



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

مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس

دوره دکتری مدیریت بازرگانی

باسه گرایش

- ۱- مدیریت بازاریابی
- ۲- مدیریت سیاستگذاری بازرگانی
- ۳- رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی

گروه علوم انسانی

کمیته تخصصی مدیریت و حسابداری



مصوب سید و دومین جلسه شورای عالی برنامه ریزی

مورخ ۱۳۷۴/۶/۱۹



تاریخ:

شماره:

پست:

بسمه تعالی

جناب آقای دکتر طلوعی

معاون محترم آموزشی واحد علوم و تحقیقات تهران

با سلام

عطف به نامه شماره ۱۵۳۶۴۳ مورخ ۸۸/۱۰/۲۸ اعلام می دارد با توجه به مندرجات سرفصل دوره دکتری مدیریت بازرگانی و دولتی مصوب جلسه ۳۰۲ مورخ ۷۴/۶/۱۹ شورایی عالی برنامه ریزی، دانشجویان این رشته علاوه بر گرایشهای درج شده در این برنامه ها می توانند با نظر گروه و دانشکده تحصیلات تکمیلی یکی از گرایشهای دوره دکتری مدیریت با ۸ گرایش، مصوب جلسه مذکور را انتخاب و دروس تخصصی آن گرایش را بگذرانند که در اینصورت با عنوان آن گرایش فارغ التحصیل خواهند شد. همچنین با توجه به مندرجات بند ب صفحه ۳ سرفصل دوره دکتری مدیریت با ۸ گرایش دانشجویان این رشته نیز علاوه بر ۸ گرایش مذکور می توانند یکی از گرایشهای دوره دکتری مدیریت بازرگانی را اخذ و بگذرانند و با همان گرایش فارغ التحصیل گردند.

دکتر حسن گیوریان

مدیر کل دفتر مطالعات و برنامه ریزی آموزشی

دانشگاه آزاد اسلامی

۲۲/۰۶/۱۳۸۸
۱۳۸۸

رونوشت:

دفتر مطالعات و برنامه ریزی آموزشی

آقای صامت مدیر کل محترم فارغ التحصیلان دانشگاه عطف به نامه شماره ۲۶/۱۹۱۷۰ مورخ ۸۸/۹/۱۹

آقای نعمی جهت درج در ۳ برنامه مذکور



بسمه تعالی

از: سازمان مرکزی

به: دبیرخانه مناطق ۱۴ گانه و کلیه واحدهای مجری دوره دکتری رشته مدیریت بازرگانی گرایش
مدیریت بازاریابی
با سلام

به پیوست تصویر مصوبه جلسه ۱۳۶ شورای برنامه ریزی دانشگاه آزاد اسلامی مبنی بر
" تصویب لیست جدید دروس دوره دکتری مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازاریابی " به همراه
جدول جدید مربوطه را جهت اجرا از ورودی ۸۸ و به بعد در رشته مذکور ارسال و اعلام
می دارد.

لیست دروس قبلی دوره دکتری مدیریت بازرگانی مصوب جلسه ۳۰۲ مورخ ۷۴/۶/۱۹
شورای عالی برنامه ریزی در گرایش مدیریت بازاریابی از ورودی ۸۸ و به بعد منسوخ اعلام
می گردد.

تسری برنامه جدید جهت دانشجویان فعلی در صورتی که در روند تحصیلی آنها خلل ایجاد
نکند بلامانع است.

دکتر جعفر حسین جی

معاون آموزشی

باسمه تعالی

اصلاحات و تغییرات در برنامه دوره دکتری رشته مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازاریابی
مصوب جلسه ۱۳۶ مورخ ۱۳۸۸/۷/۲۱ شورای برنامه ریزی دانشگاه آزاد اسلامی

بنا به پیشنهاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران و تأیید گروه علوم انسانی اصلاحات و تغییرات در برنامه آموزشی دوره دکتری رشته مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازاریابی، به شرح پیوست با اکثریت آراء به تصویب رسید.
این برنامه جایگزین برنامه قبلی مصوب جلسه ۳۰۲ مورخ ۱۳۷۴/۲/۱۹ می شود و برای دانشجویانی که از این تاریخ به بعد وارد دانشگاه می شوند لازم اجرا است و تسری آن به دانشجویان فعلی در صورتی که در روند تحصیلی آنها را خلل ایجاد نکند بلامانع است.

رای جلسه ۱۳۶ مورخ ۱۳۸۸/۷/۲۱ شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی دانشگاه آزاد اسلامی در مورد تصویب اصلاحات و تغییرات در برنامه آموزشی دوره دکتری رشته مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازاریابی صحیح است به واحدهای مجری ابلاغ شود.

دکتر عبدالله جاسبی
رئیس دانشگاه آزاد اسلامی

دکتر سید محمد صادق مهدوی
رئیس گروه علوم انسانی
شورای برنامه ریزی دانشگاه آزاد اسلامی

جاسبی

رونوشت: معاون محترم آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی
خواهشمند است به واحدهای مجری ابلاغ کنید.

