



وزارت تحصیلات عالی
دانشگاه کاتب
معاونت علمی - تدریسی
دانشکده اقتصاد
دییارتمنت اداره تجارت

پلان استراتژیک دیپارتمنت اداره تجارت

Strategic Plan of BBA Department

(2017-2020)

January 2017

فهرست

صفحه	عنوان
1.....	1. مقدمه
1.....	2. معرفی دانشکده اقتصاد
2.....	2-1 اهداف دوره اداره تجارت
2.....	3. تدوین پلان استراتژیک دیپارتمنت اداره تجارت
2.....	3-1 چشم انداز دیپارتمنت
2.....	3-2 ماموریت دیپارتمنت
3.....	3-3 تعیین اهداف اصلی دیپارتمنت

۱. مقدمه

در دنیای معاصر پیشتازی موضوعی است که در اطلاعات، ارتباطات و آموزش تعریف می‌شود و سرمایه‌گذاری بر منابع انسانی یک رسالت ملی تعریف می‌گردد. از طرفی تاکید بر توسعه دانش، شایستگی‌های فردی و آمادگی برای عصر تغییر و کارآفرینی برای مراکز علمی و تحقیقاتی به خصوص دانشگاه‌ها، از شاخص‌های جوامع پیشرفته به شمار می‌روند. اما عواملی چون رویارویی با اقتصاد جهانی در حال پیشرفت، ارتباطات جهانی از طریق فناوریهای نوین، رشد هزینه‌های تحصیلات عالی، ظهور قابلیت‌های جدید علمی و تحقیقی، افزایش آموزش و سواد آموزی جهانی و ظهور رقابت در عرصه تحصیلات عالی سبب شده‌اند تا دانشگاه‌ها نیز برای غلبه بر این محیط در حال تغییر نیاز به یک برنامه جامع و بلندمدت را احساس کنند.

مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنیت پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی، راه حل بسیاری از مسائل سازمان‌های امروزی است. در واقع مدیریت استراتژیک با استفاده از روش‌های خاص، بیم‌ها و تهدیدهای احتمالی را شناسایی کرده و با بکار بستن تمهیدات لازم، آنها را به فرصت تبدیل می‌کند. بر پایه این شیوه تفکر، مدیران در همه بخش‌ها باید به بررسی در افق کار خود پرداخته و از آنچه پیش‌بینی می‌شود برنامه‌ای شایسته و کارساز در جهت افزایش توان پایداری سازمان‌ها فراهم آورند. به بیان دیگر، مدیریت استراتژیک به سازمان این امکان را می‌دهد که به شیوه‌ای خلاق و نوآور عمل کند. این شیوه مدیریت باعث می‌شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیت‌هایش به گونه‌ای درآید که اعمال نفوذ کند و سرنوشت خود را در دنیای در حال تغییر، خود رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد.

فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک و محصول آن، بعنوان یک برنامه مدون در هر حوزه‌ای بستر ساز رشد، تنظیم‌کننده فعالیت‌ها، روابط و ضوابط می‌باشد. هر نظامی که متغیرهای درونی آن از پویایی بیشتر برخوردار بوده و از دایره کنترل قطعی خارج باشد، نیاز بیشتر به پلان استراتژیک دارد. در این میان نظام آموزشی با سه عنصر استاد، محصل و محتوای آموزشی بیش از دیگر سازمان‌ها و نهادها نیازمند چنین برنامه‌ای است. زیرا متغیرهای تشکیل‌دهنده این نظام کمتر قالب‌پذیر بوده و مدیریت استراتژیک پاسخگوی چنین وضعیتی توصیف می‌شود.

دانشگاه کاتب به عنوان یک نهاد همانند هر سازمان پیشرو دیگر کوشیده است با هدف دستیابی به مطلوب‌ترین وضعیت ممکن در ارتقای سطح علمی جامعه، تولید علم، انجام تحقیقات کاربردی و تربیت نسل متخصص با بهره‌گیری از اساتید مجرب گام بردارد. در این راستا دانشگاه تلاش می‌کند از پلان استراتژیک به عنوان یک بستر مناسب برای پیشبرد اهدافش بهره‌برد. هم‌چنین، دانشکده اقتصاد پلان استراتژیک مدون و جامع را در راستای چشم انداز دانشگاه تدوین نموده که در ادامه آورده شده است.

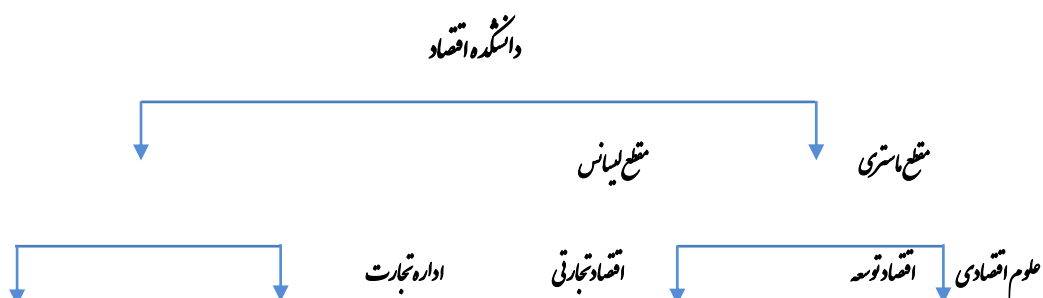
۲. معرفی دانشکده اقتصاد

دانشکده اقتصاد در سال 1388 به صورت یک دیپارتمنت با رشته «اقتصاد تجارتي» در دانشکده علوم اجتماعی آغاز به کار نمود و در سال 1390 با مجوز وزارت محترم تحصیلات عالی، به صورت دانشکده مستقل درآمد. هم اکنون این دانشکده حدود 800 دانشجو و 35 استاد بصورت تمام وقت و مدعو دارد که دارای مدرک دکتری و ماستری می‌باشند.

