جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فنّاوری

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 الرّحمن الرّحیم

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 ۱۳۹۵/۹/۱۴ کمیسیون برنامه ریزی آموزشی تصویب شد.

۲. عنوان برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی با گرایش اقتصاد و تجارت الکترونیک از تاریخ ۱۳۹۵/۹/۱۴جایگزین عنوان برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته اقتصاد و تجارت الکترونیک مصوب پانصدوچهل ونهمین جلسه مورخ ۱۳۸۴/۳/۲۸شورای 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 برنامه‌ریزی آموزشی

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.

مصوبه شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه تهران در خصوص برنامه درسی

رشته : اقتصاد و تجارت الکترونیکی

مقطع: کارشناسی ارشد

برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد اقتصاد و تجارت الکترونیکی که توسط اعضای هیات علمی گروه اقتصاد پولی و مالی تدوین شده است با اکثریت 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 برسد.

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

دکتر رضا فرجی دانا

رئیس دانشگاه

دکتر سید حسین حسینی

معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشگاه

دکتر علی افشار بکشلو

دبیر شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

فصل اول

مشخصات کلی رشته

اقتصاد و تجارت الکترونیکی

۱. مقدمـــــه

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 فزاینده‌ای برخوردار شده است. توسعه تجارت الکترونیکی نیازمند توانمندهای 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 اهـــداف

دوره کارشناس ارشد " اقتصاد و تجارت الکترونیکی" برای بررسی و تحلیل اقتصادی جنبه های مختلف تجارت الکترونیکی طراحی و اجرا می شود. هدف از برگزاری این دوره تربیت متخصصانی با قابلیت مشارکت در طرح های مختلف تجارت الکترونیکی است. دانش آموختگان این دوره می‌توانند در سازمانهای دولتی و موسسات خصوصی در زمینه‌های مختلف تجارت الکترونیکی فعالیت کنند.

۳. توانایی و مهـــارت

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

۴. طـــول دوره

طول دوره حداقل ۲ سال (۴ ترم تحصیلی) و حداکثر ۳ سال (۶ ترم تحصیلی) مطابق با آئین نامه و مصوبات شورای عالی برنامه ریزی است. طول هر ترم ۱۶ هفته آموزشی کامل و مدت هر واحد از دورس ۱۶ ساعت می باشد.

۵. واحدهای درســـی

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 ۳۲ واحد

۶. شرایط پذیـــرش

پذیرش در این دوره منوط به موفقیت در آزمون متمرکز 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
اقتصاد خرد	۱
اقتصاد کلان	
ریاضی و آمار	

۷. برنامـــه و دروس دوره

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

۷-۱- دروس پیش نیـــاز

بدلیل تنوع 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 اجبـــاری

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

۷-۳- دروس اختیـــاری

دروس اختیاری امکاناتی را برای فعالیتهیا تخصصی متمرکز 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 پایان نامـــه

در این دوره هر دانشجو با انجام یک پایان نامه ۶ واحدی، در مورد یکی از موضوعات اقتصاد تجارت الکترونیکی به تحقیق می‌پردازد. موضوع پایان نامه الزاما بایستی دریکی 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 پایان نامه، ارزیابی و دفاع آن مطابق آیین نامه های تحصیلات تکمیلی می‌باشد.

فصل دوم

جداول دروس





جدول (۱): دروس پیشنیـــاز*

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

* 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 اجبـــاری (۱۸)

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد ساعت	پیشنیاز
۱	اقتصاد خرد پیشرفته	۴	۶۴	----
۲	اقتصاد کلان پیشرفته	۴	۶۴	----
۳	بازاریابی اینترنتی	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۲
۴	تجارت الکترونیکی ۱	۳	۴۸	اقتصاد اطلاعات
۵	تجارت الکترونیکی ۲	۳	۴۸	تجارت الکترونیکی ۱
۶	استراتژیهای تجارت الکترونیکی	۲	۴۸	تجارت الکترونیکی ۲
جمع		۱۸		

جدول (۳) : دروس اختیـــاری (۸ واحد)

