



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

## بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

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

۱. عنوان برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته 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 ۱۳۹۵/۹/۱۴ 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 نوه ابراهیم

دبیر شورای عالی برنامه ریزی 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 آیین 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 الاجراست.
- 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 ارشد صحیح است. به واحد ذیربط ابلاغ شود.

رضا فربا

دکتر رضا فرجی دانا  
رئیس دانشگاه

دکتر سید حسین حسینی  
معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشگاه

دکتر علی افشار بکنلو  
دبیر شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه



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 فزاینده‌ای برخوردار شده است. توسعه تجارت الکترونیکی نیازمند توانمندی‌های 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 مهمترین 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 است. دانش‌آموختگان این دوره می‌توانند در سازمانهای دولتی و موسسات خصوصی در زمینه‌های مختلف تجارت الکترونیکی فعالیت کنند.



## ۳. توانایی و مهارت

دانش‌آموختگان این رشته قادر خواهند بود بعنوان کارشناس ارشد تحلیل‌های 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. طول 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 دوس ۱۶ ساعت می‌باشد.

## ۵. واحدهای درسی

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



۱. درس اجباری ۱۸ واحد

۲. درس اختیاری ۸ واحد


۳. پروژه پایان نامه ۶ واحد

جمع واحدها ۳۲ واحد

#### ۶. شرایط پذیرش

پذیرش در این دوره منوط به موفقیت در آزمون منمرکز ورودی کارشناسی ارشد رشته اقتصاد و تجارت الکترونیکی می باشد. فارغ التحصیلان دوره کارشناسی رشته های مدیریت (کلیه گرایش ها)، اقتصاد (کلیه گرایش ها)، مهندسی کامپیوتر (نرم افزار) و مهندسی صنایع می توانند 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. 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 می باشد. دانشجویان موظفند از بین واحدهای اختیاری ۶ واحد را جهت تکمیل دوره بگذرانند.

#### ۷-۱- دروس پیش نیاز

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 کاستی هایی 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 دهند. فهرست دروس اجباری در جدول (۲) آورده شده است.

#### ۷-۳- دروس اختیاری

دروس اختیاری امکاناتی را برای فعالیتها تخصصی متمرکز بیشتر دانشجویان 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 نامه

در این دوره هر دانشجویی با انجام یک پایان نامه ۶ واحدی، در مورد یکی از موضوعات اقتصاد تجارت الکترونیکی به تحقیق می پردازد. موضوع پایان نامه الزاماً بایستی در یکی از زمینه های مرتبط باشد و زمینه لازم برای انجام آن با دروس اخذ شده توسط دانشجویان در این دوره فراهم شده باشد. نحوه تصویب موضوع پایان نامه، ارزیابی و دفاع آن مطابق آیین نامه های تحصیلات تکمیلی می باشد.





فصل دوم  
جداول دروس



جدول (۱): دروس پیشنهادی

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 اجباری (۱۸)

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد ساعت	پیشنیاز
۱	اقتصاد خرد پیشرفته	۴	۶۴	---
۲	اقتصاد کلان پیشرفته	۴	۶۴	---
۳	بازارهای 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 اختیاری (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 سنتی	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: پیشیاز

پیش‌نیاز: ندارد

### اهداف درس:

این درس بعنوان بک دروس پیش‌نیاز در راستای ایجاد آمادگی اولیه در دانشجویانی که با مباحث 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 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: پیش نیاز

پیش نیاز: ندارد

### اهداف درس:

در این درس روش ها و تکنیک های لازم برای توسعه سیستم های نرم افزاری برای تعیین مشخصات، طراحی منطقی، طراحی جزئی، پیاده سازی، آزمون و نگهداری سیستم و کار گروهی به دانشجویان آموزش داده می شود.

