



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

برنامه درسی

(تغییر عنوان)

دوره: کارشناسی ارشد

رشته: علوم اقتصادی

گرایش: اقتصاد تجارت الکترونیک



گروه: علوم اجتماعی

مصوبه جلسه شماره ۸۶ مورخ ۱۳۹۵/۰۹/۱۴

کمیسیون برنامه ریزی آموزشی

بسم الله الرحمن الرحيم

برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی با گرایش اقتصاد و تجارت الکترونیک

۱. عنوان برنامه درسی دوره کارشناسی ارشدرشته علوم اقتصادی با گرایش اقتصاد و تجارت الکترونیک در جلسه شماره ۸۶ مورخ ۱۴۹۵/۹/۱۴ کمیسیون برنامه ریزی آموزشی تصویب شد.
۲. عنوان برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی با گرایش اقتصاد و تجارت الکترونیک از تاریخ ۱۴۹۵/۹/۱۴ جایگزین عنوان برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته اقتصاد و تجارت الکترونیک مصوب پانصد و چهل و نهمین جلسه مورخ ۱۳۸۴/۳/۲۸ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی می شود.
۳. محتوای برنامه درسی بر اساس مصوبه فوق الذکر تا زمان بازنگری برنامه درسی آن به قوت خود باقی است.

عبدالرحیم نوه‌ابراهیم

دبیر شورای عالی برنامه ریزی آموزشی

رئیس





دانشگاه تهران

مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس

دوره: کارشناسی ارشد

رشته: اقتصاد و تجارت الکترونیک



دانشکده اقتصاد

مصوب جلسه مورخ ۸۳/۹/۱۷ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

این برنامه بر اساس مصوبه ۵۴۹ جلسه مورخ ۸۴/۳/۲۸ شورای گسترش آموزش عالی
مبنی بر ضرورت ایجاد رشته اقتصاد و تجارت الکترونیک و مطابق با مواد آئین نامه اختیارات
برنامه ریزی درسی به دانشگاهها، توسط اعضای هیات علمی گروه اقتصاد پولی و مالی دانشکده
اقتصاد تهیه و تنظیم شده و در نود و ششمین جلسه شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه
مورخ ۸۳/۸/۲۶ به تصویب رسیده است.



تصویب شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه تهران در خصوص برنامه درسی

رشته: اقتصاد و تجارت الکترونیکی

قطعه: کارشناسی ارشد



برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد اقتصاد و تجارت الکترونیکی که توسط اعضای هیات علمی گروه

الاقتصاد یولی و مالی تدوین شده است با اکثرت آراء به تصویب رسید.

* این برنامه از تاریخ تصویب لازم الاجرا است

* هر نوع تغییر در برنامه مجاز نیست مگر آنکه به تصویب شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

بررسد.

رأی صادره جلسه صورخ ۸۳/۸/۲۶ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه در مورد تدوین
برنامه درسی رشته اقتصاد و تجارت الکترونیکی در دوره کارشناسی ارشد صحیح است به
واحد ذیربط ابلاغ شود.

رضایا

دکتر رضا فرجی دانا

رئیس دانشگاه

دکتر سید حسین حبینی

معاون آموزشی و تحصیلات تكمیلی دانشگاه

امید

فصل اول

مشخصات کلی رشته

اقتصاد و تجارت الکترونیکی



۱. مقدمه

بهره‌برداری از دستاوردهای انقلاب اطلاعات و ارتباطات (ICT) در حوزه‌های مختلف زندگی بشر موجب تحولی عظیم در صحنه علمی و کاربردی در هر یک از این زمینه‌ها شده است. تجارت الکترونیکی یکی از پیامدهای مهم فناوری اطلاعات و ارتباطات است که از اهمیت فرازینده‌ای برخوردار شده است. توسعه تجارت الکترونیکی نیازمند توائمدهای زیر ساختاری فراوانی است که از آن جمله می‌توان به زیر ساختار فرهنگی و آموزشی اشاره کرد. تربیت نیروهای تحصیل کرده دانشگاهی بخصوص در سطح تحصیلات تکمیلی از مهترین شاخص‌های زیر ساختار فرهنگی و آموزشی تجارت الکترونیکی بحساب می‌آید. در این مجموعه دوره کارشناسی ارشد اقتصاد و تجارت الکترونیکی با این رویکرد طراحی و پیشنهاد شده است.

۲. تعریف و اهداف

دوره کارشناس ارشد "اقتصاد و تجارت الکترونیکی" برای بررسی و تحلیل اقتصادی جنبه‌های مختلف تجارت الکترونیکی طراحی و اجرا می‌شود. هدف از برگزاری این دوره تربیت متخصصانی با قابلیت مشارکت در طرح‌های مختلف تجارت الکترونیکی، دانش آموختگان این دوره می‌توانند در سازمانهای دولتی و موسسات خصوصی مختلف تجارت الکترونیکی فعالیت کنند.



۳. توانایی و مهارت

دانش آموختگان این رشته قادر خواهند بود بعنوان کارشناس ارشد تحلیل‌های مناسب را درباره مسائل اقتصادی تجارت الکترونیکی، توسعه سیستمهای اقتصادی و تجاری تجارت الکترونیکی، توسعه گاربرد فناوری اطلاعات در اقتصاد و بازرگانی و راهبردی طرح‌های تجارت الکترونیکی ارائه نمایند.

۴. طول دوره

طول دوره حداقل ۲ سال (۴ ترم تحصیلی) و حداقل ۲ سال (۶ ترم تحصیلی) مطابق با آنین نامه و مصوبات شورای عالی برنامه ریزی است. طول هر ترم ۱۶ هفته آموزشی کامل و مدت هر واحد از دورس ۱۶ ساعت می‌باشد.

۵. واحدهای درسی

تعداد واحدهای درسی این دوره علاوه بر دروس جبرانی برابر ۳۲ واحد بصورت زیر است.



۱. دروس اجباری	۱۸ واحد
۲. دروس اختیاری	۸ واحد
۳. پروژه پایان نامه	۶ واحد

جمع واحدها ۲۲ واحد

۶. شرایط پذیرش

پذیرش در این دوره منوط به موفقیت در آزمون منمرکز ورودی کارشناسی ارشد رشته اقتصاد و تجارت الکترونیکی می‌باشد. فارغ التحصیلان دوره کارشناسی رشته‌های مدیریت (کلیه گرایش‌ها)، اقتصاد (کلیه گرایشها)، مهندسی کامپیوتر (نرم افزار) و مهندسی صنایع می‌توانند در این دوره شرکت کنند.

