



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و آموزش عالی
شورای عالی برنامه ریزی

مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس

دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی



گروه علوم انسانی

کمیته تخصصی مدیریت علوم اداری و بازرگانی

مصوب سیصد و چهل و چهارمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی

مورخ ۱۳۷۶/۴/۲۲



بسم الله الرحمن الرحيم

برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

گروه : علوم انسانی
رشته : مدیریت بازرگانی
دوره : کارشناسی ارشد

کمیته تخصصی : مدیریت علوم اداری و بازرگانی

گرایش :

کد رشته :

دوره : کارشناسی ارشد

شورای عالی برنامه ریزی در سیصد و چهل و چهارمین جلسه مورخ ۱۳۷۶/۴/۲۲ براساس طرح دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی که توسط گروه علوم انسانی تهیه شده و به تائید رسیده است، برنامه آموزشی این دوره را در سه فصل (مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس) به شرح پیوست تصویب کرد و مقرر میدارد :

ماده (۱) برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی از تاریخ تصویب برای کلیه دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کشور که مشخصات زیر را دارند لازم الاجراست .
الف : دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی که زیر نظر وزارت فرهنگ و آموزش عالی اداره می شوند .

ب : مؤسساتی که با اجازه رسمی وزارت فرهنگ و آموزش عالی و براساس قوانین تأسیس می شوند و بنابراین تابع مصوبات شورای عالی برنامه ریزی می باشند .
ج : مؤسسات آموزش عالی دیگر که مطابق قوانین خاص تشکیل می شوند و باید تابع ضوابط دانشگاهی جمهوری اسلامی ایران باشند .

ماده (۲) از تاریخ ۱۳۷۶/۴/۲۲ کلیه دوره های آموزشی و برنامه های مشابه مؤسسات آموزشی در زمینه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی در همه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی مذکور در ماده ۱ منسوخ می شوند و دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی یاد شده مطابق مقررات می توانند این دوره را دایر و برنامه جدید را اجرا نمایند .

ماده (۳) مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی در سه فصل جهت اجرا به وزارت فرهنگ و آموزش عالی ابلاغ می شود .

رأی صادره سیصد و چهل و چهارمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۶/۴/۲۲
درخصوص برنامه آموزشی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

(۱) برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی
که از طرف گروه علوم انسانی پیشنهاد شده بود با اکثریت آراء به تصویب
رسید.

(۲) این برنامه از تاریخ تصویب قابل اجراست.

رأی صادره سیصد و چهل و چهارمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۶/۴/۲۲
در مورد برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی صحیح است و به مورد اجرا
گذاشته شود.

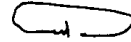
دکتر سید محمد رضا هاشمی گلپایگانی



وزیر فرهنگ و آموزش عالی

مورد تأیید است.

دکتر علی شریعتمداری



رئیس گروه علوم انسانی

رونوشت: معاونت محترم آموزشی وزارت فرهنگ و آموزش عالی خواهشمند است برای
اجراء به واحد های مجری ابلاغ فرمائید.

دکتر سید محمد کاظم نائینی



دبیر شورای عالی برنامه ریزی



فصل اوّل

مشخصات کلی





مشخصات کلی دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

۱ - تعریف و هدف:

دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی به منظور آماده ساختن دانشجویان برای مشاغل حرفه‌ای مدیریتی در سازمانهای بازرگانی و مؤسسات دولتی و نیز ادامه تحصیل در دوره دکتری مدیریت تدوین گردیده است. به طور دقیق تر هدفهای برنامه کارشناسی مدیریت بازرگانی عبارت است از:

- آشنایی دقیق با وظایف اساسی سازمانهای بازرگانی
- افزایش مهارت و توانایی دانشجویان در شناخت مسایل مبتنی به مدیریت، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به هر یک از این مسایل، ارزیابی راه‌حلهای مختلف در مورد هر مسأله و تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات متخذه.
- افزایش مهارت و توانایی دانشجویان در شناخت شرایط و اوضاع و احوال متغیر اجتماعی، اقتصادی، تکنولوژیکی و سیاسی و تطبیق برنامه‌های سازمان با شرایط جدید.
- ایجاد زمینه لازم و تشویق دانشجویان به خودآموزی و رشد فردی و حرفه‌ای

۲ - طراحی دوره و شکل نظام

- ضوابط آموزشی دوره کارشناسی ارشد طبق آیین‌نامه‌های مصوب وزارت فرهنگ و آموزش عالی می‌باشد.
- شرایط ورود به دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی:
- داشتن حداقل گواهینامه کارشناسی از مؤسسات آموزشی کشور یا کشورهای دیگر که مورد تأیید وزارت فرهنگ و آموزش عالی باشد.
 - گذراندن دروس کمبود (حداکثر ۳۰ واحد) برای داوطلبینی که رشته تحصیلی‌شان مدیریت نمی‌باشد.
 - عدم اشتغال به تحصیل در مؤسسات آموزش عالی دیگر
 - موفقیت در آزمون ورودی

۳ - برنامه دوره

برنامه دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی ۳۲ واحد به شرح زیر می‌باشد.



الف - دروس مشترک	۲۰ واحد
ب - دروس اختصاصی	۸ واحد
ج - پایان نامه	۴ واحد
جمع کل	۳۲ واحد

۴ - نقش و توانایی

الف - فارغ التحصیلان دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی با اطلاعات وسیعی که در زمینه های مختلف بازرگانی و بازاریابی، روابط انسانی، امور مالی و اقتصادی پیدا می کنند، به خوبی می توانند در سطح مدیران اجرایی در سازمانهای بازرگانی، صنعتی و دولتی به کار اشتغال ورزند و یا در سمت مشاور مدیریت انجام وظیفه نمایند.

ب - انتظار می رود که این فارغ التحصیلان پس از کسب تجربیات کافی بتوانند مسئولیتهای بیشتری را در سطوح بالای سازمان عهده دار گردند.

ج - علاوه بر این فارغ التحصیلان این دوره می توانند در کارهای پژوهشی و تحقیقاتی که امروزه در مؤسسات بزرگ از اهمیت زیادی برخوردار است مشغول کار شوند.

۵ - ضرورت و اهمیت

اداره سازمانهای بازرگانی، صنعتی و دولتی با ابعاد مختلف آن بدون بهره گیری از دانش مدیریت و دسترسی به اطلاعاتی که در امر تصمیم گیری لازم است امکان پذیر نیست. لذا این وظیفه دانشگاه هاست که اولاً مدیران آینده این سازمانها را برای قبول مسؤلیت در سطوح مختلف مدیریت آموزش دهند. ثانیاً محققین و پژوهشگرانی را تربیت کنند که بتوانند مسایل و مشکلات اقتصادی و بازرگانی سازمانهای مختلف جمهوری اسلامی ایران را به خوبی بشناسند و برای حل این مسایل و مشکلات راه حل های صحیح و منطقی پیدا کنند.

وجود دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی در دانشگاه های ایران موجب می گردد که دانشجویان این رشته در حین تحصیل با مسایل خاص جامعه ما به خوبی آشنا شوند و تحقیقات و تبصّات خود را در رابطه با این مسایل انجام دهند و برای رفع نارسائیهای موجود در جامعه چاره اندیشی نمایند. اساتید متعهد نیز متقابلاً در مسایل مدیریت در جامعه کنونی ما تفکر کنند و افکار و اندیشه ها و شیوه های جدید مدیریت را در جامعه مطرح سازند و به تألیف و ترجمه کتابهای مفید در زمینه های مختلف مدیریت اقدام نمایند.

بدیهی است که در صورت عدم افتتاح دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی باب این گونه تحقیقات و مطالعات هرگز مفتوح نخواهد گردید.

مهمترین ضرورت تشکیل دوره های کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی نیل به خودکفایی علمی در زمینه های مختلف مدیریت و رهایی از وابستگی و سلطه فرهنگی است.

برنامه رشته مدیریت بازرگانی با شش گرایش برای دوره کارشناسی ارشد
«دروس مشترک»

کد درس	نام درس	تعداد واحد	ساعت		پیشنیاز یا زمان ارائه درس
			جمع	نظری / عملی	
۱	مدیریت منابع انسانی پیشرفته	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۲	تئوریهای مدیریت پیشرفته	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۳	سیستمهای اطلاعاتی مدیریت پیشرفته	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۴	تحلیل آماری	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۵	مدیریت استراتژیک پیشرفته	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۶	بازارشناسی و مسایل بازاریابی	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۷	مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۸	حسابداری مدیریت	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۹	تحقیق در عملیات پیشرفته	۲	۳۴	۳۴ / —	—
۱۰	اقتصاد مدیریت	۲	۳۴	۳۴ / —	—
جمع		۲۰ واحد			



ب - دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - گرایش بازاریابی

دروس تخصصی

کد درس	نام درس	تعداد واحد	ساعت		پیشنیاز یا زمان ارائه درس
			جمع	نظری / عملی	
مجموعه الف - گرایش بازاریابی					
۱۱	تحقیقات بازاریابی	۲	۳۴	۳۴	—
۱۲	بازاریابی صنعتی	۲	۳۴	۳۴	—
۱۳	رفتار مصرفکننده	۲	۳۴	۳۴	—
۱۴	سمینار در مسایل بازاریابی	۲	۳۴	۳۴	—
جمع		۸ واحد			



ب - دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - گرایش بازاریابی بین المللی
دروس تخصصی

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
					مجموعه ب - گرایش بازاریابی بین المللی	
—	—	۳۴	۳۴	۲	حقوق بازرگانی بین الملل	۱۵
—	—	۳۴	۳۴	۲	مدیریت صادرات و واردات	۱۶
—	—	۳۴	۳۴	۲	سازمانهای پولی و مالی بین الملل	۱۷
—	—	۳۴	۳۴	۲	سمینار در مسایل بازرگانی بین الملل	۱۸
				۸ واحد		جمع



ب - دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - گرایش بازرگانی داخلی
 دروس تخصصی

کد درس	نام درس	تعداد واحد	ساعت		پیشنیاز یا زمان ارائه درس
			نظری	عملی	
مجموعه ج - گرایش بازرگانی داخلی					
۱۹	اقتصاد بازرگانی ایران	۲	۳۴	۳۴	—
۲۰	بازارها و نهادهای مالی ایران	۲	۳۴	۳۴	—
۲۱	مدیریت سرمایه گذاریها	۲	۳۴	۳۴	—
۲۲	سمینار در بازرگانی داخلی	۲	۳۴	۳۴	—
جمع		۸ واحد			



