



دانشگاه علامه طباطبائی (ره)

دانشکده مدیریت و حسابداری

مدیریت سیستم های اطلاعاتی پیشرفته

ترم دوم سال تحصیلی ۹۴ - ۹۳

محمد محرابیون محمدی^۱

دانشجوی دکترای تخصصی مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)

^۱ mehrabioun@gmail.com

هدف از دوره:

فناوری اطلاعات با رشد فزاینده ای روبرو بوده و تاثیر چشمگیری بر سازمان ها، کسب و کارها و چگونگی عملکرد سازمان ها داشته است، جوامع نیز از این تغییر در ساختار کسب و کار تاثیر پذیرفته و جوامع از اقتصاد صنعتی به اقتصاد شبکه ای (دانشی) تغییر ماهیت داده اند. این تغییر باعث شده است که عملکرد سازمان ها دیگر تنها بر اساس بازدهی در مقیاس^۲ سنجیده نشده و ارائه ی تولید و خدمات به صورت منحصر به فرد برای مشتریان و با توجه به نیازهای یکایک مشتریان تغییر یابد. فناوری های اطلاعاتی به سازمان ها کمک می نمایند تا با بهره گیری از این فناوری ها به عنوان ابزار یا توانمندساز^۳ در جهت تحقق اهداف سازمانی گام بردارند، فناوری اطلاعات به عنوان ابزار می تواند کارایی فرآیندهای سازمانی را افزایش داده و از سوی دیگر بنگاه را در حوزه های گوناگون کسب و کار توانمند سازد تا بر اساس آن، اثربخشی بیشتری برای سازمان ها عائد گردد. فناوری اطلاعات همچنین با تسهیل فرآیند گردش اطلاعات، هزینه دسترسی مشتریان به بازارهای جهانی را کاهش داده و حق انتخاب آن ها را افزایش داده است. این محیط جدید علاوه بر رویکرد گذشته که مبتنی بر مخاطب قرار دادن نیازهای مشتریان و ایجاد نیازهای جدید برای آن ها می باشد، نیازمند رویکرد نوینی است که بر چپستی و چگونگی خلق ارزش از طریق فرآیندهای کسب و کار تاثیر می گذارد، به همین علت لازم است که ماهیت استراتژیک فناوری های اطلاعاتی با استراتژی های کسب و کار هم تراز گردد. درس مدیریت سیستم های اطلاعاتی پیشرفته می تواند به خوبی، جایگاه فناوری های اطلاعاتی را در کسب و کار مشخص نموده و همترازی کسب و کار با فناوری های اطلاعاتی را برای سازمان ها به همراه داشته باشد.

برنامه زمان بندی کلاس و دوره های درسی

موضوع	جلسه	بخش
فصل اول کتاب Strategies for E-business	جلسه اول:	مازول ۱ خلق ارزش از طریق کسب و کارهای الکترونیک منبع شماره ۱
مورد مطالعاتی ۱ سوال تحلیلی ۱		
فصل اول کتاب Strategies for E-business	جلسه دوم:	
مورد مطالعاتی ۲ سوال تحلیلی ۲		
فصل دوم کتاب Strategies for E-business	جلسه سوم:	
مورد مطالعاتی ۳ سوال تحلیلی ۳		
فصل چهارم کتاب Strategies for E-business	جلسه چهارم:	
مورد مطالعاتی ۴ سوال تحلیلی ۴		
فصل پنجم کتاب Strategies for E-business	جلسه پنجم:	
مورد مطالعاتی ۵ سوال تحلیلی ۵		

^۲ Economy Of Scale

^۳ Enabler

موضوع	جلسه	بخش
Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice فصل دهم کتاب	جلسه ششم:	استراتژی های بازاریابی اینترنتی منبع شماره ۲
مورد مطالعاتی ۶ سوال تحلیلی ۶	ماژول ۲	
Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice فصل یازدهم کتاب	جلسه هفتم:	تخلیل داده های کسب و کار منبع شماره ۳
مورد مطالعاتی ۷ سوال تحلیلی ۷	ماژول ۳	
آشنایی با مفهوم مدل داده ها پروژه تحلیلی قسمت اول	جلسه هشتم:	مدلسازی فرآیندهای کسب و کار منبع شماره ۴
ایجاد داشبوردهای مدیریتی با نرم افزار کلیک ویو- بخش اول پروژه تحلیلی قسمت دوم	جلسه نهم:	
ایجاد داشبوردهای مدیریتی با نرم افزار کلیک ویو- بخش دوم پروژه تحلیلی قسمت سوم	جلسه دهم:	
مدلسازی فرآیندهای کسب و کار - بخش اول مورد مطالعاتی ۸ سوال تحلیلی ۸	جلسه یازدهم:	
مدلسازی فرآیندهای کسب و کار - بخش دوم مورد مطالعاتی ۹ سوال تحلیلی ۹	جلسه دوازدهم:	ماژول ۴