دکتر سید محمد کاظم نائینی
دبیر شورای برنامه ریزی

BN





تاریخ:

شماره:

پوست:

فهرست دروس جدید دوره دکتری رشته مدیریت بازرگانی - مدیریت بازاریابی
مصوب جلسه ۱۳۶ شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی دانشگاه آزاد اسلامی

دروس جبرانی

ردیف	نام درس	تعداد واحد	پیشنیاز
۱	مبانی و تحلیل آماری	۲	
۲	آمار کاربردی (با نرم افزار)	۲	
۳	اسلام و مدیریت	۲	
۴	مبانی فلسفه علم و روش شناسی تحقیق	۲	
۵	تحلیل فلسفی نظریه های اقتصادی	۲	

دروس اصلی

ردیف	نام درس	تعداد واحد	پیشنیاز
۶	نقد و بررسی نظریه های سازمان مدیریت	۳	
۷	تجزیه و تحلیل مدل های کمی در تصمیم گیری های مدیریت	۳	
۸	رفتار مصرف کننده پیشرفته	۳	

دروس تخصصی

ردیف	نام درس	تعداد واحد	پیشنیاز
۹	بازاریابی صنعتی پیشرفته	۳	
۱۰	سمینار در مسائل بازاریابی	۳	
۱۱	بازاریابی بین المللی پیشرفته	۳	
۱۲	تحقیقات بازاریابی پیشرفته	۳	





بسم الله الرحمن الرحيم

برنامه آموزشی دوره دکتری مدیریت بازرگانی باسه گرایش

گروه: علوم انسانی
رشته: مدیریت بازرگانی
دوره: دکتری

کمیته تخصصی: مدیریت و حسابداری
شاخه:
کدرشته:

شورای عالی برنامه ریزی درسی و دومیین جلسه مورخ ۱۳۷۴/۶/۱۹ براساس طرح دوره دکتری مدیریت بازرگانی باسه گرایش که توسط کمیته مدیریت و حسابداری گروه علوم انسانی شورای عالی برنامه ریزی تهیه شده و به تائید این گروه رسیده است، برنامه آموزشی این دوره رادرسه فصل (مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس) به شرح پیوست تصویب کرد و مقرر می دارد:

ماده ۱) برنامه آموزشی دوره دکتری مدیریت بازرگانی باسه گرایش از تاریخ تصویب برای کلیه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور که مشخصات زیر را دارند لازم الاجراست.

الف: دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی که زیر نظر وزارت فرهنگ و آموزش عالی اداره می شوند.
ب: مؤسساتی که با اجازه رسمی وزارت فرهنگ و آموزش عالی و براساس قوانین تأسیس می شوند و بنابراین تابع مصوبات شورای عالی برنامه ریزی میباشند.

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

ماده ۲) از تاریخ ۱۳۷۴/۶/۱۹ کلیه دوره های آموزشی و برنامه های مشابه مؤسسات آموزشی در زمینه در همه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی مذکور در ماده ۱ منسوخ می شوند و دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی یاد شده مطابق مقررات می توانند این دوره را دایر و برنامه جدید را اجرا نمایند.

ماده ۳) مشخصات کلی و برنامه درسی و سرفصل دروس دوره: دکتری مدیریت بازرگانی باسه گرایش در سه فصل جهت اجرا به وزارت فرهنگ و آموزش عالی ابلاغ می شود.

رای صادره سیصد و دومین جلسه شورای عالی برنامه ریزی مورخ
۱۳۷۴/۶/۱۹ در خصوص برنامه آموزشی دوره دکتری مدیریت بازرگانی باسه گرایش

(۱) برنامه آموزشی دوره دکتری مدیریت بازرگانی باسه گرایش
که از طرف گروه علوم انسانی پیشنهاد شده بود با اکثریت آراء بتصویب
رسید.
(۲) این برنامه از تاریخ تصویب قابل اجراست.

رای صادره سیصد و دومین جلسه شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۴/۶/۱۹ در مورد برنامه آموزشی
دوره دکتری مدیریت بازرگانی باسه گرایش صحیح است بمورد اجراء گذاشته شود.

دکتر سید محمد رضا هاشمی گلپایگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

مورد تأیید است.

دکتر علی شریعتمداری
سرپرست گروه علوم انسانی

رونوشت: به معاونت محترم آموزشی وزارت فرهنگ و آموزش عالی جهت اجراء ابلاغ می شود.

سید محمد کاظم نائینی

دبیر شورای عالی برنامه ریزی



فصل اول

مشخصات کلی دوره دکتری
مدیریت بازرگانی



مشخصات کلی دوره دکتری مدیریت بازرگانی

۱ - تعریف و هدف دوره

دوره دکتری مدیریت بازرگانی بالاترین مقطع تحصیلی دانشگاهی است که به اعطای درجه دکتری می‌انجامد. دوره مذکور مجموعه‌ای هم‌آهنگ از فعالیتهای تحقیقی، علمی و آموزشی است که اهداف زیر را پی می‌گیرد:

الف - پرورش افراد متخصص و متعهد به مکتب والای اسلام برای انجام وظایف مدیریتی و راهبردی سازمانهای بازرگانی

ب - تربیت و آماده‌سازی محققان و مدرسان برای انجام وظیفه در نظام تحقیقات و آموزش عالی کشور

ج - احاطه به آثار علمی متداول و جدید مدیریت بازرگانی

د - ایجاد قدرت نقد و بررسی نظریه‌ها و تئوریهای مدیریت بازرگانی

ه - تهیه و تدوین نظریه‌های جدید متناسب با حال و هوای فرهنگی و شرایط خاص کشور

۲ - تعداد واحدهای درسی

دانشجویان دوره دکتری مدیریت بازرگانی باید ۵۰ واحد درسی دوره دکتری مدیریت را بگذرانند. در صورت لزوم دانشجویانی که در دوره کارشناسی ارشد تعداد واحدهای لازم درسی مرتبط را نگذرانده باشند باید کمبود واحدهای خود را به پیشنهاد و تصویب شورای تحصیلات تکمیلی دانشکده جبران کنند، به طوری که مجموع واحدهای کمبود از ۱۶ واحد تجاوز نکند. واحدهای درسی دوره دکتری مدیریت بازرگانی بشرح زیر است:

۱ - دروس الزامی و مشترک	۱۸ واحد
۲ - دروس انتخابی گرایش	۱۲ واحد
۳ - پایان‌نامه	۲۰ واحد
۴ - دروس کمبود	حداکثر ۱۶ واحد



۳- گرایشهای تخصصی

ادامه تحصیل در دوره دکتری مدیریت بازرگانی در قالب یکی از گرایشهای مذکور در ذیل میسر می‌گردد. دانشجویان ۱۲ واحد از مجموعه دروس هر گرایش را انتخاب می‌نمایند.