مواد امتحانی و ضرایب آنها به شرح ذیل است:

مواد امتحانی	ضرایب
زبان عمومی و تخصصی (انگلیسی)	۱
۱	اقتصاد خرد
۱	اقتصاد کلان
۱	ریاضی و آمار

۷. برنامه و دروس دوره

برنامه دوره کارشناسی ارشد اقتصاد و تجارت الکترونیکی در این گرایش شامل ۲۶ واحد درسی از دروس اجباری و اختیاری و ۶ واحد پروژه پایان نامه می‌باشد. دانشجویان موظفند از بین واحدهای اختیاری ۶ واحد را چهت تکمیل دوره بگذرانند.

۱-۷- دروس پیش نیاز

بدلیل نوع شرکت کنندگان در آزمون ورودی این رشته، دروس مختلفی بعنوان دروس جبرانی در نظر گرفته شده است که اگر دانشجویان از نظر مدرک کارشناسی در برخی از ابعاد با کاستی‌هایی مواجه بودند بتوانند در قالب دروس جبرانی خود را در حد نیاز از نظر تخصصی آماده کنند. دروس جبرانی در جدول (۱) آورده شده است.



۷-۲- دروس اجباری

دروس اصلی مبانی و اصول دوره کارشناسی ارشد اقتصاد و تجارت الکترونیکی را پوشش می دهدند. فهرست دروس اجباری در جدول (۲) آورده شده است.

۷-۳- دروس اختیاری

دروس اختیاری اسکاناتی را برای فعالیت‌های تخصصی منعقد بیشتر دانشجو در یک زمینه خاص فراهم می آورند. انتخاب ۴ درس از این دروس برای دانشجویان اجباری است. دروس اختیاری در جدول (۳) نشان داده شده است.

۷-۴- پروژه بایان نامه

در این دوره هر دانشجو با انجام یک پایان نامه واحدی، در مورد یکی از موضوعات اقتصاد تجارت الکترونیکی به تحقیق می پردازد. موضوع بایان نامه الزاماً بایستی درینکی از زمینه‌های مرتبط باشد و زمینه لازم برای انجام آن با دروس اخذ شده توسط دانشجو در این دوره فراهم شده باشد. نحوه تصویب موضوع بایان نامه، ارزیابی و دفاع آن مطابق آینه نامه های تحصیلات تكميلي می باشد.



فصل دوم

جداول دروس

۱۶



۲۰



جدول (۱) : دروس پیشیاز*

پیشیاز	تعداد ساعت	تعداد واحد	عنوان درس	ردیف
—	۴۸	۲	کلیات فناوری اطلاعات و ارتباطات*	۱
—	۴۸	۲	مهندسی نرم افزار **	۲
—	۴۸	۲	اقتصاد خرد ***	۳
—	۴۸	۲	اقتصاد کلان ****	۴
—	۴۸	۲	زبان تخصصی *****	۵

* همه دانشجویان به جز کسانی که درس فناوری اطلاعات و ارتباطات را به عنوان درس اختیاری دوره کارشناسی گذرانده اند

** برای همه دانشجویان به جز رشته کامپیوتر

*** برای دانشجویان صنایع و کامپیوتر

**** برای همه دانشجویان



جدول (۲) : دروس اجباری (۱۸)

پیشیاز	تعداد ساعت	تعداد واحد	عنوان درس	ردیف
—	۶۴	۴	اقتصاد خرد پیشرفت	۱
—	۶۴	۴	اقتصاد کلان پیشرفت	۲
تجارت الکترونیکی ۲	۳۲	۲	بازاریابی اینترنتی	۳
الاقتصاد اطلاعات	۴۸	۲	تجارت الکترونیکی ۱	۴
تجارت الکترونیکی ۱	۴۸	۲	تجارت الکترونیکی ۲	۵
تجارت الکترونیکی ۲	۴۸	۲	استراتژیای تجارت الکترونیکی	۶
		۱۸		جمع



جدول (۳) : دروس اختیاری (۸ واحد)

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد ساعت	پیشیاز
۱	مسائل حقوقی و اخلاقی تجارت الکترونیکی	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۱
۲	تجارت الکترونیکی و نهادهای مالی و پشتیبان	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۱
۳	سازمانهای بین المللی متولی توسعه تجارت الکترونیکی	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۲
۴	اقتصاد سنجی	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۲
۵	سمینار در مسائل اقتصاد تجارت الکترونیکی	۲	۲۲	—
۶	اقتصاد اطلاعات	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۲
۷	تجارت بین الملل	۲	۲۲	اقتصاد خود پیشرفت
۸	مباحث پیشرفته در تجارت الکترونیکی	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۲
۹	مدیریت ارتباط با مشتری در تجارت الکترونیکی	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۲
۱۰	اقتصاد دیجیتال	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۲
۱۱	بول و بانکداری الکترونیکی	۲	۲۲	تجارت الکترونیکی ۲

۸. عنایون و تعداد واحدهای درسی دوره:
مشخصات دروس دوره کارشناسی ارشد اقتصاد تجارت الکترونیکی به شرح ذیل است



فصل سوم

سرفصل دروس



کلیات فناوری اطلاعات و ارتباطات

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیش‌نیاز

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

این درس یعنوان یک درس پیش‌نیاز در واسطه ایجاد آمادگی اولیه در دانشجویانی که با مبانی اولیه فناوری اطلاعات آشنایی ندارند در نظر گرفته شده است. هدف از این درس ایجاد یک دید کلی از مفاهیم، عناصر و اجزای فناوری اطلاعات و ارتباطات، اشکال پیشنهاد آن و برخی کاربردهای کلی این فناوری در زمینه مسائل اقتصادی و اجتماعی است.

سرفصل مطالب:

۱. تاریخچه، تعریف و گستره فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)
۲. تبیین ماهیت انقلاب ارتباطات و تحولات فناوری
۳. ویژگی‌های فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات
۴. انواع شبکه و شبکه‌سازی
۵. کاربرد شبکه در تجارت و اقتصاد
۶. مبادله الکترونیکی داده‌ها (EDI)
۷. اینترنت، وب و کاربردهای آن
۸. تاثیرات اجتماعی و اقتصادی فناوری اطلاعات و ارتباطات



مهندسی نرم افزار

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیش‌نیاز

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

در این درس روش‌ها و تکنیک‌های لازم برای توسعه سیستم‌های نرم افزاری برای تعیین مشخصات، طراحی منطقی، طراحی جزئی، پیاده‌سازی، آزمون و نگهداری سیستم و کارگری‌هی به دانشجویان آموزش داده می‌شود.

