Journal of Economics of Knowledge_based Development
فصلنامه اقتصاد توسعه دانش بنیان

جلد:۱ شماره:۱ سال ۱۴۰۰ فصل: بهار صفحه: ۱۵۸-۱۳۳

بررسی وضعیت و شیوه اجرای کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و ارائه راهکارهای بهبود

(علمی- پژوهشی)

رضا بندریان
استادیار پژوهشگاه صنعت نفت
مسئول مکاتبات:
bandarianr@ripi.ir

علی حیدری
استادیار دانشگاه تهران
aheidary@ut.ac.ir

چکیده

قریب به ۱۵ سال از ایجاد رشته کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران می‌گذرد و چالش‌های موجود در کیفیت و شیوه اجرای کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار در این دانشکده، منجر به رضایت پایین دانشجویان و دانش آموختگان این رشته شده است. بر این اساس این تحقیق با هدف تدوین راهکارهایی برای ارتقای کیفیت آموزشی و شیوه اجرای برنامه کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران طراحی و اجرا شد. در این راستا ابتدا مبانی علمی کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار و عوامل کلیدی موفقیت در آن بررسی شد. پس از بررسی رویکرد و ساختار علمی این رشته در دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی جهان و ایران، به گردآوری و تحلیل دیدگاه اساتید و دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در خصوص ساختار، محتوا و نحوه اجرای کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار پرداخته شد و در پایان راهکارهایی برای ارتقای شیوه اجرای برنامه کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در چهار محور مرتبط با استاد، مرتبط با دانشجو، مرتبط با بازطراحی رشته و مرتبط با اجرای رشته ارائه شده است.

واژگان کلیدی: رشته کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار، ارزیابی شیوه اجرا، ارزیابی کیفیت اجرا، راهکارهای بهبود

"روش ارجاع به مقاله"
بندریان، رضا و حیدری، علی (۱۴۰۰). بررسی وضعیت و شیوه اجرای کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و ارائه راهکارهای بهبود. فصلنامه اقتصاد توسعه دانش بنیان، دوره۱، شماره۱، ص ۱۵۸-۱۳۳.

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

۱- مقدمه

قریب به ۱۵ سال از ایجاد رشته MBA در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران می‌گذرد و علیرغم برند دانشگاه و تلاش‌های صورت گرفته، دانشجویان و دانش آموختگان این رشته، کیفیت و شیوه اجرای آن در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران را، نسبت به سایر دانشگاه‌ها بخصوص دانشکده مدیریت دانشگاه صنعتی شریف، بسیار پایین ارزیابی می‌کنند و موجبات نارضایتی آنها را فراهم آورده است.

از سوی دیگر دانشکده مدیریت دانشگاه تهران بر اساس رشته‌های سنتی مدیریت (شامل صنعتی، بازرگانی، دولتی و..) شکل گرفته و تخصصی شده است و اجرای رشته MBA به عنوان یک رشته بین رشته‌ای با ساختار سنتی موجود آن چالش دارد.

همچنین ماهیت کاربردی و مرتبط با صنعت بودن رشته MBA با ماهیت دانشکده مدیریت دانشگاه تهران که به طور سنتی، بعد نظری آن بر بعد کاربردی؛ غالب و حاکم بوده، منجر به چالش در اجرای رشته MBA گردیده است. از سوی دیگر، اغلب ورودی‌های رشته MBA دارای مدرک کارشناسی فنی بوده و این افراد از فضای فنی و مهندسی وارد فضای علوم انسانی می‌شوند که برای آنها چالش برانگیز است. علاوه بر این رشته MBA تنها رشته‌ای است که در دانشگاه‌های فنی کشور و همچنین پردیس فنی دانشگاه تهران، همزمان با دانشکده‌های مدیریت و دانشکده مدیریت دانشگاه تهران ارائه می‌شود. با در نظر گرفتن جمیع موارد فوق، این تحقیق بر آن است تا به بررسی شیوه اجرای رشته MBA در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران به منظور شناسایی چالش‌ها و ارائه راهکارهای بهبود بپردازد.

بر این اساس و با توجه به افزایش تعداد دانشجویان رشته MBA در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و لزوم ارتقای کیفیت آموزشی آنها و تقویت بعد تخصصی و کاربردی دروس و شیوه اجرای رشته MBA در دانشگاه تهران، هدف اصلی این تحقیق؛ تدوین راهکارهایی برای ارتقای شیوه اجرای برنامه MBA در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران است.

در این راستا ابتدا مبانی علمی رشته MBA و عوامل کلیدی موفقیت در آن رشته بررسی می‌شوند. پس از بررسی رویکرد و ساختار علمی این رشته، به گردآوری و تحلیل دیدگاه اساتید و دانشجویان رشته MBA دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در خصوص ساختار، محتوا و نحوه اجرای رشته MBA پرداخته می‌شود و در پایان نیز راهکارهایی برای ارتقای شیوه اجرای برنامه MBA در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران ارائه می‌شود.

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

۲- مروری بر مبانی نظری کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار

MBA[۱] دوره‌ای آموزشی و کاربردی است که مجموعه گسترده‌ای از دانش‌ها و مهارت‌های فردی و سازمانی را برای مدیریت سازمان‌ها و پیشبرد کسب‌وکار در بر می‌گیرد. این دوره حاوی برنامه‌ای حرفه‌ای برای افرادی است که به کارآفرینی، کسب‌وکار، تجارت یا مدیریت مشغولند. هدف اصلی دوره MBA توانمندسازی هرچه بیشتر افراد برای سمت‌ها و شغل-های پر مسئولیت، به ویژه شغل‌های مدیریتی است. درحقیقت، MBA توانایی مدیریت هر مجموعه‌ای را به مدیران می‌دهد؛ به گونه‌ای که این دوره، اثربخشی لازم را برای اداره انواع سازمان‌ها و شرکت‌ها، از جمله سازمان‌های بازرگانی، اقتصادی، عمومی و غیره، در دانش-آموختگان خود ایجاد می‌کند (Acito and et al., 2007; Herrington, 2010).

این رشته علاوه بر آموزش مفاهیم اساسی حوزه مدیریت به دانشجویان، به آنها یاد می‌دهد که چگونه با دیگران کار کنند، چگونه نظرات خود را به صورت کامل و شفاف بیان کنند، چگونه تحت فشار، کار کنند، مدیریت زمان کنند، در شرایط بحرانی و سخت استدلال کرده و تصمیم‌گیری کنند، در گروه‌ها و تیم‌ها فعالیت موثر داشته باشند و در نهایت رهبری کنند (Bruce, 2010; Haskins, 2005).

دوره MBA در مناطق مختلف جهان و با ساختارهای مختلف برگزار می‌شود: دانشجویان می‌توانند از میان MBA دو ساله (کارشناسی ارشد تمام وقت)، MBA کوتاه مدت[۲]، MBA نیمه وقت[۳]، MBA از راه دور[۴] و MBA حرفه‌ای یکساله[۵]، گزینه مطلوب خود را انتخاب کنند. یکی دیگر از انواع این رشته، EMBA یا همان MBA اجرایی است. EMBA نسبت به سایر انواع MBA، نیازمند تجربه کاری بیشتری است (Bruce, 2010; Opoku and et al., 2009).

رشته MBA اولین بار در سال ۱۹۰۸ در دانشگاه هاروارد به صورت رسمی تدریس شد. سپس به انگلیس و اروپا و استرالیا گسترش پیدا کرد تا جایی که در سال ۱۹۹۵ میلادی اغلب دانشگاه‌ها این رشته را ارائه می‌کردند. در سال ۲۰۰۱ حدود ۱۶۰۰ برنامه MBA در سطح جهان، شناسایی شده و بیش از ۶۰۰ مورد آنها در قاره اروپا بوده است (Rubin & Dierdorff, 2013).