ب - دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - گرایش مدیریت بیمه
 دروس تخصصی

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت		تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری			
				مجموعه د - گرایش مدیریت بیمه	
—	—	۳۴	۲	ریسک و بیمه	۲۳
—	—	۳۴	۲	بیمه اتکایی	۲۴
۴	—	۳۴	۲	حسابداری شرکتهای بیمه	۲۵
۴	—	۳۴	۲	سمینار در مدیریت بیمه	۲۶
			۸ واحد		جمع



ب - دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - گرایش مدیریت مالی

دروس تخصصی

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
					مجموعه ه - گرایش مدیریت مالی	
—	—	۳۴	۳۴	۲	مدیریت سرمایه‌گذاریها	۲۷
—	—	۳۴	۳۴	۲	بازارها و نهادهای مالی	۲۸
۴	—	۳۴	۳۴	۲	حقوق بازرگانی	۲۹
۴	—	۳۴	۳۴	۲	سمینار در مدیریت مالی	۳۰
				۸ واحد		جمع



ب - دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - گرایش مدیریت تحول
دروس تخصصی

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت		تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری			
				مجموعه و - گرایش مدیریت تحول	
۴	—	۳۴	۲	روشهای تحقیق در رفتار سازمانی	۳۱
—	—	۳۴	۲	نظریه و فرآیند تحول سازمان	۳۲
—	—	۳۴	۲	نظریه‌ها و فرآیند ارتباطات سازمانی	۳۳
۴	—	۳۴	۲	سمینار در مسائل رفتاری	۳۴
			۸ واحد		جمع



دروس پیش نیاز

گروه‌های آموزشی می‌توانند حداکثر یک ترم از دروس زیر را به عنوان پیش نیاز دوره تعیین کنند

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت		تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری			
—	—	۳۴	۲	زبان تخصصی پیش نیاز	—
		۳۴	۲	ریاضی پیش نیاز	—
		۳۴	۲	آمار کاربردی پیش نیاز	—
		۵۱	۳	مبانی کامپیوتر و کاربرد آن در مدیریت	—
		۵۱	۳	مبانی سازمان و مدیریت	—
		۵۱	۳	روش تحقیق پیشرفته	—
		۵۱	۳	مدیریت رفتار سازمانی	—
		۵۱	۳	تحقیق در عملیات	—
		۵۱	۳	تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم	—
		۵۱	۳	مدیریت منابع انسانی	—
—			۲۷	جمع	—



فصل دوّم

برنامه

(جدولهای درسی)



فصل سوّم

سرفصل دروس





تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف :

افزایش دانش ادراکی ، فنی و قدرت تحلیل دانشجویان در زمینه مسایل نیروی انسانی سازمانهای دولتی و شرکتهای بزرگ تولیدی زیر پوشش تولید

سرفصل درس :

- کاربرد نظریه‌های مدیریت در مدیریت منابع انسانی
- تحلیل نگرش سیستمی و کاربرد آن در فرایند عملیات پرسنلی
- نقش عوامل برون سازمانی (سیاسی - اقتصادی - اجتماعی و امنیتی) در برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های پرسنلی دولتی
- تحلیلی بر رابطه ساخت سازمانی و نیازهای کمی و کیفی منابع انسانی
- تحلیلی بر وضع خط‌مشی‌های پرسنلی در زمینه :
- برنامه‌ریزی، جذب و تأمین نیروی انسانی
- کارآموزی و آموزش کارکنان نیروی انسانی
- حفظ و نگهداری منابع انسانی در بخش دولتی
- کاربرد مؤثر و کارساز منابع انسانی
- تجزیه و تحلیل مشکلات کارمندیابی، گزینش و انتصاب
- چگونگی تعیین نیاز آموزشی
- مشکلات و موانع ارزشیابی کارکنان و مدیران
- تحلیلی بر مسایل و مشکلات پرداخت حقوق و مزایا
- نقش اقدامات رفاهی و کمکهای غیرنقدی در حفظ و نگهداری کارکنان و مدیران دولتی
- تجزیه و تحلیل ویژگی‌های نظام بیمه و بازنشستگی
- بررسی اهمیت بهداشت و ایمنی محیط کار و وضع خط‌مشی‌های لازم در جهت تأمین سلامت و تندرستی کارکنان دولت
- بررسی نقش انضباط کار و ایجاد محیط منضبط اداری
- تحلیلی بر مسایل مربوط به جابجایی و تورم، کمبود منابع انسانی
- بررسی روشهای جدا شدن کارکنان از سازمان (بازخرید، استعفا، اخراج، بازنشستگی زودرس و غیره)

تئوریهای مدیریت پیشرفته

۲۴



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف :

آشنایی بیشتر دانشجویان با سازمان و مدیریت به منظور تشخیص نقش حیاتی سازمان و اهمیت نحوه اداره آن بدین منظور ضمن آنکه سیر تحولات دانش مدیریت و سازمان به صورت یک روند منطقی و منسجم مطرح می‌شود، نظریه‌های مدیریت باید با نگرشی نوین مورد ارزیابی قرار گیرد و با برخوردی نسبتاً فلسفی از فرد در سازمان کلاسیک تا گروه‌بندی در طراحی اقتضایی و نظریه‌های نوین سازمان و مدیریت به عنوان جدیدترین نگرش مدیریت در انتهای قرن بیستم و اوائل قرن بیست و یکم، نظریه‌ها و ساختارهای مدیریتی، بطور واقع بینانه مورد مطالعه، بحث و بررسی قرار گیرد.

سرفصل درس :

بخش اول - کلیات

سازمان، نظریه سازمان، چالشهای سازمانی، سازمان به عنوان یک سیستم، سیستمهای باز، خرده سیستمهای سازمانی، سیمای سازمان، رهیافت راهبردی سیستمی، تاریخچه نظریه‌های سازمان، تقسیم کار، ویر و قوانین بوروکراسی، بررسی نگرشهای مکتب کلاسیک اداری و علمی، کلاسیکهای جدید به تفکیک روابط انسانی و رفتار انسانی نوین، نظریه اقتضایی، نظریه‌های نوین از سال ۱۹۷۵ تاکنون، دیدگاه صرفه‌های اقتصادی، نظریه نهادگرایی، نظریه فرهنگی، دیدگاه‌های بوم شناسانه طراحی و ساختار، سازمان رسمی و غیر رسمی، تفکیک و تلفیق به عنوان عناصر کلیدی، ساختار ماهیت و فرایند جداسازی، روندهای جاری در جداسازی، نقش تلفیق، رسمیت، تمرکز، حیطة نظارت، استانداردسازی.

بخش دوم - بافت سازمانی

هدفهای سازمانی و اثربخشی، رسالتهای سازمان، هدفهای عملیاتی مدیریت، هدفهای چندگانه و متضاد، اصول ارزشی، استراتژیهای عام کسب هدف، محیط جهانی سازمانها، ماهیت محیط عمومی سازمانی، بخش صنعتی، بخش حقوقی - سیاسی، بخش اقتصادی، بخش منابع انسانی، بخش منابع فیزیکی، بخش مشتری و ارباب رجوع، عدم اطمینان محیطی (پیچیدگی، ناپایداری)، انطباق با عدم اطمینانهای محیطی (سیستمها و بخشهای سازمانی)، خرده سیستمهای محافظ بسط دهنده مرزها، پیش‌بینی و برنامه‌ریزی، وابستگی منابع، روابط میان سازمانی، قدرت و وابستگی، کنترل منابع طبیعی، کنترل قلمروهای سازمانی، اثربخشی سازمانی، رهیافتهای سنتی اثربخشی، رهیافت منابع سیستم، رهیافت فرایند داخلی، رهیافتهای امروزی اثربخشی، رهیافت اقتضایی، رهیافت ارزشهای چندگانه، عوامل اثرگذار بر انتخاب شاخصهای اثربخشی، نفوذ رهبر، قابلیت سنجش هدف، مراحل

توسعه سازمانی، شرایط محیطی ساختار و طراحی سازمانی، فن آوری سازمانی، فن آوری در سطح سازمانی، در سطح بخشها، طراحی اداری، وابستگی بخشهای مختلف از نظر فن آوری، تأثیر فن آوری بر افراد، بوروکراسی، اندازه و چرخه حیات سازمان، بوروکراسی و عملکرد آن، آثار نقائص ساختاری، آثار ساختار بر فرایندهای سازمانی.

بخش سوم - مدیریت بافت سازمانی و فرایندهای آن

الگوهای طراحی راهبردی سازمان، مبناهای طراحی سازمان، ساختارهای وظیفه‌ای، محصولی، ماتریسی، پیوندی و تلفیقی، سازمانها در قرن بیست و یکم، ویژگیهای ساختارهای اثربخش، خلاقیت و تحول، انواع تحول، تحول فن آوری محصولات جدید، تحول اداری، تحول منابع انسانی، راهبردهای ایجاد تحول، اطلاعات و کنترل، نیازهای اطلاعاتی، طراحی سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری، راهبردهای عمده کنترل، مدل کنترل اقتضایی، تلفیق سیستم جامع (مدیریت عالی، راهبرد و فرهنگ سازمان)، مدیریت راهبردی، یادگیری و تجدید حیات سازمانی، افول سازمانی، سازمانهای آینده، مطالعه تطبیقی نحوه کاربرد نظریه‌ها در نظام مدیریتی جمهوری اسلامی ایران.





تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنا ساختن دانشجویان با برنامه‌ریزی و طراحی سیستمهای اطلاعاتی، ابزارها و روشهای توسعه سیستمهای اطلاعاتی و چگونگی تعامل انسان و ماشین

سرفصل درس:

بخش اول - نگاه کلی به چگونگی تعیین نیازها

اهمیت تعیین نیازها، فنون تعیین نیازها، فعالیتهای تعیین نیازها، استراتژیهای تعیین نیازها، فعالیتهای ارزیابی، شاخصهای ارزیابی، روشهای سریع ارزیابی، نقش فرآیند ارزیابی، فنون ارزیابی

بخش دوم - برنامه‌ریزی و ایجاد سیستم اطلاعاتی مدیریت

دیدگاه‌های کلی در برنامه‌ریزی سیستم، ابزارها و روشهای ایجاد سیستم روش نظام یافته تجزیه و تحلیل، سطوح تجزیه و تحلیل، فرهنگ واژگان گامهای فراگرد طراحی، طراحی خروجی، طراحی ورودی، طراحی پردازش ابزارهای مهندسی سیستم به کمک کامپیوتر (Case Tools)، مهندسی نرم‌افزار و توسعه آن، توسعه کاربردهای سیستم، مرکز اطلاعات، ابزارهای مرکز اطلاعات

بخش سوم - استقرار سیستم اطلاعاتی مدیریت

آزمایش سیستم، استراتژیهای استقرار، بازنگری پس از استقرار، ابعاد سازمانی استقرار، تأثیر سیستم اطلاعاتی مدیریت بر استراتژی سازمان، ارزیابی پورتفولیو سیستمهای اطلاعاتی

بخش چهارم - سیستم اطلاعاتی مدیریت در آینده

روندها در تکنولوژی سیستمهای اطلاعاتی



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنا کردن دانشجویان با مبانی طراحی آزمایشات و آمار ناپارامتریک هدف اصلی درس است.

سرفصل درس:

۱- مبانی آزمون فرض آماری و تئوری تخمین

۲- تحلیل واریانس

۲-۱- طرح کاملاً تصادفی

۲-۲- آزمونهای مربوط به همگنی واریانس

۲-۳- مقایسات چندگانه و تخمین فاصله‌ای

۲-۴- طرح بلوکی تصادفی

۲-۵- طرح $a \times b$ آزمایش عاملی

۲-۶- تحلیل خروجی کامپیوتر برای موارد فوق

۲-۷- مربعهای لاتین و طرحهای مربوط به آن

۳- تحلیل رگرسیون و همبستگی

۳-۱- تحلیل رگرسیون و همبستگی ساده

۳-۲- تحلیل رگرسیون و همبستگی چندگانه

۳-۳- گزینش متغییر مستقل برای معادله رگرسیون چندگانه

۳-۴- رابطه تحلیل واریانس و تحلیل رگرسیون

۳-۵- تحلیل خروجی کامپیوتر برای موارد فوق

۴- آزمونهای ناپارامتریک

۴-۱- آزمون علامت

۴-۲- آزمون U - من ویتنی

۴-۳- آزمون مجموع رتبه‌ای ویلکاکسون

۴-۴- تحلیل واریانس کروسکال - والیس



۴-۵- تحلیل واریانس فریدمن

۴-۶- آزمون گردش (Runs Test)

۴-۷- آزمون کالمگروف - اسمیرنف برای نیکویی برازش

۴-۸- ضریب همبستگی اسپیرمن

۴-۹- تحلیل خروجی کامپیوتر (نمونه‌هایی از موارد فوق)

منابع :

- 1- Winer B.J., "Statistical Principles in Experimental Design", Second Edition, McGraw-Hill, 1985.
- 2- Conover W.J., "Non Parametric Statistics", Second Edition, John Wiley & Sons , 1980.



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با متغیرهای استراتژیک در سازمانها و نحوه سیاستگذاریها، هدف بندیها، برنامه ریزیها، و تصمیم‌گیریهای استراتژیک در سطح مدیریت سازمانهای صنعتی

سرفصل درس:

بحث اول: تعریف استراتژی، آشنایی با عناوین و مفاهیم ذی ربط

- استراتژی و تاکتیک

- هدفبندی

- سیاستگذاری

- برنامه ریزی

- تصمیم‌گیری

بحث دوم: فرآیند مضمون بندی استراتژی سازمانی

- تجزیه و تحلیل فرصتها و تهدیدها، نقاط قوت و ضعف

- مشخص کردن گزینه‌ها یا بدیلها

- انتخاب و اجرا

بحث سوم: آشنایی با متغیرهای استراتژیک سازمانی

- متغیرهای انسانی و اجتماعی (منابع انسانی)

- متغیرهای ساختاری (اندازه سازمان و تقسیم‌بندیهای اداری)

- بازارها و محیط‌های سازمانی (بازار رقابتی، بازار کار و اشتغال، بازار عرضه کنندگان، دولت و نهادهای دولتی)

- تکنولوژی و تولید (تراکم سرمایه، انتخاب و انتقال تکنولوژی، فرآیند تولید).

- فرهنگ سازمانی (ارزشها، آداب و رسوم، سنتها، اسطوره‌ها)

بحث چهارم: مدیریت بهره‌وری

Management of Efficiency

Productivity Management





تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

بررسی عمیق و جامع اصولی و روشهای مدیریت بازار و جنبه‌های کاربردی آن در بازرگانی جدید به طوری که دانشجو بتواند با استفاده از مطالبی که در اصول بازاریابی و سایر دروس مشابه آن آموخته است وضع بازارها را بررسی نماید و برای آن برنامه بازاریابی ارائه دهد. این درس دارای جنبه‌های پژوهشی و کاربردی بوده و به صورت سمینار ارائه می‌گردد.

سرفصل درس:

- ۱ - بررسی نیازهای جامعه در زمینه کالاها و خدمات بازرگانی
- ۲ - تعیین اولویتها در رابطه با نیازهای اساسی جامعه و امکانات تولید در داخل کشور
- ۳ - مطالعه نقش دولت در فعالیتهای بازار و خطمشی بازرگانی دولت در این رابطه
- ۴ - تحقیقات بازاریابی در بازارهای داخلی، بررسی سطح تقاضا برای کالاها، کیفیت رقابت و تعیین قیمت
- ۵ - هماهنگی بین فعالیتهای تولیدی و مصرفی جامعه
- ۶ - بررسی هزینه‌های بازارشناسی و سهم آن در قیمت تمام شده کالاها
- ۷ - برنامه‌ریزی بازاریابی در زمینه تولید، توزیع تأمین بودجه و پرسنل
- ۸ - مشخصات کلی بازارهای کالا در کشورهای در حال توسعه
- ۹ - انجام یک تحقیق انفرادی به وسیله دانشجویان در مورد یکی از مباحث بازارشناسی
- ۱۰ - بررسی مسایل جاری در بازاریابی بین‌المللی
- ۱۱ - نقش اتحادیه‌های بازرگانی منطقه‌ای در بازارهای جهانی
- ۱۲ - خطمشی بازاریابی کشورهای در حال توسعه

مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته

۷م



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مدیریت رفتار سازمانی

هدف:

چگونگی تلفیق نظریه‌های سازمان و مدیریت و نظریه‌های رفتار سازمانی و بکارگیری آنها در دستیابی به عملکرد کیفی در سطح فردی، گروهی و سازمانی.

سرفصل درس:

بخش اول - ترسیم صحنه سازمان

مدیریت عملکرد کیفی: چرا سازمانها ایجاد می‌شوند؟ چگونگی رفتار سازمان به عنوان سیستم مدیران موفق چگونه عمل می‌کنند؟ چگونگی اثرگذاری مدیران بر سیستمهای سازمانی؟ موضوعاتی که مدیران در آینده باید به آنها توجه نمایند.
فرهنگ سازمانی: چگونگی معنی بخشی مفروضات به فرهنگ سازمانی؟، چرا سیستم ارزشی سازمانها با هم متفاوتند؟ کارکردهای فرهنگ سازمانی چیست؟ چگونگی برداشت اعضای سازمان از فرهنگ آن؟ فرهنگ اجتماعی و خرده فرهنگها.

بخش دوم - رفتار فردی

تأثیر ادراکات بر تصمیمات، سازگاری فرد و شغل و قرار دادن روانی، توان و استعداد، خود مدیریتی مقتضیات، سبکهای یادگیری تجربی، ارزشها، انواع آنها، نگرشها، رابطه نگرش و بهره‌وری، تفاوتهای روانشناختی افراد و سبکهای شناختی.
چگونگی تأثیر انتظارات بر انگیزش کاری، چگونگی تأثیر ادراک از عدالت بر انگیزش، آیا انگیزش بر افراد یا گروهها باید متمرکز شود، چگونگی تأثیر هدفها و نیاز بر انگیزش، چگونگی تأثیر قدرتمندسازی بر انگیزش، تأثیر فن‌آوری بر کار، عوامل کلیدی در طراحی شغل، تیمهای کاری خودگردان

بخش سوم - رفتار میان افراد

اهمیت ارتباطات در اثربخشی سازمانی، چگونگی استفاده از مسیرهای ارتباطاتی در سازمان، شبکه‌های گروه‌های کوچک،

موانع ارتباطات، شنود مؤثر، سبکهای شنود، شناخت ارتباطات غیر کلامی، بهبود ارتباطات میان فرهنگها، عوامل اثرگذار بر روابط متقابل شخصی، سبکهای رفتاری، سبکهای احساسی، سبکهای مدیریت تضاد.

قدرت و سیاست در سازمان: تعریف قدرت و چگونگی کسب آن، انواع قدرت، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر قدرت مدیر، تأثیر عوامل موقعیتی و شخصی بر قدرت، تاکتیکهای نفوذ تاکتیکهای سیاسی، اخلاقی، کیفیت و قدرت.

مقایسه مدیریت و رهبری، سازگاری رفتار مدیر با نیازها و انتظارات مقتضیات محیطی (کارکنان، مافوقها، همکاران، سازمان، تقاضای شغل، زمان و مکان) چگونگی تحول سازمان توسط رهبر (تقدم راه‌یابی بر حل مسأله و اجرا، استراتژیهای رفتاری برای تحول)



بخش چهارم - گروه و رفتار میان گروهی

مراحل شکل‌گیری گروه، رفتارگروهی، چگونگی شکل‌گیری هنجارهای گروهی، کارکرد گروه‌ها به عنوان سیستمهای اجتماعی، انسجام گروهی، فراگرد گروه، تیم‌سازی، شکل دهی تیمهای جدید، ارزیابی اثربخشی تیمهای کاری، روابط میان گروه‌ها: انواع روابط میان گروهی، تعامل کارکردی و غیرکارکردی، عوامل اثرگذار بر روابط میان گروهی، مدیریت تضاد میان گروهی، مدیریت روابط میان گروهی، استراتژیهای هماهنگی، استراتژیهای کاهش تضاد غیرکارکردی.