۱- گرایش مدیریت بازاریابی

۲- گرایش مدیریت سیاستگذاری بازرگانی

۳- گرایش مدیریت رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی

دانشجویان دکتری مدیریت بازرگانی می‌توانند با نظر استاد راهنما و موافقت شورای تحصیلات تکمیلی دانشکده یکی از گرایشهای مربوط به دوره دکتری مدیریت را انتخاب و دروس آن را بگذرانند.

۴- شرایط پذیرش

۱- داشتن شرایط عمومی ورود به آموزش عالی

۲- داشتن دانشنامه کارشناسی ارشد (فوق لیسانس) مورد قبول وزارت فرهنگ و آموزش عالی در یکی از رشته‌های مدیریت (مدیریت بازرگانی، مدیریت دولتی، مدیریت صنعتی، مهندسی صنایع، ...) برای ادامه تحصیل در دوره دکتری مدیریت با گرایشهای مرتبط در هر رشته تحصیلی و فارغ‌التحصیلان مدیریت صنایع برای ادامه تحصیل در گرایشهای مدیریت صنعتی

۳- قبولی در آزمون عمومی ورود به دوره دکتری شامل

نام درس	ضریب
تئوری‌های سازمان و مدیریت	۳
رفتار سازمانی	۲
اقتصاد	۲
سیاستهای بازرگانی	۳
آمار و روش تحقیق	۲



۴- داشتن حداقل معدل ۱۵ از ۲۰ یا معادل آن در دوره کارشناسی ارشد

۵ - قبولی در مصاحبه علمی (آزمون شفاهی) - از قبولشدگان آزمونهای کتبی، آزمون شفاهی زبان انگلیسی به لحاظ اطلاع از تسلط داوطلبین به زبان انگلیسی برای گذراندن دوره و همچنین آزمون شفاهی متون مدیریت برای اطمینان از تسلط داوطلبین به رشته و پی بردن به قدرت تجزیه و تحلیل و استنباط علمی آنان برگزار می‌شود.

۵ - ارزیابی مستمر برنامه

بمنظور ایجاد پویایی لازم در برنامه و سازگار ساختن آن با رویدادهای تازه مدیریت، چه از نظر دروس و بنیادهای نظری رشته و چه از نظر نیازهای جامعه، دانشگاههای مجری موظفند هر سه سال یکبار برنامه‌های اجرا شده دوره دکتری خود را از جهت علمی و اجرایی در گروه آموزشی و شورای تحصیلات تکمیلی ارزیابی کرده و نتایج آن را به همراه پیشنهادات اصلاحی خود به شورای برنامه ریزی ارسال نمایند. اعتبار برنامه‌ها موقوف به بررسی نتایج حاصل از ارزیابیها بوسیله کمیته مربوط در شورای عالی برنامه ریزی است. شورا حداکثر سه ماه پس از دریافت نتایج ارزشیابی در صورت لزوم نسبت به اصلاح و تأیید و ابلاغ برنامه اقدام خواهد کرد.



فصل دوم

**جداول دروس دوره
دکتری مدیریت بازرگانی**



دوره دکتری مدیریت

جدول شماره ۱: دروس اصلی و الزامی

پیشنیاز با زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
			۵۱	۳	فلسفه علم‌پروش‌شناسی تحقیق در مدیریت بازرگانی	۰۱
			۵۱	۳	تحلیل نظریه‌های اقتصادی	۰۲
			۵۱	۳	تجزیه و تحلیل الگوهای کمی در تصمیم‌گیری	۰۳
			۵۱	۳	فلسفه مدیریت از دیدگاه اسلام	۰۴
			۵۱	۳	مبانی فلسفی تئوری‌های سازمان و مدیریت	۰۵
			۵۱	۳	مبانی فلسفی تئوری‌های رفتار، توسعه و تحول سازمانی	۰۶
			۳۰۶	۱۸	جمع	



دانشجویان موظف‌اند در صورت نیاز، واحدهای پیشنیاز را با تشخیص گروه مدیریت بازرگانی انتخاب و با موفقیت بگذرانند.

دوره دکتری مدیریت

جدول شماره ۲: مجموعه دروس تخصصی گرایش مدیریت بازاریابی.

پیشنیاز با زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
	-	۵۱	۵۱	۳	تحقیقات بازاریابی پیشرفته	۰۷
	-	۵۱	۵۱	۳	بازاریابی بین‌المللی پیشرفته	۰۸
	-	۵۱	۵۱	۳	بازاریابی صنعتی	۰۹
	-	۵۱	۵۱	۳	مدیریت فروش و بازار	۱۰
	-	۵۱	۵۱	۳	بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده	۱۱
	-	۵۱	۵۱	۳	سمینار در مسایل بازاریابی	۱۲
				۱۸	جمع	



گذراندن ۱۲ واحد درسی از این مجموعه برای دانشجویان گرایش مدیریت بازاریابی الزامی است.