امروزه، MBA یکی از معروف‌ترین مدارک تحصیلی در مقطع کارشناسی ارشد است و محبوبیت و توسعه روزافزون این رشته در سراسر محافل علمی و صنعتی جهان به حدی است که MBA به یکی از معیارهای رشد کشورها تبدیل شده است. این رشته در چهار دهه گذشته وارد خاورمیانه شد. بعد از کشورهایی نظیر مالزی، هندوستان و ترکیه، برخی از کشورهای عربی نیز برگزاری دوره MBA را آغاز کردند (Acito and et al., 2007).

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

گسترش سریع این رشته در سال‌های دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی منجر به آن شد که در ایران نیز در دهه ۷۰ میلادی، مرکزی تحت عنوان ICMS و با همکاری دانشگاه هاروارد راه اندازی شود که متاسفانه بعد از انقلاب مورد بی توجهی قرار گرفت و منحل گردید. دومین گام در این راستا توسط سازمان مدیریت صنعتی برداشته شد که در اواخر دهه ۶۰ شمسی اقدام به راه اندازی دوره مدیریت اجرایی MBA نمود لیکن به دلیل عدم تبلیغات مناسب و نیز شرایط دشوار ورود، جای چندانی در میان فارغ التحصیلان جدید باز نکرد. سرانجام در سال ۱۳۷۹ شمسی، دانشگاه صنعتی شریف به اتکای وجهه منحصر به فرد خود اقدام به راه اندازی این رشته با توجه به نیاز شدید کشور نمود. بعد از آن، چندین مرکز دانشگاهی نیز مانند دانشگاه امیرکبیر، دانشگاه تهران، دانشگاه غیرانتفاعی علوم و فنون مازندران و دانشگاه مالک اشتر همین دوره را اجرا کردند.

هم‌اکنون، بیش از سی مرکز درحال برگزاری دوره‌های MBA هستند که البته فقط تعدادی از آنها از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مجوز دارند. باوجود این تلاش‌ها، هنوز تا رسیدن به استانداردهای کشورهای توسعه یافته و حتی بسیاری از کشورهای درحال توسعه، راه درازی درپیش است.

رشته MBA همواره به علت عدم ایجاد مهارت‌های مفید و قابل کاربرد در افراد، پرورش رهبران، نهادینه سازی رفتارهای اخلاقی و عدم هدایت فارغ التحصیلان در دست‌یابی به موقعیت‌های مناسب شغلی مورد انتقاد بوده است. از آن جایی که انتقادها همواره در راستای ارتباط این رشته با وقایع مدیریتی صورت گرفته در محیط کسب و کار بوده است، مواردی که در دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی تدریس می‌شود می‌بایست مورد بررسی قرار گیرد. غالب موسسات نمی‌توانند شایستگی‌های لازم برای جایگاه مدیریتی نظیر تدوین استراتژی، نوآوری و مهارت تصمیم‌گیری را به دانشجویان آموزش دهند (Feldman, 2005).

نیاز به توسعه توانمندی کسب و کار در فارغ التحصیلان MBA در حال افزایش است و بنابراین برنامه‌های MBA می‌بایست این توانایی را در دانشجویان ایجاد کنند. این برنامه‌ها برای موفق شدن در عصر حاضر می‌بایست به مسائل کسب و کارها در سطح جهانی توجه کنند. لیکن مساله بسیاری از دانشکده‌های کسب و کار آن است که در دوره زمانی مشخصی که به دانشجویان آموزش می‌دهند، نمی‌توانند این توانایی‌ها را در دانشجویان ایجاد کنند. کلیه دانشجویان نیز شانس شرکت در برنامه‌های طولانی مدت، جامع و بین‌المللی را ندارند. بنابراین چالش برنامه‌های MBA از توسعه توانمندی برای کار در سازمان‌های بین‌المللی به شناسایی راه‌هایی جهت فراهم نمودن بیشترین تاثیر بر دانشجویان در کوتاه‌ترین زمان ممکن تغییر کرده است (Siegert, 2008; Park, 2020).

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

نتایج تحقیقاتی که تا کنون در خصوص رشته MBA انجام شده، حاکی از آن است که این رشته نمی‌تواند دانشجویان را برای محیط واقعی کسب و کار آماده کند، چرا که تمرکز غالب دانشگاه‌ها و دانشکده‌های کسب و کار، آموزش تکنیک بوده و کمتر به توسعه مهارت‌های اجتماعی دانشجویان توجه می‌شود. همچنین دانشجویان این رشته معمولا تبدیل به افرادی می‌شوند که با افق دید کوتاه‌مدت در طول نیم سال‌های تحصیلی مختلف، اهمیت بیشتری برای کسب نتایج فردی قائل بوده و کمتر به دنبال ایجاد فرصت برای رسیدن به موفقیت و همکاری با یکدیگر هستند (Feldman, 2005; Montgomery & Ramus, 2011).

بررسی‌ها نشان می‌دهد که دانشجویان رشته MBA نمی‌دانند دروس مختلف و متنوعی که در حوزه‌های وظیفه‌ای سازمان به آنها آموزش داده می‌شود، چه ارتباطی با یکدیگر دارند. بنابراین نیاز است که در آموزش‌های مربوط به این رشته، به ارتباطات، رهبری و مهارت‌های ساخت تیم نیز توجه شود (Lundstrom, 2011). بر این اساس؛ مشکلات مطرح در این رشته عبارتند از (Newman & Hermans, 2008):

- اساتید، فاقد تجربه لازم در صنعت هستند؛
- بسیاری از دروسی که در این رشته تدریس می‌شوند، بیش از حد لازم مبتنی بر تئوری هستند؛
- ارتباط میان دانشکده‌های کسب و کار و ذی نفعان، ناکافی است؛
- توسعه مهارت‌ها در دانشجویان نادیده گرفته شده است.

موارد فوق نشان می‌دهد که نیاز به بازنگری رشته MBA وجود دارد تا به آن به عنوان یک دوره عمومی مدیریت برای افرادی که مسیر شغلی خود را در حوزه مدیریت کسب و کار دنبال می‌کنند، نگریسته شود و رویکرد تلاش برای تثبیت موقعیت این رشته بعنوان یک دوره ممتاز مدیریت در درجه کمتر اهمیت قرار بگیرد.

به دلیل پویایی، تغییرات پیوسته محیط و پدیده جهانی شدن، آموزش رشته MBA باید مورد بازبینی قرار گیرد. بر این اساس، علاوه بر معرفی مسائل بین‌المللی به دانشجویان، می‌بایست دانشجویان و افراد آکادمیک، متعهد به یادگیری پیوسته باشند. برنامه آموزش مدیریت باید مبتنی بر برنامه‌های آموزشی و پژوهشی باشد که فهم افراد را درباره نقش شرکت‌ها در خلق جامعه پایدار افزایش دهد (Wilkins and et al., 2018; Lundstrom, 2011).

اتفاق که اکنون افتاده، اینست که یکسری از دانشکده‌های کسب و کار، همان حوزه‌های سنتی رشته MBA را پوشش می‌دهند. اما شرکت‌ها تمایل دارند کسانی را استخدام کنند که بیشتر در حوزه کسب و کار آموزش دیده‌اند، توانایی برقرار کردن ارتباط دارند، به خوبی کار تیمی انجام می‌دهند و از اهمیت فرایندهای سازمان مطلع هستند. بنابراین دانشکده‌ها

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

می‌بایست به سمت تخصصی شدن، حرکت کرده و در حالت ایده‌آل، دانشکده‌های کسب و کار؛ دانشجویان‌شان را برای مجموعه‌ای از مهارت‌های عمومی نظیر مهارت‌های ارتباطی، بین شخصی و تیم سازی و دانش تخصصی آماده کنند (Gupta and et al., 2007; Gupta and et al., 2009; Perusso & Baaken, 2020).

