



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

مشخصات کلی، برنامه و سر فصل دروس

### دوره کارشناسی ارشد

**MBA** مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی در سه گرایش

- بازرگانی بین المللی

- بازاریابی

- مالی

گروه علوم انسانی

مصوب پانصد و نود و نهمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی

مورخ ۱۳۸۵/۷/۲۲



بسم الله الرحمن الرحيم

## برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد

### MBA مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی در سه گرایش

گروه: گروه علوم انسانی  
رشته: MBA مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی  
دوره: کارشناسی ارشد  
کمیتة تخصصی: مدیریت  
گرایش: ۳ گرایش (بازرگانی بین المللی - بازاریابی - مالی)  
کد رشته:

شورای عالی برنامه ریزی در جلسه مورخ ۱۳۸۵/۷/۲۲ بر اساس طرح دوره کارشناسی ارشد MBA مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی که توسط گروه علوم انسانی تهیه شده و به تایید رسیده است، برنامه آموزشی این دوره را در سه فصل (مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس) به شرح پیوست تصویب کرده و مقرر می دارد:

**ماده ۱)** برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد MBA مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی در سه گرایش از تاریخ تصویب برای کلیه دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کشور که مشخصات زیر را دارند، لازم الاجرا است.

**الف:** دانشگاهها و موسسات آموزش عالی که زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اداره می شوند.

**ب:** موسساتی که با اجازه رسمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بر اساس قوانین تاسیس می شوند و بنا بر این تابع مصوبات شورای گسترش آموزش عالی می باشند.

**ج:** موسسات آموزش عالی دیگر که مطابق قوانین خاص تشکیل می شوند و باید تابع ضوابط دانشگاهی جمهوری اسلامی ایران باشند.

**ماده ۲)** این برنامه از تاریخ ۸۵/۷/۲۲ برای دانشجویانی که از این تاریخ به بعد وارد دانشگاه می شوند لازم الاجرا است.

**ماده ۳)** مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس دوره کارشناسی ارشد MBA مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی در سه گرایش در سه فصل مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس برای اجرا به معاونت آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ابلاغ می شود.

رای صادره پانصد و نود و نهمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۸۵/۷/۲۲ درخصوص برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد MBA مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی در سه گرایش

۱) برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد MBA مدیریت بازرگانی و بازار یابی بین المللی در سه گرایش (بازرگانی بین المللی - بازاریابی و مالی) که از طرف گروه پیشنهاد شده بود، با اکثریت آراء به تصویب رسید.  
۲) این برنامه از تاریخ تصویب قابل اجرا است.

رای صادره پانصد و نود و نهمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۸۵/۷/۲۲ در مورد برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد MBA مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی در سه گرایش صحیح است و به مورد اجرا گذاشته شود.

دکتر محسن مهدی زاهدی  
وزیر علوم، تحقیقات و فناوری



دکتر رجبعلی برزونی  
دبیر شورای گسترش و برنامه ریزی

## فهرست عناوین

صفحه

عنوان

۱

فصل اول

۳

فصل دوم

۴

دروس جبرانی

۵

دروس اصلی

۶

دروس تخصصی

۶

گرایش بازرگانی بین المللی

۶

گرایش بازاریابی

۷

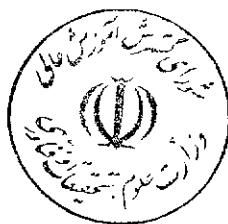
گرایش مالی

۸

دروس اختیاری

۹

سرفصل دروس





# فصل اول



## مشخصات کلی مجموعه کارشناسی ارشد در MBA

رشته مدیریت بازرگانی و بازاریابی بین المللی در ۳ گرایش بازرگانی بین المللی، بازاریابی، مالی

هدف:

امروزه سرعت پیشرفت ارتباطات و تجارت بین المللی رشد شتابان و فزاینده ای را بخود گرفته است که همگامی و همراهی با آن بدون تسلط به دانش بین المللی و اتخاذ راهبردهای مناسب مدیریتی امری دشوار می باشد. تجارت جهانی و پیوستن به سازمان آن نیازمند شناخت فرهنگ و توانیها و قابلیت های مدیریتی تجارت جهان و از همه مهمتر دانش مدیریت استراتژی در رویارویی با تجارت جهانی و تبادل اطلاعات و کالا می باشد.

### طول دوره (شکل نظام):

طول متوسط دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی بین المللی ۲ سال و کلیه دروس در ۴ نیمسال برنامه ریزی شده است.

### تعداد واحدهای درسی:

تعداد واحدهای درسی در این رشته ۳۲ واحد (غیر از دروس جبرانی) در سطوح مختلف بشرح

زیر می باشد:

۱۸ واحد	- دروس جبرانی
۱۲ واحد	- دروس اصلی
۸ واحد	- دروس تخصصی
۸ واحد	- دروس اختیاری
۴ واحد	- پایان نامه

### ضرورت و اهمیت:

- پرورش مدیران جهت حضور در برنامه ریزی استراتژیک در سطح بین المللی
- آماده سازی مدیران برای حضور در صحنه بین المللی و ایفای نقش استراتژیک مدیریتی
- آشنایی مدیران با مبانی مدیریت بین المللی
- توانمند ساختن مدیران در مذاکرات تجاری در جهت توسعه صادرات

### ضرایب و مواد امتحانی:

۲	- زبان عمومی و تخصصی
۲	- استعداد و آمادگی تحصیلی ویژه رشته مدیریت
۲/۵	- ریاضیات عمومی ۱ و ۲ و ریاضی مهندسی



# فصل دوم



جدول دروس جبرانی (۱۸ واحد):

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
	-	۳	۴۸	۳	احتمال و آمار برای مدیران	۴۰۰
	-	۳	۴۸	۳	اقتصاد عمومی	۴۱۰
	-	۳	۳۲	۳	مبانی سازمان و مدیریت	۴۲۰
	-	۳	۴۸	۳	حسابداری مدیریت	۴۳۰
	-	۳	۴۸	۳	پژوهش عملیات پیشرفته	۴۴۰
	-	۳	۳۲	۳	مدیریت اسلامی و الگوهای آن	۴۵۰
		۱۸		۱۸	جمع	





جدول دروس اصلی (۱۲ واحد از دروس زیر) :

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
	-	۲	۳۲	۲	برنامه ریزی استراتژیک	۵۱۰
	-	۲	۳۲	۲	حقوق بازرگانی	۵۲۰
	-	۲	۳۲	۲	سیستم های اطلاعات مدیریت	۵۳۰
	-	۲	۳۲	۲	بازاریابی پیشرفته	۵۰۵
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت منابع انسانی پیشرفته	۵۵۰
	-	۲	۳۲	۲	اقتصاد بین الملل	۵۶۰
	-	۲	۳۲	۲	تئوری های سازمان و مدیریت پیشرفته	۵۷۰
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته	۵۸۰
		۱۶		۱۶	جمع	

تبصره : دانشجویان می بایست از دروس فوق، ۱۲ واحد را با نظر گروه آموزشی انتخاب و بگذرانند.



جدول دروس تخصصی (۸ واحد) :

۱- گرایش بازرگانی بین المللی (۸ واحد) :

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
	-	۲	۳۲	۲	بازرگانی بین المللی	۶۰۱
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت شرکتهای چند ملیتی	۶۰۵
	-	۲	۳۲	۲	سازمانهای پولی مالی بین المللی	۶۱۰
	-	۲	۳۲	۲	رفتار سازمانی بین المللی	۶۱۵
		۸		۸	جمع	

۲- گرایش بازاریابی (۸ واحد) :

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت بازاریابی بین المللی	۶۰۴
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت صادرات و واردات	۶۲۰
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت استراتژیک بازاریابی	۶۲۵
	-	۲	۳۲	۲	بازارشناسی و مسایل بازاریابی	۶۳۰
		۸		۸	جمع	

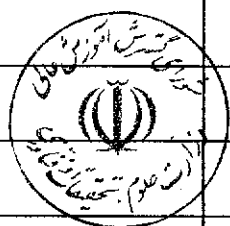


۳- گرایش مالی (۸ واحد):

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
	-	۲	۳۲	۲	تئوریهای مالی	۶۴۱
	-	۲	۳۲	۲	بازارهای پولی و مالی	۶۴۵
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت سرمایه گذاریها	۶۵۰
	-	۲	۳۲	۲	موسسات پولی و مالی	۶۵۵
		۸		۸	جمع	

دروس اختیاری (۸ واحد از دروس زیر):