دوره دکتری مدیریت

جدول شماره ۳: مجموعه دروس گرایش مدیریت سیاستگذاری بازرگانی

پیشنیاز با زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
		۵۱	۵۱	۳	استراتژیهای بازرگانی	۱۳
		۵۱	۵۱	۳	مدیریت و سیاستگذاری در سطح ملی	۱۴
		۵۱	۵۱	۳	طراحی و اجرای سیاستگذاری در سازمانهای بازرگانی	۱۵
		۵۱	۵۱	۳	کنترل‌های استراتژیک بازرگانی	۱۶
				۲۴	جمع	



دوره دکتری مدیریت

جدول شماره ۴: مجموعه دروس گرایش رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی

پیشنیاز با زمان ارائه درس	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
				۳	نظریه رفتاری سازمان	۱۷
				۳	مدیریت رفتار سازمانی بین‌المللی	۱۸
				۳	استراتژیهای مدیریت منابع انسانی	۱۹
				۳	بررسی روابط فرد و سازمان	۲۰
				۳	تحلیل مسائل برنامه‌ریزی نیروی انسانی	۲۱
				۱۵	جمع	



فصل سوم

**سرفصل دروس مشترک دوره
دکتری مدیریت بازرگانی**



نام درس

فلسفه علم و روش‌شناسی تحقیق در مدیریت بازرگانی

کد درس ۰۱



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشیاز:

هدف:

- تسلط کامل دانشجویان بر تجزیه و تحلیل فلسفه علم و معرفت‌شناسی با درک روابط واقعی متغیرها و پدیده‌های اجتماعی

- توانایی در بررسی عمیق و جامع مشکلات عمومی و ارائه راه حل برای آنها

- بررسی روشهای میدانی بکارگرفته شده و تکنیک‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات در رساله‌های دکتری

سرفصل درس:

- معرفت‌شناسی، فلسفه علمی و روش‌شناسی علمی

- نقش مفاهیم و ارزشها در روش علمی و کاربردی

- جایگاه تحقیق و پژوهش در تئوری‌سازی

- طراحی و توسعه مدل‌های نظری و تحلیلی برای تجزیه و آزمایش الگوهای مدیریت دولتی

- ارائه و بررسی طرحهای مختلف تحقیق و تجزیه و تحلیل مسایل مدیریت (Research Designs)

- طرح و شکل‌گیری، استراتژیها و ابزارهای روش‌شناسی برای انجام تحقیقات

- دستیابی به شیوه‌های 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 نقادانه نظریات و

مشکلات عمومی

نام درس
تحلیل فلسفی نظریه‌های اقتصادی
کد درس ۰۲



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشیناز:

هدف:

مطالعه تئوریهای اقتصادی و مالی به منظور بهینه‌سازی فعالیتهای سازمان

سرفصل درس:

- بررسی تئوریهای پایه‌ای اقتصادی و مالی در پرتو بحرانها و دگرگونیهایی که در جهان رخ داده است.
- تئوریهای پایه‌ای بازارهای سرمایه Entity Theory-
- فرضیه بازار مؤثر سرمایه Enterprise Theory-
- تئوریهای سود Residual Equity Theory
- تئوریهای شخصیت واحدهای تجاری Properitery Theory-
- بررسی تئوریهای عرضه و تقاضا و رشد و تورم و بحرانهای اقتصادی در پرتو بحرانهای اخیر غرب با توجه به نظریه‌های اقتصادی اجتماعی و سیاستهای اقتصادی کشورها در این رابطه.
- بررسی تئوریهای جمعیت در رابطه با رشد و توسعه اقتصادی کشورها
- تحول و چگونگی استفاده از درآمد ملی در کشورهای جهان سوم
- تئوری تخصیص منابع بین مصرف و پس‌انداز اشخاص
- بررسی آینده روابط اقتصاد بین‌المللی غرب و تمرکز قدرت اقتصادی با رقابتهایی که در بحرانهای اخیر مطرح شده.
- بررسی آینده اقتصادی جهان سوم در چارچوب موجود تئوریهای رشد و توسعه کشورهای در حال رشد.
- بررسی تئوری تحول بازرگانی بین‌المللی و نظام پرداختهای بین‌المللی.

- تئوری نرخ بهره

- نقش بازار سرمایه در تخصیص منابع بین مصرف، پس انداز و سرمایه گذاری

- نحوه تأثیر سرمایه گذاری در ثروت اشخاص

- تئوری جریان نقدی شرکتها

- تئوری ریسک و نقش آن در تصمیمات مالی

- تئوری تقسیم سود

- آینده نظامهای اقتصادی

- مطالب و مقاله های مالی و اقتصادی



نام درس
تجزیه و تحلیل الگوهای کمی در تصمیم‌گیری
کد درس ۰۳



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: تئوریهای سازمان و مدیریت (کارشناسی ارشد)

هدف:

- احاطه دانشجویان به تجزیه و تحلیل جنبه‌های کمی نمودهای اجتماعی، گروه‌بندی نتایج مشاهده و بررسی آنها در مدیریت دولتی است. در این راستا اعضای سمینار به تحلیل و تفسیر داده‌های آماری به منظور استفاده در ارزشیابی و به عنوان ابزاری مفید در شناخت و بررسی عمیق مسائل و مشکلات مدیریت عمومی قدرت کامل خواهند یافت.

سرفصل دروس (۵۱ ساعت):

- ۱- ارائه مدلها و الگوهای کمی استنباط آماری مفید برای تجزیه و تحلیل مسائل مدیریت
- ۲- رگرسیون چند متغیره (Multiple Regression) و تجزیه و تحلیل عامل (Factor Analysis)
- ۳- تجزیه و تحلیل مسیر (Path Analysis) و مدلهای اقتصادسنجی (Econometric Models)
- ۴- تئوری و قواعد احتمالات
- ۵- سری‌های زمانی و شاخص‌ها
- ۶- محاسبه سری‌های زمانی، نوسانات فصلی و حرکات دورانی
- ۷- مدل‌های پیش‌بینی (Forecasting Models)
- ۸- برنامه‌های خطی، تجزیه و تحلیل و تغییر داده‌های کامپیوتر و نرم‌افزارهای آماری برای استفاده در تحقیقات گسترده
- ۹- ماتریسهای جبری، انواع ماتریسها، بردارها، ماتریسهای تصادفی
- ۱۰- روش ماتریسی جهت تجزیه و تحلیل رگرسیونی

نام درس
فلسفه مدیریت از دیدگاه اسلام
کد درس ۰۴



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشیاز:

