



برنامه راهبردی گروه مدیریت بازرگانی



تابستان ۱۳۹۹

سند راهبردی گروه مدیریت بازرگانی

چشم انداز گروه:

گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه خلیج فارس، گروهی ممتاز در حوزه آموزش‌ها و پژوهش‌های بازاریابی محصولات و خدمات مزیت‌دار استانی و تدوین برنامه‌های راهبردی سازمانی، فعال در عرصه مشاوره و به کارگیری دانش‌های مدیریتی و توسعه منابع انسانی در منطقه جنوب کشور

حوزه های راهبردی	حوزه های فرعی	مزیت های نسبی و رقابتی حوزه فرعی	بازار حوزه فرعی	تیم یا گروه علمی	سر گروه	سازمان یا نهاد همکار علمی
بازاریابی محصولات و خدمات مزیت‌دار استانی	۱-۱ برندینگ محصولات و خدمات مزیت دار استانی	- نبود پژوهش و مشاوره در محصولات مزیت‌دار استانی	حوزه خرما، حوزه گردشگری و صنایع دستی، شیلات، خدمات بازرگانی	- دکتر منیژه بحرینی‌زاد - دکتر مجید اسماعیل‌پور - دکتر سید یعقوب حسینی - دکتر شهربانو یداله‌ی	- دکتر منیژه بحرینی‌زاد	سازمان توسعه و تجارت، استانداری استان، شرکتهای تولیدی، اداره کل بندر و دریانوردی استان، اتاق بازرگانی استان، سازمان گردشگری و صنایع دستی، سازمان جهاد کشاورزی، شیلات، شرکتهای نفت، گاز و پتروشیمی،
	۱-۲ تحلیل بازارها محصولات و خدمات مزیت دار استانی	- حمایت مدیران از برنامه‌های مشاوره و بازاریابی	کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس، روسیه، عراق و افغانستان	- دکتر منیژه بحرینی‌زاد - دکتر مجید اسماعیل‌پور - دکتر سید یعقوب حسینی - دکتر شهربانو یداله‌ی	- دکتر منیژه بحرینی‌زاد	سازمان توسعه و تجارت، استانداری استان، شرکتهای تولیدی، اداره کل بندر و دریانوردی استان، اتاق بازرگانی استان، سازمان گردشگری و صنایع دستی، سازمان جهاد کشاورزی، شیلات، شرکتهای نفت، گاز و پتروشیمی،
	۱-۳ تحقیقات بازاریابی محصولات و خدمات مزیت دار استانی	- نبود یک مرکز علمی تحقیقات بازاریابی در استان	حوزه خرما، حوزه گردشگری و صنایع دستی، شیلات، خدمات بازرگانی	- دکتر منیژه بحرینی‌زاد - دکتر مجید اسماعیل‌پور - دکتر سید یعقوب حسینی - دکتر شهربانو یداله‌ی	- دکتر مجید اسماعیل‌پور	سازمان توسعه و تجارت، استانداری استان، شرکتهای تولیدی، اداره کل بندر و دریانوردی استان، اتاق بازرگانی استان، سازمان گردشگری و صنایع دستی، سازمان جهاد کشاورزی، شیلات، شرکتهای نفت، گاز و پتروشیمی،
	۱-۴ مشاوره‌های و تدوین برنامه‌های بازاریابی	- تمایل صادرکنندگان استانی به مشاوره های بازاریابی	شرکتهای فعال در عرصه اقتصادی استان	- دکتر منیژه بحرینی‌زاد - دکتر مجید اسماعیل‌پور - دکتر سید یعقوب حسینی - دکتر شهربانو یداله‌ی	دکتر سید یعقوب حسینی	سازمان توسعه و تجارت، استانداری استان، شرکتهای تولیدی، اداره کل بندر و دریانوردی استان، اتاق بازرگانی استان، سازمان گردشگری و صنایع دستی، سازمان جهاد کشاورزی، شیلات، شرکتهای نفت، گاز و پتروشیمی،

