

برنامه دروس کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی – گرایش بازاریابی بین المللی

پیشنیاز	واحد	عنوان درس	ردیف
دروس مشترک			
	۲	مدیریت منابع انسانی پیشرفته	۱
	۲	تئوری های مدیریت پیشرفته	۲
	۲	مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته	۳
	۲	تحلیل آماری	۴
	۲	مدیریت استراتژیک پیشرفته	۵
	۲	سیستم های اطلاعاتی مدیریت پیشرفته	۶
	۲	تحقیق در عملیات پیشرفته	۷
	۲	روش تحقیق پیشرفته	۸
	۲	بازارشناسی و مسائل بازاریابی	۹
دروس تخصصی			
	۲	حقوق بازرگانی بین الملل	۱۰
	۲	مدیریت صادرات و واردات	۱۱
	۲	سازمانهای پولی و مالی بین الملل	۱۲
	۲	سیمینار در مسائل بازرگانی بین الملل	۱۳
	۶	پایان نامه	۱۴
	۳۲	جمع	

فصل سوّم

سرفصل دروس





تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

افزایش دانش ادراکی، فنی و قدرت تحلیل دانشجویان در زمینه مسایل نیروی انسانی سازمانهای دولتی و شرکتهای بزرگ تولیدی زیر پوشش تولید

سرفصل درس:

- کاربرد نظریه‌های مدیریت در مدیریت منابع انسانی
- تحلیل نگرش سیستمی و کاربرد آن در فرایند عملیات پرسنلی
- نقش عوامل برون سازمانی (سیاسی - اقتصادی - اجتماعی و امنیتی) در برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های پرسنلی دولتی
- تحلیلی بر رابطه ساخت سازمانی و نیازهای کمی و کیفی منابع انسانی
- تحلیلی بر وضع خط‌مشی‌های پرسنلی در زمینه:
 - برنامه‌ریزی، جذب و تأمین نیروی انسانی
 - کارآموزی و آموزش کارکنان نیروی انسانی
 - حفظ و نگهداری منابع انسانی در بخش دولتی
 - کاربرد مؤثر و کارساز منابع انسانی
 - تجزیه و تحلیل مشکلات کارمندیابی، گزینش و انتصاب
 - چگونگی تعیین نیاز آموزشی
 - مشکلات و موانع ارزشیابی کارکنان و مدیران
 - تحلیلی بر مسایل و مشکلات پرداخت حقوق و مزایا
 - نقش اقدامات رفاهی و کمکهای غیرنقدی در حفظ و نگهداری کارکنان و مدیران دولتی
 - تجزیه و تحلیل ویژگی‌های نظام بیمه و بازنشستگی
 - بررسی اهمیت بهداشت و ایمنی محیط کار و وضع خط‌مشی‌های لازم در جهت تأمین سلامت و تندرستی کارکنان دولت
 - بررسی نقش انضباط کار و ایجاد محیط منضبط اداری
 - تحلیلی بر مسایل مربوط به جابجایی و تورم، کمبود منابع انسانی
 - بررسی روشهای جدا شدن کارکنان از سازمان (بازخرید، استعفا، اخراج، بازنشستگی زودرس و غیره)



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی بیشتر دانشجویان با سازمان و مدیریت به منظور تشخیص نقش حیاتی سازمان و اهمیت نحوه اداره آن بدین منظور ضمن آنکه سیر تحولات دانش مدیریت و سازمان به صورت یک روند منطقی و منسجم مطرح می‌شود، نظریه‌های مدیریت باید با نگرشی نوین مورد ارزیابی قرار گیرد و با برخوردی نسبتاً فلسفی از فرد در سازمان کلاسیک تا گروه‌بندی در طراحی اقتضایی و نظریه‌های نوین سازمان و مدیریت به عنوان جدیدترین نگرش مدیریت در انتهای قرن بیستم و اوائل قرن بیست و یکم، نظریه‌ها و ساختارهای مدیریتی، بطور واقع بینانه مورد مطالعه، بحث و بررسی قرار گیرد.