هدف:

شناخت انسان در اسلام و مطالعه تطبیقی او با انسان در مدیریت غربی و تعیین زمینه‌های منفی از مثبت در این بررسی و نقش هر یک در ساختار احتمالی تفکر مدیریت و سازمان اسلامی

سرفصل درس:

- ۱- چگونگی انسان
- ۲- خصائص انسان در قرآن = مثبت و منفی
 - ۲-۱- استعداد شناخت در انسان و مراتب رشد آن در نظر قرآن و معارف اسلامی
 - ۲-۲- معرفت‌الذات فلسفی از دیدگاه اسلام
 - ۲-۳- جبر و تفویض و آزادی در اسلام
 - ۲-۴- درجات و تمرین و سلوک عرفانی در اسلام
- ۳- از کجائی انسان
 - ۳-۱- منشاء پیدایش انسان از دیدگاه غرب و اسلام
 - ۳-۲- تبعات فلسفی فرضیه تکامل غرب و خلقت آدم از دیدگاه اسلام
 - ۳-۳- مبدا الهی انسان و تبعات فلسفی خلیفه الهی
- ۴- انسان در مسیر حرکت ادیان الهی
 - ۴-۱- انسان انفرادی و اجتماعی در مسیر تاریخ از دیدگاه اسلام
 - ۴-۲- سنتهای الهی حاکم بر حرکت تاریخ
 - ۴-۳- انسان منفرد با خدای خود

۴-۴ - حق و تکلیف و قانون در سه مرحله معیارهای نزولی انسان

۴-۵ - اخلاق اسلامی در مسیر تاریخ



نام درس

مبانی فلسفی تئوریهای سازمان و مدیریت

کد درس ۰۵



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: تئوریهای سازمان و مدیریت (کارشناسی ارشد)

هدف:

الف - ایجاد فضایی از مطالب و تحقیقات اساسی (حتی الامکان جدید) و فرآیندی مناسب و پویا از مطالعه و تحقیق و بررسی به منظور خلق فرصتها برای احاطه نسبتاً کامل و اجمالی دانشجویان به تئوریهای مدیریت و بنیادهای فلسفی آنها، ایجاد نگرش باز و گسترده و چند بعدی و فرا فرهنگی نسبت به مباحث و نظریه‌های مدیریت و غلبه بر مسأله محدود فکری (Parochialism)

ب - ایجاد زمینه‌های لازم تئوریک جهت نیل دانشجویان به قدرت تحلیلی بالاتر

ج - ایجاد نگرش علمی (Scientific Approach) متعادل و هماهنگ در جنبه‌های تئوریک و عملی مدیریت بطوری که بینش و نگرش خاصی از مدیریت را در دانشجویان القا نموده و آنها را در نیل به دکترین خاصی از مدیریت هدایت نماید.

سرفصل درس:

حرکت بسوی وحدت تئوریک

۱ - سبک‌شناسی در تئوری‌های مدیریت Typology

۲ - نظریه‌های ساختاری - کارکردی Structural-Functional

۳ - نهاد و نهادگرایی Institutionalism

حرکت به سوی وحدت فرآیندی در مدیریت

۴ - تئوری تصمیم‌گیری و فرایند تصمیم‌گیری به عنوان مفهوم مشترک برای وحدت بخشیدن به تئوریهای

مدیریت

- ۵ - تئوری ارتباطات و جریان ارتباطات به عنوان مفهوم مشترک برای وحدت بخشیدن به تئوریهای مدیریت
- ۶ - تئوری اطلاعات و جریان تبادل اطلاعات به عنوان مفهوم مشترک برای وحدت بخشیدن به تئوریهای مدیریت



نام درس

مبانی فلسفی تئوریهای رفتار، توسعه و تحول سازمانی

کد درس ۰۶

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز:

هدف:



آشنا ساختن دانشجویان با سرشت پویایی محیط امروز سازمانها

سرفصل دروس (۵۱ ساعت)

- عوامل و تغییرهای محیطی، ابعاد تشکیل دهنده سازمان به مثابه سیستم اجتماعی باز، استراتژیهای نوین توسعه و تحول در بافت و فرآیندهای سازمان، مدل‌های علوم رفتاری و کاربردی و فنون وابسته به ویژه از لحاظ کاربردی آن در دگرگونی فرهنگ، ارزشها ساخت گروهها در سازمانهای اجتماعی و اقتصادی، چگونگی استفاده از فنون توسعه و تحول سازمان در تجهیز و بهبود نیروی انسانی در سازمانها، زمینه‌های اساسی تحول و فرهنگ سازمانها به عنوان بستر تحول.

(۱)

**سرفصل دروس گرایش
مدیریت بازاریابی**



نام درس
تحقیقات بازاریابی پیشرفته
کد درس ۰۷

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: بازاریابشناسی

هدف:



آشنایی کامل با نحوه انجام انواع تحقیقات بازار

سرفصل درس:

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

نام درس
بازاریابی بین‌المللی پیشرفته
کد درس ۰۸



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: بازاریابی بین‌المللی

هدف:

آشنایی عمقی با نظام بازار جهانی و پیچیدگی ترفندهای قدرتهای حاکم و نقش سازمانهای چند ملیتی در تعامل با دولت‌ها.

سرفصل درس:

در این درس یک تحقیق عملی بر روی یک گروهی از محصولات توسط هر یک از دانشجویان در رابطه با بازاریابی جهانی و داخلی انجام می‌شود و به صورت سمینار نیز در کلاس ارائه می‌گردد.