بخش پنجم - تجدید حیات فرد و سازمان

فشار یا تنیدگی در کار: تنیدگی چیست؟ علل تنیدگی، آثار نگرشی و رفتاری تنیدگی مدیریت، اثربخش تنیدگی تغییر و توسعه سازمانی: علل تغییر، عوامل مهم در مدیریت تغییر، مراحل تغییر، توسعه و بهبود سازمان، فراگرد توسعه سازمان، استراتژیهای بهبود و توسعه سازمان، مسایل اخلاقی در توسعه سازمان

ضمائم

مدیریت مسیر ترقی

عوامل اثرگذار بر روندهای مسیر ترقی، انتخاب حرفه و مسیر ترقی، برنامه‌ریزی مسیر ترقی، ارزیابی مسیر ترقی، گذرگاه‌های مسیر ترقی، مراحل ترقی حرفه‌ای، تکیه‌گاه‌های مسیر ترقی



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف :

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مباحث مختلفی است که از لحاظ مالی مطالعه آن برای تصمیم‌گیری مدیریت ضروری است.

مطالعه حسابداری مخصوصاً در امر برنامه‌ریزی و کنترل عملیات بسیار حائز اهمیت است و مفاهیم و فنون اساسی آن از جهت برنامه‌ریزی و کنترل نه فقط در مؤسسات تولیدی بلکه در کلیه سازمانها مورد استفاده می‌باشد و به همین علت در درس حسابداری مدیریت یا حسابداری درون سازمانی بیشتر بر مسایل برنامه‌ریزی و کنترل تأکید می‌شود تا بر نحوه محاسبه قیمت تمام شده محصولات و ارزیابی موجودیهای جنسی و تعیین میزان سود.

سرفصل درس :

- ۱- نقش حسابداری در سازمان
- ۲- اصول اساسی حسابداری : مفاهیم، فنون و فرضیه‌ها و قراردادهای.
- ۳- آشنایی با گزارشهای سالانه شرکتهای سهامی
- ۴- مسائل و مشکلات تعیین سود خالص .
- ۵- بودجه جامع : طرح کلی.
- ۶- طبقه‌بندی هزینه‌ها : ارتباط حجم و سود.
- ۷- طبقه‌بندی هزینه‌ها و صورتهای سود و زیان .
- ۸- استفاده از بودجه‌های متغیر و استانداردهای هزینه در امر کنترل و نظارت
- ۹- ارتباط جمع هزینه‌ها با تغییرات حاصل در حجم فعالیت.
- ۱۰- انگیزه و حسابداری براساس حوزه‌های مسؤلیت و تخصیص هزینه‌ها.
- ۱۱- هزینه‌های مربوط و هزینه‌هایی متغیر در حل مسایل.

۱۲- بودجه‌بندی سرمایه‌ای.

۱۳- تأثیر مالیات بر درآمد در برنامه‌ریزی مدیریت.

۱۴- بکارگیری هزینه‌های غیرمستقیم تولید: هزینه‌یابی متغیر و هزینه‌یابی کامل.

۱۵- عدم تمرکز و ارزیابی نحوه انجام فعالیتها و قیمت‌های انتقالی.



تحقیق در عملیات پیشرفته



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

آگاهی دانشجویان با مفاهیم پیشرفته تحقیق در عملیات

سرفصل درس:

- مروری بر مفاهیم و مبانی ریاضی برنامه ریزی خطی و سیمپلکس تجدید نظر شده
- متغیرهای حد دار در برنامه ریزی خطی
- الگوریتم اولیه - ثانویه
- روش تجزیه
- برنامه ریزی آرمانی
- برنامه ریزی پویا

اقتصاد مدیریت

۱۰م



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی با آن دسته از تئوریا و الگوهای اقتصادی است که می‌تواند در تصمیم‌گیری برای مؤسسات بازرگانی و تجزیه و تحلیل موقعیت اقتصادی آنها به کار گرفته شود و دانش مدیریت بازرگانی را در زمینه شرایط حاکم بر بازار و جنبه‌های اقتصادی مدیریت افزایش دهد.

سرفصل درس:

- ۱ - مروری بر مفاهیم اقتصاد بنگاه و بازار، اقتصاد خرد و اقتصاد کلان
- ۲ - عوامل مؤثر بر فعالیتهای اقتصادی بنگاه و بازار
- ۳ - تئوری قیمت، مکانیسم بازار و عوامل مؤثر در تغییرات سطح قیمتها
- ۴ - عرضه و تقاضا در بازار کالاها و خدمات، حالتهای تعادل و عدم تعادل
- ۵ - تجزیه و تحلیل هزینه‌های تولید و چگونگی تغییرات آنها
- ۶ - ساختار بازار و رقابت و انحصار و انواع آن
- ۷ - تصمیم‌گیری مصرف‌کننده و عوامل مؤثر در آن
- ۸ - تغییرات و نوسانات در بازارهای مالی و مای و تأثیر آن بر فعالیت شرکتها
- ۹ - نحوه تصمیم‌گیری مؤسسات اقتصادی در زمینه‌های تولید، به کارگیری عوامل تولید و منابع مالی شرکت و قیمت‌گذاری کالاها
- ۱۰ - تهیه یک گزارش تحقیقی به وسیله هر یک از دانشجویان در مورد یکی از مباحث مطروحه در این درس

تحقیقات بازاریابی

ت ۱۱



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی کامل با نحوه انجام تحقیقات بازاریابی

سرفصل درس:

شناخت محصول و کاربردهای مختلف آن، بررسی عوامل طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و نقش هر یک در تولید و عرضه محصول مورد نظر - آشنایی با نحوه ساخت محصول در مورد کالاهای صنعتی - تعیین هدف برای انجام تحقیقات بازار بر مبنای شناخت مسائل و مشکلات موجود - تحقیقات بازار به منظور معرفی یک کالای جدید به بازار - تهیه برنامه انجام تحقیقات بازار تعدیل برنامه تحقیقات بازار بر مبنای تجربیات حاصل از انجام یک تحقیق آزمایشی و مقدماتی انواع پرسشنامه (Survey Pilot) نمونه‌گیری - تهیه پرسشنامه برای کالاهای صنعتی و مصرفی - نحوه گردآوری اطلاعات از طریق و مصاحبات حضوری - جمع‌بندی یافته‌ها - تجزیه و تحلیل و تفسیر یافته‌ها، نحوه تهیه گزارشات بازاریابی. انجام تحقیقات بازار به منظور تهیه یک طرح تولیدی و نحوه ارائه آن.



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

آشنایی عمقی با نظام بازار صنعتی و فرآیند عملکرد عوامل آن

سرفصل درس :

تفاوت بازاریابی کالاهای صنعتی و کالاهای مصرفی، قیمت‌گذاری، روشهای گسترش بازار، عرضه محصولات جدید به بازار، بسته‌بندی، توزیع کالاهای صنعتی و نقش فروشنده در بازاریابی صنعتی، وجوه اشتراک بازاریابی صنعتی با مدیریت تولید، اقتصاد مدیریت و سایر مجموعه‌های مدیریت.

آشنایی با نحوه تحلیل اقتصادی و استفاده از نتایج حاصل از آن در شناخت موقعیت اقتصادی کشور و تشخیص مسائل و مشکلات بخشهای مختلف صنایع و کشاورزی.

روش انجام تحقیقات بازار برای محصولات صنعتی، تهیه پرسشنامه و نمونه‌گیری استفاده از نتایج حاصل از تحقیقات بازاریابی صنعتی در تهیه برنامه‌های بازاریابی در واحدهای تولیدی.



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

مصرف‌کننده و نقش وی در میزان فروش، شناخت مصرف‌کننده و گروه‌بندی آنان بر حسب مشخصات عمده آنان، انگیزه‌های خرید و مصرف محصولات مصرفی بادوام و صنعتی، عوامل مؤثر در ایجاد و تغییر انگیزه مصرف‌کننده، نقش آگهی و شایعه در تغییر انگیزه مصرف‌کننده، تغییر انگیزه‌ها و تغییر الگوی مصرف در چارچوب موقعیت اقتصادی کشور، تطابق ترکیب محصول با الگوی مصرف.

بینش مصرف‌کننده و نگرش وی در رابطه با خرید و مصرف محصولات، کاربرد روشهای مقداری در سنجش رفتار مصرف‌کننده

تداوم خرید کالاهاى مصرف Grand Loyalty تداوم خرید کالاهاى صنعتی از یک واحد تولید Source Loyalty نقش عادت در تصمیم‌گیری مصرف‌کننده و تداوم خرید، نظریه پاولوف نقش نام و علامت تجاری در یادآوری انجام یک بررسی پیرامون رفتار مصرف‌کننده.

ت ۱۴

سمینار در مسائل بازاریابی



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

- ایجاد توان تجزیه و تحلیل و بررسی آموخته‌های دانشجویان در گرایش مدیریت بازاریابی
- ایجاد توانایی در دانشجویان در کاربرد الگوها و نظریات بازاریابی و ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی در سازمانها و شرکتهای

سرفصل درس :

- بررسی عوامل تأثیرگذار (طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی) در تولید و عرضه محصولات
- آشنایی با نحوه ساخت محصول در مورد کالاهای صنعتی و تعیین هدف برای انجام تحقیقات بازار
- تجزیه و تحلیل مسائل و مشکلات خاص بازاریابی با تأکید بر مشکلات داخلی
- انجام تحقیقات بازار به منظور تهیه یک طرح تولیدی و ارائه سمینار در تحقیقات بازار

ت ۱۵

حقوق بازرگانی بین الملل



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : بازاریابی و مسائل بازاریابی

هدف :

آشنا ساختن دانشجویان با نظام روابط بازرگانی و مسوولیت‌های ناشی از اعمال تجاری و خصایص و تکالیف و حقوق اشخاص حقیقی و حقوقی حقوق تجارت

سرفصل درس :

معاملات تجاری

تجار

تجار حقیقی یا طبیعی : تعریف تاجر، اشتغال به تجارت، الزامات تجار

تجار حقوقی : کلیات، تاریخچه، قرارداد شرکت، تابعیت شرکت، اقامتگاه شرکت

اقسام شرکتها: شرکتهای تجاری، شرکتهای تعاونی

اسناد بازرگانی

قراردادهای بازرگانی

ورشکستگی و تصویه

مدیریت صادرات و واردات

ت ۱۶



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

کسب دانش در مدیریت صادرات و واردات به منظور پیشنهاد راههای افزایش صادرات کالاهای غیر نفتی و ایجاد شرایط مطلوب در واردات کالاهای، به نحوی که بتواند کشور را به هدف خودکفایی نسبی برساند.