بررسی‌های انجام شده در برخی از مناطق مختلف جهان نشان می‌دهد که این رشته تاثیر مثبت و به‌سزایی بر مهارت‌ها و شایستگی‌های مدیریتی فارغ التحصیلان و عملکرد سازمان‌ها دارد. لیکن نیاز به بازبینی این رشته وجود دارد. بسیاری از دانشکده‌های کسب و کار، صرفا بر توانایی‌ها و مهارت‌های فنی و تحلیلی تمرکز می‌کنند و نمی‌توانند مهارت‌های ارتباطی، رهبری و کارآفرینانه افراد را بهبود دهند و از این منظر مورد انتقاد هستند. بنابراین نیاز است تا مهارت‌های مدیریتی در دانشکده‌های کسب و کار و در رشته MBA تدریس شود (Gropper, 2007).

محیط حال حاضر سازمان‌ها نیاز به افرادی با قدرت تفکر بالا، قادر به ایجاد چشم انداز، کارآفرین، برقرار کننده روابط، برنامه‌ریز، رهبر، مذاکره کننده و سیاست مدار دارد. بنابراین دانشکده‌های کسب و کار باید فارغ التحصیلانی با قدرت خلاقیت بالا، سازماندهی مناسب، مسئولیت اجتماعی، با اخلاق، منعطف با توانایی درک روابط متقابل واحدهای وظیفه‌ای سازمان مانند مالی، منابع انسانی، بازاریابی و مدیریت عملیات، تربیت کنند که بتوانند سازمان‌هایی را که با سرعت تغییرات بالا مواجه است، مدیریت کنند (Kyle & Festervand, 2005).

عدم کیفیت لازم دوره‌های درسی این رشته نشان می‌دهد که دروس این رشته و مباحث تدریس شده از تناسب لازم با نیازهای بازار برخوردار نیست و نمی‌تواند خود را با تغییرات محیط کسب و کار وفق دهد. به نظر می‌رسد که وجود شکاف میان تئوری و عمل در این رشته سبب عدم تناسب لازم میان دانش و مهارت‌های یاد داده شده در این رشته با نیازهای سازمان‌ها شده است (Baruch & Holtom, 2008). صاحبنظران بر این باورند که برای بازطراحی رشته MBA باید از ذینفعان این رشته کمك گرفته شود که این ذینفعان شامل دانشجویان، دانشکده، افراد حرفه‌ای، کارکنان، دولت، جامعه و حمایت کنندگان مالی هستند. با توجه به تعدد ذینفعان رشته MBA، اولویت دهی و ایجاد توازن میان نیازهای متنوع آنها که بعضا متضاد است، چالشی است که در بازطراحی این رشته باید در نظر گرفته شود.

برای بازطراحی این رشته لازم است که در ابتدا چشم انداز این رشته ترسیم شود تا منجر به تعهد در خصوص این رشته گردد. برای ترسیم آینده این رشته نیاز است تا با مهندسی

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

معکوس، راه‌های نزدیک کردن این رشته و مباحث آن با نیازها و مسائل بازار شناسایی شود.

از آنجایی که رهبری، نقش مهمی در موفقیت غالب سازمان‌ها ایفا می‌کند، یکی از اهداف مهم و اساسی این رشته تربیت رهبران است. به این منظور دانشکده‌های کسب و کار می‌بایست با تمرکز بر بازار و با استفاده از تحقیقات کاربردی، دروسی را در رابطه با کسب و کار واقعی ارائه دهند. به علاوه برای بازطراحی، این دانشکده‌ها باید ساختاری که بر نیازمندی‌های حال حاضر و در حال توسعه بازار متمرکز است، طراحی نمایند. به این منظور در ابتدا می‌بایست ماهیت پویای محیط و تاثیراتی که محیط بر سازمان می‌گذارد شناسایی شود، سپس استراتژی‌هایی برای رقابت موثر در محیط ایجاد گردد. در نتیجه به دانشجویان باید رهبری، مهارت‌های استراتژیک و مالی برای رقابت یاد داده شود (Peterson & Pratt, 2004).

دو رویکرد در ادبیات در خصوص اثربخشی رشته MBA در راستای توسعه توانمندی‌ها و شایستگی‌های دانشجویان وجود دارد. برخی از منتقدان اظهار می‌کنند که دروسی که در این رشته آموزش داده می‌شود، نمی‌تواند به طور کامل منعکس کننده نیازها و مشکلات کسب و کار واقعی باشد. از سوی دیگر برخی از محققان برای تدریس این رشته، محدودیت‌هایی را به جهت پیچیدگی فرایند آموزش عنوان می‌کنند. خود دانشجویان به علت توانایی و انگیزه در یادگیری رشته، نقش مهمی در فرایند یادگیری و توسعه توانمندی‌ها و شایستگی‌های لازم دارند. این دانشجویان، ارتباطی میان مطالب و دانشی که حین آموزش یاد می‌گیرند و مواردی که در کار با آن مواجه می‌شوند، برقرار می‌کنند و به این طریق دانش خود را با مهارت‌های حرفه‌ای خود یکپارچه می‌کنند و به دانش کاربردی دست پیدا می‌کنند. دانشجویان اظهار می‌کنند که به کارگیری دانشی که در این رشته فرا می‌گیرند، برایشان دشوار است (Latham, & Stuart, 2007; Back, 2008).

محققان پیشنهاد می‌کنند که برای اثربخشی بیشتر آموزش مدیریت، از استراتژی یادگیری فعال[۶] استفاده شود و دانشجویان به جای مطالعه موردی و یا شبیه سازی با مسائل واقعی کسب و کار آشنا شوند. بسیاری از سازمان‌ها نیز عنوان می‌کنند که برنامه‌های آموزشی مدیریت که به طور خاص و متناسب با نیازهای سازمان و مسائلی که مدیر نیاز به تصمیم‌گیری در خصوص آن‌ها دارد، طراحی می‌شود، کاربرد بیشتری از رشته عمومی MBA دارد. به علاوه تحقیقات نشان می‌دهد که دانشجویان نقش مهمی در یادگیری ایفا می‌کنند. توانایی تحلیلی آنها، توانایی درک عدم اطمینان و موقعیت‌های متضاد، قابلیت تفکر و ادراک یکپارچه در فرایند یادگیری آنها اثرگذار است. در حقیقت سوالی که وجود

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

دارد آن است که چگونه اطلاعاتی که توسط دانشجویان این رشته کسب شده است، به دانش تبدیل شود تا دانشجو بتواند درکی از محتوای رشته داشته باشد و بتواند تجربه آموزش خود را با نقش خود به عنوان یک مدیر پیوند دهد (Latham, & Stuart, 2007).

بنابراین خود دانشجویان در فرایند یادگیری خود نقش مهمی دارند و باید به صورت فعالانه در یادگیری مشارکت داشته و دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی نیز فرصت‌های یادگیری را برای آنها فراهم کنند. بر این اساس، کیفیت دوره‌های MBA به میزانی که می‌تواند دانش، توانمندی‌ها و شایستگی‌های دانشجویان را جهت مواجهه با چالش‌های کاری یکپارچه نماید بستگی دارد (Vazquez & Ruas, 2012).