سرفصل مطالب:



۱. تعریف مهندسی نرم افزار.
۲. نقش و اهداف مهندسی نرم افزار در تولید سیستم‌های کامپیوتری، وزارت نرم افزار.
۳. فرآوروند ساخت و ایجاد نرم افزار.
۴. مدل‌های چرخه حیات سیستم.
۵. روش‌های طراحی نرم افزار (عملکرد گر، فرآوروند گر، داده گر، شی گر).
۶. استراتژی‌های پیاده‌سازی نرم افزار.
۷. تکنیک‌های مستنسازی، آزمایش، وارسی، تشخیص اعتبار، صحت و قابلیت اطمینان نرم افزار.
۸. روش‌های اشکال‌زدایی.
۹. استفاده مجدد از نرم افزارها.



اقتصاد خود

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیش‌نیاز

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

آشنایی با نظریه اقتصادی درخصوص کردارهای اقتصادی افراد، خانواده‌ها و بنگاه‌ها در چارچوب بازارهای مختلف.

سرفصل مطالعه:

۱. مقدمه: اقتصاد خود و کلان
۲. نظریه مصرف‌کننده
۳. نظریه بنگاه
۴. ساختار بازار
۵. نظریه توزیع
۶. نظریه اطلاعات



اقتصاد کلان

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیش‌نیاز

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

آشنایی با تحلیل‌های کلان اقتصادی، میاستهای پولی و مالی و رشد اقتصادی.

سرفصل مطالعه:

۱. مقدمه

۲. تحلیل تقاضای کل

۳. تحلیل عرضه کل

۴. مدل تعادل ایستای کلان

۵. اقتصاد کلان باز

۶. تحلیل مصرف، سرمایه‌گذاری و عرضه و تقاضای پول

۷. تحلیل‌های پویا



زبان تخصصی

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیش‌نیاز

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

تقویت مهارت‌های زبان تخصصی دانشجویان برای بهره‌مندی از متن‌های تخصصی.

سرفصل مطالعه:

متن‌های تخصصی با انتخاب مدرس درس از زمینه‌های مختلف اقتصاد و تجارت الکترونیکی تدریس خواهد شد.



اقتصاد خرد پیشرفته

تعداد واحد: ۴ واحد

نوع درس: اجرایی

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

آشنایی با نظریه اقتصادی درخصوص کردارهای اقتصادی افراد، خانواده‌ها و بنگاه‌ها در چارچوب بازارهای مختلف و کاربرد تحلیل‌های خرد اقتصادی در تجارت الکترونیکی.



سرفصل مطالibus:

۱. مقدمه

۲. نظریه مصرف کننده

ترجیحات مصرف کننده - توابع مطلوبت - انتخاب مصرف کننده - نظریه تقاضا - روش‌های هیکس و اسلاتسکی - اضافه رفاه مصرف کننده - رسک و عدم اطمینان - تجارت الکترونیکی و نظریه مصرف کننده.

۳. نظریه بنگاه

بینه‌سازی تولید و سود - توابع تولید - توابع هزینه - تقاضای نهاده - نظریه بازی‌ها - تجارت الکترونیکی و نظریه بنگاه

۴. بازار رقابت کامل

توابع تقاضا و عرضه - تعادل - عرضه بنگاه و صنعت در کوتاه و بلند مدت - تجارت الکترونیکی و بازار و بازار رقابتی - ارائه چند مثال.

۵. بازار انحصاری

انحصار - بینه‌سازی - تبعیض قیمت - رقابت انحصاری و انحصار چند جانبه - تجارت الکترونیکی و کاهش انحصار - ارائه چند مثال.

۶. نظریه توزیع

مروری بر قیمت‌گذاری عوامل تولید و ...

تجارت الکترونیکی و نظریه توزیع

۷. نظریه اطلاعات

نظریه اطلاعات - اطلاع‌رسانی برخط - تجارت الکترونیکی و نظریه اطلاعات.



اقتصاد کلان پیشرفت

تعداد واحد: ۴ واحد

نوع درس: اجباری

بیش نیاز: ندارد

اهداف درس:

آشنایی با تحلیل های کلان اقتصادی و سیاست های پولی و مالی و رشد اقتصادی و تعامل اقتصاد کلان و تجارت الکترونیکی.

سرفصل منابع:

۱. مقدمه

۲. تحلیل تقاضای کل
الگوی تعیین درآمد- ضریب فزاینده- تعادل بازار کالا و پول- تحلیل تقاضای کل اقتصاد-
سیاست های پولی و مالی

۳. تحلیل عرضه کل
تعادل بازار کار- دستمزدها و انتظارات قیمتی- تحلیل عرضه کل تجارت الکترونیکی و بازار کار،
دستمزد و انتظارات قیمتی.

۴. مدل تعادل ایستای کلان

۵. اقتصاد کلان باز
تجارت خارجی- تحرک بین المللی سرمایه- تراز پرداختها- سیاست های پولی و مالی در اقتصاد
کلان باز.

تجارت الکترونیکی و تجارت و سرمایه گذاری خارجی و تراز پرداختها تاثیر تجارت
الکترونیکی بر سیاست های پولی و مالی

۶. تحلیل مصرف، سرمایه گذاری و عرضه و تقاضای پول تاثیر تجارت الکترونیکی بر سرمایه گذاری
تحلیل مصرف، سرمایه گذاری، عرضه و تقاضای پول تاثیر تجارت الکترونیکی بر سرمایه گذاری
و متغیرهای پولی.

۷. تحلیل های پولی
تحلیل تورم، دستمزدها، بیکاری و رشد اقتصادی.
تاثیر تجارت الکترونیکی بر عملکرد کلان اقتصادی.



بازاریابی اینترنتی

Internet Marketing

تعداد واحد: ۳	نوع واحد: نظری	تعداد سامنه: ۴۸	پیشواز: سایمین
---------------	----------------	-----------------	----------------

اهداف درس: هدف این درس ایجاد قابلیت برنامه ریزی برای بازاریابی اینترنتی یک شرکت در دانشجویان می باشد. در این درس علاوه بر آشنایی کردن دانشجویان با مسائل مربوط به بازاریابی اینترنتی و روشهای آن، سعی می شود تا قدرت تحلیل استراتژیک موقعیت بازار یک شرکت به دانشجویان داده شود تا بتوانند بر اساس آن استراتژی بازاریابی اینترنتی شرکت را بنا کنند. همچنین در این درس پرحت تبلیغات اینترنتی در راستای بازاریابی اینترنتی مورد بررسی قرار می گیرد.