پیشنیاز یا زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت کیفیت و بهره وری	۴۳۵
	-	۲	۳۲	۲	اقتصاد کلان	۴۱۵
	-	۲	۳۲	۲	اصول مدیریت بازاریابی	۵۶۰
	-	۲	۳۲	۲	نظریه و فرآیند تحول سازمان	۵۶۵
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت طرحهای توسعه	۵۷۰
	-	۲	۳۲	۲	رفتار مصرف کننده	۵۶۵
	-	۲	۳۲	۲	بازاریابی صنعتی	۵۸۰
	-	۲	۳۲	۲	تجارت الکترونیک	۵۲۲
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت سیستم و برنامه ریزی	۵۷۲
	-	۲	۳۲	۲	مدیریت عملیات	۵۹۰
	-	۲	۳۲	۲	مذاکرات بین المللی	۵۹۵
	-	۲	۳۲	۲	تجارت بین الملل	۵۰۴
	-	۲	۳۲	۲	کارآفرینی	۵۲۷
	-	۲	۳۲	۲	روش تحقیق	۵۰۰
					جمع	



تبصره: دانشجویان می توانند حداکثر ۸ واحد از دروس فوق، یا گرایشهای تخصصی را با نظر

گروه آموزش اخذ نمایند.



# سرفصل دروس



# دروس جبرانی

## احتمال و آمار برای مدیران



تعداد واحد : ۳

تعداد ساعت : ۴۸

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

سرفصل دروس :

- آمار : تعریف آمار ، کاربرد آمار در حوزه مدیریت ، میانگین ، میانه ، مد ، نمودار فراوانی ، پراکندگی ،

انحراف معیار

- احتمالات : تعریف احتمال ، توزیع های ناپیوسته و پیوسته ، توزیع برنولی و توزیع دو جمله ای

توزیع پواسون ، توزیع فوق هندسی و توزیع نرمال ، تخمین پارامترهای توزیع ، کاربرد آمار در تصمیم

گیری مدیران ، پیش بینی آماری .

## اقتصاد عمومی



تعداد واحد : ۳

تعداد ساعت : ۴۸

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

آشنایی با نظریه های اقتصادی در خصوص کردارهای اقتصاد افراد ، خانواده ها و بنگاهها در چارچوب بازارهای مختلف

سرفصل درس : (۶۸ ساعت)

مقدمه - تعریف اقتصاد خرد و کلان ، بررسی نقش عرضه و تقاضا و مصرف ، نقش نظریه طبیعت و قلمرو اقتصاد تحقیقی و ارزشی (Positive & Normative Econ) اقتصاد خرد .

### ۱- نظریه مصرف کننده

مفاهیم اساسی ، ترجیحات مصرف کننده و انواع آنها ، نظریه ترجیحات آشکار شده ، مطلوبیت و انواع توابع مطلوبیت ، انتخاب مصرف کننده ، انتخاب های بهینه برای ترجیحات مختلف و بهینه سازی ، مصرف و تقاضا، مقایسه روشهای هیکس و اسلاتسکی ، اثر درآمدی دارایی بر تقاضای اضافه رفاه مصرف کننده ، مسئله انتخاب در موارد ریسک ، رفتار موارد نا اطمینانی .



## ۲- نظریه بنگاه

مفاهیم اساسی ، بهینه سازی ، هدف به حداکثر رسانی سود بنگاه خطوط سود برابر - توابع . تولید ، تکنولوژی ، منحنیهای هم مقدار تولید ( تولید یکسان ) ، هزینه و توابع ، تابع تقاضای نهادهای ، نظریه



بازی ها

## ۳- بازار رقابت کامل

فرض رقابت کامل ، توابع تقاضا ، توابع عرضه ، عرضه کوتاه مدت و بلند مدت بنگاه ، عرضه صنعت در کوتاه مدت و بلند مدت ، تعادل بازار کار .

## ۴- بازار انحصار کامل

انحصار و موضوع کارآیی اقتصادی - بیشینه کردن سود و کمینه کردن هزینه ، تبعیض قیمت ، رقابت انحصاری .

## ۵- نظریه توزیع

مروری بر قیمت گذاری عوامل تولید ، تابع تقاضا برای عامل تولیدی در شرایط رقابت کامل در شرایط انحصار در خرید ...

## ۶- اقتصاد کلان و اندازه گیری فعالیتهای اقتصادی

حسابداری مالی ، شاخصهای قیمت ، تحلیل عرضه و تقاضا کل و تعیین درآمد مالی تعادل

## ۷- پول و تعادل پولی

## ۸- اقتصاد کلان در یک اقتصاد باز

## مبانی سازمان و مدیریت

تعداد واحد : ۳

تعداد ساعت : ۴۸

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

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

### سرفصل دروس :

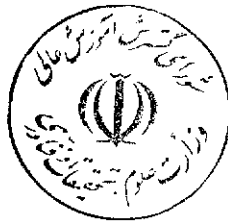
بخش اول : ترسیم صحنه سازمان

مدیریت عملکرد کیفی : چرا سازمانها ایجاد می شوند ؟ چگونگی رفتار سازمان به عنوان سیستم مدیران موفق چگونه عمل می کنند ؟ چگونگی اثرگذاری مدیران بر سیستمهای سازمانی ؟ موضوعاتی که مدیران در آینده باید به آنها توجه نمایند .

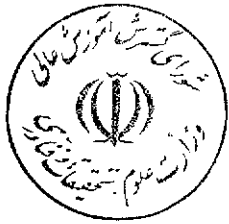
فرهنگ سازمانی : چگونگی معنی بخشی مفروضات به فرهنگ سازمانی ؟ ، چرا سیستم ارزشی سازمانها با هم متفاوتند ؟ کارکردهای فرهنگ سازمانی چیست ؟ چگونگی برداشت اعضای سازمان از فرهنگ آن ؟ فرهنگ اجتماعی و خرده فرهنگها .

بخش دوم : رفتار فردی

تاثیر ادراکات بر تصمیمات سازگاری فرد و شغل و قرار دادن روانی ، توان و استعداد ، خود مدیریتی مقتضیات ، شبکه های یادگیری تجربی ، ارزشها ، انواع آنها ، نگرشها ، رابطه نگرش و بهره وری ، تفاوت های روانشناختی افراد و شبکه های شناختی .



چگونگی تاثیر انتظارات بر انگیزش کاری ، چگونگی تاثیر ادراک از عدالت بر انگیزش ، آیا انگیزش بر افراد یا گروه ها باید متمرکز شود ، چگونگی تاثیر هدفها و نیاز بر انگیزش ، چگونگی تاثیر قدرتمندسازی بر انگیزش ، تاثیر فن آوری بر کار ، عوامل کلیدی در طراحی شغل ، تیمهای کاری خودگران .



### بخش سوم - رفتار میان افراد

اهمیت ارتباطات در اثر بخشی سازمانی ، چگونگی استفاده از مسیرهای ارتباطاتی در سازمان ، شبکه های گروه های کوچک ، موانع ارتباطات ، شنود موثر ، سبکهای شنود ، شناخت ارتباطات غیرکلامی ، بهبود ارتباطات میان فرهنگها ، عوامل اثر گذار بر روابط متقابل شخصی ، سبکهای رفتاری ، سبکهای احساسی ، سبکهای مدیریت تضاد .

قدرت و سیاست در سازمان : تعریف قدرت و چگونگی کسب آن ، انواع قدرت ، تاثیر شبکه های اجتماعی بر قدرت مدیر ، تاثیر 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 مقتضیان محیطی ( کارکنان ، مافوقها ، همکاران ، سازمان ، تقاضای شغل ، زمان و مکان ) چگونگی تحول سازمان توسط رهبر ( تقدم راه یابی بر حل مساله واجرا ، استراتژیهای رفتاری برای تحول )

### بخش چهارم - گروه رفتار میان گروهی

مراحل شکل گیری گروه ، رفتارگروهی ، چگونگی شکل گیری هنجارهای گروهی ، کارکرد گروه ها به عنوان سیستمهای اجتماعی انسجام گروهی ، فراگرد گروه ، تیم سازی ، شکل دهی تیمهای جدید ، ارزیابی اثر بخشی تیمهای کاری .

روابط میان گروه : انواع روابط میان گروهی ، تعامل کارکردی و غیرکارکردی ، عوامل اثر گذار بر روابط میان گروهی ، مدیریت تضاد میان گروهی ، مدیریت روابط میان گروهی ، استراتژیهای هماهنگی ، استراتژیهای کاهش تضاد غیر کارکردی .