سرفصل درس:

۱- بررسی و شناخت ساختار بازرگانی خارجی کشور

الف - نهادهای موجود بازرگانی خارجی کشور

ب - بررسی و تحلیل ترکیب و بافت واردات و صادرات کشور

ج - بررسی و تحلیل مقررات و قوانین جاری کشور

د - بررسی و شناخت سازمان و تشکیلات واردکنندگان و صادرکنندگان بخش دولتی، تعاونی و خصوصی

۲- بررسی و شناخت ساختار بازرگانی خارجی - برخی از کشورهای غربی، شرقی و کشورهای لیبی، سوریه و الجزایر

۳- آشنایی با سازمانها و شبکههای خدمات بین المللی

الف - مؤسسات و سازمانهای تحقیقاتی، بازاریابی، تبلیغاتی، اطلاعاتی و ... بین المللی

ب - بانکها، مؤسسات مالی و اعتباری بین المللی

ج - مؤسسات بیمه بین المللی

د - مؤسسات حمل و نقل بین المللی

ه - بورسهای بین المللی (کالا)

و - نمایشگاهها و بازارهای مکاره بین المللی و ...

۴- اهمیت و کاربرد بازاریابی ترکیبی در مدیریت صادرات و واردات

الف - تدابیر کالایی

ب - تدابیر قیمتی

سازمانهای پولی و مالی بین المللی

ت ۱۷



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

بررسی نقش مؤسسات پولی و مالی در تأمین نیازهای سازمانهای بازرگانی و امور سرمایه گذاری و آشنا نمودن دانشجویان با فعالیتهای و مسایل جاری بازارهای پول و سرمایه

سرفصل درس:

- ۱ - پسراندازها و تمرکز منابع مالی جامعه
- ۲ - روشهای تشکیل سرمایه، محاسبه هزینه سرمایه و انتخاب منبع تأمین مالی
- ۳ - مشخصات بازارهای پولی و مالی در کشورهای در حال توسعه
- ۴ - پیش بینی روند فعالیتهای در بازارهای مالی، بازار سهام، بازار اوراق بهادار و بازار سرمایه
- ۵ - عوامل اقتصادی مؤثر بر جریان پول و سرمایه، تحولات بازارهای مالی، تورم، تغییرات نرخ بهره، مبادلات ارزی
- ۶ - نقش سیستم بانکی جدید در بازارهای پولی و مالی ایران
- ۷ - منابع مالی خارجی، وامها، اعتبارات و ذخایر پولی بین المللی
- ۸ - نقش درآمد حاصل از صادرات نفت در بازارهای مالی کشورهای صادرکننده
- ۹ - تهیه گزارش تحقیقی بوسیله دانشجو در مورد یکی از مسایل بازارهای پولی و مالی
- ۱۰ - بازار اسعار اروپا
- ۱۱ - مسایل جاری در امور پولی و مالی بین المللی

ت ۱۸

سمینار در مسائل بازرگانی بین الملل



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

ایجاد توان تجزیه و تحلیل و بررسی آموخته‌های دانشجویان در گرایش بازاریابی بین الملل
ایجاد توانایی در دانشجویان در کاربرد الگوها و نظریات بازاریابی و ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی در سازمانها و شرکتهای

سرفصل درس

بررسی عوامل تأثیرگذار (طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی) در تولید و عرضه محصولات
آشنایی با نحوه ساخت محصول در مورد کالاهای صنعتی و تعیین هدف برای انجام تحقیقات بازار
تجزیه و تحلیل مسائل و مشکلات خاص بازاریابی با تأکید خاص بر مشکلات بین المللی
انجام تحقیقات بازار به منظور تهیه یک طرح تولیدی و ارائه سمینار در تحقیقات بازار

اقتصاد بازرگانی ایران

ت ۱۹



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی هر چه بیشتر دانشجویان با مسایل و مشکلات مؤسسات بازرگانی اعم از دولتی و خصوصی می‌باشد. تجزیه و تحلیل این مسایل و آشنایی با کل سیستم بازرگانی کشور به کارشناس ارشد این امکان را خواهد داد که برنامه‌ریزی و تعیین خط‌مشی یک مؤسسه را با توجه به واقعیات اقتصادی جامعه انجام داده و راه‌حلهای ارائه شده در این زمینه‌ها را مورد ارزیابی قرار دهد.

سرفصل درس:

- ۱ - بررسی کلی منابع اقتصادی که می‌تواند در دسترس مؤسسات بازرگانی کشور قرار گیرد.
- ۲ - تغییرات مهم در نحوه فعالیت‌های بازرگانی با توجه به گسترش نقش دولت در امور اقتصادی
- ۳ - مسایل مربوط به تأمین مالی و اعتباری برای مؤسسات بازرگانی
- ۴ - تأثیر سیاستها و مقررات جدید پولی و مالی دولت بر امور بازرگانی داخلی
- ۵ - بررسی مسایل بازرگانی بخش خصوصی در امور تولید و توزیع
- ۶ - مسایل مربوط به صادرات کشور و رقابت در بازارهای خارج
- ۷ - مشکلات صنایع داخلی از نظر امکانات تولیدی و مالی (این قسمت می‌تواند به صورت کار پژوهشی به وسیله دانشجویان

انجام شود

- ۸ - خط‌مشی وزارت بازرگانی جمهوری اسلامی ایران
- ۹ - نقش بخش تعاونی در روند فعالیت‌های بازرگانی کشور

ت ۲۰

بازارها و نهادهای مالی ایران



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

معرفی و بررسی اجمالی انواع بازارها و موسسات و ابزارهای مالی و نقش آنها در نظام اقتصادی بخصوص در بخش مالی اقتصاد ایران

سرفصل درس:

۱- آشنای کلی با نظام اقتصادی ایران

۲- آشنایی با نظام بانکداری بدون ربا

۳- آشنایی با نظام بانکداری مرکزی و نهادهای سیاستگذار پولی در ایران

موسسات مالی:

- نهادهای مالی سپرده‌ای در ایران

بانک‌های تجاری و تخصصی، بانک توسعه صادرات، صندوق‌های قرض‌الحسنه

موسسات مالی غیربانکی رسمی و غیررسمی

- نهادهای مالی قراردادی

صندوق‌های بازنشستگی دولتی و اختصاصی، شرکت‌های بیمه زندگی و اموال

- نهادهای مالی سرمایه‌گذاری

انواع شرکت‌های سرمایه‌گذاری در ایران

- نهادهای نظارتی در بازار مالی ایران

- مقررات نظارتی در بازار سرمایه و بازار پول

- نقش دولت در نقل و انتقال وجوه در جامعه

- ابزارهای مالی در ایران

- انواع اوراق مشارکت و مقررات مکانیزم‌های آنها

- انواع قراردادهای اسلامی

- انواع اوراق بهادار و مقررات حاکم بر آنها

- بررسی و تحلیل موسسات و بازارهای مالی در کشورهای در حال توسعه

- مکانیزم‌های رسمی و غیررسمی بازار پول و سرمایه در ایران

مدیریت سرمایه گذاری

ت ۲۱



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

تشریح جنبه‌های مختلف سرمایه‌گذاریهای مؤسسات دولتی و خصوصی و ارزیابی آنها در رابطه با تحولات بازارهای پولی و مالی

سرفصل درس :

- ۱ - تجهیز و تخصیص منابع مالی مؤسسات بازرگانی
 - ۲ - روشهای انتخاب سرمایه‌گذاریهای مطلوب
 - ۳ - نقش بانکها در سرمایه‌گذاری و جذب منابع مالی جامعه
 - ۴ - تأثیر سیاستهای اقتصادی دولت بر سرمایه‌گذاریهای شرکتهای بازرگانی و مؤسسات مالی
 - ۵ - سرمایه‌گذاری و آثار آن بر بازرگانی داخلی
 - ۶ - سرمایه‌گذاریهای دولت و شرکتهای دولتی در امور صنعتی و بازرگانی
 - ۷ - بررسی موارد عملی در امور سرمایه‌گذاری (به صورت تحقیق انفرادی که به وسیله دانشجو انجام می‌گردد).
 - ۸ - سرمایه‌گذاریهای کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در امور صنعتی و بازرگانی
 - ۹ - ارزیابی و انتخاب سرمایه‌گذاریها در کشورهای در حال توسعه با توجه به امکانات مالی این کشور
- ۱ - تجزیه و تحلیل برنامه‌ریزی مالی : تجزیه و تحلیل نسبتهای مالی - برنامه‌ریزی مالی - بودجه‌بندی نقدی - بودجه‌بندی نقدی و صورتهای مالی آینده‌نگر
- ۲ - مدیریت سرمایه در گردش : نظری اجمالی بر مدیریت سرمایه در گردش - سرمایه‌گذاری در حساب بدهکاران - مدیریت موجودیهای جنس - مدیریت صندوق
- ۳ - تصمیم‌گیری در مورد بودجه‌بندی سرمایه‌ای : مقدمه‌ای بر بودجه‌بندی سرمایه‌ای - بودجه‌بندی سرمایه‌ای - گردش وجوه بودجه‌بندی سرمایه‌ای، روشهای استهلاك بودجه‌بندی سرمایه‌ای - در مواردی که تا حدودی منوط به گردش وجوه است.

بودجه‌بندی سرمایه‌ای: توزیع احتمالات - بودجه‌بندی سرمایه‌ای: طبقه‌بندی مسایل - بودجه‌بندی سرمایه‌ای: مشکلات اساسی -

بودجه‌بندی سرمایه‌ای: مفاهیم احتمالات.

۴ - هزینه تأمین سرمایه

۵ - تصمیم‌گیری در مورد تأمین مالی بلند مدت: تجزیه و تحلیل اهرمهای مالی - صدور اوراق قرضه یا انتشار سهام - اوراق

بهادار قابل تبدیل به یکدیگر - بازپرداخت اوراق قرضه - انتخاب بین پیشنهادهای مختلف در مورد تأمین مالی بلند مدت.