۲- توسعه منابع انسانی	۲-۱ مدیریت منابع انسانی پایدار بخش دولتی	دانشگاه جامع استان بودن اعتماد به نقش دانشگاه	کل سازمان های دولتی استان	- دکتر فخریه حمیدیان پور - دکترمانی آرمان - دکتر ابراهیم رجب پور	دکترمانی آرمان	سازمان مدیریت و برنامه ریزی، معاونت منابع انسانی استانداری، سازمانهای دولتی
	۲-۲ مدیریت منابع انسانی پایدار بخش خصوصی	نیاز سازمانها و شرکتهای دولتی و خصوصی	کل شرکتهای و بنگاههای خصوصی استان	- دکتر فخریه حمیدیان پور - دکترمانی آرمان - دکتر ابراهیم رجب پور	دکترمانی آرمان	شرکتهای و بنگاه های فعال اقتصادی در استان بوشهر، شرکتهای مستقر در عسلویه
۳- پژوهش های راهبردی و کارآفرینی	۳-۱ مدیریت کارآفرینی	وجود شرکتهای نوظهور تمایل به کسب و کارهای کارآفرینانه	مشاوره به کارآفرینان کمک به سازمانهای ناظر بر کارآفرینی	- دکتر عبدالمجید مصلح - دکتر مانی آرمان - دکتر سید یعقوب حسینی - دکتر زعیمه نعمت الهی	دکتر عبدالمجید مصلح	پارک علم و فناوری، بنیاد نخبگان، مراکز رشد، سازمان بازرگانی، صنعت و معدن
	۳-۲ مدیریت راهبردی	نیاز سازمانها به تدوین برنامه های راهبردی	تدوین و اجرای برنامه های راهبردی، تدوین نظریات بومی	- دکتر سید یعقوب حسینی - دکترمانی آرمان - دکتر حیدر احمدی	دکتر سید یعقوب حسینی	کلیه سازمانها و شرکتهای دولتی و بنگاههای خصوصی استانی

لیست برنامه های آموزشی مهارتی و توانمندسازی در حوزه کارآفرینی:

- آموزش نرم افزارهای سازمانی مرتبط با رشته مدیریت بازرگانی
- آموزش دیجیتال مارکتینگ به دانشجویان مدیریت بازرگانی
- آموزش طراحی وب سایت
- آموزش تولید محتوا
- آموزش مقررات و اصول صادرات و واردات
- برنامه معرفی فرصت های سرمایه گذاری کوچک و متوسط در استان با حضور فعالان بخش خصوصی
- آموزش راه اندازی کسب و کار آنلاین

هدفگذاری شاخص‌های استراتژیک گروه مدیریت بازرگانی

هدف دانشگاه	هدف دانشکده	وضعیت در سال										شاخص	
		۱۴۰۳		۱۴۰۲		۱۴۰۱		۱۴۰۰		۱۳۹۹			موجود
30%	28%	98	29%	98	29%	۹۸	29%	98	29%	98	29%	29%	نسبت دانشجوی تحصیلات تکمیلی به کل دانشجویان
		335		335		335		335		335			
40%	50%	۵	50%	5	50%	4	36%	4	36%	4	40%	50%	نسبت هیات علمی دانشیار به بالا به کل اعضای هیات علمی
		10		10		11		11		10			
40%	40%	۰		0		0		0		0		0	نسبت دانشجویان برگزیده در المپیاد منطقه ای به تعداد کل برگزیدگان در المپیاد منطقه ای
50%	70%	75%		70%		65%		60%		55%		50%	نسبت دانشجویان پذیرفته شده در مقطع کارشناسی ارشد به کل شرکت کنندگان
20%	20%	60%		60%		55%		55%		55%		55%	نسبت دانشجویان جذب شده در بازار کار به کل دانش آموختگان
0.3	0.3	4	۰.۳۶	3	0.27	2	0.18	1	0.09	1	0.10	0.13	سرانه طرح پژوهشی به ازای هر عضو هیات علمی
		11		11		11		11		10			
2	۰.۵	۴	۰.۳۶	3	۰.۲۷	2	۰.۱۸	1	۰.۰۹	0	۰.۰۰	۰	سرانه مقالات SCOPUS به ازای هر عضو هیات علمی
		۱۱		11		11		11		10			
1.2	2	22	۲	20	۱.۸۱	15	۱.۳۶	11	۱.۰	11	۱.۱	۱.۱	سرانه مقالات ISC به ازای هر عضو هیات علمی
		11		11		11		11		10			
0.13	0.2	۳	۰.۲۷	۲	۰.۱۸	۱	۰.۰۹	۰	۰	۰	۰	۰	سرانه کتاب به ازای هر عضو هیات علمی
		۱۱		۱۱		۱۱		۱۱		۱۰			
2.1	1.8	۵	۱.۲۵	۳	۱.۰	۱	۰.۵	۰	۰	۰	۰	۰	استناد به مقالات

