

## چارت درسی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)

ترم اول	ترم دوم	ترم سوم	ترم چهارم
نظریه های سازمان و مدیریت پیشرفته (پایه-۲ واحد) <b>3761102</b>	مدیریت استراتژیک پیشرفته (پایه-۲ واحد) <b>3761101</b>	کاربرد تئوری تصمیم گیری (اصلی-۲ واحد) <b>3761104</b>	پایان نامه (۴ واحد)
بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته (اصلی-۲ واحد) <b>3761106</b>	مدیریت رفتار مصرف کننده (اصلی-۲ واحد) <b>3761107</b>	مدیریت تبلیغات و برند (اصلی-۲ واحد) <b>3761108</b>	
تحلیل آماری (پایه-۲ واحد) <b>3761116</b>	مدیریت ارتباطات مشتری و عملکرد بازاریابی (تخصصی-۲ واحد) <b>3761111</b>	اصول مذاکرات، مکاتبات و قراردادهای تجاری (تخصصی-۲ واحد) <b>3761113</b>	
اخلاق و احکام کسب و کار (پایه-۲ واحد) <b>3761110</b>	بازاریابی صنعتی و خدمات (تخصصی-۲ واحد) <b>3761112</b>	مدیریت استراتژیک بازاریابی (تخصصی-۲ واحد) <b>3761109</b>	
مدیریت رفتار سازمانی (جبرانی غیر مرتبط-۲ واحد) <b>3761118</b>	روش شناسی پژوهش های کیفی و آمیخته در مدیریت (اصلی- ۲ واحد) <b>3761105</b>	مدیریت منابع انسانی پیشرفته (پایه-۲ واحد) <b>3761103</b>	
		روش تحقیق پیشرفته (کارگاه آموزشی)	

دروس پایه: ۱۰ واحد  
 دروس اصلی: ۱۰ واحد  
 تخصصی: ۸ واحد  
 پایان نامه: ۴ واحد  
**جمع کل: ۳۲ واحد**