل ۴ واحد) را اخذ می‌کنند. طول مدت دفاع از تاریخ تصویب پروپزال ۶ ماه است.	<b>وضعیت آموزشی/پژوهش محوری</b>
مبانی و زیرساخت فناوری اطلاعات، سیستم‌های مدیریت بانکهای اطلاعاتی، مبانی مدیریت دانش، مبانی تئوری و فلسفی سیستم‌های اطلاعاتی، مدیریت استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی، هوشمندی کسب‌وکار، مدیریت پروژه‌های فناوری اطلاعات و تجارت و کسب‌وکار الکترونیک	<b>دروس اصلی-مشترک</b>
مدل‌های کسب‌وکار الکترونیک، فناوری‌های کسب‌وکار الکترونیک و کارآفرینی و نوآوری دیجیتال	<b>دروس تخصصی</b>
هدف از این رشته تربیت متخصصانی است که به سازمان‌ها در استفاده از فناوری‌های دیجیتال در جهت بهبود کسب‌وکار کمک نمایند. فارغ‌التحصیلان این رشته، می‌توانند با تکیه بر آموخته‌های خود وارد حوزه‌های توسعه‌ی کسب‌وکارهای الکترونیک، کارآفرینی و نوآفرینی دیجیتال شوند؛ یا به سازمان‌ها در زمینه‌ی کارآفرینی سازمانی با محوریت فناوری‌های دیجیتال کمک نمایند. از دروس تخصصی این رشته می‌توان به مدیریت استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی، مدل‌های کسب‌وکار الکترونیک، تجارت و کسب‌وکار الکترونیک و فناوری‌های کسب‌وکار الکترونیک اشاره نمود. انتظار می‌رود فارغ‌التحصیلان مدیریت فناوری اطلاعات با گرایش کسب‌وکار الکترونیک در یکی از جایگاه‌های شغلی زیر به فعالیت مشغول شوند.	<b>تشریح دوره و محتوی آن</b>
<b>تحلیل‌گر کسب‌وکار:</b> تحلیل کسب‌وکار که یکی از مهم‌ترین مهارت‌های سازمانی به شمار می‌رود. تحلیل‌گر کسب‌وکار به شناسایی نیازها پرداخته و الزامات فنی و کسب‌وکاری موردنیاز برای پاسخ به این نیازها را احصاء می‌نماید. الزامات شناسایی‌شده از طریق سیستم‌های الکترونیک و فناوری‌های دیجیتال پیاده‌سازی می‌شوند.	

**مدیر پروژه‌های تحول دیجیتال:** با کسب دانش مناسب از مدیریت پروژه‌های حوزه‌ی فناوری اطلاعات بالأخص رویکردهای مدیریت پروژه چابک، فارغ‌التحصیلان این رشته، می‌توانند به سازمان‌ها در زمینه‌ی مدیریت پروژه‌های فناوری اطلاعات کمک نمایند. یکی از نیازهای رو به رشد سازمان‌ها، شناسایی و پرورش مدیران پروژه‌های تحول دیجیتال است.

**متخصص بازاریابی دیجیتال:** بازاریابی دیجیتال که در ادبیات کسب‌وکاری ایران به دیجیتال مارکتینگ نیز شناخته می‌شود، یکی از حوزه‌هایی است که فارغ‌التحصیلان مدیریت فناوری اطلاعات با گرایش کسب‌وکار الکترونیکی می‌توانند ایفای نقش نمایند. فارغ‌التحصیلان این رشته، توانایی تولید محتوا، توزیع محتوا، مدیریت کمپین‌های دیجیتال، برنامه‌ریزی و تدوین برنامه‌های بازاریابی دیجیتال را خواهند داشت و به بدنه‌ی وسیعی از صنایع در کشور کمک خواهند نمود.

**متخصص طرح‌ریزی کسب‌وکارهای دیجیتال:** از مرحله‌ی ایده تا مرحله‌ی پیاده‌سازی یک محصول دیجیتال، همیشه نیاز به متخصص طرح‌ریزی کسب‌وکارهای دیجیتال احساس می‌شود. متخصص طرح‌ریزی کسب‌وکارهای دیجیتال فردی است که هم‌زمان درک مناسبی از نیازهای کسب‌وکار داشته و هم می‌تواند تیم‌های فنی و نرم‌افزاری را مدیریت نماید. انتظار می‌رود فارغ‌التحصیلان این رشته به مهارت‌های متنوعی از جمله ارزیابی و امکان‌سنجی ایده، تبدیل ایده به یک محصول ارزشمند برای مشتری، طراحی محصول دیجیتال و مدیریت محصول دیجیتال تسلط پیدا نمایند.

**متخصص آینده‌نگاری فناوری‌های دیجیتال:** یکی از زمینه‌های تحقیقاتی که برای سازمان‌ها اهمیت فراوانی دارد، آینده‌نگاری فناوری و تهیه نقشه راه استفاده از فناوری‌های دیجیتال در سازمان است. می‌توان از فارغ‌التحصیلان این رشته در زمینه‌های تحقیق و توسعه، توسعه‌ی کسب‌وکارهای الکترونیک، آینده‌پژوهی فناوری و بررسی روندهای فناوری دیجیتال بهره‌مند شد.

### برنامه کلی نحوه توزیع واحدها در ترمهای دانشگاهی

- ۱۶ واحد مشترک همه گرایشها
- ۸ واحد تخصصی
- ۴ واحد اختیاری
- ۴ واحد پایان نامه
- درس کمبود – روش تحقیق ۲ واحد

اطلاع‌رسانی خواهد گردید