

طرح درس روش تحقیق در مدیریت

مهر ۱۴۰۰

۱- مشخصات کلی:

درس روش تحقیق در مدیریت شامل مباحثی همچون علم و ویژگی های آن، انواع تحقیق و روش های آن و فرایند اجرایی تحقیق پیمایشی است. شناخت ماهیت تحقیق و معرفت علمی امری ضروری برای حوزه علم و محافل دانشگاهی است. به طور کلی تحقیق مجموعه فعالیت های عقلایی در جهت جواب به سوالات یا حل مسائل گفته می شود که در ذهن انسان به وجود می آید. این درس در ۱۶ هفته آموزشی به طور مجازی برگزار خواهد شد. مدرس این درس شهناز هنرمند دکترای تخصصی در رشته مدیریت بازاریابی از دانشگاه اصفهان با سابقه آموزشی بیش از ۱۴ سال است.

۲- اهداف:

اهداف کلی: اگر چه دستاوردهای علمی، از طریق آموزش کسب می شوند؛ ولی تولید و عرضه آنها، از طریق پژوهش ممکن است. از این رو هدف کلی از ارائه این درس این است که در دانشجویان رشته مدیریت، قابلیت و شایستگی دریافت علم (کسب آموزش) و تولید علم (انجام پژوهش علمی) به همراه یکدیگر نهادینه شده تا در مسیر توسعه و تعالی اجتماعی گام بردارند.

اهداف جزئی: آشنایی با:

- علم و ویژگی های روش علمی
- ماهیت علم مدیریت و پارادایم های آن
- تحقیق و فرایندهای آن
- فرایند نظریه پردازی و نظریه آزمایی
- مفهوم تحقیق و انواع آن
- شناخت انواع روش های تحقیق
- آگاهی از شیوه های انتخاب روش تحقیق
- آشنایی با فرضیه و انواع آن
- شیوه بیان مساله تحقیق
- ابزارهای گردآوری داده ها و مزیت ها و عیب های آنها
- تجزیه و تحلیل داده ها و انواع آنها

۳- ایجاد ارتباط در کلاس: در ابتدا کلاس ضمن خوشامدگویی خدمت دانشجویان عزیز از تکالیف و محتوای درس هفته قبل پرسش خواهد شد. حضور و غیاب در هر جلسه انجام خواهد گرفت. در حین فرایند تدریس با سوالات مرتبط با موضوع تدریس، دانشجویان برای کسب نمره مازاد بر ۲۰ به چالش کشیده خواهند شد.

۴- پیش نیاز درس: این درس به ارزش سه واحد از درس های پایه رشته مدیریت بازرگانی است و پیش نیاز آن درس آمار و کاربرد آن در مدیریت است.

۵- منابع درسی:

- روش تحقیق در مدیریت (غلامرضا خاکی) چاپ ششم (۱۳۹۸)، انتشارات فوژان، ۳۰۰ صفحه (منبع اصلی درس)
- فلسفه روش تحقیق در علوم انسانی (دکتر محمد تقی ایمان)، چاپ دوم (۱۳۹۳)، انتشارات قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، (به عنوان منبع کمکی و برخی از فصول تدریس خواهد شد)
- تحقیقات بازاریابی نوین (پرفسور علی صناعی و دکتر آذرنوش انصاری)، چاپ دوم (۱۳۹۴)، انتشارات اصفهان جهاد دانشگاهی، (به عنوان منبع کمکی و برای آشنایی با برخی تحقیقات کاربردی از جمله تبلیغات و بازاریابی تدریس خواهد شد)

۶- نحوه تدریس:

کلاس های آموزشی آنلاین است مگر این که طبق دستورات مقامات اجرایی کشور، از نظر بحران کرونا شرایط رو به بهبود باشد. بر اساس محتوای آموزشی هر جلسه سر فصل های تدریس جلسه بعد مشخص می شود تا دانشجویان علاقه مند مطالعه داشته باشند. در کلاس تا حد امکان بر اساس منبع اصلی کتاب روش تحقیق در مدیریت جزوه ای داده نخواهد شد. البته اگر با توجه به بحران کرونا، رفتن به کتابفروشی و تهیه کتاب برای دانشجویان عزیز مشکل بود، جزوه در اختیار دوستان قرار خواهد گرفت.

۷- نحوه ارزشیابی:

- ارزشیابی مستمر در طی ترم که شامل:
 - ۲ نمره حضور و غیاب
 - برگزاری دو میان ترم در مجموع به ارزش ۴ نمره
 - پرسش و پاسخ در ابتدای هر جلسه به ارزش ۲ نمره
- ارزشیابی پایان ترم:
 - برگزاری پایان ترم به طور تستی به ارزش ۱۲ نمره

۸- تکلیف:

- در پایان هر جلسه برای جلسه بعد تکلیفی داده می شود که نیاز به جستجوی دانشجویان در مرورگرهای مختلف از جمله گوگل دارد. هدف از آن، تمرین عملی دانشجویان در نحوه گردآوری داده ها و تجزیه و تحلیل آن است. نمره بخش تکلیف به ارزش ۳ نمره است که مازاد بر سقف ۲۰ نمره در نظر گرفته شده است.