



برنامه درسی

رشته: اقتصاد کشاورزی

گرایش: بازاریابی محصولات کشاورزی

دوره: کارشناسی ارشد

دانشکده: کشاورزی

مصوب جلسه مورخ ۹۹/۰۶/۰۳ شورای برنامه ریزی درسی دانشگاه

این برنامه براساس آیین نامه شماره ۲۱/۲۳۸۰۶ وزارت علوم تحقیقات و فناوری در خصوص تفویض اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاه های دارای هیات ممیزه توسط اعضای هیات علمی دانشکده کشاورزی تدوین شده و در جلسه مورخ ۹۹/۰۶/۰۳ شورای برنامه ریزی درسی دانشگاه به تصویب رسیده

است.



مصوبه شورای برنامه‌ریزی درسی دانشگاه فردوسی مشهد

رشته: اقتصاد کشاورزی

گرایش: بازاریابی محصولات کشاورزی

دوره: کارشناسی ارشد

برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد که توسط اعضای هیات علمی گروه آموزشی اقتصاد کشاورزی تدوین شده است با اکثریت آراء به تصویب رسید.

- این برنامه از تاریخ تصویب لازم‌الاجرا است.

- هر نوع تغییر در برنامه درسی مجاز نیست مگر آنکه به تصویب شورای برنامه‌ریزی درسی دانشگاه برسد.

ایمان الله بیگدلی
مدیر برنامه‌ریزی و توسعه آموزش دانشگاه

مرتضی کرمی
رئیس گروه برنامه‌ریزی آموزشی و درسی دانشگاه

رضا پیش‌قدم
معاون آموزشی دانشگاه

رای صادره جلسه مورخ ۹۹/۰۶/۰۳ شورای برنامه‌ریزی درسی دانشگاه در مورد بازنگری برنامه درسی اقتصاد کشاورزی گرایش بازاریابی محصولات کشاورزی در مقطع کارشناسی ارشد صحیح است. به واحد ذی‌ربط ابلاغ شود.

محمد کافی
رئیس دانشگاه





معاونت آموزشی

شورای برنامه ریزی درسی

برنامه درسی

دوره: کارشناسی ارشد

رشته: اقتصاد کشاورزی

گرایش: بازاریابی محصولات کشاورزی





فصل اول

مشخصات کلی



بسمه تعالی

تعریف رشته

اقتصاد کشاورزی مجموعه‌ای از علوم و روش‌ها است که عوامل اقتصادی مؤثر در امور کشاورزی، روابط اقتصادی موجود بین عوامل تولید کشاورزی و کاربرد اصول اقتصادی را در تولید و توسعه کشاورزی مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد. در این گرایش از اقتصاد کشاورزی، مفاهیم کلی بازار و بازاریابی برای محصولات کشاورزی و شیوه‌های مدیریت بازاریابی، ویژگی‌های بازاریابی محصولات کشاورزی، خدمات و فعالیت‌های بازاریابی روی محصولات کشاورزی، وضعیت بازار محصولات کشاورزی، وضعیت شبکه توزیع، بازار بورس محصولات کشاورزی، بازاریابی بین‌الملل محصولات کشاورزی، تجارت محصولات کشاورزی و مفاهیم بنیادی مرتبط در حوزه محصولات کشاورزی که می‌تواند به بهبود روند تجارت و بازاریابی داخلی و خارجی محصولات کشاورزی منتهی گردد مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

هدف رشته

بررسی مسائل مربوط به منابع و محیط‌زیست کشاورزی، ریسک و ناپایداری، مصرف و زنجیره عرضه غذا، قیمت‌ها و درآمد، ساختار بازار، تجارت و توسعه و تغییرات فنی و سرمایه‌های انسانی

۱. احاطه یافتن بر آثار علمی در زمینه اقتصاد کشاورزی و بازاریابی محصولات کشاورزی.
۲. آشنایی با روش‌های پیشرفته پژوهش در زمینه بازاریابی محصولات کشاورزی
۳. کمک به کاربرد یافته‌های علمی و تحقیقاتی در حل مسائل اقتصادی و بازاریابی بهره‌برداران کشاورزی.
۴. تربیت متخصصین و پژوهشگران کارآموده برای برنامه‌ریزی اقتصادی در بخش کشاورزی
۵. پیشبرد مرزهای دانش اقتصادی در زمینه‌های بهبود وضعیت بازاریابی محصولات کشاورزی.

ضرورت و اهمیت رشته:

توسعه بخش کشاورزی می‌تواند در پیشرفت و توسعه کشور نقش اساسی داشته باشد. برای موفق شدن در این راه باید از کشاورزی به روش سنتی فاصله گرفته و روش‌های مدرن کشاورزی را در کشور پیاده کنیم. در این مسیر وجود متخصصان کشاورزی در زمینه‌های مختلف بسیار ضروری است.

به دلیل ویژگی‌های محصولات کشاورزی و وجود بازارهای مختلف، دانش بازاریابی در مورد محصولات کشاورزی متفاوت از بازاریابی برای سایر محصولات است و از این رو نیاز به گرایشی جدید در حوزه بازاریابی محصولات کشاورزی از قدیم وجود داشته است. آنجا که ایران در تولید بسیاری از محصولات کشاورزی مزیت نسبی داشته ولی



هنوز به جایگاه شایسته خود در تجارت بین‌المللی این محصولات دست نیافته است، ضرورت آموزش‌های هدفمند و تربیت کارشناسان متخصص در حوزه بازار، بازاریابی و تجارت محصولات کشاورزی بسیار حائز اهمیت است. از آنجاکه متقاضیان تحصیل در این گرایش باید آشنایی نسبی با بخش کشاورزی، محصولات تولیدی این بخش و مزیت‌های نسبی تولید در بخش کشاورزی داشته باشند، پذیرش دانشجو در این گرایش و در مقطع کارشناسی ارشد از بین دانشجویان فارغ‌التحصیل رشته اقتصاد کشاورزی صورت می‌پذیرد. کسب مهارت و دانش تخصصی در این گرایش می‌تواند ضمن ایجاد اشتغال برای فارغ‌التحصیلان، موجب بهبود وضعیت تجارت و بازاریابی محصولات شده و ارزش افزوده ایجاد شده برای بخش کشاورزی را بیشتر کند.

