

ترتیب مطالعه	عنوان کلاس	عنوان جلسه
۱	برند: از تولد تا نوجوانی	برند ثروت ساختن از هیچ است
۲	برند: از تولد تا نوجوانی	معماری برند
۳	برند: از تولد تا نوجوانی	مفاهیم زیربنایی برند
۴	برند: از تولد تا نوجوانی	خلق برند(هرم برندسازی)
۵	برند: از تولد تا نوجوانی	برجستگی های برند
۶	برند: از تولد تا نوجوانی	عناصر خلق برند
۷	برند: از تولد تا نوجوانی	تصویرسازی برند
۸	برند: از تولد تا نوجوانی	بهداشت برند
۹	بازاریابی، مغز سازمان شماست	بازاریابی، مغز سازمان شماست
۱۰	بازاریابی، مغز سازمان شماست	استراتژی های بازاریابی
۱۱	طراحی بوم و مدل کسب و کار	چرا مدلسازی کسب و کار مهم است؟
۱۲	طراحی بوم و مدل کسب و کار	مدل کسب و کار تاریخ انقضاء دارد
۱۳	طراحی بوم و مدل کسب و کار	اجزای مدل کسب و کار
۱۴	طراحی بوم و مدل کسب و کار	طراحی مدل کسب و کار
۱۵	مدیریت رفتار مصرف کننده(مشتریان)	۱۲فرمان رفتار مصرف کننده که همه باید بدانند
۱۶	مدیریت رفتار مصرف کننده(مشتریان)	۱۵فرمان رفتار مصرف کننده برای مدیران حرفه ای
۱۷	زیربناهای فروش موفق	زیربناهای فروش
۱۸	موفقیت در فروش تلفنی	شیوه های نوین فروش تلفنی
۱۹	ویژگیهای فروشندگان کارکشته	فروشنده کارکشته
۲۰	ویژگیهای فروشندگان کارکشته	ویژگیهای شخصیتی فروشندگان موفق
۲۱	ویژگیهای فروشندگان کارکشته	هفت کیفیت فروشندگان حرفه ای
۲۲	فوت های کوزه گری فروش	فروش استراتژی هایی پویا می طلبد
۲۳	فوت های کوزه گری فروش	روش های نهایی نمودن معامله
۲۴	مهارت ارتباط با مشتریان شاکی	مهارت های برخورد با مشتری شاکی
۲۵	مهارت ارتباط با مشتریان شاکی	مدیریت شکایات مشتریان GCM

شکستن مقاومت مشتری در فروش	هنر متقاعدسازی مشتریان	۲۶
پنج تکنیک موثر در متقاعد کردن خریداران	هنر متقاعدسازی مشتریان	۲۷
علم و هنر ترغیب مشتریان	هنر متقاعدسازی مشتریان	۲۸
چیست؟ CRM	زیربناهای حفظ مشتری CRM	۲۹
بیست فرمان مدیریت رابطه با مشتری	زیربناهای حفظ مشتری CRM	۳۰
مشتری شیفتگی سازمانی	زیربناهای حفظ مشتری CRM	۳۱
شاخص های حفظ و سنجش رضایت مشتریان	زیربناهای حفظ مشتری CRM	۳۲
مدیریت چریکی (پارتیزانی)	۲۴ مهارت مدیریت چریکی	۳۳
رهبران بازار هدفگرا هستند!	رهبران بازار هدفگرا هستند!	۳۴
رهبران بازار چگونه می اندیشند؟	رهبران بازار چگونه می اندیشند؟	۳۵
معجزه‌ی اراده	رهبران بازار چگونه می اندیشند؟	۳۶
قدرت نفوذ در دیگران/ابزارهای بیرونی	آنچه از قدرت نفوذ در دیگران باید بدانیم	۳۷
قدرت نفوذ در دیگران/ابزارهای درونی	آنچه از قدرت نفوذ در دیگران باید بدانیم	۳۸
ارتباط موثر	آنچه از قدرت نفوذ در دیگران باید بدانیم	۳۹
آراستگی ظاهر ویژه مدیران	آراستگی ظاهر ویژه مدیران	۴۰
آداب معاشرت مدیریتی	اصول تشریفات در ارتباطات رسمی و تجاری	۴۱
زبان بدن در تجارت	زبان بدن در تجارت	۴۲
اصول مذاکرات حرفه ای-مراحل پیش از جلسه	آنچه از یک مذاکره طلایی باید بدانیم	۴۳
اصول مذاکرات حرفه ای-حضور در جلسه	آنچه از یک مذاکره طلایی باید بدانیم	۴۴
اصول مذاکرات حرفه ای-پس از جلسه	آنچه از یک مذاکره طلایی باید بدانیم	۴۵
روش های افزایش خودانگیزی	روش های افزایش خودانگیزی	۴۶
رهبری(سلطه گری عاشقانه)	رهبری: حکومت بر قلب پرسنل	۴۷
مدیر باشیم یا رهبر؟	رهبری: حکومت بر قلب پرسنل	۴۸

پیاده سازی استراتژی ها	رهبری: حکومت بر قلب پرسنل	۴۹
اصول تفویض اختیار	باید ونبایدهای تفویض اختیار	۵۰
باید و نبایدهای تفویض اختیار	باید ونبایدهای تفویض اختیار	۵۱
اصول انضباطی و سیستم تنبیه	مبانی مدیریت منابع انسانی	۵۲
سکوت سازمانی	مدیریت سکوت سازمانی	۵۳
اصول جذب: استخدام و مصاحبه	مبانی مدیریت منابع انسانی	۵۴
ارزیابی عملکرد کارکنان	مبانی مدیریت منابع انسانی	۵۵
روشهای طلایی تشویق کارکنان	بالندگی منابع انسانی	۵۶
بالندگی و توسعه منابع انسانی	بالندگی منابع انسانی	۵۷
وفاداری سازمانی	بالندگی منابع انسانی	۵۸

برای مشاهده محتوای دوره کفایت پس از ورود به داشبورد دانشجویی، مراحل زیر را طی کنید:
داشبورد دانشجویی/دوره های کیمیاگران/دوره های من/دوره یکساله مدیریت ۳۶۰درجه

برنامه مطالعاتی، به شکل داینامیک در پنل دانشجویی شما قرار دارد و با کلیک بر روی عناوین، محتواها نمایش می شود
aralshahr.com/student/episodes/24

این لینک، صرفاً پس از ثبت نام، قابل استفاده است

پرسش «آیا الزاماً بایستی با همین ترتیب مطالعه کنم؟»

خیر، بر اساس نیاز خود می توانید ترتیب را تغییر دهید و فقط کفایت که ترتیب مشاهده، هر کلاس را به شکل مستقل رعایت کنید

مثلاً می توانید ابتدا بازاریابی را ببینید و بعد برند را، ولی در زمان دیدن هریک از این کلاس ها، ترتیب جلسات را رعایت فرمایید.

مثلاً ممکن است بر اساس نیاز ابتدا کلاس های فروش را ببینید و سپس اصول مذاکرات و بعد منابع انسانی

کلاس ها، دارای شخصیت آموزشی کاملاً مستقل هستند

بنابراین می توانید برنامه شخصی خود را داشته باشد و صرفاً رعایت ترتیب مشاهده جلسات در هر کلاس، توصیه می گردد

کیمیاگر بمانید