سرفصل مطالعه:

- ۱- معرفی بازاریابی اینترنتی
- ۲- پنداشتن یک برنامه برای بازاریابی اینترنتی یک شرکت
- ۳- محتوای ظاهر و سازمان یک وب سایت تجاری
- ۴- فرستهای بازاریابی روی اینترنت و سرویس‌های online تجاری
- ۵- رویکردهای مختلفی بررسی بازار online
- ۶- مدل‌های تجارت اینترنتی و استراتژی بازاریابی اینترنتی
- ۷- شیوه‌های پشتیبانی بازاریابی اینترنتی
- ۸- استراتژی بازاریابی online محلی و جهانی
- ۹- پایگاه‌های نداده و بازاریابی online
- ۱۰- اندازه گیری نتایج حاصل از بازاریابی اینترنتی
- ۱۱- موتورهای جستجو و دایرکتوریها و استفاده از آنها در بازاریابی اینترنتی
- ۱۲- تبلیغات اینترنتی
- ۱۳- بازاریابی از طریق E-mail



تجارت الکترونیکی ۱

تعداد واحد: ۳ واحد



نوع درس: اجرایی

پیش‌نیاز: اقتصاد اطلاعات

اهداف درس:

هدف از این درس، ایجاد آشنایی کلی با تجارت الکترونیکی، و نیازهای سازمانی، انسانی، فنی توسعه و اثرات اقتصادی آن می‌باشد. در این رابطه آشنایی با برخی تجزیبات موفق سازمانهایی که تجارت الکترونیکی را توسعه داده‌اند، از موضوعات مهم کسب دیدگاه تحلیلی در دانشجویان می‌باشد.

سرفصل مطالعه:

۱. تعارف و مفاهیم تجارت الکترونیکی: تراکنش الکترونیکی، کسب و کار الکترونیکی، مدل‌های کسب و کار الکترونیکی
۲. جایگاه تجارت الکترونیکی در کسب و کار الکترونیکی
۳. نقش تجارت الکترونیکی در تجارت خارجی
۴. بسترهاي تجارت الکترونیکی (بانکداری الکترونیکی، بیمه الکترونیکی، مسائل فرهنگی، زیرساخت حقوقی، آمادگی فنی و...)
۵. زیرساختار سازمانی تجارت الکترونیکی (الگوهای مهندسی مجدد فرآیندها)
۶. مدیریت ارتباط با مشتریان و بازاریابی الکترونیکی
۷. تجارت الکترونیکی در سازمانهای کوچک و متوسط
۸. معرفی نمونه‌های موفق بین‌المللی در تجارت، کسب و کار و بازاریابی الکترونیکی
۹. تجارت الکترونیکی و تسهیل تجارت
۱۰. ساختار بازار و قیمت‌گذاری در تجارت الکترونیکی (E-Market Structure)
۱۱. تعامل عملکرد کلان اقتصادی و تجارت الکترونیکی
۱۲. تجارت سیار و تعامل آن با تجارت الکترونیکی



تجارت الکترونیکی ۲

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: اجباری

پیش‌نیاز: تجارت الکترونیکی ۱

اهداف درس:

در این درس سعی بر آن است تا دیدی عمیق‌تر از مفهوم تجارت الکترونیکی در ذهن دانشجویان ایجاد گردد. علاوه بر این مکاتیسم توسعه تجارت الکترونیکی و اینکه چه مراحلی را برای توسعه تجارت الکترونیکی باید طی کرد، از جمله اهدافی است که در این درس دنبال می‌شود.



سروفصل مطالibus:

۱. شناسایی، طبقه‌بندی و گزینش مدل‌های کسب و کار الکترونیکی
۲. مدل بلوغ تجارت الکترونیکی: تیسیم مراحل توسعه تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی
۳. اقتصاد مدیریت زنجیره عرضه (SCM)
۴. طرح‌ریزی منابع و نیازمندی‌های سازمانی (ERP)
۵. تحلیل پویایی بازار در تجارت الکترونیکی
۶. نقش تجارت الکترونیکی در جهانی شدن اقتصاد
۷. الگوهای اندازه‌گیری آمادگی شرکت‌های برای توسعه تجارت الکترونیکی
۸. مدیریت دانش در سازمانهای تجاری و بین‌گامهای اقتصادی
۹. قیمت‌گذاری و ارزیابی سرمایه فکری
۱۰. تعاریف، مفاهیم، نقش و نحوه توسعه عاملها (Agents) در تجارت الکترونیکی
۱۱. الگوهای اندازه‌گیری موقوفیت سازمانهای تجاری در تجارت الکترونیکی



استراتژی‌های تجارت الکترونیکی

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: اجرایی

پیش‌نیاز: تجارت الکترونیکی ۲

اهداف درس:

در این درس سعی بر آن است تا مسائل کلان سازمانی نظیر تدوین استراتژی‌ها، سیاستها و خطمسنی‌ها مدنظر و توجه قرار گیرد.

سرفصل مطالعه:

۱. الگوهای روش‌های تحلیل بازار در تجارت الکترونیکی
۲. الگوهای تدوین استراتژی‌های کسب و کار
۳. الگوهای تدوین راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح خرد و کلان
۴. الگوهای همگراسازی استراتژی‌های تجاری و استراتژی‌های فناوری اطلاعات
۵. تعامل تجارت الکترونیکی با استراتژی‌های پورتر
۶. تاثیر عوامل سطح صنعت در انتخاب استراتژی تجارت الکترونیکی
۷. زنجیره ارزش الکترونیکی و تجزیه و تحلیل محیط درونی



مسائل حقوقی و اخلاقی تجارت الکترونیکی

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اخباری

پیش‌نیاز: تجارت الکترونیکی ۲

اهداف درس:

توسعه تجارت الکترونیکی مستلزم تامین زیرساخت و پشت لازم در سطح ملی است. یکی از مهمترین ابعاد این پشت‌سازی، پشت سازی حقوقی و تامین زیرساخت قانونی و قضایی تجارت الکترونیکی است. در این درس سعی بر آن است تا داشجو در گ کلاهی از فضای حقوقی جامعه پیدا کرده و بتواند تحلیل‌های کاربردی لازم را در این رابطه ارائه نماید.