نقش، توانایی و شایستگی‌های دانش‌آموختگان:

دانش‌آموختگان مهندسی اقتصاد کشاورزی پس از پایان تحصیلات و دوره آموزشی خود، می‌توانند در زمینه‌های مختلف تولید، توزیع و مصرف مواد غذایی و مواد خام موردنیاز سایر بخش‌ها مسئولیت‌هایی را بپذیرند که برخی از موارد مهم این مسئولیت‌ها به شرح زیر است:

- تهیه و تدوین طرح‌های کشاورزی و ارزیابی اقتصادی آن‌ها .
- توجیه یک طرح کشاورزی از نظر اقتصادی و یا مقایسه چند طرح.
- بررسی و مطالعه اقتصادی طرح‌های عظیم مرتبط با بخش کشاورزی مانند سدها، سردخانه‌ها و ...
- تهیه الگوی کشت و یا تولیدی برای واحدهای کوچک و بزرگ کشاورزی از ابعاد اقتصادی .
- بررسی هزینه‌ها و درآمدهای تولیدات کشاورزی .
- مدل‌سازی ریاضی برای تعیین ضرایب فنی عوامل تولید، میزان کارایی آن‌ها و یا تخصیص زمینه منابع تولید .
- بازاریابی و بازار رسانی محصولات کشاورزی در داخل و خارج از کشور .
- همکاری با مهندسان مشاور طرح‌های کشاورزی منطقه‌ای و یا ملی در ارتباط با توجیه اقتصادی آن‌ها.
- ارائه طرح‌های تحقیقاتی در ارتباط با مسائل مختلف اقتصاد کشاورزی .
- آموزش نظریه‌های علمی اقتصاد کشاورزی .

طول دوره و شکل نظام:

مدت مجاز تحصیل در این دوره ۴ نیمسال تحصیلی (۲ سال) و به شیوه آموزشی - پژوهشی می‌باشد.

تعداد و نوع واحدها درسی:

شامل ۳۲ واحد به قرار زیر است:



۱۲ واحد تخصصی

۱۴ واحد اختیاری

۶ واحد پایان نامه

شرایط و ضوابط ورود به دوره:

فارغ التحصیلان رشته‌های کشاورزی، بعد از اتمام تحصیلات دوره کارشناسی، می‌توانند در صورت تمایل در یکی از گرایش‌های چهارگانه از جمله بازاریابی محصولات کشاورزی در مقطع کارشناسی ارشد، ادامه تحصیل دهند و پذیرش آن‌ها از طریق کنکور سراسری و استعداد درخشان انجام می‌گیرد. دانشجویان سایر رشته‌ها در صورت پذیرش لازم است به تشخیص گروه آموزشی تا سقف ۱۲ واحد جبرانی را اخذ نمایند.





فصل دوم

جداول دروس



جدول ۱- دروس جبرانی

پیش نیاز	تعداد ساعات			تعداد واحد			نام درس	ردیف
	جمع	عملی	نظری	جمع	عملی	نظری		
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	اقتصاد خرد	۱
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	اقتصاد کلان	۲
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	اقتصادسنجی	۳
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	برنامه ریزی ریاضی	۴
-	۱۹۲	۰	۱۹۲	۱۲	۰	۱۲	جمع	

جدول ۲- دروس تخصصی

پیش نیاز	تعداد ساعات			تعداد واحد			نام درس	ردیف
	جمع	عملی	نظری	جمع	عملی	نظری		
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	اقتصاد خرد تکمیلی*	۱
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	اقتصاد کلان تکمیلی*	۲
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	اقتصادسنجی تکمیلی ۱*	۳
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	تجارت و بازاریابی بین الملل محصولات کشاورزی	۴
-	۱۹۲	۰	۱۹۲	۱۲	۰	۱۲	جمع	



• دروس مشخص شده با علامت * دروس مشترک با سایر گرایش ها می باشد.

جدول ۳- دروس اختیاری

پیش نیاز	تعداد ساعات			تعداد واحد			نام درس	ردیف
	جمع	عملی	نظری	جمع	عملی	نظری		
-	۳۲	۰	۳۲	۲	۰	۲	تحقیق در بازار و بازاریابی محصولات کشاورزی	۱
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	کاربرد برنامه ریزی ریاضی در کشاورزی*	۲
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	بازاریابی و زنجیره عرضه محصولات کشاورزی	۳
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	بازار بورس محصولات کشاورزی	۴
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	تجزیه و تحلیل قیمت محصولات کشاورزی	۵
اقتصادسنجی تکمیلی ۱	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	اقتصادسنجی تکمیلی ۲	۶
-	۳۲	۰	۳۲	۲	۰	۲	زبان تخصصی	۷
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	تحلیل تقاضا و رفتار مصرف کننده	۸
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	کارآفرینی در کسب و کارهای کشاورزی	۹
اقتصاد خرد تکمیلی، اقتصاد کلان تکمیلی	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	مالیه بین الملل	۱۰
-	۴۸	۰	۴۸	۳	۰	۳	تنظیم بازار محصولات کشاورزی	۱۱
-	۴۹۶	۰	۴۹۶	۳۱	۰	۳۱	جمع	



• دروس مشخص شده با علامت * دروس مشترک با سایر گرایش ها می باشد.



