

طرح کسب و کار دوره **MBA** دانشگاه علوم پزشکی ایران

عنوان طرح کسب و کار:

مجریان طرح:

تابستان ۱۳۹۷

۱. فهرست مطالب

[۲. خلاصه مدیریتی 1](#_Toc519261107)

[۳. مقدمه 1](#_Toc519261108)

[۳.۱. هدف طرح 1](#_Toc519261109)

[۳.۲. تحلیل بازار 1](#_Toc519261110)

[۳.۳. مشخصات شرکت 1](#_Toc519261111)

[۳.۴. فعالیت های بازاریابی و فروش 1](#_Toc519261112)

[۳.۵. تحقیق و توسعه محصولات و خدمات 1](#_Toc519261113)

[۳.۶. ساختار و پرسنل 1](#_Toc519261114)

[۳.۷. اطلاعات مالی 1](#_Toc519261115)

[۴. استراتژی کسب و کار 2](#_Toc519261116)

[۴.۱. تحلیل صنعت 2](#_Toc519261117)

[۴.۲. چشم انداز کسب و کار (Vision Management) 2](#_Toc519261118)

[۴.۲.۱. ارزش های محوری 2](#_Toc519261119)

[۴.۲.۲. اهداف بلند مدت و کوتاه مدت (Objective and Goals) 2](#_Toc519261120)

[۴.۳. ماموریت کسب و کار (حوزه کسب و کار) (Mission Management) 2](#_Toc519261121)

[۴.۴. تحلیل درونی 2](#_Toc519261122)

[۴.۴.۱. نقاط قوت 2](#_Toc519261123)

[۴.۴.۲. نقاط ضعف 2](#_Toc519261124)

[۴.۵. تحلیلی بیرونی 2](#_Toc519261125)

[۴.۵.۱. فرصت ها 2](#_Toc519261126)

[۴.۵.۲. تهدید ها 3](#_Toc519261127)

[۴.۶. استراتژی های کسب و کار 3](#_Toc519261128)

[۵. تجزیه و تحلیل بازار و برنامه های بازاریابی 3](#_Toc519261129)

[۵.۱. تقسیم بندی بازار 3](#_Toc519261130)

[۵.۲. انتخاب بازارهای هدف 3](#_Toc519261131)

[۵.۳. نتایج بررسی بازار 3](#_Toc519261132)

[۵.۴. زمان ورود به به بازار 3](#_Toc519261133)

[۵.۶. تحلیل رقبا 3](#_Toc519261134)

[۵.۷. ارزش های پیشنهادی (Value Proposition) 3](#_Toc519261135)

[۵.۸. تحلیل مشتریان 3](#_Toc519261136)

[۵.۹. استراتژی های بازاریابی 4](#_Toc519261137)

[۶. فعالیت های بازاریابی و فروش 4](#_Toc519261138)

[۶.۱. محصول 4](#_Toc519261139)

[۶.۲. قیمت 4](#_Toc519261140)

[۶.۳. توزیع و پخش 4](#_Toc519261141)

[۶.۴. ارتباطات یکپارچه بازاریابی 4](#_Toc519261142)

[۷. محصولات و خدمات 4](#_Toc519261143)

[۷.۱. توصیف تفصیلی محصولات و خدمات 4](#_Toc519261144)

[۷.۲. Blue Print فرآیندهای خدمات 4](#_Toc519261145)

[۷.۳. چرخه حیات محصول 4](#_Toc519261146)

[۷.۴. ویژگی های تجاری، پتنت ها، و حقوق مالکیت فکری 5](#_Toc519261147)

[۷.۵. فعالیت های تحقیق و توسعه 5](#_Toc519261148)

[۸. عملیات اجرایی 5](#_Toc519261149)

[۸.۱. رویه های تولید و ارائه خدمات 5](#_Toc519261150)

[۸.۲. قابلیت تولید و ارائه خدمات 5](#_Toc519261151)

[۸.۳. مزیت های رقابتی اجرایی 5](#_Toc519261152)

[۸.۴. تامین کنندگان 5](#_Toc519261153)

[۸.۵. تکنولوژی های مورد استفاده در طرح 5](#_Toc519261154)

[۹. مدیریت منابع انسانی طرح کسب و کار 5](#_Toc519261155)

[۹.۱. مهارتهای مورد نیاز نیروی انسانی طرح 5](#_Toc519261156)

[۹.۲. نقش مسئولیت های پرسنل و مشاوران صنعتی در طرح 6](#_Toc519261157)

[۹.۳. سیستم های پیشنهادی حقوق و دستمزدها 6](#_Toc519261158)

[۹.۴. ساختار سازمانی طرح کسب و کار 6](#_Toc519261159)

[۱۰. مدیریت و مالکیت و ساختارهای قانونی 6](#_Toc519261160)

[۱۰.۱. ساختار حقوقی کسب و کار 6](#_Toc519261161)

[۱۰.۲. نوع شرکت 6](#_Toc519261162)

[۱۰.۳. قوانین و مقررات حاکم بر صنعت 6](#_Toc519261163)

[۱۱. تجزیه و تحلیل مالی 6](#_Toc519261164)

[۱۱.۱. الزامات تامین مالی جاری 6](#_Toc519261165)