سوفصل مطالب:



۱. مبانی حقوقی تجارت الکترونیکی
۲. محورهای قوانین تجارت الکترونیکی
۳. حقوق تجارت الکترونیکی و تعامل آن با قوانین اقتصادی و تجاري
۴. رفع اختلاف و داوری در تجارت الکترونیکی
۵. مراجع حقوقی در تجارت الکترونیکی
۶. حقوق مالکیت معنوی
۷. داوری الکترونیکی
۸. تجارت الکترونیکی و حقوق بین‌الملل
۹. کیفر رایت، حقوق مصرف‌کننده، علامت تجاری و اسمی Domain در تجارت الکترونیکی
۱۰. بررسی تطبیقی حقوق تجارت الکترونیکی در کشورهای برگزیده



تجارت الکترونیکی و نهادهای مالی و پشتیبان

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز: تجارت الکترونیکی ۲

اهداف درس:

در این درس دانشجو با نهادهای مالی و پشتیبان تجارت الکترونیکی و تعامل آنها آشنا می‌شود.

سوفصل مطالibus:

۱. کاربرد تجارت الکترونیکی در فرآیند، رویدها و تشریفات گمرکی
۲. مالیات الکترونیکی و نحوه محاسبه و اخذ آن
۳. جایگاه حمل و نقل در تجارت الکترونیکی
۴. نقش خدمات پستی در تجارت الکترونیکی
۵. اطلاع رسانی و جایگاه آن در توسعه صادرات و تجارت الکترونیکی
۶. کاربرد تجارت الکترونیکی در گردشگری
۷. صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات و تجارت الکترونیکی
۸. تجارت الکترونیکی و دولت الکترونیکی
۹. بیمه الکترونیکی: الگوهای خدمات، مدل‌های توسعه و تحلیل اقتصادی و پاتکی
۱۰. بورس الکترونیکی: الگوهای خدمات، مدل‌های توسعه و تحلیل اقتصادی و مالی



سازمانهای بین‌المللی مرتبط با توسعه تجارت الکترونیکی

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اخباری

پیش‌نیاز: تجارت الکترونیکی ۲

اهداف درس:

آشنایی با سازمانهای بین‌المللی و نقش آنها در توسعه تجارت الکترونیکی

سرفصل مطالعه:

۱. نقش استانداردهای بین‌المللی در توسعه تجارت الکترونیکی
۲. نقش UN/CEFACT و AFACT در تسهیل تجارت و توسعه تجارت الکترونیکی منطقه‌ای و جهانی
۳. کارکرد UNCTAD در تسهیل تجارت و تجارت الکترونیکی جهانی
۴. سازمان جهانی تجارت و تجارت جهانی الکترونیکی
۵. نقش UNDP، صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی و... در توسعه تجارت الکترونیکی



اقتصاد سنجی

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اخباری

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

آشنا ساختن دانشجویان با روش‌های برآورد و آزمون الگوهای اقتصادی.

سرفصل مطالب:

۱. الگوهای یک معادله:

رگرسیون دو و چند متغیره - همیتگی پایی و واریانس ناهمسانی - پیش‌بینی با استفاده از الگوی رگرسیون یک معادله‌ای.

۲. معادلات همزمان

مثلثه شناسایی - الگوهای مختلف معاملات همزمان - کاربرد معادلات همزمان

۳. الگوهای سری‌های زمانی



سمینار در مسائل اقتصاد تجارت الکترونیکی

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اختیاری

پیش فیا: ندارد

اهداف درس:

۱. افزایش آمادگی دانشجو برای کنکاش کاربردی در توسعه تجارت الکترونیکی
۲. ایجاد دانش کاربردی و عملیاتی در تجارت الکترونیکی
۳. پست مازی برای شروع پایان نامه تحصیلی کارشناسی ارشد
۴. شناسایی منابع و نحوه استخراج مطالب از منابع علمی و اطلاعاتی در اقتصاد تجارت الکترونیکی

جارچوب کلاس:

در این درس بیشتر از ۵ جلسه مقدماتی برگزار گردد و در این جلسات، نوع منابع علمی، روش تدوین سمینار، نهایی سازی موضوعات، ... تدوین گردد. سپس می‌طلی جلسات متولی دانشجویان به ارائه سمبیار خود در کلاس اقدام نمایند.



اقتصاد اطلاعات

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اختیاری



اهداف درس:

در این درس سعی بر آن است تا یک آشنایی کلی در دانشجو نسبت به کل دوره ایجاد شود و اینکه اقتصاد اطلاعات چیست و چه پیامدهایی دارد. علاوه بر آن در این دوره سعی می شود معیارهای اندازه گیری اقتصاد اطلاعات معرفی و زمینه لازم برای در گذار بردهای آن ایجاد گردد.

سرفصل مطالبه:

۱. تعریف و گستره اقتصاد اطلاعات، تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی
۲. فناوری های مورد استفاده در تجارت، کسب و کار و اقتصاد الکترونیکی
۳. اثرات خرد اقتصادی فناوری اطلاعات و ارتباطات و تجارت الکترونیکی؛ اهران؛ بهره هری؛ بر قایت و ...
۴. اثرات کلان اقتصادی فناوری اطلاعات و ارتباطات و تجارت الکترونیکی؛ رشد اقتصادی، اشتغال، تجارت خارجی و ...
۵. شکاف دیجیتالی و بررسی تطبیقی تجربیات کشورهای پیشرفته در حال توسعه پیشرو.
۶. بستر های اقتصاد نوین؛ آمادگی فنی، آموزش، قوانین و حقوق و ...
۷. معرفی معیارهای اقتصاد اطلاعات و ارائه تطبیقی آمارهای جهانی و منطقه ای
۸. اقتصاد نوین و توسعه اقتصادی؛ توزیع درآمد، تعیض چشیت، تفاوت شهری و روستایی و ...



تجارت بین‌الملل



تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز: اقتصاد خرد پیشرفته

اهداف درس:

آشنایی دانشجویان با نظریه و سیاست تجارت بین‌الملل و تعامل آنها با تجارت الکترونیکی.