فصل سوم

سرفصل دروس



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): اقتصاد خرد تکمیلی

عنوان درس (انگلیسی): Complementary Microeconomics

نوع درس: تخصصی پیش نیاز / هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

آشنایی با اصول اقتصاد خرد، رفتار مصرف کننده، رفتار تولید کننده و انواع بازارها در اقتصاد

توانایی و شایستگی هایی که درس پرورش می دهد:

- درک اصول تصمیم گیری مصرف کننده، نقش قیمت، تحلیل تقاضا، عوامل مؤثر بر تولید واحدهای اقتصادی، شرایط بازارهای مختلف در اقتصاد
- تحلیل رفتارهای واحدهای خرد اقتصادی

سرفصل درس:

- رفتار مصرف کننده و تولید کننده
- انواع توابع مطلوبیت (کاب داگلاس، CES، ...)
- انواع توابع تقاضا (تقریباً ایده آل، ترانس لگ و رتردام، ...)
- خصوصیات توابع تقاضا
- مروری بر بازارها، تابع واکنش عرضه، رابطه عرضه و زمان، تعدیل جزئی و کامل عرضه و تقاضا در طول زمان
- تعادل ایستا و پویا، قانون و تعادل والراس، تعادل جزئی و تعادل عمومی، تعادل در کل اقتصاد (شرایط بهینه پارتو)
- بررسی برقراری شرایط بهینه پارتو در بازارهای مختلف
- بررسی تأثیر عوامل خارجی بر شرایط بهینه پارتو، اصول اقتصاد رفاه، کارایی و عدم کارایی پارتو
- تخصیص بهینه منابع و توزیع بهینه کالاها
- تابع منحنی قرارداد
- تئوری کالاهای عمومی و تعادل لیندال
- کاربرد تئوری اقتصاد رایبسون در تعیین تعادل عمومی و تولید کالاهای عمومی



- توابع رفاه اجتماعی، حداکثر سازی رفاه
- اقتصاد زمان
- بازار انحصار چندجانبه و انتخاب استراتژی
- اطلاعات ناقص و تئوری بازی‌ها، انواع بازی‌ها
- همکاری و عدم همکاری، انتخاب استراتژی‌های مناسب
- راه‌حل گوش‌های Solution Nash، تئوری برنده-برنده، برنده-بازنده و
- Dilemma prisoner، کاربرد تئوری بازی‌ها در انواع بازار Auctions (حراج) و Bargaining (چانه‌زنی)

روش یاددهی - یادگیری:

روش یاددهی استاد به صورت سخنرانی و تکلیف دانشجوی حل تمرین‌های محول شده است.

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Varian, H. R. (2014). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach: Ninth International Student Edition*. WW Norton & Company.

Muñoz-Garcia, F. (2017). *Advanced microeconomic theory: an intuitive approach with examples*. MIT Press.

Henderson J. M. and Quandt R. E. (1985). *Economic Theory: A Mathematical Approach*. McGraw Hill

منابع فرعی:

Hal, R. V. (1992). *Microeconomic analysis*. Norton & Company, Inc.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): اقتصاد کلان تکمیلی

عنوان درس (انگلیسی): Complementary Macroeconomics

نوع درس: تخصصی پیش نیاز / هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

- آشنایی با اصول اقتصاد کلان، رفتار قیمت‌ها و تورم، شاخص‌های قیمت، رفتار مصرف، سرمایه‌گذاری، تولید و نرخ ارز در اقتصاد
- شناخت سیاست‌های پولی، مالی و درآمدی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

درک و تحلیل اثر سیاست‌های اقتصادی بر متغیرهای کلان اقتصادی

سرفصل درس:

- مقدمه (مروری بر مفاهیم پایه علم اقتصاد کلان، داده‌ها در اقتصاد کلان، حساب‌های ملی، متغیرهای مهم اقتصاد کلان)
- نقش خانوارها، بنگاه‌ها و دولت در اقتصاد کلان
- بازار کالا و منحنی IS و تحلیل سیاست‌های کلان اقتصادی، بازار پول و منحنی LM
- تقاضای کل و کاربرد الگوی IS-LM در تحلیل تکانه‌ها و سیاست‌های کلان اقتصادی (سیاست‌های پولی و مالی) تجارب ایران و سایر کشورها
- تحلیل عرضه و تقاضای کار و تعادل در بازار کار، عرضه کل در اقتصاد کلان و شیوه استخراج و تحلیل آن
- تحلیل تعیین عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضای کل در اقتصاد کلان (الگوی AS-AD) و تحلیل سیاست‌های اقتصاد کلان
- تورم و بیکاری و تحلیل سیاست‌های انبساط و انقباض پولی و مالی (منحنی فیلیس)، تجارب ایران و سایر کشورها
- مصرف و تحلیل الگوی رفتاری آن در اقتصاد کلان، نظریه کینزین‌ها درباره مصرف و درآمد
- سرمایه‌گذاری در اقتصاد کلان و تئوری‌های سرمایه‌گذاری



- تورم و پول در اقتصاد کلان (نظریه کلاسیک‌ها، علل و پیامدها و هزینه اجتماعی تورم، استخراج تورم از رابطه مقداری پول، رابطه فیشر در تبیین تورم و نرخ سود بانکی، تقاضای پول و عوامل مؤثر بر آن و تجارب ایران و کشورها)
- بیکاری: الگوی بیکاری طبیعی: فروض، شرایط تعادلی، عوامل مؤثر، تحلیل سیاست‌ها، بیمه بیکاری، چسبندگی دستمزدها و تحلیل پیامدهای آن، تجارب و سیاست‌های اشتغال‌زایی ایران، الگوی ماندل-فلمینگ و تحلیل سیاست ارزی

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان‌ترم	آزمون نهایی	پروژه
%۱۰	%۳۰	نوشتاری: %۵۰	۱۰٪
		عملکردی: -	

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Romer, D. (2012). *Advanced macroeconomics*. McGraw Hill.

Minford, P., & Peel, D. (2019). *Advanced macroeconomics: a primer*. Edward Elgar Publishing.

Branson, William (1989). *Macroeconomic Theory and Policy*, Harper and Row.

منابع فرعی:

شاگری، عباس (۱۳۸۷). *اقتصاد کلان، نظریه‌ها و سیاست‌ها*، جلد اول و دوم، انتشارات پارس نویسا.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): اقتصادسنجی تکمیلی ۱

عنوان درس (انگلیسی): Complementary Econometrics 1

نوع درس: تخصصی پیش نیاز / هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

- شناخت اصول اقتصادسنجی و شیوه برآورد مدل‌های متنوع اقتصادسنجی
- آشنایی با نرم‌افزارهای مربوطه.