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد ساعت	پیشنیاز
۱	مسائل حقوقی و اخلاقی تجارت الکترونیکی	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۱
۲	تجارت الکترونیکی و نهادهای مالی و پشتیبان	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۱
۳	سازمانهای بین المللی متولی توسعه تجارت الکترونیکی	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۲
۴	اقتصاد سنجی	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۲
۵	سمینار در مسائل اقتصاد تجارت الکترونیکی	۲	۳۲	-----
۶	اقتصاد اطلاعات	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۲
۷	تجارت بین الملل	۲	۳۲	اقتصاد خرد پیشرفته
۸	مباحث پیشرفته در تجارت الکترونیکی	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۲
۹	مدیریت ارتباط با مشتری در تجارت الکترونیکی	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۲
۱۰	اقتصاد دیجیتالی	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۲
۱۱	پول و بانکداری الکترونیکی	۲	۳۲	تجارت الکترونیکی ۲

۸. عناوین 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 بعنوان یک درس پیش‌نیاز در راستای 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 پیشرفته 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 فناوری های 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 نرم‌افزار

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیشنیاز

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

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

سرفصل مطالب :

۱. تعریف مهندسی نرم‌افزار.

۲. نقش و اهداف مهندسی نرم‌افزار در تولید سیستم‌های کامپیوتری.

۳. فرارونـد ساخت و ایجاد نرم‌افزار.

۴. مدل‌های چرخه حیات سیستم.

۵. روش‌های طراحی نرم‌افزار (عملکردگرا، فرارونـدگرا، داده گرا، شی گرا).

۶. استراتژی‌های پیاده‌سازی نرم افزار.

۷. تکنیک‌های مستندسازی، آزمایش، وارسی، تشخیص اعتبار، صحت و قابلیت اطمینان نرم افزار.

۸. روش‌های اشکال‌زدایی.

۹. استفاده مجدد از نرم افزارها.

اقتصاد خرد

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیشنیاز

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس :

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

سرفصل مطالب:

۱. مقدمه: اقتصاد خرد و کلان
۲. نظریه مصرف کننده
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، سیاست‌های پولی و مالی و رشد اقتصادی.

سرفصل مطالب:

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 متون تخصصی.

سرفصل مطالب:

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

اقتصاد خرد پیشرفته

تعداد واحد: ۴ واحد

نوع درس: اجباری

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

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

سرفصل مطالب:

۱. مقدمه

۲. نظریه مصرف کننده

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

۳. نظریه بنگاه

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

۶. نظریه توزیع

مروری بر قیمت گذاری عوامل تولید و ...

تجارت الکترونیکی و نظریه توزیع

۷. نظریه اطلاعات

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

اقتصاد کلان پیشرفته

تعداد واحد: ۴ واحد

نوع درس: اجباری

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

آشنایی با تحلیل‌های کلان اقتصادی و سیاست‌های 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- سیاست‌های 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 بین‌المللی سرمایه- تراز پرداخت‌ها- سیاست‌های پولی و مالی در اقتصاد کلان باز.

تجارت الکترونیکی و تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی و تراز پرداخت‌ها تاثیر تجارت الکترونیکی بر سیاست‌های پولی و مالی.

۶. تحلیل مصرف، سرمایه‌گذاری و عرضه و تقاضای پول

تحلیل مصرف، سرمایه‌گذاری، عرضه و تقاضای پول تاثیر تجارت الکترونیکی بر سرمایه‌گذاری و متغیرهای پولی.

۷. تحلیل‌های پویا

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 ساعت: ۴۸ پیشنیاز: [illegible]

اهداف درس: هدف این درس ایجاد قابلیت برنامه ریزی برای بازاریابی اینترنتی یک شرکت در دانشجویان می باشد. در این درس علاوه بر آشنا 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 بحث تبلیغات اینترنتی در راستای بازاریابی اینترنتی مورد بررسی قرار می گیرد.

سرفصل مطالب:

۱- معرفی بازاریابی اینترنتی

۲- بناکردن یک برنامه برای بازاریابی اینترنتی یک شرکت

۳- محتوا، ظاهر و سازمان یک وب سایت تجاری

۴- فرصتهای بازاریابی روی اینترنت و سرویسهای online تجاری

۵- رویکردها و متدهای بررسی بازار online

۶- مدلهای تجارت اینترنتی و استراتژی بازاریابی اینترنتی

۷- شبکه های پشتیبانی بازاریابی اینترنتی

۸- استراتژی بازاریابی online محلی و جهانی

۹- پایگاه های داده و بازاریابی online

۱۰- اندازه گیری نتایج حاصل از بازاریابی اینترنتی

۱۱- موتورهای جستجو ودایرکتوریها 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: اجباری

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 تجربیات موفق سازمانهایی که تجارت الکترونیکی را توسعه داده‌اند، از موضوعات مهم کسب دیدگاه تحلیلی در دانشجویان می‌باشد.