### بخش پنجم - تجدید حیات فرد و سازمان

فشار یا تنیدگی در کار : تنیدگی چیست ؟ علل تنیدگی ، آثار نگرشی و رفتاری تنیدگی مدیریت ، اثر بخشی 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 اثر گذار بر روندهای مسیر ترقی، انتخاب حرفه و مسیرترقی، برنامه ریزی مسیر ترقی، ارزیابی مسیر ترقی، گذرگاه های مسیر ترقی، مراحل ترقی حرفه ای، تکیه گاه های مسیر ترقی.

## حسابداری مدیریت



تعداد واحد : ۳

تعداد ساعت : ۴۸

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

**هدف :** آشنایی با اصول و روشهای حسابداری مالی برای ثبت ، طبقه بندی ، تلخیص و تهیه گزارشات مالی ، شناخت محدودیتهای اطلاعات مالی ، روشهای هزینه یابی ، تجزیه و تحلیل اطلاعات مالی و کاربرد آن در مدیریت .

### سرفصل دروس :

تعاریف ، صورتهای مالی ، مسائل مربوط در وظیفه حسابداری مالی ، مفاهیم و شرایط طبقه بندی هزینه ها ، تعیین عمل هزینه ها ، رابطه بین هزینه ، حجم تولید و تجزیه تحلیل نقطه سربسری ، هزینه های استاندارد بر حسب فعالیت و تخصیص هزینه ها ، هزینه های محصولات یا پروژه ها ، بودجه برای برنامه ریزی سود ، روشهای کمی در حسابداری مدیریت ، تجزیه و تحلیل صورتهای مالی و صورتحساب تغییرات در وضعیت مالی

### کتابهای مرجع :

- ۱- Robert Anthony , Management Accounting , Text and Case, Irwin Inc, ۱۹۷۳.
- ۲- Pyle. and Larson , Fundamental Accounting Principles , Ninth Edition , Irwin ۱۹۸۱.
- ۳- Mo ore & Jaedicke , Managerial Accounting , Fifth Edition , South -Western Publication Co. ۱۹۸۰
- ۴- Robert E.Seiler , Accounting Principles for Management. ۲<sup>nd</sup> ed. Charles E.Merrill Publishing Co. ۱۹۷

## پژوهش عملیات پیشرفته



تعداد واحد : ۳

تعداد ساعت : ۴۸

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : پژوهش عملیات I

هدف :

آشنایی دانشجویان با مدل‌های مختلف غیر خطی ، ریاضی احتمالی مدلسازی و کاربرد آن در بخش خدمات و تولیدات صنعتی و کشاورزی خدمات.

سرفصل دروس :

- کاربرد برنامه ریزی خطی در تئوری شبکه ها ، تئوری بازی و حمل و نقل و تخصص
- برنامه ریزی عدد صحیح و صفر و یک
- برنامه ریزی ریاضی و کاربرد آن
- مدلسازی احتمالی در تصمیم گیریهای مدیریتی

کتابهای مرجع :

- Lieberman, Hieler "An Interduction to O.R."
- Taha.H. "O.R. An Interduction"

## مدیریت اسلامی و الگوهای آن

تعداد واحد : ۳

تعداد ساعت : ۴۸

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

آگاهی از موازین و الهام گرفتن از الگو در جریان اعمال مدیریت و بررسی این اصول و الگوها در سیره ائمه اطهار سلام الله علیهم.

سرفصل دروس :

- تبیین عنوان درس
- جایگاه مدیریت در نظام اسلامی
- جایگاه احاطه برتر آن در پژوهشهای اسلامی (علوم عقلی - نقلی - تجربی)
- رابطه دین و علم و نقش هر یک نسبت به دیگری
- جایگاه قصص قرآن در پژوهشهای اسلامی

اصول اسلامی مدیریت اسلامی و الگوهای آن.

۱- اصل عدم تقدم بر خدا و رسول

(مستندات)

الگوهای آن : الف- ابراهیم و اسماعیل (ع) در حکم ذبح

ب- تقصیر یونس (ع) اطاعت لوط و موسی

پ- علی و صلح حدیبیه



۲- اصل وحدت و هماهنگی در مدیریت و سلسله مراتب سازمانی

الگوها: علی (ع) و حفظ وحدت بعد از پیامبر- هارون و حفظ وحدت

وحدت نظام مرجعیت و ولایت فقیه

۳- اصل آخرت گرایی و هدف گذاری و الگوهای آن

الگوها، موسی و قارون- فرعون و قومش- ابوذر و عثمان- سحره و فرعون- ملع مشرکین از حج- عدم تعرض به

مدعی اسلام- فتوی اعدام سلمان رشدی و ...

۴- اصل اعمال مدیریت بر اساس اختیار نه اجبار

**( مستندات )**

الگوها: موسی و خضر- موسی و بنی اسرائیل در فتح فلسطین

جنگ احد و پیامبر (ص) و مسلمین

ابراهیم و اسماعیل (ع)- اصحاب کربلا در شب عاشورا و ...

اصل اعمال مدیریت بر اساس بصیرت نیروها

**الگوها**

- مساله ارتداد

- مساله اعمال ولایت فقیه





# دروس اصلی

## برنامه ریزی استراتژیک

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : اصول مدیریت

هدف :

آشنائی با فرآیند برنامه ریزی در موسسات و چگونگی تهیه برنامه استراتژیک

سرفصل دروس :

مفهوم برنامه ریزی و اهمیت آن در چارچوب وظائف کلی مدیریت ، اجزاء و مراحل تهیه برنامه موسسه شامل برنامه های استراتژیک ، عملیاتی و بودجه و ارتباط آنها با هم ، نظام برنامه ریزی و کنترل در موسسات برای انجام مراحل مختلف برنامه ریزی و با توجه به نقش مدیران رده های مختلف و واحدهای ستادی در تهیه برنامه ، برنامه ریزی استراتژیک شامل بررسی عملکرد موسسه و نقاط قوت و ضعف آن شرایط محیطی و پیش بینی تغییرات آن ، تعیین ارزشهای حاکم بر موسسه ، هدفگذاری تدوین گزینه های استراتژیک ، ارزیابی و انتخاب استراتژی مناسب ، کنترل و ارزیابی برنامه های استراتژیک در این درس قضایا یا موارد خاص نیز مورد بررسی قرار می گیرد .

کتابهای مرجع :

- ۱- Peter Lorance , Corbate Planning , An executive viewpoint , Printice hall inc. ۱۹۸۰ .
- ۲- W.F.Glueck , L.R.Jauch, Business policy and Strategic Management , McGraw Hill, ۱۹۸۴.





## حقوق بازرگانی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

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 دروس :

- 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

## سیستمهای اطلاعاتی مدیریت

تعداد واحد : ۲



تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : اصول مدیریت

**هدف :** اجرای امور محوله مدیران بر اساس طبقه بندی و تفسیر اطلاعات مورد نیاز برای تصمیم گیری در

چارچوب سیستم ها و زیر سیستمها

### سرفصل دروس :

آشنایی با پیشرفتهای جدید در تئوری مدیریت ، معرفی تئوری سازماندهی و ارتباط آن با مدیریت ، بحث در اطراف جنبه های رفتاری و ترغیب در مدیریت نوین ، آشنایی با سیستم های اطلاعاتی و کاربرد آنها در زمینه تصمیم گیری ، برنامه ریزی ، طراحی و ایجاد سیستمهای اطلاعاتی در مدیریت ، مفهوم تصمیم گیری بر اساس داده ها ، بررسی مفاهیم مربوط به داده ها ، اطلاعات و ارتباطات ، تشریح سیستم های اطلاعاتی در انبارداری ، کنترل تولید ، کنترل کیفیت و تعمیرات و نگهداری .

### کتابهای مرجع :

- 1- Management Information Systems: Concepts Structure ,and applications Awad ,Elias ,۱۹۸۸.
- ۲- Management Information System , Long Larg, ۱۹۸۹.
- ۳- Management Information Systems, Davids Gordon Bitter.