چارچوب مفهومی این تحقیق براساس موارد مستخرج از مرور مبانی نظری رشته و همچنین ملاحظات تیم تحقیق در خصوص موارد مورد نیاز برای بررسي، تدوین و نهایی شد. بر این اساس، ساختار تحقیق به منظور بررسی عوامل مورد نظر در سه گروه اساتید، دانشجویان و دانش آموختگان، و نحوه و ساختار آموزش دروس رشته تدوین شد که کلیات موارد مورد بررسی در هر حیطه به شرح ذیل است:

موارد مورد بررسی از نظر اساتید رشته MBA

- ویژگی‌های مناسب داوطلبان برای ورود به رشته MBA؛
- چشم‌انداز افراد قبل از ورود به رشته MBA؛
- میزان تاثیر تجربیات شغلی دانشجو در بدو ورود به رشته و در حین تحصیل، در موفقیت فرد در طی دوره MBA؛
- میزان تاثیر تجربه قبلی اساتید، قبل از پذیرفتن مسئولیت آموزشی در رشته MBA در کیفیت تدریس آنها؛
- میزان تاثیر نوع اشتغال به کار استاد از نظر زمانی (اشتغال کامل، اشتغال پاره وقت و عدم اشتغال) در اجرای موفق رشته MBA؛
- نحوه و ساختار آموزش دروس رشته MBA:
  - میزان تاثیر تعاملات و ارتباطات با صنعت (شرکت‌ها و سازمان‌های داخلی، شرکت‌های خارجی) در اجرای موفق رشته MBA
  - میزان تاثیر تعاملات و ارتباطات با دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی (داخلی، خارجی منطقه‌ای و خارجی بین‌المللی) در اجرای موفق رشته MBA

موارد مورد بررسی از نظر دانشجویان و دانش آموختگان رشته MBA

- توانمندی‌های مورد نیاز دانشجو برای موفقیت در طی کردن دوره MBA؛

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

- مباحث آموزشی دوره MBA؛
- توان انجام پژوهش‌های کاربردی؛
- ارتباط با صنعت؛
- مباحث بین المللی؛
- ترویج و اشاعه دانش؛
- کمک به توسعه محیط پیرامونی؛
- شایستگی‌های مورد انتظار از فارغ التحصیلان دوره MBA.

برای هریك از این حوزه‌های هشتگانه فوق شاخص‌هایی نیز تعریف گردید که در جدول شماره ۱ به تفصیل ارائه شده است.

جدول ۱: شاخص‌های مورد بررسی برای هریك از حوزه‌های هشتگانه مورد پرسش از دانشجویان و دانش آموختگان رشته MBA

حوزه	شرح
توانمندی‌های مورد نیاز دانشجو برای موفقیت در طی کردن دوره MBA	قدرت تفکر سیستماتیک و استدلال منطقی در رابطه با تحلیل مسائل کسب و کار
	وجود انگیزه لازم برای یادگیری و کسب دانش جدید مرتبط با کسب و کار
	هدفگذاری مسیر شغلی خود منطبق با رشته تحصیلی
	تمایل به تأثیرگذاری و ایفای نقش موثر در بهبود وضعیت کسب و کار
	داشتن ویژگی‌های شخصیتی و نگرشی لازم برای تعامل سازنده با کسب و کار
	دارا بودن رویکرد اکتشافی به مسائل کسب و کار
	داشتن تجربیات شغلی و اجرایی مرتبط قبل از ورود به دوره
حوزه مباحث آموزشی دوره MBA	دانش و مهارت تخصصی اساتید
	تجربه آموزشی اساتید
	تجربه اجرایی و مدیریتی اساتید
	وجود منابع علمی متنوع و به روز برای آموزش رشته
	اهتمام به تهیه و اجرای طرح درس جامع و به روز توسط استاد درس
	تناسب و انعطاف پذیری برنامه آموزشی رشته باتوجه به شرایط استاد و دانشجو و نیازهای کشور
	وجود سیستم ارزشیابی آموزشی اثربخش برای رشته
	دسترسی به امکانات لازم برای اجرای برنامه‌های آموزشی
	استفاده مؤثر از تکنولوژی‌های نوین آموزشی
	همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی معتبر داخلی در تعریف و اجرای برنامه‌های آموزشی
	همکاری با شرکت‌ها و سازمان‌های تراز اول داخلی و بین المللی در اجرای برنامه‌های

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

حوزه	شرح
	آموزشی
	ارائه محتوای دروس متناسب با نیازها و شرایط کشور
	وجود زیرساخت‌های لازم برای تعریف و اجرای فعالیت‌های بین رشته ای داخل و خارج دانشگاه
	استفاده از شیوه‌های متنوع آموزشی مانند مطالعه موردی، شبیه سازی، ایفای نقش، بازدید از صنعت و ...
توان انجام پژوهش‌های کاربردی	دسترسی به نشریات و آخرین دستاوردهای علمی
	برگزاری کارگاه‌ها و سمینارهای تخصصی در رابطه با مرزهای دانش رشته
	همکاری با صاحب نظران و مراکز معتبر علمی داخلی و بین المللی در انجام پژوهش‌های کاربردی
	توان تشخیص و درک نیازها و چالش‌های تحقیقاتی کسب و کار
	تجربه اساتید در انجام پژوهش‌های کابردی در صنعت
	توان تعریف طرح‌های پژوهشی مبتنی بر نیازهای تحقیقاتی
	توان انتقال و پیاده سازی دستاوردهای تحقیقاتی در صنعت
	توان اساتید در تربیت و توسعه مهارت‌های پژوهشی دانشجویان و ارائه مشاوره به آن‌ها
حوزه ارتباط با صنعت	همکاری با سازمان‌ها و مراکز علمی و صنعتی در حل مسائل آن‌ها
	برگزاری سمینار و کارگاه‌های تخصصی در رابطه با حل مسائل صنعت و سازمان‌ها
	تعریف و انجام پایان نامه در رابطه با حل مسائل شرکت‌ها و سازمان‌ها
	جلب همکاری شرکت‌ها و سازمان‌ها در تأمین منابع مورد برای انجام پایان نامه‌ها
	جذب بورسیه تحصیلی از شرکت‌ها و سازمان‌ها
	تعریف و انجام طرح‌های تحقیقاتی توسط اساتید در راستای حل مسائل شرکت‌ها و سازمان‌ها
	وجود زیرساخت‌های لازم برای فعالیت‌های علمی مشترک با صنعت و جامعه در داخل و خارج دانشگاه
مباحث بین المللی	وجود اساتید با اعتبار ملی و بین المللی در دانشکده
	شهرت و اعتبار دانشکده براساس رتبه بندی‌های بین المللی و تأییدیه‌های مجامع حرفه‌ای رشته
	استفاده از اساتید بین المللی در اجرای دوره
	پذیرش دانشجویان بین المللی و سهم مناسب آن‌ها از کل دانشجویان دوره
	همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی معتبر بین المللی در اجرای دوره
ترویج و اشاعه دانش	برگزاری سمینارها و همایش‌ها با هدف اشاعه دستاوردهای علمی به جامعه و صنعت