نام درس
بازاریابی صنعتی
کد درس ۰۹



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: بازاریابی

هدف:

آشنایی عمقی با نظام بازار صنعتی و فرآیند عملکرد عوامل آن

سرفصل درس:

تفاوت بازاریابی کالاهای صنعتی و کالاهای مصرفی، قیمت‌گذاری، روشهای گسترش بازار، عرضه محصولات جدید به بازار، بسته‌بندی، توزیع کالاهای صنعتی و نقش فروشنده در بازاریابی صنعتی، وجوه اشتراک بازاریابی صنعتی با مدیریت تولید، اقتصاد مدیریت و سایر مجموعه‌های مدیریت. آشنایی با نحوه تحلیل اقتصادی و استفاده از نتایج حاصل از آن در شناخت موقعیت اقتصادی کشور و تشخیص مسائل و مشکلات بخشهای مختلف صنایع و کشاورزی. روش انجام تحقیقات بازار برای محصولات صنعتی، تهیه پرسشنامه و نمونه‌گیری استفاده از نتایج حاصل از تحقیقات بازاریابی صنعتی در تهیه برنامه‌های بازاریابی در واحدهای تولیدی.

نام درس
مدیریت فروش و بازار
کد درس ۱۰

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: بازاریابی

هدف:

آشنایی کامل با مسائل مربوط به فروش و بازار



سرفصل درس:

نحوه برآورد بازار - عوامل محیطی و نقش مؤثر هر یک در افزایش فروش: پیش‌بینی میزان فروش برای سالهای آینده و محدودیت استفاده از روشهای مقداری - هزینه‌های مربوط به فروش - آنالیز فروش در رابطه با هزینه‌های مربوط به آن - بودجه‌بندی - فروش منطقه‌ای - تعیین مناطق فروش - نقش فروشندگان در افزایش میزان فروش - انتخاب و آموزش فروشندگان برای کالاهای صنعتی و مصرفی - ایجاد انگیزه در فروشندگان - ایجاد انگیزه در خریداران از طریق عرضه خدمات فنی جهت محصولات صنعتی و اعطاء هدایا، تخفیف، نمونه محصول و نمایش کاربرد محصول برای کالاهای صنعتی و مصرفی - نحوه نظارت بر حسن اجرای برنامه‌های فروش - سرمایه‌گذارهای خارجی و نقش آن در افزایش فروش - اعطاء وامهای خارجی به عنوان کمک و ایجاد انگیزه - تأثیر مواد اولیه، بازار کافی و تکنولوژی در ایجاد و گسترش صنایع.

نام درس
بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده
کد درس ۱۱



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: بازاریابشناسی

هدف:

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

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

نام درس
سمینار در مسائل بازاریابی
کد درس ۱۲



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز:

هدف:

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

سرفصل درس:

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

(۲)

**سرفصل دروس گرایش
مدیریت سیاستگذاری بازرگانی**



نام درس
استراتژیهای بازرگانی
کد درس ۱۳

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز:

هدف:



آشنایی با تجزیه و تحلیل برنامه‌های جامع و فراگیر بازرگانی

سرفصل دروس (۵۱ ساعت):

چگونگی هدفگذاری، سطوح مختلف استراتژی، تفاوت میان مدیریت استراتژیک و مدیریت عملیات، تجزیه و تحلیل عوامل محیطی مؤثر بر کسب و کار سازمان، ارزیابی نقاط قوت و ضعف درونی، برآورد شکاف عملکردی، احصای و عزیمت بسوی موفقیت مطلوب، چگونگی برنامه‌ریزی برای اجرای استراتژی، تجزیه و تحلیل حساسیت، عناصر مؤثر در سیستمهای استراتژیک، سازماندهی برای تهیه برنامه‌های استراتژیک، اجرای استراتژی، نظارت و کنترل‌های استراتژیک و موانع طراحی و اجرای استراتژی مرور می‌شود. رابطه فرهنگ سازمانی و رهبری در طراحی و اجرای استراتژی

نام درس
مدیریت و سیاستگذاری در سطح ملی
کد درس ۱۴



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: نظریه‌های اقتصادی

هدف:

ایجاد بینش و مهارت در دانشجو برای تعقیب دگرگونیهای اقتصادی و تأثیر آن در حرکت استراتژیک سازمان.

سرفصل درس:

کاربرد دگرگونیهای اقتصادی در ملاحظات مدیریتی و طراحی استراتژی برای تجزیه و تحلیل صنایع خاص،
عناوینی نظیر ساختار بازار و اجزا تشکیل دهنده آن، رفتار استراتژیک عقلانی در رابطه با مبالغه خرید، قیمت‌گذاری
پویا، بازده و بررسی شرایط و موانع ورود در بازار و سیر تکامل صنایع.

نام درس
طراحی و اجرای سیاست‌گذاری در سازمانهای بازرگانی
کد درس ۱۵



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز:

هدف:

ایجاد بینش و مهارت در دانشجویان برای تشخیص و تحلیل تمایزات سازمانی و تعیین ویژگیهای استراتژیک آنها.

سرفصل درس:

جمع‌بندی درسهای دیگر و مطالعه و بررسی عمقی در اختصاصات سازمانهای بازرگانی و دولتی و تفاوت عکس‌العملهای هر یک در قبال دگرگونیهای برون‌سازمانی. بررسی و نقد تطبیقی لاقبل چهار سازمان بازرگانی و دولتی متناسب با یکدیگر و تعیین ابعاد تفاوت هر یک با دیگری در قبال وقایع برون‌سازمانی و ارائه نوشته‌ای در هر مورد.