سرفصل دروس:

۱. مقدمه

۲. نظریات تجارت بین‌الملل

سوداگران - مزیت مطلق - مزیت نسبی - هزینه فرصت - همکثر و اوهلین - معماه لوبنیتف - رشد و تجارت بین‌المللی - تجارت خارجی الکترونیکی

۳. سیاست تجارت بین‌المللی

تعرفه‌ها - محدودیت‌های غیر تعرفه‌ای - هم پیوندی‌های اقتصادی - مازمان جهانی تجارت - سیاست تجارتی تجارت الکترونیکی

۴. تجارت و توسعه اقتصادی

۵. تجارت دیجیتال



مدیریت ارتباط با مشتری

Customer Relationship Management

تعداد واحد: ۳	نوع واحد نظری	تعداد ساعت: ۴۸	یشنایار
---------------	---------------	----------------	---------

اهداف درس: دانشجویان در این درس با اهمیت رابطه با مشتری و خصوص اهمیت آن در بازارهای الکترونیکی آشنا شده و با ابزارها و روش‌های مدیریت این ارتباط آشنا می‌شوند. دانشجویان در این درس می‌آموزند که چگونه مشتریان سازمان و نیازها و خواسته هایشان را بینانند و چگونه استراتژی مناسبی بر مبنای رابطه با مشتریان خود تدوین کنند.

سرفصل مطالعه:



- ۱- تعریف CRM
- ۲- اصول اولیه در CRM
- ۳- سازمان پر مبنای روابط
- ۴- چهار چوب مدیریت ارتباطات
- ۵- مشتریان سازمان و انتظارات آنها
- ۶- طراحی و اجرای استراتژی در لیال مشتری
- ۷- انتخاب استراتژی CRM
- ۸- ابزارهای CRM
- ۹- استفاده از ابزارهای بازاریابی در پایگاههای داده، ابزارهای داده و داده کاوی
- ۱۰- داده کاوی و حیطه خصوصی افراد
- ۱۱- روابط با مشتری روی اینترنت و eCRM
- ۱۲- CRM در بازاریابی
- ۱۳- CRM تحلیلی
- ۱۴- روابط با مشتری در صنایع ارتباطات از راه دور
- ۱۵- مدیریت پروژه CRM
- ۱۶- آینده روابط با مشتری



پول و بانکداری الکترونیکی



تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: اجباری

پیش نیاز: اقتصاد کلان پیشرفته

اهداف درس:

پول و بانکداری الکترونیکی یکی از زیرشاخهای مهم توسعه تجارت الکترونیکی است. در این درس دانشجو با روش‌های مختلف پرداخت الکترونیکی و تعامل آن با تجارت الکترونیکی آشنا می‌شود.

سوفصل مطالبه:

۱. پول الکترونیکی
 ۲. بانکداری الکترونیکی
 ۳. روش‌های مختلف پرداخت الکترونیکی
- Real Time Gross Settlement System
۴. سیستم‌های تسویه بین‌المللی
 ۵. بانکداری میان
 ۶. تامین مالی الکترونیکی
 ۷. تعامل بانکداری و تجارت الکترونیکی
 ۸. تعامل بانکداری و تجارت الکترونیکی



فصل چهارم

منابع دروس



Resources for Electronic Commerce Courses

- The Internet Economy: Technology and practice. Customizable, online textbook at E-Publishing site at CREC or SmartEcon.
- Electronic Commerce Courses using The Economics of Electronic Commerce as the main textbook.



- MIS 381 Electronic Commerce – Andrew B. Whinston
- MIS 380 Communications – Anitesh Barua Spring 97 Version
- MIS 380 H/W, S/W and Telecommunications – Prabhudev Konana
- MIS 333 COBOL with Business Applications - Prabhudev Konana
- Marking Money on the Internet
- Marking Money on the Internet – Reading Materials
- Client – Server Computing
- Client – Server Computing -- Course Materials
- Object – Oriented Systems Analysis
- Information Technology in Service – Oriented Organizations

Books on Electronic Commerce from CREC

Electronic Commerce and the Revolution in Financial Markets by Ming Fan, Sayee Srinivasan, Jan Stallaert, Andrew B. Whinston, 2001.

The Internet Economy: Technology and Practice by Soon – Yong Choi and Andrew B. Whinston (SmartEcon Publishing, 2000).

The Economics of Electronic Commerce by Soon – Yong Choi, Dale O. Stahl and Andrew B. Whinston, (Macmillan Technical Publishing, 1997).

Frontiers of Electronic Commerce
by Ravi Kalakota and Andrew B. Whinston, Addison – Wesley Publishing , 1996.

Readings in Electronic Commerce
Edited by Ravi Kalakota and Andrew B. Whinston, Addison – Wesley publishing,
1997.



Hand book

- Handbook on Electronic Commerce by Michael shaw (Editor), R. Blanning (Editor), T. Strader (Editor), Whinston, Andrew B. Whinston, 2000.
- Gale's Guide to E - Commerce, 2002.
- Gale Encyclopedia of E- Commerce by Jane A. Malonis (Editor), 2002.

E - Business and Enterprise IT

- A Guide to Enterprise IT Architecture: A Strategic Approach by Tony Beveridge, Col Perks, 2002.
- Small Business Solutions for E - Commerce by Brenda Kienan, 2000.
- Electronic Commerce: A Managerial Perspective by Efraim Turban et al., 1999.

B2B

- B2B Exchanges: The Killer Application in the Business Internet Revolution by Arthur B. Sculley, W. William A. Woods, 2000.
- Going Wireless: Transform Your Business with Mobile Technology by Jaclyn Easton, 2002.
- B2B Application Intergration: e - Businesses - Enable Your Enterprise by David S. Linthicum, 2000.

Mobile/ Wireless Commerce

- M Commerce: Technologies, Services, and Business Models by Norman M. Sadeh, 2002.
- M - Business: The Race to Mobility by Ravi Kalakota, Mark Robinson, 2001.
- M - Commerce Crash Course: The Technology and Business of Next Generation Internet Services by P.J. Louis, 2001.

Web services Framework

- XML Databases and the Semantic Web by Bhavani Thuraisingham, Bhavani Thuraisingham, 2002.
- .NET Architecture and Programming Using Visual C++ by Peter Thorsteinson, Robert J. Oberg, 2002.

METRICS, STATISTICS, DATA

- Plunkett's E - Commerce & Internet Business Almanac: The Only Complete Guide to the Business Side of the Internet (Plunkett's E - Commerce and Internet Business Almanac) by Jack W. Plunkett (Editor), 2000.