## بازاریابی پیشرفته

تعداد واحد : ۲

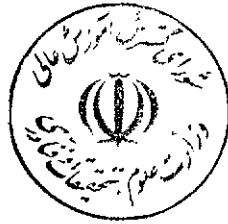
تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

سرفصل دروس :



- تجزیه و تحلیل وضعیت موجود
- بازارها و مشتریان
- ابزار تدوین طرح بازاریابی استراتژیک
- تدوین طرح بازاریابی استراتژیک
- استراتژیهای جایگاه یابی بازار
- استراتژیهای محصول و نوآوری
- استراتژیهای قیمت گذاری
- استراتژیها ترویج و تبلیغ
- استراتژی کانالهای توزیع و فروش
- پیاده سازی بازاریابی استراتژیک
- ارزیابی و کنترل بازاریابی استراتژیک
- مبانی و مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
- ارتباط با مشتری از طریق فناوری اطلاعات (e-CRM)

کتابهای مرجع :

۱- Strategic Marketing Communications Paul Smith, et al , ۱۹۹۹.

۲-Strategic Marketing Management Anderson , Viincze , December ۱۹۹۹

۳-Marketing Aesthetics : The Strategic Management of Brands , Identity and Image Bernd H.Schmitt,  
Alex Simonson , ۱۹۹۷

## مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

سرفصل دروس :

بخش اول : ترسیم صحنه سازمان

مدیریت عملکرد کیفی : چرا سازمانها ایجاد می شوند؟ چگونگی رفتار سازمان به عنوان سیستم مدیران موفق چگونه عمل می کنند؟ 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 چیست؟ چگونگی برداشت اعضای سازمان از فرهنگ آن؟ فرهنگ اجتماعی و خرده فرهنگها.





### بخش دوم : رفتار فردی

تاثیر 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 بهره وری، تفاوت‌های روانشناختی افراد و سبکهای شناختی.

چگونگی تاثیر انتظارات بر انگیزش کاری، چگونگی تاثیر ادراک از عدالت بر انگیزش، آیا انگیزش بر افراد یا گروه ها باید متمرکز شود، چگونگی تاثیر هدفها و نیاز بر انگیزش، چگونگی تاثیر قدرتمندسازی بر انگیزش، تاثیر فن آوری بر کار، عوامل کلیدی در طراحی شغل، تیمهای کاری خودگران.

### بخش سوم : رفتار میان افراد

اهمیت ارتباطات در اثر بخشی سازمانی، چگونگی استفاده از مسیرهای ارتباطاتی در سازمان، شبکه های گروه های کوچک، موانع ارتباطات، شنود موثر، شناخت ارتباطات غیر کلامی، بهبود ارتباطات میان فرهنگها، عوامل اثر گذار بر روابط متقابل شخصی، سبکهای رفتاری، سبکهای احساسی، سبکهای مدیریت تضاد.

قدرت و سیاست در سازمان : تعریف قدرت و چگونگی کسب آن، انواع قدرت، تاثیر شبکه های اجتماعی بر قدرت مدیر، تاثیر 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 راه یابی بر حل مسئله و اجرا، استراتژی های رفتاری برای تحول)



#### بخش چهارم : گروه رفتار میان گروهی

مراحل شکل گیری گروه، رفتار گروهی، چگونگی شکل گیری هنجارهای گروهی، کارکرد گروه ها به عنوان سیستمهای اجتماعی انسجام گروهی، فراگرد گروه، تیم سازی، شکل دهی تیم های جدید، ارزیابی اثربخشی تیمهای کاری.

روابط گروه : انواع روابط میان گروهی، تعامل کارکردی و غیرکارکردی، عوامل اثرگذار بر روابط میان گروهی، مدیریت تضاد میان گروهی، مدیریت روابط میان گروهی، استراتژی های هماهنگی، استراتژی های کاهش تضاد غیرکارکردی.

#### بخش پنجم : تجدید حیات فرد و سازمان

فشار یا تنیدگی در کار : تنیدگی چیست؟ علل تنیدگی، آثار نگرشی و رفتار تنیدگی مدیریت، اثربخشی 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.

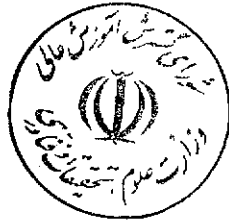
#### ضمائم

##### مدیریت مسیر ترقی

عوامل اثر گذار بر روندهای مسیر ترقی، انتخاب حرفه و مسیر ترقی، برنامه ریزی مسیر ترقی، ارزیابی مسیر ترقی، گذارگاه های مسیر ترقی، مراحل ترقی حرفه ای، تکیه گاه های مسیر ترقی.



## مدیریت منابع انسانی پیشرفته



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

### هدف :

تشریح مفهوم مدیریت استراتژیک منابع انسانی متغیرهای اصلی و فرآیند طراحی و استقرار یک نظام کارآمد مدیریت منابع انسانی از طریق استفاده وسیع از یافته های علوم رفتاری .

### سرفصل دروس :

- اکثر سرفصلهای ذیل بصورت کارگاه آموزشی ارائه می شود .
- اهمیت منابع انسانی و نقش آن در توفیق استراتژیهای سازمان
- مفهوم مدیریت استراتژیک منابع انسانی
- پویایی شناسی گروه
- فرآیند و الگوی برنامه ریزی استراتژیک در مدیریت منابع انسانی
- عناصر اصلی (حدود مشارکت کارکنان ، نظام پاداش ، نظام جذب ، بهسازی و پرورش نیروی انسانی )
- در انتخاب الگوی مدیریت منابع انسانی
- ویژگیها و آثار اصلی یک الگوی کارآمد مدیریت استراتژیک منابع انسانی

### کتابهای مرجع :

گزیده از مباحث کتب زیر همراه با مقالات مرتبط با موضوع درس :

۱-Michael Beer et.al “Managing Human Assets” The free press ۱۹۸۴.

۲-Robert E. callahan er al . “Understanding Organizational Behaviour , A Managerial Viewpoint” Charte and Merrill Publishing ۱۹۸۶.

## اقتصاد بین الملل

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

### سرفصل دروس :

نگاه کلی، مطالعه محیط های حقوقی - سیاسی رویارویی داد و ستد، انسانها و محیطهای فرهنگی، نظریه ها و نهادها، داد و ستد و سرمایه گذاری، نظریه اقتصاد بین المللی، تاثیر سیاست دولت بر اقتصاد بین المللی، سرمایه گذاری خارجی، نظریه ها و نهادها در اقتصاد بین المللی، ارزیابی و انتخاب کشور مورد نظر، تاثیر شرکت های چند ملیتی در اقتصاد بین المللی.

### کتابهای مرجع :

- ۱- داد و ستد بین المللی، محیط ها و عملیات، جلد ۱ و ۲، نویسندگان، جان دی - دانیل و لی - اچ - رادبو. ترجمه محمد هادی نژاد حسینیان ۱۳۷۷.
- ۲- اسناد بین المللی، علی فتحعلی تهرانی ۱۳۷۵.
- ۳- تئوری و مسائل اقتصاد بین الملل، دو مینگ سالواتوره.





# دروس تخصصی



# گرایش بازرگانی بین المللی

## بازرگانی بین المللی



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

### سرفصل دروس :

محیط بازرگانی بین المللی ، حکومت ها و شرکت های بین المللی ، کنترل های دولتی و مسئولیت های اجتماعی ، ساختار شرکتهای بین المللی ، سیاست ها کنترل ها در شرکتهای بین المللی ، برنامه ریزی بلند مدت ، مسائل سال به شرکتهای تجاری بین المللی ، مدیریت منابع انسانی در شرکت های تجاری بین المللی ، تولید در سطح جهانی ، صادرات و بازاریابی بین المللی ، مدیریت بازرگانی در شرکت های چند ملیتی و بین المللی ، تجزیه و تحلیل موقعیت های بازار ، سیستم اطلاعاتی بازار ، تجزیه و تحلیل رفتار مصرف کنندگان و خریداران ، تجزیه و تحلیل بازارهای صنعتی ، استراتژی کالا ، طرح و برنامه ریزی اختلاط استراتژی ارتباطات .

### کتابهای مرجع :

۱- International Management , Anant R. Megandhi , ۱۹۸۷.

۲- بازرگانی و بازاریابی بین المللی Marketing & International Marketing ، دکتر پرویز

مجتهدی ، ( دکتر محمد علی مجتهدی ) ، شیرین نشر ۱۳۷۲

## مدیریت شرکتهای چند ملیتی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

سرفصل دروس :

تعریف فرهنگ و بازاریابی ، فرهنگ مصرفی ، اخلاق و بازاریابی ، فرهنگ مصرفی و فرهنگ مصرف کننده ، مطالعات موردی تعریف شرکتهای چند ملیتی ، محیط چند ملیتی ، محیط اقتصادی ، قوانین و مقررات محیط تجاری - سیاسی و فرهنگی ، مدیریت عملیات چند ملیتی ، ساختار مشارکتی ، مسائل انسانی ، تصمیم گیریهای استراتژی ، سرمایه گذاری خارجی ، لیسانس و صادرات ، مشارکت با شرکتهای خارجی Joint Ventures ، مدیریت ریسک ، ارزش خارجی و عملیات سرمایه گذاری بین المللی .