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

حوزه	شرح
	وجود زیرساخت‌ها و مکانیزم‌های لازم جهت پشتیبانی از تجاری سازی دستاوردهای علمی اساتید و دانشجویان (از طریق کارگاه‌ها، سمینارهای تخصصی، نشریات و محتوای الکترونیکی و ...)
	وجود سازوکارهای انگیزشی لازم برای اساتید و دانشجویان جهت انتقال و ارائه دستاوردهای علمی
	وجود قواعد و استانداردهای لازم جهت اشاعه دستاوردهای علمی
	همکاری با مراکز صنعتی در خصوص تجاری‌سازی دستاوردهای علمی دوره
	اعتبار و شهرت دانشکده و نقش آن در تجاری‌سازی دستاوردهای علمی دوره
	نقش اساتید در تجاری سازی دستاوردهای علمی دوره
کمک به توسعه محیط پیرامونی	تربیت دانش آموختگان موثر و دارای نقش ویژه در جامعه
	ایفای نقش فعال در رفع نیازها و حل مسائل کشور
	همکاری با سازمان‌ها و نهادهای ملی برای رصد و تحلیل مسائل کلیدی کشور
شایستگی‌های مورد انتظار از فارغ التحصیلان دوره MBA	آشنایی با مبانی و دانش‌های پایه‌ای رشته
	شناخت و درک لازم از مرزهای دانش کسب و کار و پویایی آن
	داشتن احاطه و اشراف به حیطه دانشی رشته
	مهارت‌های تصمیم گیری و حل مساله
	مهارت برقراری تعاملات کاری با افراد و سازمان‌ها
	مهارت تفکر سیستماتیک و تحلیل منطقی
	مهارت هدفگذاری و برنامه ریزی
	مهارت سازماندهی و مدیریت منابع
	مهارت رهبری و اثرگذاری در افراد و سازمان‌ها
	توان خلاقیت و ارائه راه حل‌های نوآورانه در کسب و کار
	توان شناخت و تحلیل محیط کسب و کار و عوامل موثر بر آن
	توان تعریف و اجرای پژوهش‌های کاربردی
	توان ایفای نقش فعال و تحول آفرین در کسب و کار
	شناخت و پایبندی به اخلاق و ارزش‌های فرهنگی جامعه
	آگاهی و پایبندی به مسئولیت‌های اجتماعی و چالش‌ها و انتظارات جامعه از کسب و کارها

۳- روش تحقیق

این تحقیق از بعد هدف؛ از نوع تحقیقات توسعه‌ای محسوب می‌شود، زیرا بدنبال تدوین راهکارهایی برای بهبود شیوه اجرای برنامه MBA است. همچنین از بعد روش گردآوری داده‌ها، نوعی تحقیق، موردی است، زیرا بدنبال بررسی عمیق موضوعی است که در رابطه

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

با آن اطلاعات دقیقی در دسترس نیست. از بعد روش تحقیق، این تحقیق یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی[۷] است، زیرا در چارچوب آن به بررسی وضعیت موجود در اجرای رشته MBA پرداخته شده و همچنین بررسي‌های لازم در خصوص طراحی و یا بهبود برنامه MBA و نحوه اجرای آن انجام می‌گیرد. قلمرو زمانی تحقیق شش ماهه دوم سال ۹۳ و شش ماهه اول سال ۹٤ و قلمرو مکانی تحقیق نیز محدود به دانشکده مدیریت دانشگاه تهران بوده است.

در این تحقیق از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. مطالعات و بررسی‌های لازم درباره مبانی نظری تحقیق، ادبیات موضوعی تحقیق، سوابق مسأله و موضوع تحقیق با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و مطالعه منابع و تحقیقات مرتبط با موضوع با استفاده از پایگاه‌های اینترنتی انجام شده است. در ضمن به منظور اجرای مراحل اصلی تحقیق و گردآوری اطلاعات از روش‌های میدانی استفاده شده است.

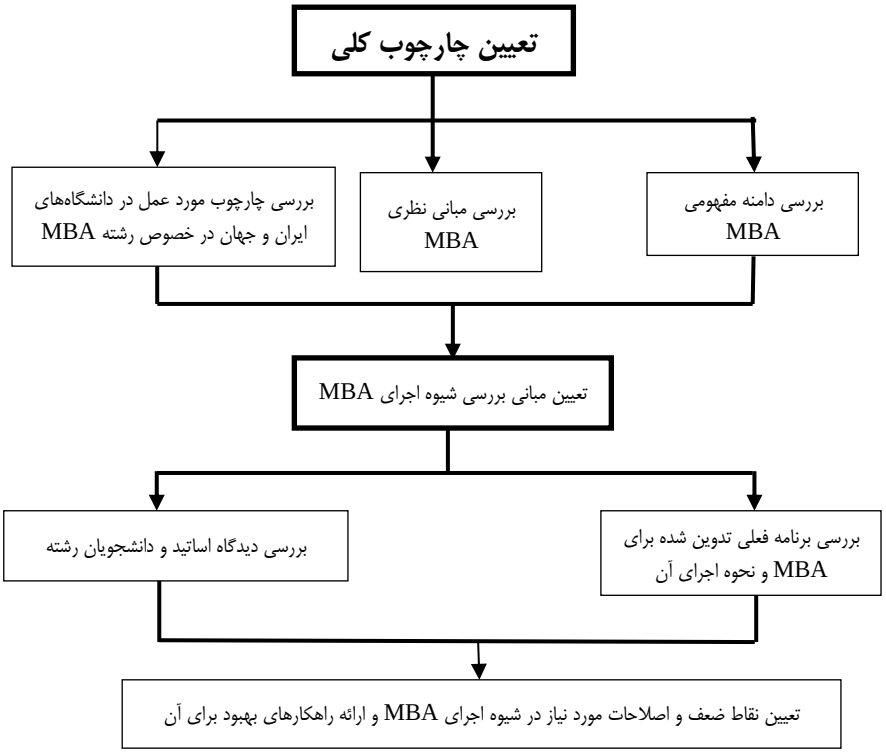
ابزار اصلی گردآوری اطلاعات میدانی؛ پرسشنامه و مصاحبه است. برای گردآوری نظرات دانشجویان و دانش آموختگان رشته MBA از پرسشنامه و برای گردآوری نظرات اساتید رشته از مصاحبه استفاده گردید.

در تجزیه و تحلیل پرسشنامه از آمار توصیفی و همچنین آزمون تی استیودنت استفاده شد. سوال‌های پرسشنامه با توجه به مبانی استخراج شده از ادبیات موضوع طراحی شده است و پایایی و روایی آن با استفاده از روش‌های معتبر سنجیده شده است. برای انجام محاسبات و ترسیم مدل‌ها و نمودارها از نرم افزار spss و اکسل استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل نتایج مصاحبه‌ها نیز از تحلیل تم استفاده شده است.

جامعه آماری این تحقیق شامل دانشجویان، دانش آموختگان و اساتید رشته MBA دانشکده مدیریت دانشگاه تهران است. حجم نمونه در بخش پرسشنامه، حدود ۱۷۰ دانشجو و دانش آموخته رشته MBA بود که از میان آنها در نهایت ۱۰۵ پرسشنامه تکمیل شده بدست آمد. در بخش مصاحبه نیز به علت غیر تصادفی بودن، نمونه خاصی انتخاب نشد و تلاش شد تا رسیدن به اشباع در پاسخ سوالات، مصاحبه‌ها ادامه یابد.

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

چارچوب کلی مراحل اجرایی این پژوهش نیز مطابق شکل شماره ۱ بوده است.



شکل ۱: چارچوب کلی مراحل اجرای پژوهش

٤- تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌ها متشکل از چهار زیربخش به شرح ذیل است: در بخش اول (٤-١) بر مبنای مرور ادبیات انجام شده در خصوص مقایسه تطبیقی چارچوب مورد عمل در رشته MBA در ایران و جهان، فقط به ارائه نتایج آن پرداخته شده است. بخش دوم (٤-٢) نتایج مصاحبه‌های انجام شده با اساتید رشته MBA را ارائه می‌نماید و بخش سوم (٤-٣) نیز پس از تشریح ویژگی‌های جمعیت شناسی نمونه مورد مطالعه، نتایج پیمایش انجام شده از دانشجویان و دانش آموختگان رشته MBA را تشریح می‌نماید، بر مبنای وضعیت موجود هریک از هشت حوزه مورد بررسی، اقدام به ارائه توصیه‌های سیاستی به منظور بهبود و ارتقای وضعیت موجود آن حوزه‌ها می‌نماید. در بخش چهارم نیز (٤-٤) به مقایسه تطبیقی نتایج حاصل از نظرات اساتید با نظرات

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته MBA در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران پرداخته شده است.