		۴		۳		۲		۱		۰				نسبت پایان نامه های تحت حمایت مالی به کل پایان نامه
30%	30%	۸ ۲۴	33%	۸ ۲۴	33%	۶ ۲۴	25%	۴ ۲۴	17%	۰ ۲۴	0%	۰		
2%	0%											0		نسبت اعضای هیات علمی مدعو بین المللی به کل اعضای هیات علمی
4%	5%	۱۱ ۷۲	15%	۱۰ ۷۲	14%	۸ ۷۲	11%	۷ ۷۲	9%	۶ ۷۲	8%	8%		نسبت دانشجوی بین الملل به کل دانشجویان
10%	19%	۰ ۲۶	0%	۰ ۲۳	۰	۰ ۱۷	۰	۰ ۱۲	۰	۰ ۱۱	۰	0		نسبت مقالات در حوزه خلیج فارس به کل مقالات
30%	38%	۱ ۴	25%	۱ ۳	0.33	۰ ۲	۰	۰ ۱	۰	۰ ۰	۰	0		نسبت تعداد مقالات مشترک بین المللی به کل مقالات SCOPUS
10%	10%	۱ ۱۱	9%	۱ ۱۱	9%	۱ ۱۱	9%	۱ ۱۱	9%	۱ ۱۰	10%	12%		نسبت اعضای هیات علمی دارای مدرک دکتری از خارج کشور به اعضای هیات علمی
0.06	0.04											0		سرانه همکاری های بین المللی به ازای هر عضو هیات علمی
13	0											0		سرانه میزان گرنت بین المللی دریافتی به ازای هر عضو هیات علمی
0.02	0											0		نسبت تعداد پروژه های مشترک با اساتید و محققان دانشگاهی خارجی به کل اعضای هیات علمی
15%	20%	۳ ۲۴	12%	۲ ۲۴	8%	۱ ۲۴	4%	۰ ۲۴	۰	۰ ۲۴	۰	۰		نسبت تعداد پایان نامه های مشترک بین المللی به کل پایان نامه های دفاع شده

برنامه های عملیاتی گروه مدیریت بازرگانی

بعد	شاخص	موجود
آموزشی	نسبت دانشجوی تحصیلات تکمیلی به کل دانشجویان	۱- با توجه به این که در گروه مدیریت بازرگانی اکنون هدف مد نظر دانشکده و دانشگاه را دارد، برنامه ای برای تغییر این نسبت ندارد.
	نسبت هیات علمی دانشیار به بالا به کل اعضای هیات علمی	۲- جذب یک هیئت علمی در گرایش کارآفرینی در سال ۱۴۰۰
	نسبت دانشجویان برگزیده در المپیاد منطقه ای به تعداد کل برگزیدگان در المپیاد منطقه ای	۳- ارتقای یکی از اعضای هیئت علمی به مرتبه دانشیاری
	نسبت دانشجویان پذیرفته شده در مقطع کارشناسی ارشد به کل شرکت کنندگان	۴- با توجه به عدم وجود المپیاد در رشته مدیریت بازرگانی، این شاخص محلی از اعراب ندارد.
	نسبت دانشجویان جذب شده در بازار کار به کل دانش آموختگان	۵- گروه مدیریت بازرگانی با همکاری انجمن علمی برنامه هایی نظیر همایش، مشاوره و ... در دستور کار قرار داشته و خواهد داشت تا این نسبت را ۷۵ درصد برساند.
		۶- اکنون این نسبت ۶۶ درصد می باشد که بسیار بیشتر از هدف دانشکده و دانشگاه (۲۰ درصد) می باشد.
پژوهشی	سرايه طرح پژوهشی به ازای هر عضو هیات علمی	۷- تا سال ۱۴۰۰ یک طرح پژوهشی توسط گروه اخذ شود.
		۸- سال ۱۴۰۱ دو طرح پژوهشی توسط گروه اخذ شود.
		۹- سال ۱۴۰۲ سه طرح پژوهشی توسط گروه اخذ شود.
		۱۰- سال ۱۴۰۳ چهار طرح پژوهشی توسط گروه اخذ شود.
	سرايه مقالات SCOPUS به ازای هر عضو هیات علمی	۱۱- تا سال ۱۴۰۰ یک مقاله scopus توسط گروه منتشر می شود.
		۱۲- سال ۱۴۰۱ دو مقاله scopus توسط گروه منتشر می شود.
		۱۳- سال ۱۴۰۲ سه مقاله scopus توسط گروه منتشر می شود.
		۱۴- سال ۱۴۰۳ چهار مقاله scopus توسط گروه منتشر می شود.
	سرايه مقالات ISC به ازای هر عضو هیات علمی	۱۵- تا سال ۱۴۰۰ گروه میانگین یک مقاله ISC به ازای هر عضو هیئت علمی را ادامه داده و از سال ۱۴۰۱ تعداد این مقالات به ۱۵ مقاله، در سال ۱۴۰۲ به ۲۰ مقاله و در سال ۱۴۰۳ به ۲۲ مقاله یعنی هر عضو هیئت علمی ۲ مقاله افزایش خواهد یافت.