کتابهای مرجع :

- 1- Marketing in a Multi cultural World . Ethnreity Nationalism & Cultural Identity , Janeen Arnold Costa , ۱۹۹۵ . Gary j. Bamossy. بازاریابی در شرکتهای چند ملیتی
- ۲- Managing Mattinational Corporations A.V.Phaten

## سازمانهای پولی و مالی بین الملل

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

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

### سرفصل دروس :

- ۱- پس اندازها و تمرکز منابع مالی جامعه .
- ۲- روشهای تشکیل سرمایه ، محاسبه هزینه سرمایه و انتخاب منبع تامین 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 موثر بر جریان پول و سرمایه ، تحولات بازارهای مالی ، تورم ، تغییرات نرخ بهره ، مبادلات ارزی .
- ۶- نقش سیستم بانکی جدید در بازارهای پول و مالی ایران .
- ۷- منابع مالی خارجی ، وامها، اعتبارات و ذخایر پول بین المللی .
- ۸- نقش درآمد حاصل از صادرات نفت در بازارهای مالی کشورهای صادر کننده .
- 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 .

## رفتار سازمانی بین المللی



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۲

نوع واحد: نظری

پیش نیاز:

هدف:

فرهنگ بر سازمان تأثیر می گذارد و بیشترین تأثیر آن در سطوح خرد از جمله ارتباط میان افراد، رفتار کار، و مذاکره با دیگران ظاهر می شود. رقابت پذیری شرکتها به ویژه شرکت های چند ملیتی مستلزم کسب مهارت های لازم جهت کارآمدی و اثربخشی در تعامل با فرهنگها و کشورهای مختلف می باشد. در این درس تأثیر فرهنگ بر سازمانها، مدیریت تنوع فرهنگی، و مطالعات موردی در زمینه رفتار سازمانی بین المللی مورد بررسی قرار می گیرد.

### سرفصل دروس:

بخش اول: تأثیر فرهنگ بر سازمانها

۱- فرهنگ و مدیریت

تعریف فرهنگ

علل تفاوت های فرهنگی

استراتژی بین المللی و فرهنگ

مدیریت بین فرهنگی<sup>۱</sup>

۲- تأثیر تفاوت های فرهنگی بر سازمانها

فرهنگ و رفتار سازمانی

روند همگرایی / واگرایی میان فرهنگ سازمانی و فرهنگ ملی

۳- ارتباط و تعامل میان فرهنگها

شناخت و تفسیر نادرست فرهنگها از یکدیگر

<sup>۱</sup> - Cross- Cultural Management





ارزیابی نادرست فرهنگها از یکدیگر

تعامل و گفتگو میان فرهنگها

بخش دوم: مدیریت تنوع فرهنگی

۴- ایجاد هم افزایی فرهنگی<sup>۱</sup>

فرهنگهای نامرئی: استراتژیهای شناسایی فرهنگها

هم افزایی فرهنگی

۵- کار گروههای چند فرهنگی<sup>۲</sup>

گونه های مختلف تنوع فرهنگی در میان کار گروهها

تأثیر تنوع فرهنگی بر کار گروهها

شرایط اثربخشی کار گروهها

مدیریت کار گروههای چند فرهنگی

۶- رهبری، انگیزش و مدیریت منابع انسانی در شرایط تنوع و فرهنگها

۷- مذاکره و چانه زنی در تعاملات بین المللی

عوامل مؤثر بر موفقیت: افراد مذاکره کننده، شرایط و موقعیت مذاکره، و فرآیند مذاکره

ویژگیهای خاص مذاکره بین المللی

فرآیند مذاکره

فنون و روشهای مذاکره

بخش سوم: مطالعات موردی در رفتار سازمانی بین المللی<sup>۳</sup>

۱- Cultural Synergy  
۲ Multicultural Teams  
۳- Case Studies

۸- مطالعات موردی حوزه های متعددی را شامل می شود و می تواند برحسب مناطق جغرافیایی مختلف و یا حوزه های فعالیت شرکتهای چندملیتی مانند فعالیتهای شرکتهای



نفتی انتخاب شود

**متون پیشنهادی:**

۱. Aler, Nancy J., International Dimensions of Organizational Behavior, ۲/E, Wadsworth Publishing Company, ۱۹۹۷.
۲. Francesco, Anne Marie, Barry A. Gold, International Organizational Behavior, ۲/E, Prentice Hall, ۲۰۰۵.
۳. Oddou, Gary R., Mark Mendenhall (editor), Cases in International Organizational Behavior, Blackwell Publishers, ۱۹۹۸.
۴. Shenkar O., Global Perspectives of Human Resource Management, Prentice Hall, ۱۹۹۵.



# گرایش بازاریابی

## مدیریت بازاریابی بین المللی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :



### سرفصل دروس :

مقدمه ای بر بازاریابی جهانی ، محیط های اقتصادی در بازارهای جهانی ، محیط های اجتماعی و فرهنگی در بازارهای جهانی ، محیطی های سیاسی ، قانونی ، نظارتی در بازارهای جهانی ، شناخت بازارهای خریداران جهانی ، نظام اطلاعات بازاریابی جهانی و تحقیقات ، تقسیم بازار ، تعیین بازارهای هدف و ثبت موقعیت در بازارهای جهانی ، صادرات و واردات ، راهبردهای بازاریابی برای ورود به بازارها و گسترش فعالیت ، تجزیه و تحلیل رقابت بین شرکت ها و طراحی راهبرد بازاریابی ، تصمیم گیری در مورد عرضه محصولات در بازارهای جهانی ، تصمیم گیری در مورد قیمت گذاری محصول در بازارهای جهانی ، کانال های توزیع و توزیع فیزیکی در بازار جهانی ، تصمیم گیری در مورد تبلیغ محصولات در بازارهای جهانی ، تصمیم گیری در مورد ارتباطات بازاریابی جهانی رهبری و سازماندهی و کنترل فعالیت های بازاریابی جهانی ، آینده بازاریابی جهانی .

### کتابهای مرجع :

۱- وارن خی لیگان - ترجمه دکتر عبدالحمید ابراهیمی .

## مدیریت صادرات و واردات

تعداد واحد : ۲



تعداد ساعت : ۳۲

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 کالاها، به نحوی که بتواند کشور را به هدف خودکفایی نسبی برساند.

### سرفصل دروس :

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 شبکه های خدمات بین المللی

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

ب- بانکها ، مؤسسات مالی و اعتباری بین المللی

ج- مؤسسات بین المللی

د- مؤسسات حمل و نقل بین المللی

ه- بورسهای بین المللی ( کالا )

و- نمایشگاهها و بازارهای ترکیبی در مدیریت صادرات و واردات

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

الف- تدابیر کالایی

ب- تدابیر قیمتی

کتابهای مرجع :



## مدیریت استراتژیک بازاریابی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

پرورش توانایی های تصمیم گیری های استراتژیک و تاکتیکی مدیران عالی .

**سرفصل دروس :**

نقش مدیران در برنامه ریزی استراتژی بازاریابی ، نقش بازاریابی در شرکت و جامعه و همچنین تحلیل فرآیند های تصمیم خرید مصرف کننده و تحلیل اقتصادی - اجتماعی - سیاسی و رقابتی ، مطالعه جنبه های مختلف فرآیند مدیریت بازاریابی ، تحلیل فرصت ها ، طراحی استراتژیهای بازاریابی در زمینه محصول ، قیمت ، توزیع ، ترفیع و سازمان دهی .

**کتابهای مرجع :**

- ۱- مدیریت استراتژیک در برنامه های توسعه پاول ، ساموئل .
- ۲- مدیریت استراتژیک ، علیرضا امیرکبیری ، دانشکده نساجی .
- ۳- سیاست بازرگانی و مدیریت استراتژیک ، ایگورانسف .
- ۴- مدیریت استراتژیک در بازرگانی صنایع ، مهدی ابراهیم نژاد .



## بازارشناسی و مسایل بازاریابی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

بررسی عمیق و جامع اصولی و روشهای مدیریت بازار و جنبه های 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 جنبه های پژوهشی و کاربردی بوده و به صورت سمینار ارائه می گردد.