TECHNOLOGY FOR E - COMMERCE

- Java Web Services by Tyler Jewell, David A. Chappell, 2002.

- Building Web Services with Java: Making Sense of XML, SOAP, WSDL and UDDI by Steve Graham (Editor) et. al., 2001.
- Enterprise Resource Planning Systems: Systems, Life Cycle, Electronic Commerce, and Risk by Daniel Edmund O'Leary, 2000.
- Java Developer's Guide to E - Commerce with XML and JSP by Bill Brogden, William B. Brogden , Chris Minnick, Bill Brogden, et al., 2001.
- Beginning E - Commerce with Visual Basic, ASP, SQL Server 7.0 and MTS by Matthew Reynolds, 2000.
- Developing e - Commerce Sites: An Integrated Approach by Vivek Sharma, Rajiv Sharma, 2000
- Success with Electronic Business: Design, Architecture and Technology of Electronic Business Systems (With CD - ROM) by Berthold Daum, Markus Scheller, Erwin Konigs, 2000.
Web Commerce Technology Handbook (McGraw - Hill Series on Computer Communication) by Daniel Minoli, Emma Minoli, 1997.
Cai for Commerce: A Complete Web - Based Selling Solution by Gunther Birznicks, Selena Sol, 1997.

INTERNET/ ONLINE MARKETING

- Marketing Moves: A New Approach to profits, Growth & Renewal by Philip Kotler, Dipak C. Jain, Suvit Maesincee, 2002
- The Handbook of Online Marketing Research: Knowing Your Customer Using the Net by Joshua Grossnickle, Oliver Raskin, 2000.
- The Internet Marketing Plan: The Complete Guide to Instant Web Presence, 2 nd Edition by Kim M. Bayne, 2000.

E- LEARNING / KNOWLEDGE MANAGEMENT

- On - Demand Learning: Training in the New Millennium by Darin E. Hartley, 2000
- E- Learning: Strategies for Delivering Knowledge in the Age by Marc J. Rosenberg, 2000.

DATA SYSTEMS AND MANAGEMENT IN E-COMMERCE

- Building Database Driven Catalogs by Sherif Danish, Patrick Gannon, 2000.
- New Perspectives on Data - Driven Web Sites with Microsoft Access 2000: Tools for E - Commerce by Lisa Friedrichsen, 2000.
- Web Data Management and Electronic Commerce by Bhavani Thuraisingham, 2000.

Security and payments

- E - Commerce and Security by Conor Sexton, 2002.
- Secure Electronic Commerce: Building the Infrastructure for Digital Signatures and Encryption by Warwick ford, Michael S. Baum, 2000.



- Financial Cryptography: Third International Conference, FC'99, Anguilla, British West Indies, February 1999: Proceedings (Lecture Notes in Computer Science 1999), Matthew Franklin, 1999.

EDI, EXTRANETS

- Demystifying EDI (with CD-ROM) by Russell Allen Stultz, Michael Busby, 2000.
- XML for EDI: Making E-Commerce a Reality by G. Hussain Chinoy, Tyna Hull, Robi Sen, Hussain Chinoy, 2000.

E-Commerce Law and Policy

- Emerging Law On the Electronic Frontier (The Hampton Press Communication Series, Communication and Law) by Anne W. Branscomb (Editor), 2002.
- IT and Internet Legal Handbook (with CD-ROM) by Gene K. Landy, 2002.
- The E-Policy Handbook: Designing and Implementing Effective E-Mail, Internet, and Software Policies by Nancy L. Flynn, 2000.
- 101 Things You Need to Know About Internet Law by Jonathan Bick, 2000.
- Governance in Cyberspace : Access and Public Interest in Global Communications (Law and Electronic Commerce, V.9) by Klaus W. Grewlich, 1999.
- Intellectual Property in the International Marketplace: Valuation, Protection, Exploitation, and Electronic Commerce (Intellectual Property Series) by Melvin Simensky, Neil J. Wilkof, Lanning G. Bryer, 1999.

Global E-Commerce



- Global E-Commerce and Online Marketing: Watching the Evolution by Nikhil Dholakia (Editor), 2002.
- China's Emerging New Economy: Growth of the Internet and Electronic Commerce by Nah Seok Ling, John Wong, 2001.
- The International Handbook of Electronic Commerce by Jae K. Shim, Anique A. Qureshi, Joel G. Siegel, Roberta M. Siegel, Joel Siegal, 2000.
- Global Electronic Commerce: A Policy Primer by Catherine L. Mann, Sue E. Eckert, Sarah Cleeland Knight, 2000.

Electronic Commerce Journals

- Journals edited by Dr. Whinston
 - Decision Support Systems. Contents available online – click "Contents" at the DSS site.



- Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce
(downloadable forms)
- Links to professional Journals
 - MIS Quarterly
 - Journals of the ACM Homepage

Including IEEE Journals Homepage
Including Communications of the ACM , ACM Transactions on Information Systems, Journal of the ACM, ACM Computing Surveys, etc.

- IEEE, etc.
- The Information Society
- IBM Systems Journal
- Harvard Business Review, Other publications at the HBS
- ABA Banking Journal,

Brazilian Electronic Journal of Economics Online Journal focusing on economic problems within the context of the New Information Economy. See the announcement.

Netnomics, Economic research and electronic networking.
Electronic Markets

- Electronic Commerce/ Internet periodicals
 - E Business Magazine by Hewlett - Packard
 - The Industry Standard
 - Internet Week
 - Internet world
 - Online Magazine
 - Silicon Alley Reporter
 - Web Master
 - Web Week
 - CyberTimes, Digital Commerce Column Archive by The New York Times.
 - E - Commerce Advisor contains articles, tips and resources that cover many aspects of doing business online.
- Computer/ IS Periodicals and Other Popular Journal Featuring EC Articles
 - Advertising Age
 - American Banker
 - Business Communications Review
 - Business week
 - Beyond Computing
 - BYTE
 - CA Magazine
 - CIO
 - Computer Currents
 - Computer World
 - Datamation
 - DBMS
 - The Economist
 - Electronic News

- Forbes
- Government Technologies
- Information Week
- InforWorld
- Inter @ ctive Week
- Java World
- Mac User
- Mac World
- PC Magazine
- NC Wold Magazine
- PC Week
- PC World
- Scientific American
- Sun World Online
- Telecommunications





جمهوری اسلامی ایران
ارت فرهنگ فی آموزش عالی

دستورالعمل اجرایی موضوع کاهش سقف واحدهای توسعی
دوره‌های کارشناسی، کارشناسی و کارشناسی ارشد
مهموب چلنج ۹۹۳ شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۴۲۲/۱۱/۲۶

-گروههای برنامه ریزی موقوفه خداکثر طرف مدت ۶ ماه برنامه‌های مصوب مرور و پره خود را بازنگری کرده و سقف واحدها را انجام‌گذار کاهش دهنده.
- برنامه‌های اصلاح شده از تاریخ ابلاغ برابر با ناشیح‌بیانی که از این تاریخ به سعاد وارد داشتگان شوند لازم الاجرا است.