### سرفصل مطالب:

۱. تعریف مهندسی نرم افزار.
۲. نقش و اهداف مهندسی نرم افزار در تولید سیستم های کامپیوتری (وزارت مع).
۳. فراروند ساخت و ایجاد نرم افزار.
۴. مدل های چرخه حیات سیستم.
۵. روش های طراحی نرم افزار (عملکرد گره فراروند گره داده گره شی گره).
۶. استراتژی های پیاده سازی نرم افزار.
۷. تکنیک های مستند سازی، آزمایش، واری، تشخیص اعتبار، صحت و قابلیت اطمینان نرم افزار.
۸. روش های اشکال زدایی.
۹. استفاده مجدد از نرم افزارها.



## اقتصاد خرد

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیشیاز

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 مصرف‌کننده
۳. نظریه بنگاه
۴. ساختار بازار
۵. نظریه توزیع
۶. نظریه اطلاعات



## اقتصاد کلان

تعداد واحد: ۳ واحد

نوع درس: پیشیاز

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: پیشیاز

پیش نیاز: 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 نظریه اقتصادی 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 مصرف‌کننده  
ترجیحات مصرف‌کننده - توابع مطلوبیت - انتخاب مصرف‌کننده - نظریه تقاضا - روش‌های همبستگی و اسلاتسکی - اضافه رقاء مصرف‌کننده - ریسک و عدم اطمینان - تجارت الکترونیکی و نظریه مصرف‌کننده.
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 - تعیض 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 پیشرفته

تعداد واحد: ۴ واحد

نوع درس: اجباری

پیش‌نیاز: ندارد

### اهداف درس:

آشنایی با تحلیل‌های کلان اقتصادی، شناخت‌های 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      پیشیاز: هیچ

**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- مذلهای 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 و سایر کنورها 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

پیش نیاز: اقتصاد اطلاعات



## اهداف درس:

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

## سرفصل مطالب:

1. تعاریف و مفاهیم تجارت الکترونیکی: تراکنش الکترونیکی، کسب و کار الکترونیکی، مدل‌های کسب و کار الکترونیکی
2. جایگاه تجارت الکترونیکی در کسب و کار الکترونیکی
3. نقش تجارت الکترونیکی در تجارت خارجی
4. بسترهای تجارت الکترونیکی (بانکداری الکترونیکی، بیمه الکترونیکی، مسائل فرهنگی، زیرساخت حقوقی، آمادگی فنی و...)
5. زیرساختار سازمانی تجارت الکترونیکی (الگوهای مهندسی مجدد فرآیندها)
6. مدیریت ارتباط با مشتریان و بازاریابی الکترونیکی
7. تجارت الکترونیکی در سازمانهای کوچک و متوسط
8. معرفی نمونه‌های موفق بین‌المللی در تجارت، کسب و کار و بازاریابی الکترونیکی
9. تجارت الکترونیکی و تسهیل تجاری
10. ساختار بازار و قیمت گذاری در تجارت الکترونیکی (E-Market Structure)
11. تعامل عملکرد کلان اقتصادی و تجارت الکترونیکی
12. 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 مکاتیبم توسعه تجارت الکترونیکی و اینکه چه مراحل 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 بینگاه‌های 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 مصرف‌کننده، 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. اطلاع‌رسانی 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 نیایی و واریانس ناهمسانی - پیش‌بینی یا استفاده از الگوی رگرسیون یک معادله‌ای.
۲. معادلات همزمان
۳. الگوهای سری‌های زمانی - الگوهای مختلف معاملات همزمان - کاربرد معادلات همزمان



## سمینار در مسائل اقتصاد تجارت الکترونیکی

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اختیاری

پیش‌نیاز: ندارد

### اهداف درس:

۱. افزایش آمادگی دانشجوی 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:

در این درس پیشنهاد می‌گردد 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



### 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 خرد اقتصادی فناوری اطلاعات و ارتباطات 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 دیجیتال و بررسی تطبیقی تجریبات کشورهای پیشرفته در حال 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 بین الملل



تعداد واحد: ۲ واحد

نوع درس: اختیاری

پیش نیاز: اقتصاد خرد پیشرفته

### اهداف درس:

آشنایی دانشجویان با نظریه و سیاست تجارت بین الملل و تعامل آنها با تجارت الکترونیکی.