سرفصل دروس :

- 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 خط مشی 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 هزینه های بازارشناسی و سهم آن در قیمت تمام شده کالا
- ۷- برنامه ریزی بازاریابی در زمینه تولید ، توزیع تامین 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 بین المللی

۱۱- نقش اتحادیه های بازرگانی منطقه ای در بازارهای جهانی

۱۲- خط مشی بازاریابی کشورهای در حال توسعه



کتابهای مرجع :



# گرایش مالی

## تئوریهای مالی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

آشنایی با جنبه های نظری ، مدیریت مالی و جنبه های نظری تجزیه و تحلیل و تصمیم گیری های مالی .

### سرفصل دروس :

- نقش بازار مالی در تخصیص زمانی منابع سرمایه ای
- تجزیه و تحلیل ریسک در تصمیمات مالی
- تجزیه و تحلیل گردش نقدینگی و کاربرد آن در ارزیابی اوراق بهادار شرکتها
- تئوریهای بافت مالی و نقش بدهی در ریسک مالی شرکتها
- مبانی تئوریک ارزیابی مالی سرمایه گذارهای بلند مدت
- تئوری مجموعه ها و رابطه آن با ریسک
- ارزیابی پروژه ها در شرایط عدم اطمینان

کتابهای مرجع :

## بازارهای پولی و مالی

تعداد واحد : ۲



تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

بررسی نقش موسسات پولی و مالی در تامین نیازهای سازمانهای بازرگانی و امور سرمایه گذاری و آشنا نمودن دانشجویان با فعالیتهای و مسایل جاری بازارهای پولی و سرمایه .

### سرفصل دروس :

- ۱- پس اندازها و تمرکز منابع مالی جامعه
- ۲- روشهای تشکیل سرمایه، محاسبه هزینه سرمایه و انتخاب منبع تامین 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 موثر 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 صادر کننده

۹- تهیه گزارش تحقیق 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

کتابهای مرجع :

## مدیریت سرمایه گذاری

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

تشریح جنبه های مختلف سرمایه گذاریهای مؤسسات دولتی و خصوصی و ارزیابی آنها در رابطه با تحولات

بازارهای پولی و مالی

سرفصل دروس :

- ۱- تجهیز و تخصیص منابع مالی مؤسسات بازرگانی
- ۲- روشهای انتخاب سرمایه گذاریهای مطلوب
- ۳- نقش بانکها در سرمایه گذاری و جذب منابع مالی جامعه
- ۴- تاثیر سیاستهای اقتصادی دولت بر سرمایه گذاریهای شرکتهای بازرگانی و مؤسسات مالی
- ۵- سرمایه گذاری و آثار آن بر بازرگانی داخلی
- ۶- سرمایه گذاریهای دولت و شرکتهای دولتی در امور صنعتی و بازرگانی
- ۷- بررسی موارد عملی در امور سرمایه گذاری ( به صورت تحقیق انفرادی که به وسیله دانشجو انجام می گردد )
- ۸- سرمایه گذاریهای کوتاه مدت ، میان مدت و بلند مدت در امور صنعتی و بازرگانی

۹- ارزیابی و انتخاب سرمایه گذاریها در کشورهای در حال توسعه با توجه به امکانات مالی این کشور

۱- تجزیه و تحلیل برنامه ریزی مالی : تجزیه و تحلیل نسبتهای مالی - برنامه ریزی مالی - بودجه

بندی نقدی - بودجه بندی نقدی و صورتهای مالی آینده نگر

۲- مدیریت سرمایه در گردش : نظری اجمالی بر مدیریت سرمایه در گردش - سرمایه گذاری در

حساب بدهکاران - مدیریت موجودیهای جنس - مدیریت صندوق

۳- تصمیم گیری در مورد بودجه بندی سرمایه ای : مقدمه ای بر بودجه بندی سرمایه ای - بودجه

بندی سرمایه ای - گردش وجوه بودجه بندی سرمایه ای ، روشهای استهلاک بودجه بندی

سرمایه ای - در مواردی که تا حدودی منوط به گردش وجوه است . بودجه بندی سرمایه ای :

توزیع احتمالات - بودجه بندی سرمایه ای : طبقه بندی مسائل - بودجه بندی سرمایه ای :



مشکلات اساسی - بودجه بندی سرمایه ای : مفاهیم احتمالات

۴- هزینه تامین سرمایه

۵- تصمیم گیری در مورد تامین 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 تامین مالی بلند مدت .

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

کتابهای مرجع :

## بازارها و موسسات مالی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :



- بررسی ساختار، نحوه عملکرد و نقش موسسات مالی در نظام مالی و آشنایی دانشجویان با تحولات و مسائل مربوط به این موسسات و همچنین بررسی بافت و نقش فرآورده های مالی.

### سرفصل دروس :

- ۱- بررسی کلان نقش موسسات مالی و عملکرد و تقسیم بندی آنان
- ۲- بررسی کلان بازارهای مالی و پولی، فرآورده های مالی و تقسیم بندی لازم
- ۳- موسسات واسطه ای : بانکها و شبه بانکها
- ۴- موسسات قراردادی : شرکتهای بیمه، صندوق بازنشستگی و غیره
- ۵- موسسات سرمایه گذاری : شرکتهای تامین مالی و غیره
- ۶- موسسات غیر واسطه ای : کارگزاران بورس، میرچال فاندها و غیره
- ۷- مقررات زدایی و دیگر تحولات و تاثیر آنها
- ۸- موسسات مالی بین المللی : صندوق بین المللی پونک، بانک جهانی و بی آی . اس
- ۹- فرآورده های مالی و تعیین بازدهی
- ۱۰- فرآورده های مالی مشتعالی و ارزیابی آنها



۱۱- تهیه گزارشهای تحقیقی توسط دانشجویان در مورد موسسات مالی ، فرآورده های مالی و یا

مسائل مربوط به آنها

۱۲- بررسی مسائل عمده جاری در مورد موسسات مالی و یا فرآورده های مالی در داخل و یا خارج

از کشور



کتابهای مرجع :



# دروس اختیاری

## مدیریت کیفیت و بهره وری

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲



نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

سرفصل دروس :

- سیر تکامل روند موضوع کیفیت در صنایع ( حرکت از مهندسی کیفیت به مدیریت کیفیت ) ، روند مدیریت کیفیت جامع عوامل کلیدی در مدیریت کیفیت ، دمینک ، کرازبی ، جوران مدیریت سیستم کیفیت ، اصول سیستم کیفیت ، ارزیابی کیفیت ، اطمینان از کیفی Q.A ( سری استاندارد ISO ۹۰۰۰ ) مدیریت منابع انسانی ، لزوم کنترل در کیفیت جامع ، استراتژی تولید بموقع ، مفاهیم بهره وری ، تحلیل بهره وری در سیستمهای تولیدی سنتی و مدرن ، طریقه اندازه گیری ، روشهای آماری برای بهبود بهره وری ، روشهای تخمین بهره وری ، محدودیتها ، شاخص ها بهره وری ، نحوه تحلیل و کاربرد آنها ، مدلهای اقتصادی ، شاخص های مالی ، نقش اندازه گیری در بهبود بهره وری ، برنامه ریزی بهره وری ، استراتژیهای بهبود بهره وری ، کایزن و نوآوری ، بهره وری و تحقیق و توسعه ، ایجاد پایگاههای اطلاعاتی و سیستمهای حمایتی برای اندازه گیری بهره وری ، مدیریت سیاست و بهبود ، مدیریت هماهنگی عرضی ، مدیریت هماهنگی برای کیفیت ، برای هزینه و برای تحویل .

کتابهای مرجع :

۱- Total Quality Control , Fegenbam.McGraw Hill, ۱۹۸۹.

## اقتصاد کلان

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

بررسی سیستم حسابداری ملی ، تحصیل اجزای تشکیل دهنده تقاضا و عرضه کل ، تنظیم مدل ایستادی کلان و ارزیابی آثار سیاست های پولی ، مالی و درآمدی بر متغیرهای کلان در قالب این مدل ، تحلیل روند قیمت ها ، بیکاری و ارتباط بین آنها و بالاخره آشنا نمودن دانشجویان با مفاهیم رشد اقتصادی از عمده مسائلی است که در این درس مورد توجه می باشد .

سرفصل دروس :

۱- مروراجمالی از مفاهیم و متغیرهای کلان ، تحلیل حسابداری ملی ، کاربرد شاخص قیمت ها در تحلیل های کلان .