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

- افزایش قدرت تحلیل، قابلیت برآورد انواع مدل‌های اقتصادسنجی و آماری
- شبیه‌سازی متغیرها و داده‌های اقتصادی
- انجام آزمون‌های آماری و اقتصادسنجی

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر بحث رگرسیون
- متدلوژی اقتصادسنجی
- مدل اقتصادی و مدل اقتصادسنجی
- ابزارهای تجزیه و تحلیل اطلاعات و آمار
- الگوی رگرسیون خطی و فرضیات روش OLS (تصریح الگو، برآورد، خصوصیات دارای برآورد کننده)
- روش برآورد حداکثر درست‌نمایی (MLE)
- موارد نقض فرض کلاسیک
- تصریح درست الگوهای اقتصادسنجی، پیامدهای تصریح نادرست
- متغیرهای موهومی و کاربرد آنها
- الگوهای لاجیت دو گانه، لاجیت ترتیبی، لاجیت چند گانه
- الگوهای پروبیت و الگوهای توییت (نحوه تصریح، برآورد و کاربرد آنها)



• الگوهای پواسن و دوجمله‌ای

روش یاددهی - یادگیری:

روش تدریس استاد به صورت سخنرانی است و تکلیف دانشجویان حل تمرین‌های محول شده و انجام یک پروژه عملی است.

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Greene, W. H. (2016). *Econometrics*. Prentice Hall.

Long, J. S., & Freese, J. (2006). *Regression models for categorical dependent variables using Stata*. Stata press.

منابع فرعی:

گجراتی، دامودار (۱۳۹۶). *اقتصادسنجی*، ترجمه حمید ابریشمی، جلد یک و دو، انتشارات دانشگاه تهران.

قربانی، محمد (۱۳۹۸). *اقتصادسنجی خرد (برای داده‌های کیفی)*، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): تجارت و بازاریابی بین الملل محصولات کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): International Trade and Marketing of Agricultural Products

نوع درس: تخصصی پیش نیاز / هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

- آشنایی با اصول تجارت، بازرگانی و بازاریابی بین المللی محصولات کشاورزی و صنایع غذایی
- شناخت ساختار بازرگانی خارجی کشور
- شناخت سیاست های تجاری ایران، دلایل و منافع اصلی بازرگانی و بازاریابی بین المللی.

توانایی و شایستگی هایی که درس پرورش می دهد:

- تحلیل مسائل تجارت بین الملل
- شناخت شیوه های بازاریابی بین الملل برای حضور بهتر در بازارهای جهانی.

سرفصل درس:

- مقدمه ای بر تجارت و بازاریابی بین المللی
- موانع تجاری و اثرات آن بر بازرگانی بین کشورها و قیمت کالا
- انواع موانع غیر تعرفه ای، محدودیت های اختیاری بر صادرات، خریدهای اجباری دولت
- سیاست های داخلی و تأثیر آن بر بازاریابی بین المللی
- رابطه بین بهره وری بنگاه ها و رقابت پذیری در بازارهای جهانی
- صرفه جویی های ناشی از مقیاس در بنگاه و تأثیر آن بر رقابت پذیری در بازارهای جهانی، اتحادیه های گمرکی (ایجاد تجارت، انحراف تجارت)
- سیاست دامپینگ
- مالیات بر صادرات
- پیوستگی بازارهای خارجی



- قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی (عوامل مؤثر بر قیمت گذاری، استراتژی های قیمت گذاری در کشورهای مختلف)
- ارتباطات و تبلیغات در بازاریابی بین المللی استراتژی تبلیغات بین المللی، انتخاب آژانس ها تبلیغاتی
- روش های پرداخت در بازرگانی خارجی (آشنایی با انواع اعتبارات اسنادی)
- سطوح مختلف بازاریابی بین الملل (بازاریابی صادرات، بازاریابی چندملیتی، بازاریابی چند منطقه ای، بازاریابی جهانی)
- سازمان های تسهیل کننده فعالیت های تجاری
- گروه های بازار (مناطق آزاد تجاری، اتحادیه های گمرکی، بازار مشترک، اتحادیه اقتصادی، اتحادیه سیاسی)،
- آمیخته های بازاریابی در داخل و خارج از کشور و شیوه های ورود به بازار خارجی
- مبانی تقسیم بازار خارجی و اصول بازاریابی بین الملل محصولات کشاورزی
- مزیت نسبی محصولات کشاورزی ایران در دنیا.

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان نترم	آزمون نهایی	پروژه
۱۰٪	۳۰٪	نوشتاری: ۵۰٪ عملکردی: -	۱۰٪

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Srinivasan, R. (2016). *International marketing*. PHI Learning Pvt. Ltd.

Albaum, G. S., Albaum, G., & Duerr, E. (2008). *International marketing and export management*. Pearson Education.

منابع فرعی:

بابایی زکیلی، محمدعلی (۱۳۸۹). *بازاریابی بین المللی*، انتشارات سمت.

حقیقی، محمد (۱۳۸۹). *بازرگانی بین المللی نظریه ها و کاربردها*، چاپ هشتم، انتشارات دانشگاه تهران.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): تحقیق در بازار و بازاریابی محصولات کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): Market and Marketing Research of Agricultural Products

نوع درس: اختیاری پیش نیاز / هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

تعداد واحد: ۲ نوع واحد: نظری تعداد ساعت: ۳۲

اهداف درس:

شناخت اصول کلی تحقیق در بازار و روش‌های تحقیقات در بازار و روش‌های تحقیقات بازاریابی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

کار با روش‌های متنوع تحقیقات در مباحث بازار و بازاریابی

سرفصل درس:

- کلیات روش تحقیق
- اجزای یک تحقیق کاربردی
- مفهوم تحقیق در بازار و بازاریابی
- روش‌های کاربردی تحقیق در بازار
- تحقیقات اکتشافی
- نمونه‌گیری (روش‌ها و ملاحظات)
- بررسی روندهای بازار
- روش‌های اندازه‌گیری اندازه بازار
- بررسی بازار هدف، بخش‌بندی بازار
- روش‌های تحقیقات در بازاریابی
- کارایی تبلیغات
- بررسی جایگاه و شیوه‌های ارتقای جایگاه برند
- بررسی رضایت مصرف‌کنندگان



روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing research: An applied orientation*. Pearson,
Churchill, G. A., & Iacobucci, D. (2006). *Marketing research: methodological foundations*.
New York: Dryden Press

منابع فرعی:

پینگالی، ونوگپال (۱۳۹۶). تحقیقات بازاریابی با رویکرد کاربرد، ترجمه امین اسداللهی، گلنار عابدینی، انتشارات بازاریابی.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): کاربرد برنامه‌ریزی ریاضی در کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): Application of Mathematical Programming in Agriculture

نوع درس: اختیاری پیش‌نیاز/هم‌نیاز: دارد ندارد پیش‌نیاز: -

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

اهداف درس:

آشنایی با انواع مدل‌های برنامه‌ریزی ایستا و پویا و کاربرد آن‌ها در حل مسائل اقتصاد کشاورزی و تصمیم‌گیری‌های بهینه

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

تحلیل انواع مدل‌های برنامه‌ریزی در ریاضی و درک نحوه کاربرد آن‌ها در مسائل اقتصاد کشاورزی در راستای تصمیم‌گیری بهینه

سرفصل درس:

- مفاهیم کلی بهینه‌سازی تحت مدل‌های برنامه‌ریزی خطی و تجزیه و تحلیل‌های Post Optimality
- تسلط به تولید مطلق و نسبی در الگوی کشت و تعیین مزیت نسبی در امر برنامه‌ریزی کشاورزی و استفاده از مدل‌های LP و NLP در تعیین مزیت نسبی محصولات زراعی رقیب و مقایسه آن با شاخص‌های مزیت نسبی کلاسیک (DRC)
- مسائل امتزاج (Blending Problem)، بودجه‌بندی سرمایه، برنامه‌ریزی مالی کوتاه‌مدت
- فرمول‌بندی جدول داده-ستانده تحت مدل برنامه‌ریزی خطی و تجزیه و تحلیل‌های سیاستی Linear Programming Model in Input Output Table
- انواع مدل‌های برنامه‌ریزی خطی و غیرخطی تحت نرم‌افزارهای LINDO، LINGO و GAMS و تفسیر اقتصادی نتیجه حل با آن‌ها
- مدل‌های برنامه‌ریزی فرآیندهای تولید Processes Production Models و مسائل بهینه‌یابی آن‌ها
- مدل‌های برنامه‌ریزی آرمانی و چندهدفه مصالحه‌ای و کاربرد آن‌ها در کشاورزی Compromising Goal Programming Models



- برنامه‌ریزی پویا و کاربرد آن‌ها در کشاورزی **Dynamic Linear Programming Model and its Application in Agriculture** جهت تصمیم‌گیری تحت عدم قطعیت و تصادفی
- تصمیم‌گیری‌های تحت عدم قطعیت با بیش از دو دوره
- مسائل مربوط به برنامه‌ریزی با منابع تصادفی
- تعادل اقتصادی و مفهوم آن تحت مدل‌های برنامه‌ریزی خطی و غیرخطی
- تئوری بازی‌ها و کاربرد آن‌ها در LP
- برنامه‌ریزی فازی خطی و کاربرد آن در کشاورزی **Fuzzy Linear Programming Model**
- برنامه‌ریزی غیرخطی و کاربرد آن در حل مسائل کشاورزی (Linear Programming, Non)
- کاربرد مدل‌های برنامه‌ریزی درجه دوم در کشاورزی و ساختار جبری آن‌ها
- تخمین پارامترهای انواع مدل‌های اقتصادی با استفاده از مدل برنامه‌ریزی درجه دوم
- تخمین پارامترهای انواع توابع تولید و هزینه‌های تولید کشاورزی تحت حداکثر آنتروپی (Maximum Entropy)
- کاربرد مدل‌های انبارداری غیرخطی، قطعی و تصادفی در کشاورزی.

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان‌ترم	آزمون نهایی	پروژه
۱۰٪	۳۰٪	نوشتاری: ۵۰٪ عملکردی: -	۱۰٪

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Agrawal R.C. and Earl O. Heady. (1972). *Operations Research Methods for Agri. Decision*. The Iowa University Press. Aug.

Barnard C. S. and Nix, J.S (1979). *Farm Planning and Control*, 2nd Edition, Cambridge University Press.

Hazell, P.B.R. & Norton. R.D. (1986). *Mathematical Programming for Economic Analysis in Agriculture*. Collie Mc Millan Publisher.



Neogy, S. K., Bapat, R. B., & Dubey, D. (Eds.). (2018). *Mathematical Programming and Game Theory*. Springer.

Hillier F.S. and Lieberman. G. J. (2001). *Introduction to Operations Research*. Seventh Edition, McGraw-Hill College

منابع فرعی:

سلطانی، غلامرضا؛ کهخا، احمدعلی و زیبایی، منصور (۱۳۷۸). کاربرد برنامه‌ریزی ریاضی در کشاورزی، سازمان تحقیقات و آموزش و ترویج کشاورزی.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): بازاریابی و زنجیره عرضه محصولات کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): Marketing and Supply Chain of Agricultural Products

نوع درس: اختیاری پیش نیاز/ هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

- آشنایی با مباحث بازاریابی و اصول زنجیره عرضه و فرآیندهای مختلف سیستم تأمین
- درک تکنیک‌ها و روش‌های طراحی و فرآیندهای مدیریت تأمین، توزیع کالا و بازاریابی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

شناخت شیوه‌های بازاریابی محصولات کشاورزی و نحوه ارتباط حلقه‌های مختلف زنجیره عرضه برای کارآمدی و ایجاد ارزش افزوده بیشتر.