سرفصل مطالب:

۱. تعاریف 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. بسترهای 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 تجاری
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 براین مکانیسم 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.

سرفصل مطالب:

۱. شناسایی، طبقه‌بندی و گزینش مدلهای کسب و کار الکترونیکی
۲. مدل بلوغ تجارت الکترونیکی:تبیین 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 بنگاه‌های اقتصادی
۹. قیمت‌گذاری و ارزیابی سرمایه فکری
۱۰. تعاریف، مفاهیم، نقش و نحوه توسعه عاملها (Agents) در تجارت الکترونیکی
۱۱. الگوهای اندازه‌گیری موفقیت سازمانهای تجاری در تجارت الکترونیکی

استراتژی‌های تجارت الکترونیکی

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: اجباری

پیش‌نیاز: تجارت الکترونیکی ۲

اهداف درس:

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

سرفصل مطالب:

۱. الگوها و 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: اختیاری

پیش‌نیاز: تجارت الکترونیکی ۲

اهداف درس:

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

سرفصل مطالب:

۱. مبانی حقوقی تجارت الکترونیکی
۲. محورهای قوانین تجارت الکترونیکی
۳. حقوق تجارت الکترونیکی و تعامل آن با قوانین اقتصادی و تجاری
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. کپی رایت، حقوق مصرف کننده، علامت تجاری و اسامی 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.

سرفصل مطالب:

۱. کاربرد تجارت الکترونیکی در فرآیند، رویه‌ها 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: الگوها، خدمات، مدل‌های توسعه و تحلیل اقتصادی و بانکی
۱۰. بورس الکترونیکی: الگوها، خدمات، مدل‌های توسعه و تحلیل اقتصادی و مالی

سازمانهای بین‌المللی مرتبط با توسعه تجارت الکترونیکی

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز: تجارت الکترونیکی ۲

اهداف درس:

آشنایی با سازمانهای بین‌المللی و نقش آنها در توسعه تجارت الکترونیکی

سرفصل مطالب:

۱. نقش استانداردهای بین‌المللی در توسعه تجارت الکترونیکی

۲. نقش UN/CEFACT و AFACT در تسهیل تجاری و توسعه تجارت الکترونیکی منطقه‌ای و جهانی

۳. کارکرد UNCTAD در تسهیل تجاری 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: اختیاری

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- همبستگی پیایی و واریانس ناهمسانی- پیش‌بینی با استفاده از الگوی رگرسیون یک معادله‌ای.

۲. معادلات همزمان

مسئله 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

پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

۱. افزایش آمادگی دانشجو برای کنکاش کاربردی در توسعه تجارت الکترونیکی

۲. ایجاد دانش کاربردی و عملیاتی در تجارت الکترونیکی

۳. بستر سازی برای شروع پایان‌نامه تحصیلی کارشناسی ارشد

۴. شناسایی منابع و نحوه استخراج مطالب از منابع علمی و اطلاعاتی در اقتصاد تجارت الکترونیکی

چارچوب کلاس:

دراین درس پیشنهادمی‌گردد که ابتدا چند جلسه مقدماتی برگزار گردد و در این جلسات، نوع منابع علمی، روش تدوین سمینار، نهایی سازی موضوعات، و... تدوین گردد. سپس طی جلسات متوالی دانشجویان به ارائه سمینار خود در کلاس اقدام نمایند.

اقتصاد اطلاعات

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز: کلیات فناوری اطلاعات و ارتباطات

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 می‌شود معیارهای اندازه‌گیری اقتصاد اطلاعات معرفی و زمینه لازم برای درک کاربردهای آن ایجاد گردد.

سرفصل مطالب:

۱. تعریف و گستره اقتصاد اطلاعات، تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی

۲. فناوری‌های مورد استفاده در تجارت، کسب و کار و اقتصاد الکترونیکی

۳. اثرات خرداقتصادی فناوری اطلاعات وارتباطات و تجارت الکترونیکی؛هزینه،بهره‌وری،رقابت و...

۴. اثرات کلان اقتصادی فناوری اطلاعات و ارتباطات و تجارت الکترونیکی؛ رشد اقتصادی، اشتغال، تجارت خارجی و...