٤-١- بررسی چارچوب مورد عمل کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار در دانشگاه‌های جهان و ایران

بررسی دروسی که در پنجاه دانشکده پیشروی مدیریت کسب و کار جهان در دوره MBA تدریس می‌گردند و مقایسه تطبیقی وضعیت کنونی رشته MBA در ایران نشان می‌دهد که دروس ارائه شده در دانشگاه‌های جهان به دو گروه اصلی دروس عمومی و اختصاصی تفکیک می‌شوند که دروس عمومی برای کلیه گرایش‌های رشته MBA مشابه بوده و دروس اختصاصی جنبه گرایشی دارد. با توجه به اینکه برگزاری دوره MBA در ایران به نوعی الگوبرداری از آن کشورها بوده است، مقایسه دروسی که در این دانشگاه‌ها در این مقطع تدریس می‌شوند، تفاوت چندانی ندارد. همچنین شرایط پذیرش دوره MBA در ایران با دانشگاه‌های جهان مقایسه شد که این شرایط در اکثر دانشگاه‌ها کمابیش مشابه است.

از نظر شرایط ورودی نیز ابتدا سن و میزان تجربه از شروط ورود به این دوره بود. با گذشت زمان تقاضا برای تصدی جایگاه‌ها در این رشته، بیش از میزان عرضه شد و همین امر سبب شد تا دانشگاه‌ها و دانشکده‌های کسب و کار برخی از شروط ورودی خود را کاهش دهند (Deis & Kheirandish, 2010).

بررسی برنامه فعلی رشته MBA در دانشگاه‌ها و موسسات مختلف داخل کشور نشان می‌دهد که علیرغم شباهت کلی در دروس، محتوی و روش اجرا، تفاوت‌هایی نیز در برخی بخش‌ها وجود دارد. بر این اساس اولین سرفصل رشته MBA توسط دانشکده مدیریت دانشگاه صنعتی شریف در سال ۱۳۷۹ تدوین گردید. براساس آن؛ رشته MBA دارای ۱۰ گرایش و تعداد کل واحدهای آن ۵۷ واحد بوده است که ۱۸ واحد دروس پایه، ۱۵ واحد دروس اصلی و ٢٤ واحد دروس تخصصی برای گرایش‌های مختلف است.

در مرحله بعد دانشکده مدیریت دانشگاه صنعتی شریف، اقدام به بازبینی برنامه رشته MBA نمود و بر اساس آن، تعداد گرایش‌های رشته MBA به ۷ مورد تقلیل یافت. همچنین دروس پایه (در دو بخش اجباری و اختیاری) و دروس اصلی و تخصصی (در دو بخش اجباری و اختیاری) تعیین گردید.

سپس در آبان ماه سال ۱۳۹۲، برنامه رشته MBA توسط شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی مورد بازبینی قرار گرفت و تعداد گرایش‌های رشته به ۱۵ مورد (شامل عمومی، ۱۲ مورد تخصصی وظیفه‌ای و دو مورد تخصصی رشته صنعت) افزایش یافت. همچنین تعداد کل

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

واحدهای رشته MBA به ٤٨ واحد تقلیل یافت که متشکل از ۳۰ واحد درس اصلی اجباری، ٦ واحد درس اصلی اختیاری، ٦ واحد درس تخصصی اجباری و ٦ واحد درس تخصصی اختیاری بود.

همانطور که مطرح شد ابزار گردآوری اطلاعات برای بررسی دیدگاه اساتید، مصاحبه نیمه ساختار یافته بود که با سه گروه از مخاطبان شامل اساتید گروه MBA (۶ نفر)، اساتید سایر گروه‌های دانشکده مدیریت که با گروه MBA همکاری دارند (۱۱ نفر) و اساتید خارج از دانشگاه که با گروه MBA همکاری دارند (۱ نفر) انجام شد.

نتایج حاصل از مصاحبه با اساتید رشته MBA دانشکده مدیریت دانشگاه تهران به صورت زیر آمده است:

- ✓ ویژگی‌های مناسب داوطلبان برای ورود به رشته MBA به ترتیب عبارتند از:
  - تجربه شغلی، تجربه مدیریتی، ارتباط شغلی، مهارت‌های ارتباطی، استعداد تحصیلی و تجربه راه اندازی کسب و کار و...؛
- ✓ چشم انداز افراد، قبل از ورود به رشته MBA، مدیریت است.
- ✓ داشتن تجربه شغلی در بدو ورود به رشته الزامی و در اجرای موفقیت آمیز رشته تاثیرگذار است.
- ✓ ویژگی مناسب اساتید برای تدریس در رشته MBA به ترتیب عبارتند از:
  - تجربه شغلی، تجربه مدیریتی، داشتن تحصیلات و تخصص مرتبط، تجربه تدریس، تجربه پژوهش.
- ✓ اشتغال به کار اساتید در موفقیت رشته تاثیرگذار است و به واسطه تدریس در دانشگاه، اساتید ناگزیر به اشتغال پاره وقت هستند؛
- ✓ بهتر است تدوین برنامه‌ها انتخابی باشد؛
- ✓ آزادی نسبی اساتید در ارائه طرح درس مورد تاکید است. همچنین کنترل به صورت ترکیبی نیز می‌تواند موثر باشد؛ بدین صورت که بر چارچوب کلی مصوب وزارت علوم نظارت وجود داشته باشد و همزمان اساتید در ارائه طرح درس آزادی نسبی داشته باشند؛
- ✓ بهترین روش ارائه دروس در این رشته کیس و یا مطالعه موردی می‌باشد؛
- ✓ تعاملات و ارتباطات با صنعت و موسسات آموزشی بر کیفیت آموزشی تأثیر مثبت دارد؛
- ✓ در ایجاد تعاملات با صنعت و موسسات آموزشی به ترتیب دانشگاه، دانشکده، استاد و سپس دانشجو مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کنند؛

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

- ✓ میزان تقاضای موجود در بازار، مهم‌ترین گزینه در طراحی رشته به صورت تقاضا محور است؛
- ✓ بهترین شکل طراحی رشته، تقاضا محور است، درحالی‌که ترکیبی از دو نوع تقاضا و عرضه محور نیز مطلوب است. بدین معنا که ابتدا باید تقاضای موجود در بازار شناسایی و پیش بینی شده و براساس آن و قبل از اعلام نیاز بازار، رشته مورد نظر ارائه شود؛
- ✓ حوزه مورد تمرکز رشته، ترکیبی از آموزش و پژوهش باشد با این ملاحظه که بُعد آموزشی وزن بیشتری داشته باشد.

به منظور تحلیل داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه‌های توزیع شده در میان دانشجویان و دانش آموختگان رشته MBA پس از جمع آوری پرسشنامه‌ها و تلخیص اطلاعات آنها، ابتدا به منظور اطمینان از معنی‌دار بودن نتایج بدست آمده، یک آزمون میانگین با آماره t در سطح ۹۵٪ برای میزان اهمیت و وضعیت هر یک از سوالات انجام شد که براساس آن در همه موارد بجز سه مورد ذیل آزمون صفر پذیرفته شد. این بدین معنی است که در همه موارد اهمیت و وضعیت هر یک از شاخص‌های حوزه‌های هشتگانه پیرامون میانگین و در حد متوسط بوده‌اند و این سه مورد با توجه به دامنه اطمینان بدست آمده برای آنها، وضعیت بالاتر از میانگین دارند.

- وجود منابع علمی متنوع و به روز برای آموزش رشته MBA
- دسترسی به نشریات و آخرین دستاوردهای علمی
- آشنایی با مبانی و دانش‌های پایه‌ای رشته MBA

در ادامه به ارائه نظرات دانشجویان و دانش آموختگان در خصوص سوالات موجود در هر یک از حوزه‌های هشتگانه مطرح شده در پرسشنامه پرداخته و نظرات ایشان تحلیل می‌شود.

