

عنوان مقاله:

تدوین استراتژیهای سازمانی دانشگاه مراغه

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سجاد افتخاری ممقانی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

بهرام نعیمی روشتی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

علی نوری کلجاهی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

خلاصه مقاله:

دانشگاهها از دیرباز نقش مهم و حیاتی در اشاعه دانش و بالابردن آگاهیهای جامعه داشتهاند. امروزه تحصیلات نه به عنوان کالایی لوکس بلکه به عنوان نیاز و ضرورتی همگانی در نظر گرفته میشود و همگان به دنبال دانشگاهی با امکانات علمی، پژوهشی و رفاهی بهتری میباشند. در دنیای پر رقابت علمی، دانشگاهها با افزایش کیفیت علمی و ساختاری خود در پی آن میباشند تا با جذب اساتید و دانشجویان نخبه بقاء و پیشرفت را برای دانشگاه و دانشجو و جامعه به ارمغان بیاورند. هدف تحقیق حاضر شناخت نقاط ضعف و قوت و فرصتها و تهدیدهای دانشگاه مراغه است تا بتوان با طراحی استراتژیهای جذاب به بقا و پیشرفت دانشگاه مراغه کمک نمود. بنابراین با استفاده از روش تحقیق توصیفی و به شیوه پیمایشی که از حیث هدف کاربردی میباشد در جامعه آماری مدیران ارشد و هیئت علمی و کارشناسان ارشد صاحب نظر در زمینه استراتژی که شامل 44 نفر میباشد به شناسایی عوامل سرنوشت ساز داخلی و خارجی دانشگاه مراغه اقدام شد. نتایج حاکی از آن است که در زمینه عوامل حیاتی داخلی و خارجی، جهت پوشش نقاط ضعف و (WT) دانشگاه مراغه در وضعیت نامناسبی میباشد و استراتژی تدافعی اجتناب از تهدیدات موثر میباشد. جذاب ترین استراتژیهای برای نیل به موفقیت در دانشگاه مراغه به ترتیب اولویت به شرح ذکر شده میباشد: 1- استراتژی استفاده از اساتید برجسته و ممتاز داخلی و یا حتی بین المللی به صورت اساتید مدعو 2- استراتژی امکان دسترسی گسترده به کنفرانسها، و نشریات معتبر بین المللی در کنار افزایش امکانات کارگاهی و عملیاتی و 3- استراتژی ارایه مشوقهای مادی و غیرمادی برای اساتید و دانشجویان در زمینه چاپ مقاله و کتاب، اختراع و... و کارکنان دارای بهره وری بالا.

کلمات کلیدی:

تدوین استراتژی، عوامل داخلی، عوامل خارجی، ماتریس SWOT. دانشگاه مراغه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/599723>