سرفصل درس:

- مفاهیم بازاریابی مواد غذایی
- سیستم بازاریابی (تولید و بازاریابی، مصرف و بازاریابی، صنایع تأمین‌کننده مواد اولیه و تولید محصولات کشاورزی، فرآوری محصولات کشاورزی، نقش خرده‌فروش و عمده‌فروش در سیستم بازاریابی)
- بازاریابی اینترنتی و روش‌های آن
- نقش نهادهای بازاریابی: تعاونی‌ها و سازمان استاندارد کالا
- تبلیغات و بسته‌بندی در بازاریابی کالا و نهاده‌ها
- تعریف و مفاهیم زنجیره، اهداف زنجیره، اهمیت و جایگاه زنجیره در اقتصاد کشور
- سیر تحول مدیریت زنجیره در جهان، نقش تکنولوژی اطلاعات در مدیریت زنجیره، تأثیر جهانی‌شدن اقتصاد و تجارت بر زنجیره جهانی عرضه
- اثر شلاقی (bull whip effect) در زنجیره، دلایل به وجود آمدن اثر شلاقی، راهکارهای کاهش اثر شلاقی
- مدیریت ریسک در زنجیره عرضه، ارزیابی کارایی زنجیره عرضه، کاربرد پیش‌بینی عرضه و تقاضا با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی در مدیریت زنجیره، مدیریت درآمد و هزینه در زنجیره
- تأثیر اقتصاد مقیاس بنگاه‌های اقتصادی بر عملکرد اقتصادی تأمین زنجیره،



- مدل مقدار سفارش اقتصادی (EOQ) تعیین مقدار بهینه ذخیره‌سازی
- بررسی تأثیر هزینه‌های ذخیره‌سازی بر مقدار بهینه ذخیره کالا
- تأثیر نوسان تقاضا بر مقدار ذخیره‌سازی، بررسی تأثیر هزینه‌های ذخیره‌سازی بر مقدار بهینه ذخیره کالا، تأثیر نوسان تقاضا بر مقدار ذخیره بهینه
- ارائه الگوی حمل‌ونقل و طراحی شبکه حمل‌ونقل، مدیریت حمل‌ونقل در زنجیره و برنامه‌ریزی و زمان‌بندی ارسال کالا در زنجیره
- کاربرد روش‌های غیر پارامتریک و غیره در مدیریت زنجیره عرضه کالا و مدیریت حمل‌ونقل

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان، ارائه پروژه کلاسی در زمینه مدیریت زنجیره عرضه و استفاده از روش‌های غیر پارامتریک در بخش کشاورزی و صنایع غذایی.

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان‌ترم	آزمون نهایی	پروژه
%۱۰	%۳۰	نوشتاری: %۵۰	۱۰٪
		عملکردی: -	

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Accorsi, R., & Manzini, R. (Eds.). (2019). *Sustainable Food Supply Chains: Planning, Design, and Control Through Interdisciplinary Methodologies*. Academic Press.

Chopra and P. Meindl (2006). *Supply chain management: strategy, planning and operation* 3rd edition, Pearson College Div.

Chandrasekaran, N., & Raghuram, G. (2014). *Agribusiness supply chain management*. CRC Press.

Edward A. Silver, David F. Pyke and Rein Peterson. (2000). *Inventory management and production and Scheduling*, 3rd Edition, John Wiley & Sons.

David simchi, Levi et al. (2003). *Designing and managing the supply chain: concepts, strategies, and test studies*, second edition, MC Graw Hill.

منابع فرعی:

Keshelashvili, G. (2018). *Value chain management in agribusiness*, International Institute of Social and Economic Sciences.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): بازار بورس محصولات کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): Stock Market for Agricultural Products

نوع درس: اختیاری پیش نیاز/ هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

آشنایی با مباحث بورس محصولات کشاورزی، فواید بورس، روش‌های گسترش و انواع قراردادهای رایج در بورس کالا در ایران و جهان

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

شناخت اصول و قواعد بازار بورس جهت ارتقای دانش عملی اقتصاد کشاورزی

سرفصل درس:

- بورس و مفاهیم اولیه آن و مفاهیم بورس کالا
- کلیات تحلیل بنیادی و تحلیل تکنیکال
- کلیات روانشناسی بازار سرمایه
- بررسی تاریخی قراردادهای آتی و اختیار معامله در بورس‌های کالایی
- قیمت مبنا و تحلیل قیمت مبنا
- مدیریت قیمت در بازار بورس کالا
- مدیریت ریسک قیمت توسط ابزارهای مشتقه (قراره‌های نقدی، سلف، آتی، اختیار معامله)
- استراتژی قیمت‌گذاری در بورس کالا
- استراتژی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت
- پوشش ریسک، آربیتراژ، هج کردن، کال مارجین
- پیش‌بینی قیمت در بورس کالا
- اثرات بورس کالا بر قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده
- بازاریابی و بورس کالا.



روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Barkley, A. (2019). *The Economics of Food and Agricultural Markets*. New Prairie Press

Holihan, M. B. (2008). *The Complete Guide to Investing in Commodity Trading and Futures: How to Earn High Rates of Returns Safely*. Atlantic Publishing Company.

منابع فرعی:

هال، جان ادوارد (۱۳۸۹). مبانی مهندسی مالی و مدیریت ریسک، ترجمه سجاد سیاح و علی صالح آبادی، انتشارات گروه رایانه تدبیر پرداز.

سلطانی نژاد، حامد و حاجی وند، مهدی (۱۳۹۸). *دانشنامه بورس کالای ایران*، انتشارات بورس (وابسته به شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس)



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): تجزیه و تحلیل قیمت محصولات کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): Price Analysis of Agricultural Products

نوع درس: اختیاری پیش نیاز/ هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

آشنایی با مبانی تحلیل بازار و تحلیل قیمت محصولات بخش کشاورزی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

شناخت شیوه‌های مختلف تعیین قیمت و قیمت گذاری محصولات بخش کشاورزی

سرفصل درس:

- مفهوم کشش قیمت و شیوه‌های تحلیل آن
- تعادل در بازار محصول و نهاده‌ها
- ریسک‌های قیمت و انواع آن
- شیوه‌های قیمت گذاری کالاهای کشاورزی و نهاده‌های بخش کشاورزی
- تحلیل هزینه‌های تولید و هزینه‌ها و حاشیه بازاریابی
- عوامل مؤثر بر حاشیه بازاریابی و قیمت تمام شده محصولات کشاورزی
- قدرت بازار، رقابت پذیری و شیوه‌های بررسی آن
- قیمت گذاری محصول و نهاده‌های کشاورزی در بازارهای مختلف داخلی و خارجی
- انتقال قیمت و هزینه مبادله
- همبستگی بازارهای داخلی و بازارهای خارجی
- قانون قیمت واحد
- قیمت تضمینی
- کاربرد نظریه بازی‌ها در تعادل



روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Tomek, W. G., & Kaiser, H. M. (2014). *Agricultural product prices*. Cornell University Press.