۶ - سایر مسایل مدیریت مالی - خط مشی تقسیم سود - خرید و ادغام (ترکیب شرکتها)



ت ۲۲

سمینار در بازرگانی داخلی



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

ایجاد توان تجزیه و تحلیل و بررسی آموخته‌های دانشجویان در گرایش بازاریابی بین‌الملل
ایجاد توانایی در دانشجویان در کاربرد الگوها و نظریات بازاریابی و ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی در سازمانها و شرکتهای

سرفصل درس

بررسی عوامل تأثیرگذار (طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی) در تولید و عرضه محصولات
آشنایی با نحوه ساخت محصول در مورد کالاهای صنعتی و تعیین هدف برای انجام تحقیقات بازار
تجزیه و تحلیل مسائل و مشکلات خاص بازاریابی با تأکید خاص بر مشکلات بازرگانی داخلی
انجام تحقیقات بازار به منظور تهیه یک طرح تولیدی و ارائه سمینار در تحقیقات بازار

ریسک و بیمه

ت ۲۳



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

این درس برای دانشجویان دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی ارائه می‌گردد و در طی آن شیوه‌های مختلف تئوریک مدیریت ریسک و بیمه و روشهای مقابله با انواع خطرات و مبانی و اصول حقوق بیمه، بررسی شرایط خصوصی و عمومی حاکم به قراردادهای بیمه و همچنین رابطه بیمه با توسعه اقتصادی و کاربرد روشهای آماری مورد عمل در مؤسسات بیمه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. علاوه بر آن دانشجویان با سازمان و تشکیلات مؤسسات بیمه و همچنین انواع بیمه‌های مورد استفاده در این گونه مؤسسات آشنا شده و روشهای تحلیل ریسک، تعیین نرخ بیمه و مراحل مدیریت پذیرش و صدور بیمه‌نامه و پرداخت خسارات مورد بحث و تحلیل قرار می‌گیرد.

سرفصل دروس:

بخش اول - اصل بیمه

۱ - اصول اساسی بیمه

۲ - اصول فنی بیمه: الف - مفهوم ریسک Risk ب - مفهوم خطر Peril ۳ - مفهوم هازارد یا شرایط بحرانی Hazard

بخش دوم - مدیریت ریسک یا سیستم اداره ریسک

قسمت اول - سازمان و مدیریت ریسک

۱ - تعریف مدیریت ریسک

۲ - ارکان مدیریت

۳ - رابطه مدیریت ریسک با ارکان مدیریت

۴ - رابطه مدیر ریسک با سایر مدیران شرکت (تولیدی - خدماتی)

۵ - سیستم بازاریابی مدیریت ریسک



قسمت دوم - وظایف و اختیارات «مدیریت ریسک»

الف - شناسایی ریسک

ب - آنالیز یا تجزیه و تحلیل ریسک

ج - اندازه‌گیری ریسک

قسمت سوم - روشهای مقابله با خطر

الف - سیستم کنترل ریسک

ب - سیستم کنترل و برنامه‌ریزی مالی ریسک

ج - ترکیب سیستم کنترل و برنامه‌ریزی مالی ریسک

قسمت چهارم - استفاده از سیستم «بیمه خودی» و صندوق بیمه Captive در مدیریت ریسک

الف - سیستم بیمه خودی Self-Insurance

ب - صندوق بیمه یا «کپتیو» Capive

قسمت پنجم - مزایای استفاده از روش مدیریت ریسک در سیستم اقتصادی مکتب اسلام

بخش سوم - حقوق بیمه

الف - مفهوم عقد و قرارداد در بیمه

ب - بررسی قرار بیمه از لحاظ حقوقی

ج - قانون بیمه

بخش چهارم - کاربرد آمار در بیمه

بخش پنجم - ذخایر فنی و اندوخته‌های قانونی در شرکتهای بیمه

بخش ششم - جایگاه بیمه در اقتصاد

بخش هفتم - سازمان و تشکیلات بیمه

بخش هشتم - انواع بیمه

۱ - بیمه‌های اجتماعی

۲ - بیمه‌های تعاونی

۳ - بیمه‌های بازرگانی

Risk control Technique

Risk Finacing Technique

Self Insurance



الف - بیمه‌های اشخاص

ب - بیمه‌های اشیاء

قسمت اول: بیمه‌های باربری

قسمت دوم: بیمه‌های غیرباربری

ج - بیمه‌های مسؤلیت مدنی

د - بیمه‌های جنگی

ه - بیمه‌های اتکایی

بخش نهم - مدیریت صدور و پذیرش بیمه

بیمه اتکایی

ت ۲۴



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

هدف از ارائه این درس بیمه اتکایی آشنایی دانشجویان با ماهیت بیمه اتکایی، نقش آن در توزیع خطرات و ریسکهای بیمه شده، ماهیت حقوقی قراردادهای بیمه اتکایی و صور مختلف این گونه قراردادها می‌باشد. در ضمن این درس دانشجویان به تحلیل و بررسی شیوه‌های عملی تعیین میزان سهم نگهدارنده مؤسسات بیمه از انواع خطرات بیمه‌پذیر و چگونگی واگذاری ریسک به سایر شرکتهای بیمه و شرکتهای اتکایی آشنا می‌شوند. همچنین مکانیزم بازارهای داخلی و بین‌المللی و مدیریت واگذاری و قبولی انواع بیمه اتکایی در این درس مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

سرفصل درس:

بخش اول: کلیات

بخش دوم: انواع بیمه‌های اتکایی

الف - از لحاظ حقوقی: بیمه اتکایی اختیاری و بیمه اتکایی اجباری و بیمه اتکایی قراردادی

ب - از لحاظ فنی: بیمه‌های اتکایی سرمایه‌ای، بیمه‌های اتکایی مازاد خسارت، بیمه‌های اتکایی مختلط

بخش سوم: بازار بیمه اتکایی

الف - بازار بیمه بین‌المللی

ب - همکاریهای بیمه‌های بین‌المللی

ج - ظرفیت بازارهای بین‌المللی

بخش چهارم - کاربرد آمار در بیمه‌های اتکایی



بخش پنجم - تفسیر قراردادهای بیمه اتکایی

بخش ششم - حسابداری اتکایی

بخش هفتم - سازمان و تشکیلات شرکتهای بیمه اتکایی

بخش هشتم - مدیریت برنامه‌ریزی و واگذاری اتکایی

۱ - برنامه‌ریزی و واگذاری اتکایی

۲ - مدیریت اتکایی بیمه‌های بااربری

۳ - مدیریت اتکایی بیمه‌های غیربااربری

۴ - مدیریت اتکایی بیمه‌های اشخاص

بخش نهم - مدیریت قبولی اتکایی

تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد



هدف:

آشنایی دانشجویان با حسابهای خاص عملیات بیمه‌ای و سرمایه‌گذاری شرکتهای بیمه و چگونگی تهیه و تنظیم صورتهای مالی در این شرکتهای می‌باشد موضوعات مورد بررسی در این درس بشرح زیر است:

۱ - تفاوت‌های اساسی فعالیتها شرکتهای بیمه با سایر مؤسسات، ویژگیهای مالی این شرکتهای و ماهیت انواع حسابهای خاص بیمه‌ای

۲ - اهمیت تعهدات و پرداختهای احتمالی که در اثر فعالیتهای بیمه‌ای یک دوره و در دوره‌های بعد ایجاد می‌شود

۳ - چگونگی محاسبه ذخایر فنی در ارتباط با تعهدات مذکور در بند ۲ و نحوه انعکاس این ذخایر در دفاتر و صورتهای مالی

۴ - نحوه سرمایه‌گذاری و به‌کارگیری ذخایر فنی در جهت رعایت مقررات، اطمینان از نقدینگی و حفظ حقوق بیمه‌گذاران

۵ - نحوه نگهداری حسابهای بیمه‌ای مستقیم و اتکایی و چگونگی تهیه و تنظیم صورتهای مالی شرکتهای بیمه با توجه به قوانین و مصوبات و موارد عدول از اصول حسابداری به لحاظ رعایت مقررات

۶ - ارقام و نسبتهای شاخص در صورتهای مالی شرکتهای بیمه و نحوه تجزیه و تحلیل صورتهای مالی این شرکتهای

سرفصل درس:

قسمت اول - حسابداری بیمه

۱ - تاریخچه مختصر بیمه و حسابداری بیمه

۲ - وجه تمایز حسابداری مؤسسات بیمه با حسابداری سایر مؤسسات

۳ - حسابداری عملیات بیمه‌ای مستقیم

الف - صورت سود و زیان: درآمدها و هزینه‌های عملیاتی بیمه‌ای: درآمدها، هزینه‌ها، درآمد حاصل از سرمایه‌گذاریها، سایر

درآمدها و هزینه‌ها

ب - ترازنامه: حسابهای مخصوص ترازنامه مؤسسات بیمه سایر حسابها



- ج - مقررات مالیاتی مربوط به مؤسسات بیمه
- ۴ - حسابداری عملیات بیمه‌های اتکایی
- ۵ - نحوه تنظیم و نمونه ترازنامه و سود و زیان شرکتهای بیمه
- ۶ - صورت تغییرات در وضع مالی
- قسمت دوم - تجزیه و تحلیل صورتهای مالی شرکتهای بیمه
- ۷ - بررسی اقلام مختلف صورت سود و زیان
- الف - درآمدها
- ب - هزینه‌ها
- ج - افزایش یا کاهش در میزان ذخایر فنی و نحوه ارائه آنها
- ۸ - اقلام و نسبتهای شاخص صورت سود و زیان
- ۹ - بررسی اقلام مختلف ترازنامه
- ۱۰ - اقلام و نسبتهای شاخص ترازنامه
- ۱۱ - تجزیه و تحلیل صورتهای مالی شرکتهای بیمه
- قسمت سوم - حسابرسی
- ۱۲ - کلیات
- ۱۳ - ثبت و بررسی حسابداری شرکتهای بیمه و بررسی سیستم کنترلهای داخلی آنها
- ۱۴ - کنترلهای داخلی و حسابرسی حق بیمه - کارمزد - بدهکاران بیمه‌ای و حسابهای بانکی مربوط
- ۱۵ - کنترلهای داخلی و حسابرسی خسارات پرداختی - هزینه‌های کارشناسی حسابهای بیمه‌ای و حسابهای بانکی مربوط
- ۱۶ - حسابرسی حسابهای اتکایی
- ۱۷ - حسابرسی ذخایر فنی

سمینار در مدیریت بیمه

ت ۲۶



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

در این درس دانشجویان با کاربرد عملی حرفه بیمه‌گری در صنعت بیمه آشنا خواهند شد. به طور دقیق‌تر در این درس موضوعاتی از قبیل مدیریت بیمه‌های اشیاء و اشخاص و کاربرد آن در مؤسسات بیمه و روشهای عملی مدیریت ریسک مورد استفاده در مؤسسات تولیدی و اقتصادی و خدماتی و شرکتهای بیمه (که موجب کاهش شایعات و خطرات می‌گردد) مورد بحث و تحلیل قرار می‌گیرد.

