



وزارت تحصیلات عالی
دانشگاه کاتب
معاونت علمی - تدریسی
دانشکده اقتصاد

پلان استراتژیک دانشکده اقتصاد

Economics Faculty Strategic Plan

(2017-2020)

January 2017

فهرست

صفحه	عنوان
1.....	1. مقدمه
1.....	2. معرفی دانشکده اقتصاد
2.....	2-1 اهداف دوره ماستری
2.....	2-2 اهداف دوره اقتصاد تجارتي
2.....	2-3 اهداف دوره اداره تجارتي
3.....	3. تدوين پلان استراتژيك دانشكده
3.....	3-1 چشم انداز دانشكده
3.....	3-2 ماموريت دانشكده
3.....	3-3 تعيين اهداف اصلي دانشكده

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 بسترساز 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 چشم‌انداز دانشگاه تدوین نموده که در ادامه آورده شده است.

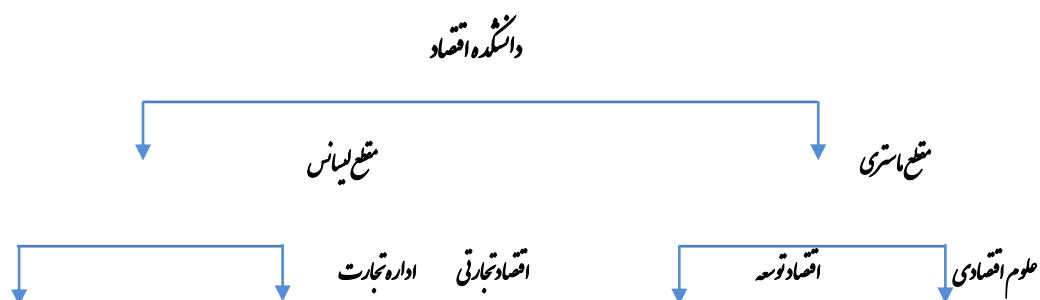
۲. معرفی دانشکده اقتصاد

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. هم‌اکنون این دانشکده حدود 800 دانشجو و 35 استاد بصورت تمام وقت و مدعو دارد که دارای مدرک دکتری و ماستری می‌باشند.

راه‌اندازی 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:



۲-۱ اهداف دوره ماستری

فارغ‌التحصیلان این دوره با بهره‌گیری از دانش اقتصادی خود قادر خواهند بود:

- به عنوان مدیر هدایت سیاست‌های اقتصادی لازم در زمینه تخصصی خویش را بر عهده گرفته و برای حل و فصل مسائل اقتصادی کشور در سطوح مختلف، تصمیم‌گیری و راه‌حل ارائه نمایند.
- به عنوان مدرس برای تدریس این رشته در پوهنتون‌ها و موسسات تحصیلات عالی خدمت نمایند.
- به عنوان محقق به تجزیه و تحلیل مسائل، نقش موثری در تصمیم‌گیری سیاست‌گذاران داشته باشند.
- به عنوان متخصص در سازمان‌های اقتصادی بین‌المللی، بانک‌ها، نهادهای دولتی و سازمان‌های خصوصی داخلی ایفای وظیفه نمایند.

۲-۲ اهداف دوره اقتصاد تجاری

- تربیت کارشناسان و نیروی متخصص برای پاسخگویی به نیازهای بازار کار، نهادها، موسسات، بانک‌ها و ...
- افزایش مهارت و توانایی دانشجویان در شناخت شرایط اقتصادی کشور
- آماده‌سازی محصلان برای ادامه تحصیل و ورود به مقاطع بالاتر تحصیلی (ماستری و دکتری) در رشته‌های علوم اقتصادی و مدیریتی
- انتظار می‌رود فارغ‌التحصیلان این دوره بتوانند با بهره‌گیری از دانش اقتصاد، مسائل و مشکلات پیچیده اقتصادی را در سطوح کلان و بخشی و نیز سازمان‌های بزرگ اقتصادی تجزیه و تحلیل کرده و راه‌حل‌های مؤثر و متناسب را ارائه و در تنظیم سیاست‌های اقتصادی مشارکت نمایند.

۲-۳ اهداف دوره اداره تجارت

- آموزش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز سازمان‌ها، ادارات و شرکت‌های دولتی و خصوصی

² Business Administration

- آشنایی دانشجویان با سازمان های تجاری و کارآفرینی
- افزایش مهارت و توانایی دانشجویان در شناخت مسائل مبتنی بر مدیریت، جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها³
- ارزیابی راه حل های مختلف و تصمیم گیری در مورد مسائل تجاری و مدیریتی
- ایجاد زمینه لازم و تشویق دانشجویان به خودآموزی و رشد فردی و حرفه ای

۳. تدوین پلان استراتژیک دانشکده

به منظور تدوین پلان استراتژیک دانشکده اقتصاد مراحل مختلفی باید طی شود که در ادامه به آنها اشاره می شود.

۳-۱ چشم انداز دانشکده

سازمان ها برای تحقق اهداف و کسب موفقیت نیازمند تصویر روشن از آینده خود می باشند. تصویری که جهت گیری های آتی سازمان را به وضوح معین نماید. به این تصویر از آینده چشم انداز می گویند. بنابراین چشم انداز و هدف نهایی دانشکده اقتصاد به شرح زیر تعریف می شود:

تبدیل شدن به یک دانشکده معتبر در سطح منطقه

۳-۲ مأموریت دانشکده

دانشکده اقتصاد 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 می نماید. این دانشکده از طریق فراهم سازی فضای استاندارد آموزشی و تکیه بر تحقیقات کمی، استفاده از اساتید مجرب و متخصص، بکارگیری تکنالوژی نوین و متدهای درسی به روز و جلب همکاری نهادهای معتبر علمی بین المللی در جهت تحقق این مهم گام برمی دارد. در این راستا، پیشرفت علمی اساتید و ارتقای ظرفیت کارمندان از اولویت های اصلی محسوب می شود.

۳-۳ تعیین اهداف اصلی دانشکده

هدف های بلندمدت بیانگر نتایج مورد انتظار از اجرای استراتژی های مشخص می باشد. به بیان دیگر، استراتژی راهی عملی برای دستیابی به اهداف بلندمدت است. چارچوب زمانی استراتژی ها و اهداف بلندمدت با هم سازگار و معمولاً بین 2 تا 5 سال طول می کشد. اهداف بلندمدت ماهیت کمی، قابل سنجش، واقعی، قابل درک، چالشی و قابل دستیابی دارند. براساس فرصت ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف دانشکده اقتصاد و نحوه عملکرد دانشکده در برابر هر یک، و با توجه به چشم انداز و مأموریت اصلی دانشکده و دانشگاه، اهداف اصلی دانشکده برای 5 سال آتی به شرح زیر تعیین گردیده است:

- برگزاری دوره دکتری علوم اقتصادی و اقتصاد توسعه
- برگزاری دوره ماستری مدیریت (MBA)
- تمامی اعضای هیات علمی دانشکده دارای مدرک دکتری و یا دانشجوی مقطع دکتری باشند.
- داشتن نشریه علمی- پژوهشی اقتصاد و مدیریت
- افزایش تعداد کل دانشجویان دانشکده به 1500 نفر

³ Data

- امضای تفاهم‌نامه با نهادهای علمی خارجی و داخلی
- تغییر ساختار دانشکده بر اساس اصول اکادمیک
- ایجاد کتابخانه تخصصی
- تشکیل انجمن علمی دانشجویی
- ایجاد مرکز مشاوره و تحقیقات
- تطبیق معیارهای علمی دانشگاه‌های معتبر منطقه