نام درس
کنترل‌های استراتژیک بازرگانی
کد درس ۱۶



تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز:

هدف:

تکمیل دانش نظری دانشجویان در زمینه تفاوت بر حسن اجرا و کنترل استراتژیهای بازرگانی

سرفصل دروس (۵۱ ساعت):

ضمن این دوره پس از رابطه کلی بر مفهوم کنترل بطور اعم و بررسی کنترل‌های اجتماعی و طبیعی که حرکت سازمان را بطور کلی و جریان به اجرا در آمدن استراتژیها را بطور ضمنی محدود می‌سازد. موضوعاتی مانند ساختار سازمانی، مراکز مسؤولیت، نقش کنترلرها، ساختار اطلاعاتی، کارسازی و کارآیی، مدیریت فرآیند کنترل، بودجه‌بندی، معیارهای سنجش، چگونگی گزارش دهی و ارزیابی و چارچوبهای کنترل استراتژیک مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

(۳)

**سر فصل دروس گرایش رفتار سازمانی
و مدیریت منابع انسانی**



نام درس :
نظریه‌های رفتاری سازمان
کد درس ۱۷



تعداد واحد : ۳

پیشنیاز : تحلیل رفتاری در سازمانهای اداری (دکتری)

هدف :

- تسلط دانشجویان در تجزیه و تحلیل الگوهای رفتاری سازمان و بررسی نقادانه آن
- طراحی و ارائه الگوی رفتاری سازگار با سازمانهای چند منظوره و پیچیده امروزی

سرفصل دروس (۵۱ ساعت):

- ۱ - تجزیه و تحلیل مبانی نظری و الگوهای رفتاری سازمان
- ۲ - بررسی تئوریهای رفتاری در سازمانهای عمومی
- ۳ - تحلیل رفتاری روابط فرد و سازمان
- ۴ - مبانی فلسفی و نقطه نظرات تاریخی نظریات در حال تکوین و معاصر سازمانی و رفتار اداری
- ۵ - تجزیه و تحلیل فرآیندها، مسائل زندگی سازمانی و توسعه مهارتهای تحلیلی در مورد تحول سازمان
- ۶ - بررسی جنبه‌های مختلف تحول و طرح سازمانی و تبیین روشهای توصیفی هنجاری در گسترش دانش تئوری رفتار سازمانی
- ۷ - تجزیه و تحلیل اثربخشی، کارآیی و بهره‌وری سازمان

نام درس :
مدیریت رفتار سازمانی بین‌المللی
کد درس ۱۸

تعداد واحد : ۳

پیشنیاز : تحلیل رفتاری در سازمانهای اداری (دکتری)

هدف :

- بررسی عوامل مؤثر بر رفتار مدیران داخلی با مدیران سایر کشورها و ارائه الگوهای مناسب برای مراودات میان آنان و چگونگی حل تعارضات احتمالی در روابط

سرفصل دروس (۵۱ ساعت) :

- تأثیر فرهنگ بر رفتار مدیر

- اجزای اقدام اثربخش مدیر در سطح بین‌الملل

- تأثیر فرهنگ بر رفتار مدیر در سطح روابط متقابل شخصی

- اجرای خط‌مشی و مسائل عملیاتی، اخلاقی و قانونی

- مذاکرات در سطح بین‌المللی

- اصول مدیریت در سطح بین‌المللی

کتاب مرجع پیشنهادی :

- 1- Henry W. Lane and Joseph J. Distenfanso, International Management Behavior : From Policy to Practice, canda: Nelson co 1988.
- 2- Ronnie Lessen, Global Management Principle, New york : Prentice Hall Co., 1989.
- 3- Richard M. Hogetts & Fired Luthans , International Management, New Yourk : MCGraw- Hill . Inc., Chapter 10, 1991.



نام درس :
استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی
کد درس ۱۹

تعداد واحد: ۳

پیشیاز: نظری

هدف:

- آشنا ساختن دانشجویان با دیدگاه‌های مربوط به اداره کارکنان در تئوریهای مدیریت و جنبه‌های عملی آن در تفکر ادبای، ایران و جهان
- تأکید در استفاده مؤثر از دیدگاههای مذکور در حل مشکلات و مسائل انسانی سازمان
- رسیدن به یک الگوی مناسب در تجهیز و تربیت انسانی سازمان با توجه به پویایی جهان امروز

سرفصل دروس (۵۱ ساعت):

- ۱- تعاریف، وظایف و مفاهیم متداول در مدیریت منابع انسانی
- ۲- نگرش استراتژیک به اداره منابع انسانی
- ۳- محیط خارجی و جهانی برای منابع انسانی
- ۴- تأثیر سیستم اطلاعاتی در تصمیم‌گیری منابع انسانی
- ۵- استراتژیها در برنامه‌ریزی نیروی انسانی، کارگزینی، استخدام و بکارگماری در سازمان
- ۶- طراحی و تحلیل مشاغل بر اساس اهداف کوتاه مدت و بلند مدت سازمان
- ۷- استراتژی به حداکثر رساندن بهره‌وری منابع انسانی در سازمان بر اساس کیفیت کار و بهبود کارایی
- ۸- استراتژی نظام جبران خدمات کارکنان
- ۹- استراتژی نظام ارزشیابی عملکرد اثربخش جهت سنجش منابع انسانی
- ۱۰- استراتژی نگهداری منابع انسانی بر اساس طرحهای مزایا، بهداشت، ایمنی و فشار عصبی، اخلاق، حقوق کارکنان و مسؤولیتهای کارفرمایان
- ۱۱- استراتژیهای مذاکره با سازمانها و گروه‌های غیررسمی



۱۲ - استراتژیهای مربوط به جدا شدن کارکنان از سازمان



نام درس :

بررسی روابط فرد و سازمان

کد درس ۲۰



تعداد واحد: ۳

پیشنیاز: ندارد

هدف:

- ایجاد توانایی در دانشجویان در تجزیه و تحلیل چگونگی تنظیم روابط بین کارکنان سازمان اداری و همچنین افزایش مهارتها در استفاده بهینه از تدابیر لازم در بهبود کارآیی و بهره‌وری از خدمات نیروی انسانی و نیل به اهداف فرد و سازمان است.