Norwood, F. B., & Lusk, J. L. (2018). *Agricultural marketing and price analysis*. Waveland Press.

منابع فرعی:

رایبسنون، کنت ال. و تومک، ویلیام جی. (۱۳۸۹). قیمت محصولات کشاورزی، ترجمه صفدر حسینی، انتشارات دانشگاه تهران.

کاتلر، فیلیپ (۱۳۹۷). اصول بازاریابی، ترجمه بهمن فروزنده، موسسه کتاب مهربان نشر.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): اقتصادسنجی تکمیلی ۲

عنوان درس (انگلیسی): Complementary Econometrics 2

نوع درس: اختیاری پیش نیاز / هم نیاز: دارد ■ ندارد □ پیش نیاز: اقتصادسنجی تکمیلی ۱

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

اهداف درس:

آشنایی با روش‌های سری زمانی و داده‌های تابلویی برای بررسی داده‌های اقتصادی در بخش کشاورزی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

شناخت شیوه‌های مختلف تحلیل و بررسی آمار و اطلاعات اقتصادی در بخش کشاورزی که به صورت سری زمانی یا تابلویی ارائه می‌شوند

سرفصل درس:

- انواع الگوهای سری زمان شامل الگوهای آرماء، آریما، آرچ، گارچ
- مدل خود توضیح با وقفه توزیع شده
- مدل تصحیح خطا
- مدل‌های خود توضیح برداری
- روش باکس جنکینز برای مدل‌سازی داده‌های سری زمانی
- انواع روش‌های داده‌های تابلویی شامل مدل‌های با عرض از مبدأ مشترک
- مدل‌های با اثرات ثابت و تصادفی
- مدل‌های داده‌های تابلویی پویا و کاربرد مدل‌ها در مباحث اقتصاد کشاورزی

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان



روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان نترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Pesaran, M. H. (2015). *Time series and panel data econometrics*. Oxford University Press.

Perron, P. (Ed.). (2019). *Time series econometrics*. World Scientific Publishing Company Pte. Limited.

منابع فرعی:

عیدی زاده، شهرام و محمدی، حسین (۱۳۹۶). *اقتصادسنجی سری های زمانی با ایویوز، نشر علم*.

هال، اس.جی و آستریو، دیمیتریوس (۱۳۹۳). *اقتصادسنجی کاربردی، رهیافتی مدرن با استفاده از ایویوز و میکروفیت، ترجمه آزاده تعالی مقدم، علیرضا کرباسی، حسین محمدی، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد*.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): زبان تخصصی در اقتصاد کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): ESP in Agricultural Economics

نوع درس: اختیاری پیش نیاز/ هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

تعداد واحد: ۲ نوع واحد: نظری تعداد ساعت: ۳۲

اهداف درس:

آشنایی با لغات تخصصی و مفاهیم رایج در ادبیات اقتصاد کشاورزی به زبان انگلیسی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

درک انواع متون و مفاهیم مختلف در اقتصاد کشاورزی و گرایش‌های متنوع آن

سرفصل درس:

- انتخاب متن‌های مناسب از کتاب‌های اقتصاد کشاورزی و نیز گرایش‌های چهارگانه اقتصاد کشاورزی و طرح آن‌ها در کلاس
- مرور لغات بسیار مهم و کاربردی در گرایش‌های مختلف اقتصاد کشاورزی
- نحوه نگارش مقالات به زبان انگلیسی

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان‌ترم	آزمون نهایی	پروژه
%۱۰	%۳۰	نوشتاری: %۵۰	۱۰%
		عملکردی: -	

فهرست منابع:

منابع اصلی:



استفاده از منابع و متون مختلف اقتصاد کشاورزی در کلاس درس و بررسی آنها برای بالا بردن قوه ترجمه، تحلیل و درک مطلب

توسط دانشجو

منابع فرعی:

ارائه مقالات مختلف مرتبط با درس اقتصاد کشاورزی و بازاریابی محصولات کشاورزی



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): تحلیل تقاضا و رفتار مصرف کننده

عنوان درس (انگلیسی): Demand and Consumer Behavior Analysis

نوع درس: اختیاری پیش نیاز/ هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

آشنایی با تحلیل تقاضا و رفتار مصرف کنندگان برای محصولات کشاورزی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

شناخت شیوه‌های تحلیل تقاضای محصولات کشاورزی
شناسایی عوامل اثرگذار بر تقاضای محصولات مختلف بخش کشاورزی و ارائه راهکار در مورد بازاریابی یا فروش آنها

سرفصل درس:

- توابع مطلوبیت مستقیم و غیرمستقیم
- توابع تقاضا
- قیده‌های کلاسیک و جدید
- تابع تقاضای جبرانی
- اصول تقارن و هتلینگ
- اطلاعات و استفاده آنها در تجزیه و تحلیل تقاضا
- انواع سیستم‌های تقاضا
- سیستم تقاضای معکوس
- عناصر مؤثر در شکل‌گیری عادات مصرفی
- توابع تقاضای پویا
- الگوهای مصرف و تقاضای خانوارها
- تغییرات ساختاری در تقاضا



- روش‌های غیر پارامتریک

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

Norwood, F. B., & Lusk, J. L. (2018). *Agricultural marketing and price analysis*. Waveland Press.