علاوه بر این به فراخور موضوعات مورد بحث، جلسات سخنرانی توسط کارشناسان و متخصصین و مدرسین علوم بیمه در طی این دوره برگزار خواهد شد.

سرفصل درس:

بعضی از موضوعاتی که می‌تواند موضوع سمینار مدیریت بیمه قرار گیرد به طور نمونه در زیر ملاحظه می‌شود:

- ۱ - عوامل عدم رشد بیمه‌های اشخاص در ایران
- ۲ - عوامل مؤثر در کاهش ضایعات ملی و وظایف مؤسسات بیمه
- ۳ - نقش مؤسسات کارگزاری بیمه در توسعه بیمه‌های بازرگانی
- ۴ - نقش سرمایه‌گذاری مؤسسات بیمه در توسعه اقتصادی ایران
- ۵ - عوامل بازدارنده در رشد بیمه‌های مسؤلیت در ایران
- ۶ - روش سنجش مقبولیت خدمات بیمه در جامعه ایران
- ۷ - مقایسه حقوق بیمه با حقوق اسلام
- ۸ - پژوهشی در مورد روش خودکفایی بیمه‌های درمانی
- ۹ - صنعت بیمه و ارتباطات جهانی
- ۱۰ - اهمیت بیمه‌های کشاورزی



- ۱۱ - نقش بیمه در اقتصاد کشور
- ۱۲ - چگونگی به حداقل رساندن مبالغ و تعداد خسارات
- ۱۳ - عوامل کنترل و پیشگیری خسارات
- ۱۴ - اهمیت صندوقهای مشترک بیمه
- ۱۵ - بیمه در کشورهای جهان سوم
- ۱۶ - عوامل تشکیل دهنده نرخ حق بیمه
- ۱۷ - کاربرد ریاضیات در بیمه
- ۱۸ - اهمیت و نقش مدیریت ریسک در اقتصاد کشور
- ۱۹ - نحوه حسابداری شرکتهای بیمه
- ۲۰ - نحوه حسابرسی شرکتهای بیمه

مدیریت سرمایه گذاریها

ت ۲۷



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

تشریح جنبه‌های مختلف سرمایه‌گذاریهای مؤسسات دولتی و خصوصی و ارزیابی آنها در رابطه با تحولات بازارهای پولی و مالی

سرفصل درس :

- ۱- تجهیز و تخصیص منابع مالی مؤسسات بازرگانی
 - ۲- روشهای انتخاب سرمایه‌گذاریهای مطلوب
 - ۳- نقش بانکها در سرمایه‌گذاری و جذب منابع مالی جامعه
 - ۴- تأثیر سیاستهای اقتصادی دولت بر سرمایه‌گذاریهای شرکتهای بازرگانی و مؤسسات مالی
 - ۵- سرمایه‌گذاری و آثار آن بر بازرگانی داخلی
 - ۶- سرمایه‌گذاریهای دولت و شرکتهای دولتی در امور صنعتی و بازرگانی
 - ۷- بررسی موارد عملی در امور سرمایه‌گذاری (به صورت تحقیق انفرادی که به وسیله دانشجو انجام می‌گردد).
 - ۸- سرمایه‌گذاریهای کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در امور صنعتی و بازرگانی
 - ۹- ارزیابی و انتخاب سرمایه‌گذاریها در کشورهای در حال توسعه با توجه به امکانات مالی این کشور
- ۱- تجزیه و تحلیل برنامه‌ریزی مالی : تجزیه و تحلیل نسبتهای مالی - برنامه‌ریزی مالی - بودجه‌بندی نقدی - بودجه‌بندی نقدی و صورتهای مالی آینده‌نگر
- ۲- مدیریت سرمایه در گردش : نظری اجمالی بر مدیریت سرمایه در گردش - سرمایه‌گذاری در حساب بدهکاران - مدیریت موجودیهای جنس - مدیریت صندوق
- ۳- تصمیم‌گیری در مورد بودجه‌بندی سرمایه‌ای : مقدمه‌ای بر بودجه‌بندی سرمایه‌ای - بودجه‌بندی سرمایه‌ای - گردش وجوه بودجه‌بندی سرمایه‌ای، روشهای استهلاك بودجه‌بندی سرمایه‌ای - در مواردی که تا حدودی منوط به گردش وجوه است.

بودجه بندی سرمایه ای : توزیع احتمالات - بودجه بندی سرمایه ای : طبقه بندی مسایل - بودجه بندی سرمایه ای : مشکلات اساسی - بودجه بندی سرمایه ای : مفاهیم احتمالات.

۴ - هزینه تأمین سرمایه

۵ - تصمیم گیری در مورد تأمین مالی بلند مدت : تجزیه و تحلیل اهرمهای مالی - صدور اوراق قرضه یا انتشار سهام - اوراق بهادار قابل تبدیل به یکدیگر - بازپرداخت اوراق قرضه - انتخاب بین پیشنهاد های مختلف در مورد تأمین مالی بلند مدت.

۶ - سایر مسایل مدیریت مالی - خط مشی تقسیم سود - خرید و ادغام (ترکیب شرکتها)





تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

معرفی و بررسی اجمالی انواع بازارها، موسسات و ابزارهای مالی، نقش آنها در نظام اقتصادی و بخصوص در بخش مالی اقتصاد.

سرفصل درس:

بخش اول: جایگاه، نهادها و بازارهای مالی

۱ - ماهیت و نقش نهادهای مالی در اقتصاد

۲ - تحلیل گردش وجوه ناشی از رفتارهای استقراض و وام‌دهی در جامعه

۳ - عرضه و تقاضای وجوه قابل وام‌دهی و نقش نرخ بهره

بخش دوم: موسسات مالی

- نهادهای مالی سپرده‌ای:

بانک‌های تجاری، موسسات وام و پس‌انداز، بانک‌های پس‌انداز، اتحادیه‌های اعتباری، صندوق‌های بازار پول

- نهادهای مالی قراردادی:

شرکت‌های بیمه زندگی، شرکت‌های بیمه اموال، صندوق‌های بازنشستگی

- نهادهای مالی سرمایه‌گذاری:

شرکت‌های سرمایه‌گذاری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری (باز و متقابل)، شرکت‌های تأمین مالی و سایر امین‌های

سرمایه‌گذاری، صندوق‌های مشاع و...

بخش سوم: ابزارهای مالی

- ابزارهای بازار پول

- ابزارهای بازار سرمایه

- ابزارهای بازار تأمین اطمینان

بخش چهارم: نهادهای نظارتی و سیستم‌های نظارتی و مقررات در نظام مالی (بطور ویژه بازارهای پول و سرمایه)

ت ۲۹

حقوق بازرگانی



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: بازاریابی و مسائل بازاریابی

هدف:

آشنا ساختن دانشجویان با نظام روابط بازرگانی و مسوولیت‌های ناشی از اعمال تجاری و خصایص و تکالیف و حقوق اشخاص حقیقی و حقوقی حقوق تجارت

سرفصل درس:

معاملات تجاری

تجار

تجار حقیقی یا طبیعی: تعریف تاجر، اشتغال به تجارت، الزامات تجار

تجار حقوقی: کلیات، تاریخچه، قرارداد شرکت، تابعیت شرکت، اقامتگاه شرکت

اقسام شرکتها: شرکتهای تجاری، شرکتهای تعاونی

اسناد بازرگانی

قراردادهای بازرگانی

ورشکستگی و تصویه

سمینار در مدیریت مالی

ت ۳۰



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

هدف:

بررسی تئوریا و مسایل اساسی در مدیریت مالی به طور جامع و سیستماتیک به نحوی که دانشجویان در زمینه‌های تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و کنترل مالی از کارآیی لازم برخوردار گردند و بتوانند در شرایط مختلف اقتصادی به حل و فصل مشکلات مالی سازمانهای بازرگانی و صنعتی بپردازند.

سرفصل درس:

تجزیه و تحلیل مباحث اساسی در مدیریت مالی با تأکید بر جنبه‌های کاربردی آنها، مطالعه عمیق و جامع تئوریا و روشهای مربوط به برنامه‌ریزی و کنترل مالی، تشکیل سرمایه، استفاده از وامها و اعتبارات مؤسسات دولتی و خصوصی تخصیص منابع مالی سازمانهای، ارزیابی سرمایه‌گذاریهای داخلی و خارجی، انجام پیش‌بینیهای مالی و تطبیق سیاستهای مالی مؤسسات بازرگانی با شرایط خاص بازارهای پولی و مالی، بررسی موارد خاص در مدیریت مالی، استفاده از روشهای آماری و ریاضی در برنامه‌ریزی مالی، سازمانها، بررسی عملکرد مالی مؤسسات بازرگانی و تهیه گزارشهای مالی، انجام تحقیقات انفرادی در زمینه مسایل مدیریت مالی، ارائه گزارشهای مالی و نتایج پژوهشهای انفرادی و گروهی در جلسات سمینار.