سرفصل دروس (۵۱ ساعت):

- ۱- تجزیه و تحلیل الگوهای روابط فرد و سازمان
- ۲- نظریه سیستمها و کاربرد آن در طراحی و تنظیم روابط فرد و سازمان
- ۳- بررسی شرایط حقوقی - اقتصادی - اجتماعی و محیط زیست در تأثیر بر روابط فرد و سازمان
- ۴- تحلیل برنامه آموزشی و اثرات آن بر روابط نیروی انسانی و سازمان
- ۵- بررسی و بازبینی نیازهای فرد و حل اختلاف فرد و سازمان در راستای نیل به اهداف آنان
- ۶- تجزیه و تحلیل عملکرد نیروی انسانی، روشهای مختلف ارزشیابی عملیات
- ۷- بررسی موارد خاص از روابط فرد و سازمان (Case studies)
- ۸- تحلیل فنون استفاده بهینه از خدمات نیروی انسانی در سازمان

نام درس :
تحلیل مسائل برنامه‌ریزی نیروی انسانی
کد درس ۲۱



تعداد واحد: ۳

پیش‌نیاز: نظری

هدف:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم و جایگاه برنامه‌ریزی نیروی انسانی در پیش‌بینی نیروی انسانی مورد نیاز سازمان و بررسی متغیرها و سیر تحول این مفهوم در سازمانهای دولتی، خدماتی، بازرگانی و صنعتی و تفاوت این مفهوم در سازمانهای مذکور

سرفصل دروس (۵۱ ساعت):

- ۱- مبانی برنامه‌ریزی نیروی انسانی و جایگاه آن
- ۲- تعاریف و مفاهیم متداول برنامه‌ریزی نیروی انسانی از دیدگاههای مختلف اقتصادی، اداری، آموزشی و در ابعاد خرد و کلان
- ۳- ارتباط و تأثیر برنامه‌ریزی نیروی انسانی با دیگر مفاهیم مطروحه در برنامه‌ریزی نیروی انسانی
- ۴- بررسی انواع متغیرهای اثرگذاری بر کارکرد (محیطی، سازمانی، فردی و شغلی) نیروی انسانی
- ۵- ابزار و فنون پیش‌بینی در برنامه‌ریزی نیروی انسانی
- ۶- تأثیر سیستم‌های اطلاعاتی در اداره کارکنان و برنامه‌ریزی (توصیفی و کمی) نیروی انسانی
- ۷- روشهای پیش‌بینی تقاضای نیروی انسانی
- ۸- روشهای (توصیفی و کمی) پیش‌بینی عرضه نیروی انسانی
- ۹- تجزیه و تحلیل وضعیت فعلی عرضه منابع بر اساس مفاهیم سازمانی مانند ساختار، وظیفه، شغل، مسؤلیت، نتایج ارزشیابی و ...
- ۱۰- روشهای (توصیفی و کمی) پیش‌بینی عرضه نیروی انسانی بر مبنای عوامل ملی و محلی
- ۱۱- تحلیل جدول عرضه و تقاضای نیروی انسانی

- ۱۲ - سیاست‌های ناشی از تعادل عرضه و تقاضا در برنامه‌ریزی نیروی انسانی
- ۱۳ - سیاست‌های ناشی از کمبود عرضه نیروی انسانی نسبت به تقاضای نیرو در برنامه‌ریزی نیروی انسانی
- ۱۴ - سیاست‌های ناشی از افزایش عرضه نیروی انسانی نسبت به تقاضای نیرو در برنامه‌ریزی نیروی انسانی





جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و آموزش عالی

بشماره

تاریخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۵

شماره ۱۱۲/۲۶۶۲



دستورالعمل اجرایی موضوع کاهش سقف واحدهای درسی
دوره‌های کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد
مصوب جلسه ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۲

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

مصوب جلسه ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی، مورخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۲ در مورد دستورالعمل اجرایی کاهش سقف واحدهای درسی دوره‌های کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد صحیح است جهت اجرا ابلاغ شود.

دکتر سید محمد رضا چاشمی کلپایگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

رونوشت: معاونت محترم وزارت فرهنگ و آموزش عالی و

معاونت محترم آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و

رئیس محترم دانشگاه آزاد اسلامی

خواهشمند است دستور فرمایید به واحدهای مجری ابلاغ نماید.

سید محمد کاظم نائینی

مدیر ای عالی برنامه ریزی

۲۲۲



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و آموزش عالی

بیت عالی

تاریخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۳

شماره ۷۳/۳۶۴۹

پیوست



حداقل و حداکثر واحدهای درسی درمقاطع 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 روی برنامههای آموزشی، حذف، دوس ناموفق و واحدهای غیرضرور و ادغام شاخهها در بعضی از رشتههای تحصیلی، حداقل و حداکثر واحدهای درسی درمقاطع مختلف آموزش عالی را به شرح زیر تصویب کرد این مصوبات از تاریخ تصویب قابل اجرا است و به موجب آن مصوبات قبلی لغو میگردند.

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

۳- دورههای کارشناسی ناپیوسته حداقل ۶۵ و حداکثر ۷۰ واحد

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

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

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

در اینصورت:

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

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

ج: دانشجویان ورودی قبل از ۱۳۷۲ نیز میتوانند وضعیت تحصیلی خود را با برنامه جدید تطبیق دهند، دراینصورت تطبیق واحدها و نروس با برنامههای جدید حسب مورد برعهده شورای آموزشی گروه یا کمیته تحمیلات تکمیلی مؤسسه ذیربط است.

رای صادره جلسات ۲۹۱ و ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی درخصوص تقلیل واحدهای درسی درمقاطع مختلف تحصیلی صحیح است به برهان اجرا گذارده شود.

دکتر سید محمد رضا شامی کلیپایگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

(امضاء)

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 ابلاغ فرمائید.

سید محمد کاظم ناشینی

مدیر شورای عالی برنامه ریزی

۲۱۹