Wierenga, B., van Tilburg, A., Grunert, K. G., Steenkamp, J. B. E., & Wedel, M. (Eds.). (2012). *Agricultural marketing and consumer behavior in a changing world*. Springer Science & Business Media.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): کارآفرینی در کسب و کارهای کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): Entrepreneurship in Agribusiness

نوع درس: اختیاری پیش نیاز/ هم نیاز: دارد ندارد پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

آشنایی با مفاهیم و شیوه‌های کارآفرینی در کسب و کارهای کشاورزی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

- شناخت شیوه‌های کارآفرینی در انواع کسب و کارهای کشاورزی
- ایجاد کارآفرینی‌های ارزشمند در بخش کشاورزی

سرفصل درس:

- تاریخچه کارآفرینی، مفاهیم کارآفرینی و انواع آن
- انواع کسب و کارهای کشاورزی
- مبانی و اصول کسب و کار
- روش‌های ایجاد کسب و کارهای کشاورزی
- مبانی بازار و مدیریت بازار، ارزیابی امکان‌سنجی و انتخاب ایده کارآفرینی
- چارچوب طرح کسب و کار، طراحی جدول و محاسبات طرح کسب و کار
- مراحل ثبت و تأسیس شرکت و انواع شرکت‌ها
- مبانی کسب و کار در اقتصاد ایران و کلیات قوانین تجارت در ایران
- تجربیات موفق کارآفرینان ایرانی
- مهارت‌های کارآفرینی: کارگروهی، مدیریت منابع، مدیریت مالی، ارتباطات
- برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی کسب و کار
- راه‌اندازی کسب و کار، تولید
- کنترل کیفیت و کنترل هزینه‌ها



روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.

Parker, S. C. (2018). *The economics of entrepreneurship*. Cambridge University Press.

Frederick, H., O'Connor, A., & Kuratko, D. F. (2018). *Entrepreneurship*. Cengage AU.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): **مالیه بین الملل**

عنوان درس (انگلیسی): **International Finance**

نوع درس: اختیاری پیش نیاز/ هم نیاز: دارد ■ ندارد □ پیش نیاز: اقتصاد خرد تکمیلی،

اقتصاد کلان تکمیلی

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

اهداف درس:

آشنایی با مفاهیم مالیه بین الملل و تحولات نرخ ارز در عرصه های داخلی و خارجی

توانایی و شایستگی هایی که درس پرورش می دهد:

شناخت روش های تعیین نرخ ارز و توان تحلیل این حوزه

سرفصل درس:

- مفهوم و مبانی مالیه بین الملل
- تعادل و عدم تعادل تراز پرداخت ها
- سیستم های نرخ ارز
- تحرک سرمایه
- رویکرد پولی به تراز پرداخت ها
- بحران های پولی و مالی
- بازارهای مالی
- اتحادیه های پولی
- ذخایر بین المللی و تقاضا برای آنها
- مسائل نظام پولی بین المللی

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان



روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان نترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Salvatore, D. (2019). *International Economics*. John Wiley & Sons.

Sercu, P. (2009). *International finance: theory into practice*. Princeton University Press.

منابع فرعی:

دومینیک سالواتوره (۱۳۹۴). *مالیه بین الملل*، ترجمه حمیدرضا ارباب، نشر نی.



مشخصات درس:

عنوان درس (فارسی): تنظیم بازار محصولات کشاورزی

عنوان درس (انگلیسی): Market Regulation of Agricultural Products

نوع درس: اختیاری پیش نیاز / هم نیاز: دارد ■ ندارد □ پیش نیاز: -

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

اهداف درس:

آشنایی با مفاهیم بازار و تنظیم بازار محصولات کشاورزی

توانایی و شایستگی‌هایی که درس پرورش می‌دهد:

شناخت روش‌های تنظیم بازار محصولات مختلف کشاورزی

سرفصل درس:

- مفهوم بازار و انواع بازارها
- بازار محصولات کشاورزی
- نقش دولت در اقتصاد
- مفهوم تنظیم بازار
- نقش دولت در تنظیم بازار محصولات مختلف
- ماهیت محصولات کشاورزی و نقش دولت
- نقش دولت در تنظیم بازار محصولات کشاورزی
- سیاست‌های کاربردی برای تنظیم بازار محصولات کشاورزی

روش یاددهی - یادگیری:

تدریس به روش توضیحی توسط استاد و انجام تکالیف و حل تمرین توسط دانشجویان



روش ارزیابی:

پروژه	آزمون نهایی	میان نترم	ارزشیابی مستمر
۱۰٪	نوشتاری: ۵۰٪	۳۰٪	۱۰٪
	عملکردی: -		

فهرست منابع:

منابع اصلی:

Barrett, C. B., & Mutambatsere, E. (2008). *Agricultural markets in developing countries*, Palgrave Macmillan, London.

Brouwer, F., Fox, G., Jongeneel, R., & Jongeneel, R. A. (Eds.). (2012). *The Economics Of Regulation In Agriculture: Compliance With Public And Private Standards*. CABI

Barkley, A. (2016). *The Economics of Food and Agricultural Markets*. New Prairie Press.

منابع فرعی:

شریمپر، رونالد آرتور (۱۳۸۹). *اقتصاد بازارهای کشاورزی*، ترجمه محمد قربانی، فرخ دین قزلی، سیاوش دهقانیان، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد





فصل چهارم

ترم بندی دروس



ترم اول

تعداد واحد			نام درس	ردیف
جمع	عملی	نظری		
۳	۰	۳	اقتصاد خرد تکمیلی	۱
۳	۰	۳	اقتصادسنجی تکمیلی ۱	۲
۲	۰	۲	درس اختیاری	۳
۸	۰	۸	جمع کل	

ترم دوم

تعداد واحد			نام درس	ردیف
جمع	عملی	نظری		
۳	-	۳	اقتصاد کلان تکمیلی	۱
۳	-	۳	تجارت و بازاریابی بین الملل محصولات کشاورزی	۲
۳	-	۳	درس اختیاری	۳
۹	-	۹	جمع کل	



ترم سوم

تعداد واحد			نام درس	ردیف
جمع	عملی	نظری		
۳	-	۳	درس اختیاری	۱
۳	-	۳	درس اختیاری	۲
۳	-	۳	درس اختیاری	۳
۹	-	۹	جمع کل	

ترم چهارم

تعداد واحد			نام درس	ردیف
جمع	عملی	نظری		
۶	-	۶	درس اختیاری	۱
۶	-	۶	جمع کل	