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

آشنایی عمقی با روشهای تحقیق در مسایل رفتار سازمانی

سرفصل درس :

- دیدگاهها در تحقیقات ارتباطات اجتماعی
- ۱- بررسی اساسی در تحقیقات اجتماعی
 - ۲- بررسی طراحی چند متغیره
 - ۳- محیط تحقیق : مطالعات آزمایشگاهی
 - ۴- محیط تحقیق : مطالعات میدانی ابزارها و روشهای تحقیق
 - ۵- فن طبقه بندی Q-Sort Technique Q
 - ۶- تعیین تفاوتها در معانی Semantic Differentiation
 - ۷- مقیاسهای طرز تلقی Attitude Scaled
 - ۸- مقیاسهای نرخ بندی Rating Scales
 - ۹- تجزیه و تحلیل رفتار لفظی Analysis of Verbal Behavior
 - ۱۰- تحلیل مضمون Content Analysis
 - ۱۱- تحلیل سبک Stylistic Analysis
 - ۱۲- تحقیق در رفتار لفظی و ایما و اشاره Nonverhal and Kinesic Resarch
 - ۱۳- تحلیل تعاملی Interaction Anylsis

تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد



هدف:

- احاطه دانشجویان به فنون بهبود و بازسازی سازمان
- آشنایی دانشجویان با شیوه‌های تغییر و تحول و توسعه سازمانی

سرفصل درس:

- بررسی فنون جدید اصلاح رفتار سازمانی برای بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری
- تجزیه و تحلیل تحول در سازمان و مدیریت و نقش آن در رفتار کارکنان
- تجزیه و تحلیل فرآیندها و توسعه مهارت‌های تحلیلی در امور تحول سازمان و مسیر تاریخی تحولات سازمان
- بررسی جنبه‌های گوناگون تحول سازمان و تبیین روشهای توصیفی هنجاری در گسترش دانش و نظریه‌های مدیریت رفتار سازمانی
- تجزیه و تحلیل اثربخشی و بهره‌وری سازمان

نظریه‌ها و فرآیندها و ارتباطات سازمانی

ت ۳۳



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف :

- تسلط یافتن دانشجویان در شناخت و تجزیه و تحلیل الگوهای ارتباطات سازمان و مدیریت

سرفصل درس :

- ارتباطات سازمانی (ارتباطات داخلی، ارتباطات خارجی، مزایای ارتباطات در مسیر ترقی و زندگی شخص و چالش ارتباطات در کار)

- فرآیند ارتباطات مناسب و نامناسب (عناصر ارتباطات، مفاهیم و مسایل عمومی ارتباطات و ارتباطات غیرکلامی)

- اصول ارتباطات نوشتاری ۱ (کامل، دقیق، با ملاحظه، مشخص)

- اصول ارتباطات نوشتاری ۲ (وضوح، احترام، صحت)

- جنبه‌های قانونی ارتباطات سازمانی

- اخبار مطلوب و پیامهای خنثی (پیامها و اخبار ناگوار و تقاضاهای ترغیبی)

1- Hevta A. Murphy & Herbert W. Hildebrandt, Effective Business Communications, Sixth Edition, New York : McGraw - Hill, Inc., 1991.

2- Richard M. Hodgetts & Fired Luthans, International Management, New York: McGraw - Hill, Inc., Chapters 11-15, 1991.

سمینار در مسائل رفتاری

ت ۳۴



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش‌نیاز : ندارد

هدف :

- ایجاد توانایی در دانشجویان برای تجزیه و تحلیل مشکلات رفتاری سازمانها و افزایش مهارت‌ها در استفاده بهینه از خدمات نیروی انسانی در قالب اهداف سازمانی

سرفصل درس :

- بررسی نظریه‌های رفتار سازمانی و تجزیه و تحلیل آن در سازمان
- تحلیل رفتاری روابط بین فرد و سازمان
- نقد و بررسی نظریه‌های تاریخی و معاصر رفتاری
- تأکید بر جنبه‌های اجتماعی، روانشناسی، بیولوژیکی و تأثیر آن بر رفتار
- توجه بر طبیعت افراد و گروه‌های سازمانی در برخورد با پیچیدگی کسب هدف و تعدیل حرکت سازمانی با توجه عوامل

محیطی



جمهوری اسلامی ایران
دانشگاه فرهنگ و آموزش عالی

بسم الله

تاریخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۲

شماره ۲۳/۲۶۴۹

پیوست



حداقل و حداکثر واحدهای درسی در مقاطع مختلف آموزش عالی
(مصوبات جلسات ۲۹۱ و ۲۹۲ مورخ ۱۳۷۲/۱۰/۲۵ و ۱۳۷۲/۱۱/۹)

شورای عالی برنامه ریزی

شورای عالی برنامه ریزی به پیشنهاد گروههای برنامه ریزی و براساس بازنگری و بررسی برنامههای آموزشی، حذف، دروس ناموفق و واحدهای غیر ضرور و ادغام شاخهها در بعضی از رشتههای تحصیلی، حداقل و حداکثر واحدهای درسی مقاطع مختلف آموزش عالی را به شرح زیر تصویب کرد این مصوبات از تاریخ تصویب قابل اجرا است و به موجب آن مصوبات قبلی لغو میگردند.

۱- دورههای کارشناسی حداقل ۶۷ و حداکثر ۷۲ واحد
۲- دورههای کارشناسی حداقل ۱۳۰ واحد و حداکثر ۱۳۵ واحد (برای رشتههای مختلف فنی و مهندسی حداکثر ۱۴۰ واحد)

۳- دورههای کارشناسی ناپیوسته حداقل ۶۵ و حداکثر ۷۰ واحد

۴- دورههای کارشناسی ارشد ناپیوسته حداقل ۲۸ و حداکثر ۳۲ واحد (که از این تعداد ۴ تا ۱۰ واحد اختیاص به پایان نامه دارد).

۵- دورههای کارشناسی ارشد پیوسته حداقل ۱۷۲ و حداکثر ۱۸۲ واحد

۶- دورههای دکتری Ph. D. حداقل ۴۲ و حداکثر ۵۰ واحد (که از این تعداد ۱۶ تا ۲۰ واحد میتواند اختیاص به رساله داشته باشد.

در این صورت:

الف: گروههای برنامه ریزی موظف اند کلیه برنامههای مصوب رشتههای مربوط به خود را بررسی کرده و با حذف واحدهای غیر ضرور، سقف واحدها را در مقاطع مختلف تحصیلی به سطح تعیین شده فوق کاهش دهند.

ب: این تقابیل واحدها و برنامههای جدید برای دانشجویان ورودی سالهای تحصیلی ۱۳۷۲-۷۳ و بعد از آن قابل اجرا است.

ج: دانشجویان ورودی قبل از ۱۳۷۲ نیز میتوانند وضعیت تحصیلی خود را با برنامه جدید تطبیق دهند، در این صورت تطبیق واحدها و دروس با برنامههای جدید حسب مورد بر عهده شورای آموزشی گروه یا کمیته تحمیلات تکمیلی مؤسسه ذیربط است.

رای صادره در جلسات ۲۹۱ و ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی در خصوص تقلیل واحدهای درسی در مقاطع مختلف تحصیلی صحیح است به مرحله اجرا گذارده شود.

دکتر سید محمد رضا هاشمی کلپایگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

رونوشت: معاونت محترم آموزشی وزارت فرهنگ و آموزش عالی
معاونت محترم وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
و رئیس محترم دانشگاه آزاد اسلامی
خواهشمنداست به واحدهای مجری ابلاغ فرمائید.

سید محمد کاظم نائینی

مدیر شورای عالی برنامه ریزی

۲۱۹



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و آموزش عالی

بسم الله

تاریخ ۱۳۷۴/۱۱/۲۵

شماره ۱۱۲/۳۶۴۳



دستورالعمل اجرایی موضوع کاهش سقف واحدهای درسی
دوره‌های کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد
مصوب جلسه ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۴/۱۱/۲۳

- ۱- گروه‌های برنامه ریزی موظفند حداکثر ظرف مدت ۶ ماه برنامه‌های مصوب مربوط به خود را بازنگری کرده و سقف واحدها را تا حد مجاز کاهش دهند.
- ۲- برنامه‌های اصلاح شده از تاریخ ابلاغ، برای دانشجویانی که از این تاریخ به بعد وارد دانشگاه می‌شوند لازم الاجرا است.
- ۳- دانش‌جویان شاغل به تحصیل می‌توانند بر اساس سقف تعیین شده در برنامه جدید، به تشخیص گروه آموزشی، به سه ذی ربط و بارعایت شرایط زیر فارغ التحصیل شوند:
 - ۳-۱: واحدهای درسی الزامی دوره را اعم از عمومی، پایه، اصلی و تخصصی تا سقف مجاز در برنامه جدید، گذرانده باشند.
 - ۳-۲: برای رشته‌هایی که هنوز برنامه جدید آنها ابلاغ نشده است، سقف واحدها در دوره کارشناسی برای رشته‌های فنی و مهندسی ۱۴۰ واحد و برای سایر رشته‌ها ۱۲۵ واحد و برای دوره کارشناسی ارشد ۲۲ واحد است.
 - ۳-۳: آن دسته از دانشجویانی که در شمول بند ۳-۱ قرار نمی‌گیرند یعنی تعداد واحدهای گذرانده شده آنها کمتر از حد مجاز است، می‌توانند از نیمسال تحصیلی بعد کمبود واحدهای درسی خود را تا سقف تعیین شده برابر برنامه جدید بگذرانند، در این صورت:
 - الف: کلیه واحدهای گذرانده شده قبلی دانشجوی، حتی اگر در برنامه جدید حذف شده باشد، پذیرفته می‌شود.
 - ب: در سپاهانی که در برنامه جدید با تعداد واحد کمتر یا بیشتر عرضه شده‌اند و دانشجویان در سپاهارا قبلاً گذرانده است، بر اساس همان تعداد واحد گذرانده شده از وی پذیرفته می‌شود و نیازی به گذراندن واحدهای اضافی برای آن دروس را ندارد.
 - ج: گذراندن در سپاهانی از برنامه قدیم که در برنامه جدید حذف شده است، برای دانشجویانی که آن دروس را نگذرانده‌اند الزامی نیست.
 - د: برای فراغت از تحصیل در دوره‌های کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ناپیوسته و کارشناسی ارشد پیوسته گذراندن کاپه دروس عمومی (مصوب جلسه ۲۸۲ مورخ ۱۳۷۲/۶/۲۰ شورای عالی برنامه ریزی) الزامی است.

موضوع جلسه ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی، مورخ ۱۳۷۴/۱۱/۲۳ در مورد دستورالعمل اجرایی کاهش سقف واحدهای درسی دوره‌های کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد صحیح است جهت اجرا ابلاغ شود.

دکتر سید محمد رضا چاشمی کلپایگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

رونوشت: معاونت محترم وزارت فرهنگ و آموزش عالی و

معاونت محترم آموزش وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و

رئیس محترم دانشگاه آزاد اسلامی

خواهشمند است دستور فرمائید به واحدهای مجری اصلاح نماید.

سید محمد کاظم نائینی

د. ا. ا. عالی برنامه ریزی