- ویژگی‌های جمعیت شناسی نمونه آماری مورد بررسی به شرح ذیل بوده است:
  - از نظر جنسیت ٦٥٪ آقا و ٣٥٪ خانم
  - ٥١ نفر دانشجو و ٥۴ نفر دانش آموخته رشته MBA
  - ٥٤ نفر رشته MBA و ٤٨ نفر رشته MBA اجرایی و ٣ نفر نامشخص
  - ٤١ نفر حضوری و ٦١ نفر مجازی بوده و ٣ نفر نامشخص
  - ٥٢ نفر گرایش استراتژی، ٤٠ نفر گرایش بازاریابی و ١٠ نفر گرایش منابع انسانی بوده و ٣ نفر نامشخص
  - ٥٩٪ دانشجویان مجازی و ٤١٪ دانشجویان حضوری

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

- از نظر رشته کارشناسی ۱۸ نفر کامپیوتر و الکترونیک، ۲۳ نفر مهندسی صنایع، ۲۹ نفر مهندسی شیمی و مکانیک، ۲۲ نفر مدیریت، ۸ نفر علوم پایه و ۵ نفر سایر رشته‌ها

- از نظر اشتغال به کار (تمام وقت و پاره وقت) در حین تحصیل: ۹۰ نفر شاغل و ۱۵ نفر نیز غیر شاغل؛
- اغلب دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته MBA در کارراهه آتی متصور برای خود، تمایل به شغل‌های مدیریتی و کارآفرینی دارند؛
- اغلب دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته MBA تمایل به ادامه تحصیل در مقطع دکتری دارند؛
- وضعیت اشتغال به کار در میان دانشجویان مجازی بسیار بیشتر از دانشجویان حضوری است؛
- نظر اعضای نمونه در خصوص مناسب بودن دوره MBA برای شغل آنها: ۴۹ نفر (٤٧٪) آن زیاد و خیلی زیاد مناسب می‌دانند و ۲۴ نفر (۲۲٪) آن را کم و خیلی کم مناسب می‌دانند و ۳۲ نفر (۳۱٪) نیز در حد متوسط مناسب می‌دانند.

نتایج بررسی حوزه‌های هشتگانه مطرح شده در پرسشنامه نیز به شرح ذیل است:

حوزه توانمندی‌های مورد نیاز دانشجو برای موفقیت در طی کردن دوره MBA؛ در این حوزه به ترتیب «داشتن ویژگی‌های شخصیتی و نگرشی لازم برای تعامل سازنده با کسب و کار» با مقدار ۳/۵۷۸ و «وجود انگیزه لازم برای یادگیری و کسب دانش جدید مرتبط با کسب و کار» با مقدار ۳/۵۰۵ قویترین و «داشتن تجربیات شغلی و اجرایی مرتبط قبل از ورود به دوره» با مقدار ۲/۹۱۲ و «دارا بودن رویکرد اکتشافی به مسائل کسب و کار» با مقدار ۳/۱۱۸ ضعیف‌ترین شاخص‌ها بودند.

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی حوزه توانمندی‌های مورد نیاز دانشجو برای موفقیت در طی کردن دوره MBA:

- نیاز به یک سیستم دو مرحله‌ای پذیرش دانشجو به صورت غیر متمرکز می‌باشد که وضعیت قابلیت‌های فردی افراد ارزیابی شود؛
- شرط تجربه کاری برای دانشجویان ورودی این رشته قرار داده شود.

حوزه مباحث آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار؛ در این حوزه به ترتیب «وجود منابع علمی متنوع و به روز برای آموزش رشته» با مقدار ۳/۸۳۲ و «تجربه آموزشی اساتید» با مقدار ۳/٦۰۸ قویترین و «همکاری با شرکت‌ها و سازمان‌های تراز اول داخلی و بین المللی در اجرای برنامه‌های آموزشی» با مقدار ۱/۷۷۸ و «همکاری با

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی معتبر داخلی در تعریف و اجرای برنامه‌های آموزشی» با مقدار ۲/۵۷۰ ضعیف‌ترین شاخص‌ها بودند.

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی حوزه مباحث آموزشی دوره MBA :

- استفاده از اساتید دارای تجربه صنعتی برای تقویت بعد علمی کلاس‌ها؛
- افزایش استفاده از روش‌های نوین آموزش بویژه یادگیری فعال، مورد کاوی، شبیه سازی و حضور در صنعت؛
- تقویت همکاری‌های علمی با مراکز داخلی و خارجی.

حوزه توان انجام پژوهش‌های کاربردی؛ در این حوزه به ترتیب «دسترسی به نشریات و آخرین دستاوردهای علمی» با مقدار ۳/۹۹۰ و «توان تعریف طرح‌های پژوهشی مبتنی بر نیازهای تحقیقاتی» با مقدار ۳/۰۸۳ قویترین و «توان انتقال و پیاده‌سازی دستاوردهای تحقیقاتی در صنعت» با مقدار ۲/۵۱۰ و «همکاری با صاحب نظران و مراکز معتبر علمی داخلی و بین المللی در انجام پژوهش‌های کاربردی» با مقدار ۲/۵۸۲ ضعیف‌ترین شاخص‌ها بودند.

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی حوزه:

- تقویت همکاری‌های پژوهشی با مراکز داخلی و خارجی برای انجام پژوهش‌های کاربردی؛
- تدوین ساز وکارهایی برای شناسایی و تشخیص نیازها و چالش‌های صنعت؛
- ارتقای توان پیاده سازی دستاوردهای تحقیقاتی از طریق تعامل نزدیک با صنعت و اجرای پروژه‌های مشترک با مراکز تحقیقاتی خارجی.

حوزه ارتباط با صنعت؛ در این حوزه به ترتیب «تعریف و انجام پایان نامه در رابطه با حل مسائل شرکت‌ها و سازمان‌ها» با مقدار ۲/۶۳۹ و «تعریف و انجام طرح‌های تحقیقاتی توسط اساتید در راستای حل مسائل شرکت‌ها و سازمان‌ها» با مقدار ۲/۵۱۰ قویترین و «همکاری با سازمان‌ها و مراکز علمی و صنعتی در حل مسائل آن‌ها» با مقدار ۱/۹۵۸ و «وجود زیرساخت‌های لازم برای فعالیت‌های علمی مشترک با صنعت و جامعه در داخل و خارج دانشگاه» با مقدار ۲/۰۸۵ ضعیف‌ترین شاخص‌ها بودند.

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی حوزه ارتباط با صنعت:

- فراهم سازی بستر توسعه همکاری با سازمان‌ها و مراکز علمی و صنعتی در حل مسائل آن‌ها؛
- توسعه زیرساخت‌های لازم برای فعالیت‌های علمی مشترک با صنعت و جامعه در داخل و خارج دانشگاه؛

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

- تدوین ساز و کارهایی برای جذب بورسیه تحصیلی از شرکت‌ها و سازمان‌ها.

حوزه مباحث بین‌المللی؛ در این حوزه به ترتیب «شهرت و اعتبار دانشکده بر اساس رتبه‌بندی‌های بین‌المللی و تأییدیه‌های مجامع حرفه‌ای رشته» با مقدار ۳/۵۵۷ و «وجود اساتید با اعتبار ملی و بین‌المللی در دانشکده» با مقدار ۲/۵۹۴ قویترین و «استفاده از اساتید بین‌المللی در اجرای دوره» با مقدار ۱/۹۳۷ و «همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی معتبر بین‌المللی در اجرای دوره» با مقدار ۲/۰۵۳ ضعیف‌ترین شاخص‌ها بودند.

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی حوزه مباحث بین‌المللی:

- تدوین برنامه‌های آموزشی مشترک با دانشگاه‌های خارجی به منظور استفاده از اساتید بین‌المللی در اجرای دوره؛
- تدوین برنامه‌های پژوهشی مشترک با دانشگاه‌های خارجی به منظور تعامل بیشتر با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی معتبر بین المللی در اجرای دوره.