۱۶- در سال ۱۴۰۱ یک کتاب توسط اعضای محترم هیئت علمی گروه به چاپ خواهد رسید. ۱۷- در سال ۱۴۰۲ دو کتاب توسط اعضای محترم هیئت علمی گروه به چاپ خواهد رسید. ۱۸- در سال ۱۴۰۳ سه کتاب توسط اعضای محترم هیئت علمی گروه به چاپ خواهد رسید.	سرايه كتاب به به ازاي هر عضو هيات علمي
۱۹- در سال ۱۴۰۰ حداقل ۴ پايان نامه گروه تحت حمايت مالي قرار گيرد. ۲۰- در سال ۱۴۰۱ حداقل ۶ پايان نامه گروه تحت حمايت مالي قرار گيرد. ۲۱- در سال ۱۴۰۲ حداقل ۸ پايان نامه گروه تحت حمايت مالي قرار گيرد. ۲۲- در سال ۱۴۰۳ حداقل ۸ پايان نامه گروه تحت حمايت مالي قرار گيرد. ۲۳-	نسبت پايان نامه هاي تحت حمايت مالي به كل پايان نامه
۲۴- با توجه به شرايط دانشگاه گروه مديريت بازرگاني برنامه اي در اين حوزه ندارد.	نسبت هيات علمي مدعو بين المللي به كل اعضاي هيات علمي
۲۵- در سال ۱۴۰۰، ۷ دانشجوي خارجي جذب خواهد شد. ۲۶- در سال ۱۴۰۱، ۸ دانشجوي خارجي جذب خواهد شد. ۲۷- در سال ۱۴۰۲، ۱۰ دانشجوي خارجي جذب خواهد شد. ۲۸- در سال ۱۴۰۳، ۱۱ دانشجوي خارجي جذب خواهد شد. ۲۹- در سال ۱۴۰۳ هر ۱۱ عضو هيئت علمي گروه مديريت بازرگاني داراي يك دانشجوي خارجي مي باشند كه راهنمايي ايشان را به عهده دارند.	نسبت دانشجوي بين الملل به كل دانشجويان
۳۰- گروه مديريت بازرگاني برنامه اي براي تغيير اين شاخص ندارد.	نسبت مقالات در حوزه خليج فارس به كل مقالات
۳۱- گروه مديريت بازرگاني در سال ۱۴۰۲، ۱ مقاله از ۳ مقاله SCOPUS خود را به صورت مشترك بين المللي انجام خواهد داد. ۳۲- گروه مديريت بازرگاني در سال ۱۴۰۳، ۱ مقاله از ۴ مقاله SCOPUS خود را به صورت مشترك بين المللي انجام خواهد داد.	نسبت تعداد مقالات مشترك بين المللي به كل مقالات SCOPUS
۳۳- گروه مديريت بازرگاني برنامه اي براي تغيير اين شاخص ندارد.	نسبت اعضاي هيات علمي داراي مدرک دکتري از خارج کشور به اعضاي هيات علمي
۳۴- گروه مديريت بازرگاني برنامه اي براي تغيير اين شاخص ندارد.	سرايه تعداد همکاري هاي بين المللي به ازاي هر عضو هيات علمي
۳۵- گروه مديريت بازرگاني برنامه اي براي تغيير اين شاخص ندارد.	سرايه ميزان گرنت بين المللي دريافتي به ازاي هر عضو هيات علمي
۳۶- گروه مديريت بازرگاني برنامه اي براي تغيير اين شاخص ندارد.	نسبت تعداد پروژه هاي مشترك با اساتيد و محققان دانشگاهي خارجي به كل اعضاي هيات علمي

نسبت تعداد پایان نامه های مشترک بین المللی به کل پایان نامه های دفاع شده	۳۷- سال ۱۴۰۱، یک پایان نامه مشترک بین المللی توسط گروه انجام خواهد داشت.
	۳۸- سال ۱۴۰۲، دو پایان نامه مشترک بین المللی توسط گروه انجام خواهد داشت.
	۳۹- سال ۱۴۰۳، سه پایان نامه مشترک بین المللی توسط گروه انجام خواهد داشت.