۲- تحلیل تقاضای کلی

چگونگی تعیین درآمد در قالب مدل دو و سه بخش ، مفاهیم ضریب افزایش (منحنی IS) ، تحلیل بازارهای پول و اوراق قرضه ، عرضه و تقاضای پول ، منحنی IM ، مدل تعادل ایستا در بخش تقاضای اقتصاد ، منحنی تقاضای کلی ، ارزیابی آثار سیاست های پولی و مالی و اختلالات در بخش تقاضای اقتصاد

### ۳- تحلیل عرضه کل

تجزیه و تحلیل بازار کار، تابع تولید، آثار تغییر قیمت ها، دستمزدها و انتظارات قیمتی، به دست آوردن منحنی عرضه کل، اختلافات در بخش عرضه اقتصاد.

### ۴- مدل تعادل ایستای کلان:

تعیین مقدار تعادلی درآمد، اشتغال، قیمت ها و نرخ تزیل - ارزیابی آثار سیاست های پولی و مالی بر متغیرهای کلان - ارزیابی آثار سیاست های درآمدی (سیاست های کنترل قیمت و دستمزدها)



### ۵- اقتصاد کلان باز

دخالت بخش تجارت خارجی، تحرک بین المللی سرمایه، تحلیل تراز پرداختها آثار سیاستهای پولی و مالی در شرایط متنوع نرخ ارز در اقتصاد باز.

### ۶- تعمیم مدل تعادل ایستای کلان

تحلیل اجمالی از: تئوریهای مصرف و سرمایه گذاری - تئوریهای تقاضا و عرضه پول (تعیین مقدار تعادلی درآمد، اشتغال، قیمت ها و نرخ بهره در قالب مدل تعمیم یافته)

### ۷- تحلیل های پویا (میان مدت)

تحلیل روند قیمت ها (تورم)، دستمزدها، رابطه میان تورم و بیکاری (منحنی فیلیپس) معرفی اجمالی از مفاهیم رشد و ویژگی های کلی مدل های رشد اقتصادی.

## اصول مدیریت بازاریابی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری



پیش نیاز : اقتصاد کلان و مبانی سازمان و مدیریت

هدف :

آشنایی کردن دانشجویان با مفاهیم کلی مدیریت بازار و کاربرد آن در رابطه با بیمه و نیازهای جامعه در جهت خودکفایی و رفع نیازهای مادی و معنوی و با توجه به شرایط موجود از نظر فرهنگی ، اجتماعی ، مذهبی و اقتصادی .

سرفصل دروس :

۱. مفاهیم مدیریت بازار ( دید داخلی سازمان )
۲. انواع مختلف بازار و محیط بازاریابی ( دید خارجی سازمان )
۳. تقسیمات بازار و نیازهای مختلف خریدارن
۴. رفتار خریدار
۵. اندازه گیری کمی بازار و پیش بینی فروش
۶. اهداف بازرگانی و سازمان بازاریابی
۷. برنامه ریزی بازاریابی عمومی و بازاریابی بیمه مخصوص
۸. نحوه تصمیم گیری در زمینه بازاریابی
۹. تحقیقات بازاریابی
۱۰. سیستم بازاریابی و انواع مدل‌های بازاریابی
۱۱. چگونگی ایجاد خلاقیت در مدیریت بازار

## نظریه و فرآیند تحول سازمان

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :



- احاطه دانشجویان به فنون بهبود و بازسازی سازمان

- آشنایی دانشجویان با شیوه های تغییر و تحول و توسعه سازمانی

### سرفصل دروس :

- بررسی فنون جدید اصلاح رفتار سازمانی برای بهبود عملکرد و افزایش بهره وری
- تجزیه و تحلیل تحول در سازمان و مدیریت نقش آن در رفتار کارکنان
- تجزیه و تحلیل فرآیند توسعه مهارت های تحلیلی در امور تحول سازمان و مسیر تاریخی تحولات سازمان
- بررسی جنبه های گوناگون تحول سازمان و تبیین روش های توصیفی هنجاری در گسترش دانش و نظریه های مدیریت رفتار سازمانی
- تجزیه و تحلیل اثر بخشی و بهره وری سازمان

کتابهای مرجع :

## مدیریت طرحهای توسعه

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :

سرفصل دروس :

پروژه و طرحها در سازمانهای معاصر ، بنیانگذاری پروژه ، طراحی مدل ، مدیریت پروژه ، نقش و مسئولیتهای مدیر پروژه ، بررسی در پروژه ، سازمان پروژه ، پروژه به منزله بخشی از سازمان اجرایی ، طرح ریزی پروژه ، مذاکره در رفع برخورد ، اجرای پروژه ، روشهای اجرای پروژه ، زمانبندی ، تخصیص منابع ، سیستم های نظارت و اطلاعات ، چرخه برنامه ریزی ، نظارت به کنترل ، کنترل پروژه ، روش ختم پروژه .

کتابهای مرجع :

- ۱- Project Management (A managerial Approach)  
Jack.R.Meredith/Samuel / J.Mantel. John wiley / asons
- ۲- A Guide to the Project Management Body of knowldge.



## رفتار مصرف کننده

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

مصرف کننده و نقش وی در میزان فروش ، شناخت مصرف کننده و گروه بندی آنان بر حسب مشخصات عمده آنان ، انگیزه های خرید و مصرفی بادوام و صنعتی ، عوامل موثر در ایجاد و تغییر انگیزه مصرف کننده ، نقش آگهی و شایعه در تغییر انگیزه مصرف کننده ، تغییر انگیزه ها و تغییر الگوی مصرف در چارچوب موقعیت اقتصادی کشور ، تطابق ترکیب محصول با الگوی مصرف .

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

تداوم خرید کالای مصرف Srand Loyalty تداوم خرید کالاهای صنعتی از یک واحد تولید Source Loyalty نقش عادت در تصمیم گیری مصرف کننده و تداوم خرید ، نظریه پاولوف نقش نام و علامت تجاری در یادآوری انجام یک بررسی پیرامون رفتار مصرف کننده .

سرفصل دروس :

کتابهای مرجع :

## بازاریابی صنعتی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

آشنایی عمیقی با نظام بازار صنعتی و فرآیند عملکرد عوامل آن

### سرفصل دروس :

تفاوت بازاریابی کالاهای صنعتی و کالاهای مصرفی ، قیمت گذاری ، روشهای گسترش بازار ، عرضه محصولات جدید به بازار ، بسته بندی ، توزیع کالاهای صنعتی و نقش فروشنده در بازاریابی صنعتی ، وجوه اشتراک بازاریابی صنعتی با مدیریت تولید ، اقتصاد مدیریت و سایر مجموعه های 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 نمونه گیری استفاده از نتایج حاصل از تحقیقات بازاریابی صنعتی در تهیه برنامه های بازاریابی در واحدهای تولیدی .

کتابهای مرجع :

## تجارت الکترونیک

تعداد واحد : ۲



تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : مدیریت زنجیره عرضه

### هدف :

هدف این درس بررسی موضوعات مهم و استراتژیهای لازم برای تاسیس یک تجارت الکترونیکی موفق می باشد. این درس در مورد خصوصیات سازمانها و بازارهای تجارت الکترونیکی بحث می کند و انواع تجارتهای الکترونیکی از قبیل B2C، B2B، C2C را معرفی می نماید. دانشجویان در این درس قادر خواهند بود تا با شناخت کامل خصوصیات بازارهای جهانی و الکترونیکی و نیز سازمانهای تجارت الکترونیکی، استراتژیهای سودمند و تکنولوژیهای جدید را برای منطبق ساختن شرکتهای تجاری با تغییرات سریع بازارهای جهانی و تجارت الکترونیکی بکار گیرند.