### سرفصل دروس:

۱. مقدمه
۲. نظریات تجارت بین الملل  
سوداگران - مزیت مطلق - مزیت نسبی - هزینه فرصت - همکشر و اوهلین - معمای لئونیف - رشد و تجارت بین المللی - تجارت خارجی الکترونیکی
۳. سیاست تجارت بین المللی  
تعرفه ها - محدودیت های غیر تعرفه ای - هم پیوندی های اقتصادی - سازمان جهانی تجارت - سیاست تجاری تجارت الکترونیکی.
۴. تجارت و توسعه اقتصادی
۵. تجارت و سرمایه



## مدیریت ارتباط با مشتری

### Customer Relationship Management

تعداد واحد: ۳      نوع واحد: نظری      تعداد ساعت: ۴۸      پیش نیاز: •

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، 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 منابع 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 زیربناهای مهم توسعه تجارت الکترونیکی است. در این درس دانشجویان با روش‌های مختلف پرداخت الکترونیکی و تعامل آن با تجارت الکترونیکی آشنا می‌شوند.

### 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
- [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, Sayce 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 - Business - Enable Your Enterprise by David S. Linthicum, 2000.

## Mobile/ Wireless Commerce

- M Commerce: Technologies, Services, and Business Models by Norman M. Sadch, 2002.
- M - Business: The Race to Mobility by Ravi Kalakota, Manoj 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 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, 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.
- Net 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, 2nd 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 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

- 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



تاریخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۵

شماره ۱۱۲/۲۶۶۲

بشمار



جمهوری اسلامی ایران  
دائرة فرهنگ و آموزش عالی



دستورالعمل اجرایی موضوع کاهش سقف واحدهای ترمسی  
دوره‌های کارشناسی، کارشناسی و کارشناسی ارشد  
مصوب جلسه ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۴

۱- گروه‌های برنامه ریزی موظفند حداکثر ظرف مدت ۶ ماه برنامه‌های مصوب مربوط به خود را بازنگری کرده و سقف واحدها را تا حد مجاز کاهش دهند.

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

۳- دانشجویان شاغل به تحصیل می‌توانند بر اساس سقف تعیین شده در برنامه جدید، به تشخیص گروه آموزشی، مؤسسه ذی ربط و با رعایت شرایط زیر فارغ التحصیل شوند:  
۳.۱- واحدهای ترمسی الزامی دوره را اعم از عمومی، پایه، اصلی و تخصصی با سقف مجاز دوره جدید، گذرانده باشند.

۳.۲- برای رشته‌هایی که هنوز برنامه جدید آنها ابلاغ نشده است، سقف واحدها در صورت کارشناسی برای رشته‌های فنی و مهندسی ۱۲۵ واحد و برای سایر رشته‌ها ۱۲۵ واحد و برای دوره کارشناسی ارشد ۱۲۰ واحد است.

۳.۳- آن دسته از دانشجویانی که در جدول بند ۳.۱ قرار نمی‌گیرند یعنی تعداد واحدهای گذرانده شده آنها کمتر از حد مجاز است، می‌توانند از نیمسال تحصیلی بعد کمبود واحدهای ترمسی خود را تا سقف تعیین شده برابر برنامه جدید بگذرانند، در این صورت:  
الف- کلیه واحدهای گذرانده شده قبلی بازشجو، حتی اگر در برنامه جدید حذف شده باشد، پذیرفته می‌شود.

