

عنوان مقاله:

سیاست های موثر نشانسازی ملی در حوزه نخبگان و استعدادهای برتر علمی در ایران

محل انتشار:

فصلنامه آموزش علوم دریایی، دوره 8، شماره 3 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

زهره شرعی - استادیار، گروه مدیریت، اقتصاد و علوم اداری، دانشگاه پیام نور

سید عباس ابراهیمی - استادیار، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی سیاست های موثر بر فرآیند برندسازی ملی در حوزه نخبگان و استعدادهای برتر مبتنی بر رویکردی آمیخته (کیفی- کمی) و در طی مطالعه ای توصیفی-اکتشافی و از نوع همبستگی صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش برای مرحله کیفی، شامل نخبگان، مدیران بنیاد ملی نخبگان و اساتید مربوطه در حوزه برندسازی ملی و برای مرحله کمی، کلیه استعدادهای برتر و نخبگان شناسایی شده توسط بنیاد ملی نخبگان از سال ۱۳۹۵ به بعد با مدرک تحصیلات تکمیلی بوده است. نمونه آماری در بخش کیفی با رویکرد هدفمند قضاوتی و روش گلوله برفی به تعداد ۱۵ نفر و در بخش کمی به روش در دسترس اتفاقی مبتنی بر قواعد معادلات ساختاری به تعداد ۲۸۰ نفر انتخاب گردیده است. ابزار جمع آوری داده ها در مرحله اول شامل مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان و در مرحله دوم پرسشنامه ۵۶ سوالی برای سنجش روابط بین متغیرهای پژوهش می باشد که روایی آن به دو روش همگرایی و تشخیصی و پایایی پرسشنامه به روش پایایی معرف ها و مرکب تایید گردیده است. تجزیه و تحلیل داده های کیفی با استفاده از روش تحلیل محتوا و در داده های کمی با رویکرد حداقل مربعات جزئی انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که شش سیاست: پشتیبانی دولتی، تعهد ذی نفعان، مشارکت و همکاری ذی نفعان، فرهنگ سازی، سیاست زدایی در فرآیند برندسازی و تغییر ساختارهای دولتی و نهادهای وابسته بر فرآیند برندسازی ملی در حوزه نخبگان از نظر خبرگان موثر می باشند که در ۱۳ زیر سیاست تبیین شده اند.

کلمات کلیدی:

برندسازی ملی، برندسازی نخبگان، سیاست های برندسازی، نخبگان و استعدادهای برتر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1280351>