۵. شکاف دیجیتالی وبررسی تطبیقی تجربیات کشورهای پیشرفته درحال توسعه پیشرو.

۶. بسترهای اقتصاد نوین: آمادگی فنی، آموزش، قوانین و حقوق و...

۷. معرفی معیارهای اقتصاد اطلاعات و ارائه تطبیقی آمارهای جهانی و منطقه‌ای

۸. اقتصاد نوین و توسعه اقتصادی: توزیع درآمد، تبعیض جنسیت، 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- هکشر و اوهلین- معمای لئونتیف- رشد و تجارت بین‌المللی- تجارت خارجی الکترونیکی

۳. سیاست تجارت بین‌المللی

تعرفه‌ها-محدودیت‌های غیر تعرفه‌ای- هم پیوندی‌های اقتصادی- سازمان جهانی تجارت- سیاست تجاری تجارت الکترونیکی.

۴. تجارت و توسعه اقتصادی

۵- تجارت و رشد

مدیریت ارتباط با مشتری

Customer Relationship Management

تعداد واحد: ۳ نوع واحد: نظری تعداد ساعت: ۴۸ پیشنیاز: ۰

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

سرفصل مطالب:

۱- تعریف CRM
۲- اصول اولیه در CRM
۳- سازمان بر مبنای روابط
۴- چهارچوب مدیریت ارتباطات
۵- مشتریان سازمان و انتظارات آنها
۶- طراحی و اجرای استراتژی در قبال مشتری
۷- انتخاب استراتژی CRM
۸- ابزارهای CRM
۹- استفاده از ابزارها: بازاریابی در پایگاههای داده، انبارهای 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

پیش‌نیاز: اقتصاد کلان پیشرفته

اهداف درس:

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

سرفصل مطالب:

۱. پول الکترونیکی
۲. بانکداری الکترونیکی
۳. روش‌های مختلف پرداخت الکترونیکی
۴. Real Time Gross Settlement System
۵. سیستم‌های تسویه بین‌المللی
۶. بانکداری سیار
۷. تامین مالی 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
- Data 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 – Businesse – 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, Marcia Robinson, 2001.
- M – Commerce Crash Course: The Technology and Business of Next Genration Internet Services by P.J. Louis, 2001.

Wev services Framework

- XML Databases and the Semantic Web by Bhavani Thuraisingham, Bhavani Thuraisingha, 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 Serices by Tyler Jewell, David A. Chappell, 2002.

- Building Web Services with Java: Making Sense of XML, SOAP, WSDI 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 Techology 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.
- Cgi for Commerce: A Complete Web – Based Selling Solution by Gunther Birznieks, 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 Leatning: 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

- Builiding 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 by Fc '99, Matthew Franklin, 1999.

EDI, EXTRANETS

- Demysifying 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 Froniter (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 Onlie Marketing: Watching the Evolution by Nikhilesh 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

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

- Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce (downloadable forms)

- Lins 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 Hew lett – 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 businges online.

- Computer/ IS Periodicals and Other Popular Journal Featuring EC Articles
  - Advertising Age
  - American Banker
  - Business Communivations Review
  - Business week
  - Byeond Compuitng
  - BYTE
  - CA Magazine
  - CIO
  - Computer Currents
  - Computer World
  - Datamation
  - DBMS
  - The Economist
  - Electroinc 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
وزارت فرهنگ و آموزش عالی

بسمه تعالی

تاریخ ۱۳۷۳/۱۱/۲۵
شماره ۱۱۲/۲۶۶۲

پیوست

دستورالعمل اجرائی موضوع کاهش سقف واحدهای درسی
دوره‌های کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد
مصوب جلسه ۲۹۳ شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۳/۱۱/۲۴

۱ـ گروههای برنامه ریزی موظفند حداکثر ظرف مدت ۶ ماه برنامه‌های مصوب مربوط به خودرا بازنگری کرده و سقف واحدها راناحدمجاز کاهش دهند.

۲ـ برنامه‌های اصلاح شده از تاریخ ابلاغ، برای دانشجویانی که از این تاریخ به بعد وارد دانشگاه می‌شوند لازم الاجرا است.

۳ـ دانشجویان شاغل به تحصیل می‌توانند براساس سقف تعیین شده دربرنامه جدید، به تشخیص گروه آموزشی مؤسسه ذی ربط و بارعایت شرایط زیر فارغ التحصیل شوند:

۳ـ۱ : واحدهای درسی الزامی دوره را اعم از عمومی، پایه، اصلی و تخصصی تاسقف مجاز دربرنامه جدید، گذرانده باشند.