منابع مورد استفاده:

- 1 Jelassi, T. and A. Enders, Strategies for e-business: Creating value through electronic and mobile commerce. ۲۰۰۵: Pearson Education.
- 2 Ellis-Chadwick, F., K. Johnston, and D. Chaffey, Internet marketing: strategy, implementation and practice. ۲۰۰۹: Pearson Education.
- 3 García, M. and B. Harmsen, Qlikview ۱۱ for developers. ۲۰۱۲: Packt Publishing Ltd.
- 4 BPMN Version ۲.۰. Object Management Group specification, . ۲۰۱۱

مفاد امتحانی:

- مورد های مطالعاتی: ۴ نمره
- سوالات تحلیلی: ۴ نمره
- پروژه ی تحلیلی: ۳ نمره

- امتحان پایانی: ۷ نمره
- مشارکت در کلاس: ۲ نمره

موردهای مطالعاتی:

موردهای مطالعاتی، مسائل حقیقی در حوزه ی کسب و کارها و فناوری اطلاعات می باشد که هر جلسه از جانب مدرس در اختیار دانشجویان قرار می گیرد، دانشجویان در گروه های دو نفره، به سوالات موردها به صورت تحلیلی، حداکثر در ۳ صفحه پاسخ می دهند. الزامی در پاسخ به سوالات به صورت تایپ شده وجود ندارد. ذکر این نکته ضروری است که دانشجویان بایستی در زمینه ی پاسخ های شفاهی در زمینه مطالب مطرح شده در هر مورد مطالعاتی، آماده باشند.

سوالات تحلیلی:

سوال های تحلیلی، سوالاتی می باشند که هر جلسه از جانب مدرس مطرح شده و توانایی تحلیل دانشجویان را مورد آزمون قرار می دهد. لذا پاسخ ها بایستی به صورت تحلیلی و حداکثر در ۲ صفحه بوده و از اطناب در پاسخگویی به مطالب اجتناب شود. مهلت تحویل تا ابتدای جلسه ی بعد می باشد. الزامی در پاسخ به سوالات به صورت تایپ شده وجود ندارد. ضمناً ذکر این نکته ضروری است که دانشجویان بایستی در زمینه ی پاسخ های شفاهی در زمینه مطالب مطرح شده در هر سوال تحلیلی آماده باشند.

پروژه ی تحلیلی:

در پروژه ی تحلیلی، از دانشجویان انتظار می رود که توانمندی تحلیل داده های کسب و کار را با استفاده از نرم افزار کلیک ویو داشته باشند و از دانشجویان خواسته می شود موازی با کلاس، به تکمیل پروژه خود بپردازند، مهلت تحویل پروژه ها، یک هفته پس از امتحان می باشد.

امتحان پایانی:

امتحان پایانی طبق تاریخ مقرر توسط اداره آموزش صورت می پذیرد. نحوه ی برگزاری امتحان پایانی به صورت توافقی با دانشجویان تعیین خواهد گردید.

الزامات کلاسی:

- ۱- تعداد دفعات مجاز غیبت دانشجویان مطابق با قوانین اداره آموزش می باشد.
- ۲- موارد خواسته شده از دانشجویان بایستی در زمان مقرر ارائه گردد، هرگونه تاخیری پس از تاریخ مقرر به کسر ۵۰ درصدی در نمره آن مورد، منجر خواهد گردید.
- ۳- استفاده از هرگونه ابزار کمک آموزشی در کلاس بلامانع است.
- ۴- چنانچه فردی غیر از افراد کلاس بخواهد در کلاس شرکت نماید به شرط هماهنگی با مدرس، منعی ندارد.