سرفصل درس:**بخش اول - کلیات**

سازمان، نظریه سازمان، چالشهای سازمانی، سازمان به عنوان یک سیستم، سیستمهای باز، خرده سیستمهای سازمانی، سیمای سازمان، رهیافت راهبردی سیستمی، تاریخچه نظریه‌های سازمان، تقسیم کار، ویر و قوانین بوروکراسی، بررسی نگرشهای مکتب کلاسیک اداری و علمی، کلاسیکهای جدید به تفکیک روابط انسانی و رفتار انسانی نوین، نظریه اقتضایی، نظریه‌های نوین از سال ۱۹۷۵ تاکنون، دیدگاه صرفه‌های اقتصادی، نظریه نهادگرایی، نظریه فرهنگی، دیدگاه‌های بوم شناسانه طراحی و ساختار، سازمان رسمی و غیر رسمی، تفکیک و تلفیق به عنوان عناصر کلیدی، ساختار ماهیت و فرایند جداسازی، روندهای جاری در جداسازی، نقش تلفیق، رسمیت، تمرکز، حیطة نظارت، استانداردسازی.

بخش دوم - بافت سازمانی

هدفهای سازمانی و اثربخشی، رسالتهای سازمان، هدفهای عملیاتی مدیریت، هدفهای چندگانه و متضاد، اصول ارزشی، استراتژیهای عام کسب هدف، محیط جهانی سازمانها، ماهیت محیط عمومی سازمانی، بخش صنعتی، بخش حقوقی - سیاسی، بخش اقتصادی، بخش منابع انسانی، بخش منابع فیزیکی، بخش مشتری و ارباب رجوع، عدم اطمینان محیطی (پیچیدگی، ناپایداری)، انطباق با عدم اطمینانهای محیطی (سیستمها و بخشهای سازمانی)، خرده سیستمهای محافظ بسط دهنده مرزها، پیش‌بینی و برنامه‌ریزی، وابستگی منابع، روابط میان سازمانی، قدرت و وابستگی، کنترل منابع طبیعی، کنترل قلمروهای سازمانی، اثربخشی سازمانی، رهیافتهای سنتی اثربخشی، رهیافت منابع سیستم، رهیافت فرایند داخلی، رهیافتهای امروزی اثربخشی، رهیافت اقتضایی، رهیافت ارزشهای چندگانه، عوامل اثرگذار بر انتخاب شاخصهای اثربخشی، نفوذ رهبر، قابلیت سنجش هدف، مراحل

توسعه سازمانی، شرایط محیطی ساختار و طراحی سازمانی، فن‌آوری سازمانی، فن‌آوری در سطح سازمانی، در سطح بخشها، طراحی اداری، وابستگی بخشهای مختلف از نظر فن‌آوری، تأثیر فن‌آوری بر افراد، بوروکراسی، اندازه و چرخه حیات سازمان، بوروکراسی و عملکرد آن، آثار نقائص ساختاری، آثار ساختار بر فرایندهای سازمانی.

بخش سوم - مدیریت بافت سازمانی و فرایندهای آن

الگوهای طراحی راهبردی سازمان، مبناهای طراحی سازمان، ساختارهای وظیفه‌ای، محصولی، ماتریسی، پیوندی و تلفیقی، سازمانها در قرن بیست و یکم، ویژگیهای ساختارهای اثربخش، خلاقیت و تحول، انواع تحول، تحول فن‌آوری محصولات جدید، تحول اداری، تحول منابع انسانی، راهبردهای ایجاد تحول، اطلاعات و کنترل، نیازهای اطلاعاتی، طراحی سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری، راهبردهای عمده کنترل، مدل کنترل اقتضایی، تلفیق سیستم جامع (مدیریت عالی، راهبرد و فرهنگ سازمان)، مدیریت راهبردی، یادگیری و تجدید حیات سازمانی، افول سازمانی، سازمانهای آینده، مطالعه تطبیقی نحوه کاربرد نظریه‌ها در نظام مدیریتی جمهوری اسلامی ایران.





تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنا ساختن دانشجویان با برنامه‌ریزی و طراحی سیستمهای اطلاعاتی، ابزارها و روشهای توسعه سیستمهای اطلاعاتی و چگونگی تعامل انسان و ماشین

سرفصل درس:

بخش اول - نگاه کلی به چگونگی تعیین نیازها

اهمیت تعیین نیازها، فنون تعیین نیازها، فعالیت‌های تعیین نیازها، استراتژیهای تعیین نیازها، فعالیت‌های ارزیابی، شاخصهای ارزیابی، روشهای سریع ارزیابی، نقش فرآیند ارزیابی، فنون ارزیابی

بخش دوم - برنامه‌ریزی و ایجاد سیستم اطلاعاتی مدیریت

دیدگاه‌های کلی در برنامه‌ریزی سیستم، ابزارها و روشهای ایجاد سیستم روش یافته تجزیه و تحلیل، سطوح تجزیه و تحلیل، فرهنگ واژگان گامهای فراگرد طراحی، طراحی خروجی، طراحی ورودی، طراحی پردازش ابزارهای مهندسی سیستم به کمک کامپیوتر (Case Tools)، مهندسی نرم‌افزار و توسعه آن، توسعه کاربردهای سیستم، مرکز اطلاعات، ابزارهای مرکز اطلاعات

بخش سوم - استقرار سیستم اطلاعاتی مدیریت

آزمایش سیستم، استراتژیهای استقرار، بازنگری پس از استقرار، ابعاد سازمانی استقرار، تأثیر سیستم اطلاعاتی مدیریت بر استراتژی سازمان، ارزیابی پورتفولیو سیستمهای اطلاعاتی

بخش چهارم - سیستم اطلاعاتی مدیریت در آینده

روندها در تکنولوژی سیستمهای اطلاعاتی

تحلیل آماری

۴۴



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنا کردن دانشجویان با مبانی طراحی آزمایشات و آمار ناپارامتریک هدف اصلی درس است.

سرفصل درس:

۱- مبانی آزمون فرض آماری و تئوری تخمین

۲- تحلیل واریانس

۲-۱- طرح کاملاً تصادفی

۲-۲- آزمونهای مربوط به همبستگی واریانس

۲-۳- مقایسات چندگانه و تخمین فاصله‌ای

۲-۴- طرح بلوکی تصادفی

۲-۵- طرح $a \times b$ آزمایش عاملی

۲-۶- تحلیل خروجی کامپیوتر برای موارد فوق

۲-۷- مربهای لاتین و طرحهای مربوط به آن

۳- تحلیل رگرسیون و همبستگی

۳-۱- تحلیل رگرسیون و همبستگی ساده

۳-۲- تحلیل رگرسیون و همبستگی چندگانه

۳-۳- گزینش متغیر مستقل برای معادله رگرسیون چندگانه

۳-۴- رابطه تحلیل واریانس و تحلیل رگرسیون

۳-۵- تحلیل خروجی کامپیوتر برای موارد فوق

۴- آزمونهای ناپارامتریک

۴-۱- آزمون علامت

۴-۲- آزمون U - من ویتنی

۴-۳- آزمون مجموع رتبه‌ای ویلکاکسون

۴-۴- تحلیل واریانس کروسکال - والیس



۴-۵- تحلیل واریانس فریدمن

۴-۶- آزمون گردش (Runs Test)

۴-۷- آزمون کالمنگروف - اسمیرنف برای نیکویی برازش

۴-۸- ضریب همبستگی اسپیرمن

۴-۹- تحلیل خروجی کامپیوتر (نمونه‌هایی از موارد فوق)

منابع :

1- Winer B.J., "Statistical Principles in Experimental Design", Second Edition, McGraw-Hill, 1985.

2- Conover W.J., "Non Parametric Statistics", Second Edition, John Wiley & Sons , 1980.



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

آشنایی دانشجویان با تغییرهای استراتژیک در سازمانها و نحوه سیاستگذاریها، هدف بندیها، برنامه ریزیها، و تصمیم‌گیریهای استراتژیک در سطح مدیریت سازمانهای صنعتی

سرفصل درس:

بحث اول: تعریف استراتژی، آشنایی با عناوین و مفاهیم ذی ربط

- استراتژی و تاکتیک

- هدف‌بندی

- سیاستگذاری

- برنامه‌ریزی

- تصمیم‌گیری

بحث دوم: فرآیند مضمون بندی استراتژی سازمانی

- تجزیه و تحلیل فرصتها و تهدیدها، نقاط قوت و ضعف

- مشخص کردن گزینه‌ها یا بدیلها

- انتخاب و اجرا

بحث سوم: آشنایی با تغییرهای استراتژیک سازمانی

- متغیرهای انسانی و اجتماعی (منابع انسانی)

- متغیرهای ساختاری (اندازه سازمان و تقسیم‌بندیهای اداری)

- بازارها و محیط‌های سازمانی (بازار رقابتی، بازار کار و اشتغال، بازار عرضه کنندگان، دولت و نهادهای دولتی)

- تکنولوژی و تولید (تراکم سرمایه، انتخاب و انتقال تکنولوژی، فرآیند تولید).