### سرفصل دروس :

- ۱- مروری بر تجارت الکترونیکی
- ۲- مکانیزم بازار تجارت الکترونیکی
- ۳- پویایی بازارهای تجارت الکترونیکی در قرن ۲۱
- ۴- بررسی بازارهای جهانی و تحولات سریع آنها
- ۵- اقتصاد جهانی
- ۶- خصوصیات سازمانهای تازه متولد شده روی شبکه
- ۷- خصوصیات لازم برای انتقال سازمانهای قدیمتر به روی شبکه

## تجارت الکترونیک

- ۶- خصوصیات سازمانهای تازه متولد شده روی شبکه
- ۷- خصوصیات لازم برای انتقال سازمانهای قدیمتر به روی شبکه
- ۸- خصوصیات سازمانهای الکترونیکی منعطف
- ۹- خرده فروشی محصول و خدمات در تجارت الکترونیکی
- ۱۰- تجارت الکترونیکی B2B (شرکت با شرکت)
- ۱۱- ارزیابی بازارهای الکترونیکی B2B
- ۱۲- ارزیابی بازارهای الکترونیکی C2C (مشتري با مشتري)
- ۱۳- تجارت الکترونیکی B2C (شرکتها با مشتریان)
- ۱۴- تجارت الکترونیکی B2G (شرکتها با دولتها)
- ۱۵- تجارت الکترونیکی G2B (دولتها با شرکتها)
- ۱۶- تجارت الکترونیکی داخل شرکتها
- ۱۷- بازاریابی فرد به فرد و خدمات دهی فرد به فرد تجارت الکترونیکی
- ۱۸- تجارت الکترونیکی از طریق موبایل
- ۱۹- انجمنهای الکترونیکی و اینترنتی
- ۲۰- تجارت الکترونیکی جهانی و بین المللی
- ۲۱- استراتژیهای پویا برای تجارت الکترونیکی



## مدیریت سیستم و برنامه ریزی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :



سرفصل دروس :

مفاهیم سیستم ، تئوری عمومی سیستم ، تئوری سازمان ، فن آوری اطلاعات ، فن آوری اطلاعات و  
تشکیلات ، طراحی سیستم های مدیریت ، مسائل انسانی سیستم ها ، کنترل های مدیریتی ، سایبرنتیک.

کتابهای مرجع :

1-Management Systems “ Peter P. Schoderbeh ”

## مدیریت عملیات

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

### سرفصل دروس :

در این درس کلیات مسائل مربوط به طراحی ، طرح ریزی و مدیریت و کنترل عملیات سیستم های تولیدی و خدماتی مورد بحث واقع می شوند و ارتباط نهادهای مختلف سیستم در هر یک از قسمتهای طراحی ، طرح ریزی و کنترل مدیریت عملیات روشن می شود . طراحی محصول ( رویکرد نیمی در طراحی محصول ، از بازاریابی تا طراحی ، نقش پتانسیل های بخش های داخلی کمپانی در طراحی محصول ) طراحی ظرفیت ، طراحی فرآیندها ، ماشین آلات ، طراحی مشاغل ، ، طرح ریزی منابع ، طرح ریزی عملیات به موقع ، برنامه های زمان بندی ، مدیریت مواد نیروی انسانی ، تکنولوژی ، کیفیت ، بهره وری ، بخش عملیات و ارتباط آن با دیگر بخش های سازمان ، استراتژی عملیات ، طراحی محصول ، سرویس و فرآیند ، ظرفیت عملیات ، جایابی تسهیلات ، طراحی مشاغل ، استانداردهای تولید و عملیات ، اندازه گیری کار ، برنامه ریزی جامع و زمانبندی تولید یا خدمات ، کنترل موجودیها و مواد ، مدیریت کیفیت و بهره وری .

کتابهای مرجع :

- ۱- Operation Management , Concept , Method , and Strategies  
Merk.A. West Publishing Compeny, ۱۹۸۹.
- ۲- Production and Operation Management , Jay, H, and Barry,R,Allyn  
and Bacon, ۱۹۹۱.
- ۳- Production & Operation Management , Thomas E.H.Irwin , ۱۹۸۵.
- ۴- Production & Operation Management , Everett.E.Adam,JR.Ronald  
J.Ebert.Prentice-Hall, ۱۹۸۹.
- ۵- P.O. Management. Everett.Adam,JR.Ronald J.Ebert,Prentice --  
Hall,۱۹۸۹.
- ۶- Operation Management , James, B,Oilworth , McGraw hill, ۱۹۹۲.
- ۷- Operation Management , John O.Mcclaip , L.Joseph  
B.Mazolla.printice hall , ۱۹۹۲.



## مذاکرات بین المللی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز :

هدف :



سرفصل دروس :

هدف از مذاکره ، تعریف عمل مذاکره ، تعیین فرصتهای مذاکره ، فلسفه برد و باخت ، داد و ستان ، ویژگی های مذاکره موفقیت آمیز ، مراحل مذاکره ، استراتژیها در مذاکره ، راههای مذاکره .

کتابهای مرجع :

۱- اصول و مذاکره ، ترجمه مسعود جبه ای ، سازمان سیاحتی ، ۱۳۷۰

۲- مادوکس ، رابرت ، مهارتها و قرن کاربردی در مذاکره ، مهدی ایرانی نژاد ، ۷۰۴



## تجارت بین الملل

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری



پیش نیاز : اقتصاد خرد و اقتصاد کلان

هدف :

شناخت سیاستها و الگوهای بازرگانی خارجی و پرداختهای جهانی در سیستمهای مختلف و ارتباط آنها با مسائل اقتصاد داخلی .

### سرفصل دروس :

- ۱- تئوریهای کلاسیک : عرضه ، تقاضا و تعادل بین الملل .
- ۲- تئوریهای نئوکلاسیک : هزینه فرصت ، منحنی بی تفاوتی جامعه و مزیت نسبی ، تعادل بین الملل .
- ۳- تئوری مدرن : شدت کاربرد عامل تولید و فراوانی عامل تولید ، نسبتهای عوامل تولید ، قیمت عامل تولید و قیمتهای کالاها ، علل و معلول تجارت بین الملل و معمای لیانتیف .
- ۴- رشد اقتصادی و تجارت : اثر رشد اقتصادی روی تجارت ، منابع موثر در رشد اقتصادی و تجارت بین الملل ، رشد در یک اقتصاد باز ساده با روند تجارت در کشورهای در حال توسعه و پیشرفته .
- ۵- تجارت و رفاه : تجارت و رفاه افراد ، دستاوردهای تجارت بین الملل .

## ۶- سیاستهای تجارت بین الملل

مالیاتیهای واردات و صادرات : در مورد یک کشور در حال توسعه و مورد یک کشور بزرگ ،  
مالیاتیهای تجاری و رفاه ، آثار داخلی تجارت بین الملل ، بحث صنایع نوپا و اهداف غیر اقتصادی ،  
نظریه های تجاری ، روش تعادل جزئی و کلی ، سیاستهای بازرگانی و مبادلات بین المللی ایران ،  
شرکتهای چند ملیتی در سیستمهای اقتصادی بازرگانی دولتی

کتابهای مرجع :



## کار آفرینی

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :



ایجاد خلاقیت راهکار در کارآفرینی و توسعه صنایع کوچک

سرفصل دروس :

توسعه کارآفرینی ، کارآفرینی و رشد اقتصادی ، نقش دولت در توسعه کارآفرینی ، هویت کارآفرینی ،  
صفات کارآفرینی ، منشا و سرچشمه کارآفرینی ، ارزیابی افراد برای کارآفرینی ، سیر تاریخی مفهوم  
کارآفرینی ، کارآفرینی در سازمان ، آموزش و کارآفرینی ، مدل‌های کارآفرینی .

کتابهای مرجع :

- ۱- کارآفرینی ، تعاریف ، نظریه ها و الگوها ، دکتر محمود احمد پور .
- ۲- سازمان های کارآفرین ، جلیل صمد آقایی ، مرکز آموزش مدیریت دولتی .

## روش تحقیق

تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۲

نوع واحد : نظری



پیش نیاز : روش تحقیق ( دوره کارشناسی ارشد )

### هدف :

- تسلط کامل دانشجویان بر تجزیه و تحلیل فلسفه علم و معرفت شناسی با درک روابط واقعی متغیرها و پدیده های اجتماعی
- توانایی در بررسی عمیق و جامع مشکلات عمومی و ارائه راه حل برای آنها
- بررسی روش های میدانی بکار گرفته شده و تکنیک های تجزیه و تحلیل اطلاعات در رساله های دکتری

### سرفصل دروس :

- معرفت شناسی ، فلسفه علمی و روش شناسی علمی
- نقش مفاهیم و ارزشها در روش علمی و کاربردی
- جایگاه تحقیق و پژوهش در تئوری سازی
- طراحی و توسعه مدل های نظری و تحلیلی برای تجزیه و آزمایش الگوهای مدیریت دولتی
- ارائه و بررسی طرح های مختلف تحقیق و تجزیه و تحلیل مسایل مدیریت (Research Designs)
- طرح و شکل گیری ، استراتژیها و ابزارهای روش شناسی برای انجام تحقیقات
- دستیابی به شیوه های علمی و شناخت و کشف حقایق و مشکلات و ارائه راه حل برای آنها
- آماده کردن دانشجویان برای طراحی و اجراء تحقیقات گسترده در جهت کنکاش عمیق و نظریات و مشکلات عمومی