راه اندازی رشته اقتصاد تجارتي^۱ و اداره تجارت^۲ در مقطع لیسانس در مرحله اول شکل‌گیری این فاکولته و سپس برگزاری رشته علوم اقتصادی و اقتصاد توسعه در مقطع ماستری در راستای پاسخگویی به نیاز شدید نهادها، موسسات، بانک‌ها و تصدی-های سکتور خصوصی و دولتی به کارشناسان، اقتصاددانان و مدیران ماهر و متخصص می‌باشد.

¹ Business Economics

هم اکنون دانشکده اقتصاد دارای دو دیپارتمنت در مقطع لیسانس و دو گرایش در مقطع ماستری می‌باشد که در نمودار زیر نمایش داده شده است:



۱-۲ اهداف دوره اداره تجارت

- آموزش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز سازمان‌ها، ادارات و شرکت‌های دولتی و خصوصی
- آشنایی دانشجویان با سازمان‌های تجاری و کارآفرینی
- افزایش مهارت و توانایی دانشجویان در شناخت مسائل مبتنی بر مدیریت، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها^۳
- ارزیابی راه‌های مختلف و تصمیم‌گیری در مورد مسائل تجاری و مدیریتی
- ایجاد زمینه لازم و تشویق دانشجویان به خودآموزی و رشد فردی و حرفه‌ای

۳. تدوین پلان استراتژیک دیپارتمنت اداره تجارت

به منظور تدوین پلان استراتژیک دیپارتمنت اداره تجارت مراحل مختلفی باید طی شود که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

۱-۳ چشم انداز دیپارتمنت

سازمان‌ها برای تحقق اهداف و کسب موفقیت نیازمند تصویر روشن از آینده خود می‌باشند. تصویری که جهت‌گیری‌های آتی سازمان را به وضوح معین نماید. به این تصویر از آینده چشم انداز می‌گویند. بنابراین چشم انداز و هدف نهایی دیپارتمنت اداره تجارت به شرح زیر تعریف می‌شود:

تبدیل شدن به قطب علمی علوم مدیریتی در کشور

۲-۳ ماموریت دیپارتمنت

دیپارتمنت اداره تجارت با ارائه دانش با کیفیت مبتنی بر بازار کار و تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد جهت پاسخگویی به نیازهای مدیریتی و انکشافی جامعه تلاش می‌نماید. این دیپارتمنت از طریق فراهم سازی فضای استاندارد آموزشی و تکیه بر تحقیقات کمی، استفاده از اساتید مجرب و متخصص، بکارگیری تکنولوژی نوین و متدهای

² Business Administration

³ Data

درسی به روز و جلب همکاری نهادهای معتبر علمی بین‌المللی در جهت تحقق این مهم گام برمی‌دارد. در این راستا، پیشرفت علمی اساتید و ارتقای ظرفیت کارمندان از اولویت‌های اصلی محسوب می‌شود.

۳-۳ تعیین اهداف اصلی دیپارتمنت

هدف‌های بلندمدت بیانگر نتایج مورد انتظار از اجرای استراتژی‌های مشخص می‌باشد. به بیان دیگر، استراتژی راهی عملی برای دستیابی به اهداف بلندمدت است. چارچوب زمانی استراتژی‌ها و اهداف بلندمدت با هم سازگار و معمولاً بین 2 تا 5 سال طول می‌کشد. اهداف بلندمدت ماهیت کمی، قابل سنجش، واقعی، قابل درک، چالشی و قابل دستیابی دارند. براساس فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف دیپارتمنت اداره تجارت و نحوه عملکرد دیپارتمنت در برابر هر یک، و با توجه به چشم‌انداز و مأموریت اصلی دیپارتمنت اداره تجارت، دانشکده اقتصاد و دانشگاه، اهداف اصلی دیپارتمنت برای 5 سال آتی به شرح زیر تعیین گردیده است:

- برگزاری دوره ماستری مدیریت (MBA)
- تمامی اعضای هیات علمی دیپارتمنت دارای مدرک دکتری و یا دانشجوی مقطع دکتری باشند.
- داشتن نشریه علمی - پژوهشی اقتصاد و مدیریت
- افزایش تعداد کل دانشجویان دیپارتمنت اداره تجارت به 500 نفر
- امضای تفاهم‌نامه با نهادهای علمی خارجی و داخلی
- تغییر ساختار دیپارتمنت بر اساس اصول اکادمیک
- ایجاد کتابخانه تخصصی
- تشکیل انجمن علمی دانشجویی
- ایجاد مرکز مشاوره و تحقیقات
- تطبیق معیارهای علمی دانشگاه‌های معتبر منطقه