ب- موسساتی که در برنامه جدید با تعداد واحد کمتر یا بیشتر عرضه شده‌اند و دانشجویان همسایه آنها کمتر از حد مجاز است، بر اساس همان تعداد واحد گذرانده شده از وی پذیرفته می‌شود و تفریض به گذراندن واحدهای اضافی برای آن ترمس را ندارد.

ج- گذراندن ترمس‌هایی از برنامه قدیم که در برنامه جدید حذف شده است، برای دانشجویانی که آن ترمس را گذرانده‌اند الزامی نیست.

د- برای فراموشی از جدول فوق دوره‌های کارشناسی، کارشناسی و کارشناسی ارشد و کارشناسی ارشد دوره‌های گذراندن کلیه ترمس عمومی مصوب جلسه ۲۸۲ مورخ ۱۳۷۲/۶/۲۵ شورای عالی برنامه ریزی الزامی است.

این دستورالعمل در جلسه ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۴ تصویب گردید. دستورالعمل اجرایی کاهش سقف واحدهای ترمسی دوره‌های کارشناسی، کارشناسی و کارشناسی ارشد تصویب است. جهت اجرا ابلاغ شود.

دکتر سیدمحمدتقی چاشمی گلپایگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

رونوشت: به معاونت، مقرر وزارت فرهنگ و آموزش عالی و

معاونت محترم آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و

رئیس محترم دانشگاه آزاد اسلامی

خواهشمند است دستور فرمایید به واحدهای مجری ابلاغ نمایند.

سیدمحمدکاظم ناشی



تاریخ - ۱۳۷۲/۱۱/۲۳  
شماره - ۲۲/۳۴۹۹  
پوست

بیت



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت فرهنگ و آموزش عالی



حناقل و حناکتر واحدهای ترم 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 رویههای آموزشی، حذف، دروس ناموفق و واحدهای غیرضروری و انجام شاخهها در بعضی از رشتههای تحصیلی، حناقل و حناکتر واحدهای ترم مقاطع مختلف آموزش عالی را به شرح زیر تصویب گردانید. مصوبات از تاریخ تصویب قابل اجرا است و به موجب آن مصوبات قبلی لغو میگردد.

۱- دورههای کارشناسی حناقل ۶۷ و حناکتر ۷۲ واحد  
۲- دورههای کارشناسی حناقل ۱۳۰ واحد و حناکتر ۱۳۵ واحد (برای رشتههای مختلف فنی و مهندسی حناکتر ۱۴۰ واحد)  
۳- دورههای کارشناسی ناپیوسته حناقل ۶۵ و حناکتر ۷۰ واحد  
۴- دورههای کارشناسی ارشد ناپیوسته حناقل ۲۸ و حناکتر ۳۴ واحد (که از این تعداد ۴ تا ۱۰ واحد اختصاصی به پایان نامه دارد.)  
۵- دورههای کارشناسی ارشد پیوسته حناقل ۱۷۲ و حناکتر ۱۸۴ واحد  
۶- دورههای دکتری Ph. D حناقل ۲۲ و حناکتر ۵۰ واحد (که از این تعداد ۱۶ تا ۳۰ واحد میتواند اختصاصی به رساله داشته باشد.  
فراپوست :

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

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

ج : دانشجویان ورودی قبل از ۱۳۷۳ نیز میتوانند وضعیت تحصیلی خود را با برنامه جدید تطبیق دهند. براین صورت تطبیق واحدها و دروس با برنامههای جدید حسب مورد بر سه پایه شورای آموزشی گروه، پاکیزه، مجموعه، واحدها، ترم، این مؤسسه ذیربط است.

رایجاً در جلسات ۲۹۱ و ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی در خصوص تقلیل واحدهای ترم مقاطع مختلف تحصیلی صحیح است به اجرا گذاشته شود.

دکتر سید محمد رضا عاشقی کلپارگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

*(Signature)*

رئیس هیئت مدیران 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.

سید محمد کاظم ناشینی  
۳۱۹  
مدیر شورای عالی برنامه ریزی