- فرهنگ سازمانی (ارزشها، آداب و رسوم، سنتها، اسطوره‌ها)

بحث چهارم: مدیریت بهره‌وری

Management of Efficiency

Productivity Management





تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ندارد

هدف:

بررسی عمیق و جامع اصولی و روشهای مدیریت بازار و جنبه‌های 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 جنبه‌های پژوهشی و کاربردی بوده و به صورت سمینار ارائه می‌گردد.

سرفصل درس:

- 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 خطمشی 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 هزینه‌های بازارشناسی و سهم آن در قیمت تمام شده کالاها
- ۷ - برنامه‌ریزی بازاریابی در زمینه تولید، توزیع تأمین 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 بین‌المللی
- ۱۱ - نقش اتحادیه‌های بازرگانی منطقه‌ای در بازارهای جهانی
- ۱۲ - خطمشی بازاریابی کشورهای در حال توسعه

مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته

۷م



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: مدیریت رفتار سازمانی

هدف:

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

سرفصل درس:

بخش اول - ترسیم صحنه سازمان

مدیریت عملکرد کیفی: چرا سازمانها ایجاد می‌شوند؟ چگونگی رفتار سازمان به عنوان سیستم مدیران موفق چگونه عمل می‌کنند؟ 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

تأثیر 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 بهره‌وری، تفاوتهای روانشناختی افراد و سبکهای شناختی.
چگونگی تأثیر انتظارات بر انگیزش کاری، چگونگی تأثیر ادراک از عدالت بر انگیزش، آیا انگیزش بر افراد یا گروهها باید متمرکز شود، چگونگی تأثیر هدفها و نیاز بر انگیزش، چگونگی تأثیر قدرتمندسازی بر انگیزش، تأثیر فن‌آوری بر کار، عوامل کلیدی در طراحی شغل، تیمهای کاری خودگردان

بخش سوم - رفتار میان افراد

اهمیت ارتباطات در اثربخشی سازمانی، چگونگی استفاده از مسیرهای ارتباطاتی در سازمان، شبکه‌های گروه‌های کوچک،

موانع ارتباطات، شنود مؤثر، سبکهای شنود، شناخت ارتباطات غیر کلامی، بهبود ارتباطات میان فرهنگها، عوامل اثرگذار بر روابط متقابل شخصی، سبکهای رفتاری، سبکهای احساسی، سبکهای مدیریت تضاد.

قدرت و سیاست در سازمان: تعریف قدرت و چگونگی کسب آن، انواع قدرت، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر قدرت مدیر، تأثیر 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 راه‌یابی بر حل مسأله و اجرا، استراتژیهای رفتاری برای تحول)



بخش چهارم - گروه و رفتار میان گروهی

مراحل شکل‌گیری گروه، رفتارگروهی، چگونگی شکل‌گیری هنجارهای گروهی، کارکرد گروه‌ها به عنوان سیستمهای اجتماعی، انسجام گروهی، فراگرد گروه، تیم‌سازی، شکل دهی تیمهای جدید، ارزیابی اثربخشی تیمهای کاری، روابط میان گروه‌ها: انواع روابط میان گروهی، تعامل کارکردی و غیرکارکردی، عوامل اثرگذار بر روابط میان گروهی، مدیریت تضاد میان گروهی، مدیریت روابط میان گروهی، استراتژیهای هماهنگی، استراتژیهای کاهش تضاد غیرکارکردی.

