

تجزیه و تحلیل مدل‌های کمی در تصمیم‌گیری‌های مدیریت

مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی

سر فصل مطالب

- 1- مقدمه ای بر مدل سازی های کمی
 - مدل سازی ریاضی، منطقی، شبکه های عصبی
 - 2- مدل های بهینه سازی و شبیه سازی تحقیق در عملیات
 - 3- مدل سازی های میثنی بر داده، داده کاوی
 - 4- شبکه های عصبی
 - 5- مدلسازی شبکه های عصبی
 - 6- ریاضیات فازی
 - 7- مدل سازی فازی FIS, ANFIS
 - 8- الگوریتم زنتیک
 - 9- دسته بندی، دسته بندی مشتریان
 - 10- خوشه بندی، تفکیک بازار و خوشه بندی مشتریان
 - 11- مدل‌های آماری، تحلیل عناصر اصلی، تحلیل عاملی
 - 12- مدل های پیش بینی، سری های زمانی، مدل باکس جنکینز
 - 13- رگرسیون تک متغیره، رگرسیون چند متغیره، معادلات ساختاری LISREL, AMOS
 - 14- فیلترینگ تجمعی، تجزیه و تحلیل تجمعی
 - 15- سیستم های پیشنهاد دهنده
 - 16- سیستم های مدیریت درآمدها
- مراجع و منابع مطالعاتی

- 1- Berry j. A. and Gordon D. Linoff (2004). Data Mining Techniques for Marketing, Sales and Customer Relationship Management- 2nd.Edition. Wiley Publishing Inc.: Indiana
- 2- Anderson D. A. et. al. (2005). An Introduction to Management Science. Quantitative Approaches to Decision Making. Thomson: Ohio
- 3- محمود البرزى (1393). آشنایى با شبکه های عصبی. انتشارات دانشگاه صنعتی شریف: تهران
- 4- محمود البرزى (1393). الگوریتم زنتیک. انتشارات دانشگاه صنعتی شریف: تهران
- 5- سایر کتاب ها و مقالات معرفی شده و ارایه شده در کلاس