۳ـ۲ : برای رشته‌هائی که هنوز برنامه جدید آنها ابلاغ نشده است، سقف واحدهای دوره کارشناسی برای رشته‌های فنی و مهندسی ۱۲۰ واحد و برای سایر رشته‌ها ۱۳۵ واحد و برای دوره کارشناسی ارشد ۲۲ واحد است.

۳ـ۳ : آن دسته از دانشجویانی که درشمول بند ۳ـ۱ قرارنمی‌گیرند یعنی تعدادواحدهای گذرانده شده آنها کمتر از حدمجاز است، می‌توانند ازنیمسال تحصیلی بعد کسور واحدهای درسی خودرا تا سقف تعیین شده برابر برنامه جدید بگذرانند، دراین صورت:

الف : کلیه واحدهای گذرانده شده قبلی دانشجو، حتی اگر دربرنامه جدید حذف شده‌باشد، پذیرفته می‌شود.

ب : درسهائی که دربرنامه جدید باتعداد واحد کمتر یابیشتر عرضه شده‌اند و دانشجو آن درس‌را قبلاً گذرانده است، براساس همان تعداد واحد گذرانده شده ازوی پذیرفته می‌شود و نیازی به گذراندن واحدهای اضافی برای آن دروس را ندارد.

ج : گذراندن درسهائی از برنامه قدیم که دربرنامه جدید حذف شده است، برای دانشجویانی که آن درس را نگذرانده‌اند الزامی نیست.

د : برای فراغت از تحصیل در دوره‌های کاردانی، کارشناسی ناپیوسته وکارشناسی ارشد پیوسته گذراندن کلیه دروس عمومی مصوب جلسه ۲۸۲ مورخ ۱۳۷۲/۶/۲۰ شورای عالی برنامه ریزی الزامی است.

مصوبه جلسه ۲۹۳ شورای عالی برنامه ریزی، مورخ ۱۳۷۳/۱۱/۲۴ درمورد دستورالعمل اجرائی کاهش سقف واحدهای درسی دوره‌های کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد صحیح است جهت اجرا ابلاغ شود.

دکتر سیدمحمدرضا هاشمی گلپایگانی
وزیر فرهنگ و آموزش عالی

رونوشت: معاونت محترم وزارت فرهنگ و آموزش عالی و
معاونت محترم آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و
رئیس محترم دانشگاه آزاد اسلامی
خواشمندست دستور فرمائید به واحدهای مجری ابلاغ نمایند.
سیدمحمدکاظم نائینی
دبیر شورای عالی برنامه ریزی

۴۳۴

جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و آموزش عالی

بسمه تعالی

تاریخ ۱۳۷۲/۱۱/۱۲
شماره ۷۲/۲۶۲۹
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 دوره‌های برنامه‌های آموزشی، حذف دروس ناموفق و واحدهای غیرضروری 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 می‌گردد.

۱ـ دوره‌های کاردانی حداقل ۶۷ و حداکثر ۷۲ واحد

۲ـ دوره‌های کارشناسی حداقل ۱۳۰ واحد و حداکثر ۱۳۵ واحد (برای رشته‌های مختلف فنی و مهندسی حداکثر ۱۴۰ واحد)

۳ـ دوره‌های کارشناسی ناپیوسته حداقل ۶۵ و حداکثر ۷۰ واحد

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

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

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

در اینصورت:

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

ب: این تقلیل واحدها و برنامه‌های جدید برای دانشجویان ورودی سالهای تحصیلی ۷۴-۱۳۷۳ و بعد از آن قابل اجرا است.

ج: دانشجویان ورودی قبل از ۱۳۷۴ نیز می‌توانند وضعیت تحصیلی خود را با برنامه جدید تطبیق دهند، در اینصورت تطبیق واحدها و دروس با برنامه‌های جدید حسب مورد بر عهده شورای آموزشی گروه یا گروه تحصیلات تکمیلی مؤسسه ذیربط است.

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

دکتر سید محمدرضا هاشمی گلپایگانی
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
خواهشمند است به واحدهای مجری اطلاع فرمائید.

۲۱۹

سید محمد کاظم ناشینی
دبیر شورای عالی برنامه ریزی