بخش پنجم - تجدید حیات فرد و سازمان

فشار یا تنیدگی در کار: تنیدگی چیست؟ علل تنیدگی، آثار نگرشی و رفتاری تنیدگی مدیریت، اثربخش 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 اثرگذار بر روندهای مسیر ترقی، انتخاب حرفه و مسیر ترقی، برنامه‌ریزی مسیر ترقی، ارزیابی مسیر ترقی، گذرگاه‌های مسیر ترقی، مراحل ترقی حرفه‌ای، تکیه‌گاه‌های مسیر ترقی

تحقیق در عملیات پیشرفته



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

آگاهی دانشجویان با مفاهیم پیشرفته تحقیق در عملیات

سرفصل درس :

- مروری بر مفاهیم و مبانی ریاضی برنامه ریزی خطی و سیمپلکس تجدید نظر شده
- متغیرهای حد دار در برنامه ریزی خطی
- الگوریتم اولیه - ثانویه
- روش تجزیه
- برنامه ریزی آرمانی
- برنامه ریزی پویا

ت ۱۵

حقوق بازرگانی بین الملل



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : بازاریابی و مسائل بازاریابی

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 درس :

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

مدیریت صادرات و واردات

ت ۱۶



تعداد واحد: ۲

تعداد ساعت: ۳۴

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

سرفصل درس:

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 شبکههای خدمات بین المللی

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

ب - بانکها، مؤسسات مالی و اعتباری بین المللی

ج - مؤسسات بیمه بین المللی

د - مؤسسات حمل و نقل بین المللی

ه - بورسهای بین المللی (کالا)

و - نمایشگاهها و بازارهای مکاره بین المللی و ...

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

الف - تدابیر کالایی

ب - تدابیر قیمتی

سازمانهای پولی و مالی بین المللی

ت ۱۷



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

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

سرفصل درس :

- ۱ - پس اندازها و تمرکز منابع مالی جامعه
- ۲ - روشهای تشکیل سرمایه، محاسبه هزینه سرمایه و انتخاب منبع تأمین 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 مؤثر 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 صادرکننده
- ۹ - تهیه گزارش تحقیقی بوسیله دانشجویان در مورد یکی از مسایل بازارهای پولی و مالی
- ۱۰ - بازار اسعار اروپا
- ۱۱ - مسایل جاری در امور پولی و مالی بین المللی

ت ۱۸

سمینار در مسائل بازرگانی بین الملل



تعداد واحد : ۲

تعداد ساعت : ۳۴

نوع واحد : نظری

پیش نیاز : ندارد

هدف :

ایجاد توان تجزیه و تحلیل و بررسی آموخته‌های دانشجویان در گرایش بازاریابی بین الملل
ایجاد توانایی در دانشجویان در کاربرد الگوها و نظریات بازاریابی و ارائه راه حل 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 خاص بر مشکلات بین المللی
انجام تحقیقات بازار به منظور تهیه یک طرح تولیدی و ارائه سمینار در تحقیقات بازار

روش تحقیق پیشرفته*

دانشکده: علوم اداری و اقتصادی	گروه آموزشی: مدیریت
تعداد واحد: ۲	نوع درس (اختیاری، فزاسی و ...): الزامی
دروس پیش نیاز یا هم نیاز: ندارد	

اجزایات سر فصل:

- ۱- کلیات و مفاهیم
- ۲- طرح تحقیق و نحوه طراحی آن (بنا بر مسأله، فرضیه، نمونه و جامعه آماری، ابزار جمع آوری داده ها، و ...)
- ۳- تحقیقات کمی و کیفی
- ۴- مدل مفهومی و تئوریکتی تحقیق
- ۵- تجربه و تحلیل داده ها
- ۶- آشنایی با نرم افزارهای مرتبط
- ۷- نحوه ارساع و استفاده از آثار دیگران
- ۸- اخلاق در پژوهش

مرجع (حداقل ۲ مورد و نیسی از آنها باید در ۵ سال اخیر چاپ شده باشد)

- 1- **Sunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2003). *Research methods for business students*. London: Prentice Hall**
- 2- **Gray, D.E. (2010). *Doing research in the real world* (2nd ed.). London: Sage.**
- 3- **Sekaran, U., & Borgie, R. (2010). *Research methods for business: A skill building approach* (5th ed.). USA: Wiley.**
- 4- **Babbie, E. (2007). *The practice of social research* (11th ed.). USA: Thomson Wadsworth**
- ۵- **سرمد، زهره. بازرگان، عباس، حجازی، الهه. (۱۳۷۶). روشهای تحقیق در علوم رفتاری. (چاپ اول). انتشارات آگه**
- ۶- **حافظ نیا، محمد رضا. (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی (تجدید نظر اساسی با اضافات). (چاپ مقدمه). انتشارات سمت**