۳- دار: جوان شاغل به تحصیل می‌تواند برآمیس سلف تعبیین شده در برنامه جدید، به تشکیل گروه آموزشی، وسسه ذی ربط و بارگاهیت شرایط زیر فارغ التحصیل شوند: -
۴- واحدها درسی الراسی دوره را اعم از عمومی، پایه، اصلی و تخصصی تأسیف می‌کنند.

۲.۲: برای و نیز تأثیر گذاشتن کمترین محدوده جدید آنها ابلاغ نشده است، سقف واحد ها در قریه کارشناسی برای رشته های فنی و مهندسی ۱۷۰ واحد و هرای سایر رشته های ۱۲۵ واحد و برای دوسته لازم شناسی ارشد ۲۶ واحد است.

۲- آن مسنه از دانشجویانی که در شمول بند ۳-۱ قرار گرفته بعلت شدادهای
کلروات-ث، آنها کمتر از همه جایز است، من توانند از نیمسال تحصیلی سعد گذشت و اینها ای
رسی خواهند بودند، سقف تجهیز شده برای مرتبه جدید پیگیرانند، در این صورت:
الف: کلیه واحدهای گردانده شده قبلی بازشونو، حتی اگر در برنامه جدید حساب شده باشند،
غیره، می شود.

آن درس را نگراندن از الزامی نیست.

۳- همایی فراخود از تقدیر اول تا دوره‌های آغاز دانشگاهی کارشناسی نایاب و شرکت و کارشناسی
شدید پذیری- ۴- گزارش‌نامه پروژه دو من آموزب جلسه ۲۸۲ مورخ ۱۴۷۷/۶/۲۰ درای عالی
قاهره و بنی الولائم است.

Digitized by srujanika@gmail.com

۱۴- جلسه ۳، شرای عالی موناکه زیری، بوزخ ۲۲/۱۱/۲۲ فریبود دستورالله - ل
بر این سنت و این درسی ذیور ذاتی کارداشی، کارشاسی و کارشناسی ارشد صحیح است
- این اسلام شود.

دکتر سید محمد رضا چشمی گلستانی

— 1 —

درباره مورس و مورس عالی

رونوشت: «ادوات و تجهیزات فرودگاه و آموزش عالی و
دادوخت و تحریر آموزشی و ادوات ساخت و مهندسی

رده‌سازی در زمینه انتشار اسلامی و اسلام‌گردانی

دروگهای راهنمای سیوی اسلام مسائمه

سید علی‌محمد ناظم شاهنامی

(II)

جمهوری اسلامی ایران
برست فرهنگ و آموزش عالی

بهترالی

تاریخ - ۱۳۷۲/۱۱/۲۲

شماره - ۲۲/۲۶۹۹

پیوست



حداصل و حداکثر واحدهای درسی در مقاطع مختلف آموزش عالی

(امتحانات جایز ۲۹۱ و ۴۹۲ مورخ ۱۵/۲۵ دسامبر ۱۳۷۲ و ۱۳۷۲/۱۱/۹)

شورای عالی برنامه ریزی

آموزشی، حداقل، دروس ناموفق و واحدهای غیرضرور و ادامه شانه هادر بعضی از رشته های تحصیلی،
حداصل و حداکثر واحدهای درسی مقاطع مختلف آموزش عالی را به شرح زیر تصریب کردندین مصوبات
از تاریخ تدوین، قابل اجرا است و به موجب آن مصوبات قبلی لغو می گردد.
ا- دوره های کارشناسی حداقل ۶۷ و حداکثر ۲۲ واحد
ا- دوره های کارشناسی حداقل ۱۳۰ واحد و حداکثر ۱۳۵ واحد (برای وسایل مختلف فنی و مهندسی
حداکثر ۱۴۰ واحد)

ا- دوره های کارشناسی نایابی ۵۵ حداقل ۴۵ و حداکثر ۷۰ واحد
ا- دوره های کارشناسی ارشد نایابیسته حداقل ۴۸ و حداکثر ۴۴ واحد (که از این تعداد ۴ تا ۱ واحد
اختصاص به پایان نامه دارد)

ب- دوره های کارشناسی ارشد ریزی، ته حداقل ۱۲۲ و حداکثر ۱۸۲ واحد
غیر دوره های دکторی، د.ا. حداقل ۲۲ و حداکثر ۵۵ واحد (که از این تعداد ۱۵ تا ۴ واحد می تواند
اختصاص به رساله داشته باشد).

برای تصریف:

الف: گروه ای برنامه ریزی م-۳۰، اند کالیه برنامه های مصوب رشته های مربوط به شورای بررسی کرده
و با حذف واحدهای غیر ضرور، سقف واحدها و در مقاطع مختلف تحصیلی به سطح تعیین شده
قوق کاهش دادند.

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

ج: دانشجویان ورودی قبل از ۱۳۷۲ تا زمانی توافق نشده تضمین تدریس چند تدریسی
باشند، از این تعداد تدریس تطبیق واحد را و دروس با برداشتهای چند حسب مورد برایه شورای آموزشی
گروه ریاضی، تدبیرات، زنجیره موسسه ذی... دارد.

رأی صادر: جایز ۱۳۷۲-۷۳، رای عالی برنامه ریزی نویشوی تقلیل واحدهای در مقاطع
مختلف شد، این صحیح است به رحالت اجرا گذاشده شود.

دکتر سید محمد شاعری کلیه برکانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

وزارت: مدعاونت مختار آموزشی وزارت فرهنگ و آموزش عالی
وزارت: مختار وزارت پرورش، اشتاد، درمان و آموزش پژوهشی
وزیر: مختار دانشگاه آزاد اسلامی
خواهشمند است به واحدهای میری ابلاغ و رعایت داشته باشد.

سید محمد کاظم ناشی

دیپلم شورای عالی برنامه ریزی

۴۱۹