[۱۱.۲. الزامات تامین مالی سه/پنج سال آتی 6](#_Toc519261166)

[۱۱.۳. مصارف وجوه 7](#_Toc519261167)

[۱۱.۴. استراتژی های مالی بلند مدت 7](#_Toc519261168)

[۱۱.۵. صورته ای مالی سه/پنج سال آتی 7](#_Toc519261169)

[۱۲. طرح های توسعه آتی 7](#_Toc519261170)

[۱۳. پیوست ها 7](#_Toc519261171)

[۱۳.۱. رزومه مدیران کلیدی 7](#_Toc519261172)

[۱۳.۲. تصویر محصولات و خدمات 7](#_Toc519261173)

[۱۳.۳. مراجع تخصصی 7](#_Toc519261174)

[۱۳.۴. مطالعات بازار 7](#_Toc519261175)

[۱۳.۵. اطلاعات مرتبط انتشار یافته 7](#_Toc519261176)

[۱۳.۶. پتنت ها 8](#_Toc519261177)

[۱۳.۷. قراردادهای حائز اهمیت 8](#_Toc519261178)

# ۲. خلاصه مدیریتی

# ۳. مقدمه

## ۳.۱. هدف طرح

## ۳.۲. تحلیل بازار

## ۳.۳. مشخصات شرکت

## ۳.۴. فعالیت های بازاریابی و فروش

## ۳.۵. تحقیق و توسعه محصولات و خدمات

## ۳.۶. ساختار و پرسنل

## ۳.۷. اطلاعات مالی

# ۴. استراتژی کسب و کار

## ۴.۱. تحلیل صنعت

## ۴.۲. چشم انداز کسب و کار (Vision Management)

### ۴.۲.۱. ارزش های محوری

### ۴.۲.۲. اهداف بلند مدت و کوتاه مدت (Objective and Goals)

## ۴.۳. ماموریت کسب و کار (حوزه کسب و کار) (Mission Management)

## ۴.۴. تحلیل درونی

### ۴.۴.۱. نقاط قوت

### ۴.۴.۲. نقاط ضعف

## ۴.۵. تحلیلی بیرونی

### ۴.۵.۱. فرصت ها

### ۴.۵.۲. تهدید ها

## ۴.۶. استراتژی های کسب و کار

# ۵. تجزیه و تحلیل بازار و برنامه های بازاریابی

## ۵.۱. تقسیم بندی بازار

## ۵.۲. انتخاب بازارهای هدف

## ۵.۳. نتایج بررسی بازار

## ۵.۴. زمان ورود به به بازار

## ۵.۶. تحلیل رقبا

## ۵.۷. ارزش های پیشنهادی (Value Proposition)

## ۵.۸. تحلیل مشتریان

## ۵.۹. استراتژی های بازاریابی

# ۶. فعالیت های بازاریابی و فروش

## ۶.۱. محصول

## ۶.۲. قیمت

## ۶.۳. توزیع و پخش

## ۶.۴. ارتباطات یکپارچه بازاریابی

# ۷. محصولات و خدمات

## ۷.۱. توصیف تفصیلی محصولات و خدمات

## ۷.۲. Blue Print فرآیندهای خدمات

## ۷.۳. چرخه حیات محصول

## ۷.۴. ویژگی های تجاری، پتنت ها، و حقوق مالکیت فکری

## ۷.۵. فعالیت های تحقیق و توسعه

# ۸. عملیات اجرایی

## ۸.۱. رویه های تولید و ارائه خدمات

## ۸.۲. قابلیت تولید و ارائه خدمات

## ۸.۳. مزیت های رقابتی اجرایی

## ۸.۴. تامین کنندگان

## ۸.۵. تکنولوژی های مورد استفاده در طرح

# ۹. مدیریت منابع انسانی طرح کسب و کار

## ۹.۱. مهارتهای مورد نیاز نیروی انسانی طرح

## ۹.۲. نقش مسئولیت های پرسنل و مشاوران صنعتی در طرح

## ۹.۳. سیستم های پیشنهادی حقوق و دستمزدها

## ۹.۴. ساختار سازمانی طرح کسب و کار

# ۱۰. مدیریت و مالکیت و ساختارهای قانونی

## ۱۰.۱. ساختار حقوقی کسب و کار

## ۱۰.۲. نوع شرکت

## ۱۰.۳. قوانین و مقررات حاکم بر صنعت

# ۱۱. تجزیه و تحلیل مالی

## ۱۱.۱. الزامات تامین مالی جاری

## ۱۱.۲. الزامات تامین مالی سه/پنج سال آتی

## ۱۱.۳. مصارف وجوه

## ۱۱.۴. استراتژی های مالی بلند مدت

## ۱۱.۵. صورته ای مالی سه/پنج سال آتی

# ۱۲. طرح های توسعه آتی

# ۱۳. پیوست ها

## ۱۳.۱. رزومه مدیران کلیدی

## ۱۳.۲. تصویر محصولات و خدمات

## ۱۳.۳. مراجع تخصصی

## ۱۳.۴. مطالعات بازار

## ۱۳.۵. اطلاعات مرتبط انتشار یافته

## ۱۳.۶. پتنت ها

## ۱۳.۷. قراردادهای حائز اهمیت