حوزه ترویج و اشاعه دانش؛ در این حوزه به ترتیب «اعتبار و شهرت دانشکده و نقش آن در تجاری سازی دستاوردهای علمی دوره» با مقدار ۳/۳۹۸ و «برگزاری سمینارها و همایش‌ها با هدف اشاعه دستاوردهای علمی به جامعه و صنعت» با مقدار ۲/۹۸۹ قویترین و «همکاری با مراکز صنعتی در خصوص تجاری‌سازی دستاوردهای علمی دوره» با مقدار ۲/۱۴۳ و «وجود سازوکارهای انگیزشی لازم برای اساتید و دانشجویان، جهت انتقال و ارائه دستاوردهای علمی» با مقدار ۲/۴۱۵ ضعیف‌ترین شاخص‌ها بودند.

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی حوزه ترویج و اشاعه دانش:

- تدوین راهکارهای ارتقای همکاری با مراکز صنعتی به منظور تجاری‌سازی دستاوردهای علمی؛
- ایجاد سازوکارهای انگیزشی لازم برای اساتید و دانشجویان جهت انتقال و ارائه دستاوردهای علمی.

حوزه کمک به توسعه محیط پیرامونی؛ در این حوزه به ترتیب «تربیت دانش آموختگان موثر و دارای نقش ویژه در جامعه» با مقدار ۲/۷۱۰ قویترین و «همکاری با سازمان‌ها و نهادهای ملی برای رصد و تحلیل مسائل کلیدی کشور» با مقدار ۲/۱۴۰ ضعیف‌ترین شاخص‌ها بودند.

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی حوزه کمک به توسعه محیط پیرامونی:

- ارتقای ایفای نقش رشته و دانشکده در عرصه ملی به منظور برجسته سازی

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

نمود آن در عرصه ملی.

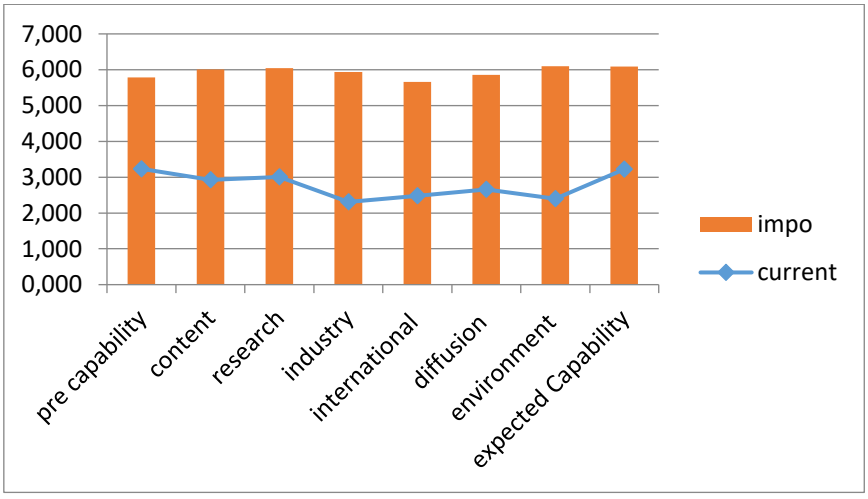
حوزه شایستگی‌های مورد انتظار از فارغ التحصیلان دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار؛ در این حوزه به ترتیب «آشنایی با مبانی و دانش‌های پایه‌ای رشته» با مقدار ۳/۸۶۰ و «شناخت و پایبندی به اخلاق و ارزش‌های فرهنگی جامعه» با مقدار ۳/۳۷۴ قویترین و «توان ایفای نقش فعال و تحول آفرین در کسب و کار» با مقدار ۲/۸۲۸ و «توان تعریف و اجرای پژوهش‌های کاربردی» با مقدار ۲/۹۰۲ ضعیف‌ترین شاخص‌ها بودند.

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی حوزه شایستگی‌های مورد انتظار از فارغ التحصیلان دوره MBA:

- تقویت جسارت و تحول آفرینی دانشجویان رشته؛
- تقویت توان و مهارت پژوهش کاربردی دانشجویان رشته.

میانگین شاخص‌ها؛ براساس میانگین شاخص‌ها، دامنه اهمیت حوزه‌ها (برمبنای دامنه ۱ تا ۱۰) در بازه ۵/۷۸۵ تا ۶/۸۵۷ قرار داشت که نشان دهنده اهمیت بالای کلیه حوزه‌ها از دیدگاه دانشجویان و دانش آموختگان رشته MBA است. همچنین دامنه وضعیت موجود حوزه‌ها (برمبنای دامنه ۱ تا ۵) در بازه ۲/۴ تا ۳/۲۳ قرار داشت که نشان دهنده وضعیت متوسط و ضعیف کلیه حوزه‌ها از دیدگاه دانشجویان و دانش آموختگان رشته MBA است.

شکل ۲؛ اهمیت حوزه های هشتگانه مطرح شده در پرسشنامه را نشان می دهد.



شکل ۲: وضعیت موجود و اهمیت حوزه‌های هشتگانه مطرح شده در پرسشنامه

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

بر این اساس رتبه‌بندی حوزه‌های هشتگانه مطرح شده در پرسشنامه از نظر اهمیت و وضعیت موجود مطابق جدول ذیل است.

جدول ۲: رتبه‌بندی حوزه‌های هشتگانه مطرح شده در پرسشنامه از نظر اهمیت و وضعیت موجود

رتبه	رتبه بر اساس وضعیت موجود	رتبه بر اساس اهمیت
اول	توانمندی‌های مورد نیاز دانشجو برای موفقیت در طی کردن دوره	کمک به توسعه محیط پیرامونی
دوم	شایستگی‌های مورد انتظار از فارغ التحصیلان دوره	شایستگی‌های مورد انتظار از فارغ التحصیلان دوره
سوم	توان انجام پژوهش‌های کاربردی	توان انجام پژوهش‌های کاربردی
چهارم	مباحث آموزشی دوره	مباحث آموزشی دوره
پنجم	ترویج و اشاعه دانش	ارتباط با صنعت
ششم	مباحث بین المللی	ترویج و اشاعه دانش
هفتم	کمک به توسعه محیط پیرامونی	توانمندی‌های مورد نیاز دانشجو برای موفقیت در طی کردن دوره
هشتم	ارتباط با صنعت	مباحث بین المللی

توصیه‌های سیاستی بر مبنای نتایج حاصل از ارزیابی میانگین شاخص‌ها:

- تقویت ارتباط با صنعت؛
- مورد توجه قرار دادن توسعه محیط پیرامونی؛
- تقویت ابعاد بین المللی رشته.

مقایسه تطبیقی نظرات اساتید با نظرات دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته MBA در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران؛ بررسی و مقایسه پاسخ‌های بدست آمده از اساتید رشته MBA با دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته MBA نشان می‌دهد که در موارد ذیل بین نظرات آنها توافق وجود دارد.

- پذیرش افراد با تجربه شغلی و بخصوص تجربه مدیریتی قبلی برای ورود به رشته بسیار مهم است؛
- نسبت بالایی از افراد به امید تصدی شغل‌های مدیریتی وارد این رشته می‌شوند؛
- همکاری و تعامل با صنعت و موسسات آموزشی خارجی در ارتقای کیفیت آموزشی تاثیرگذار است.

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

۵- نتیجه‌گیری

محیط کسب و کار در چند دهه اخیر به شدت تغییر کرده و این تغییرات بر روی سازمان‌ها تأثیر گذار بوده‌اند. از اینرو دانشکده‌های کسب و کار باید نسبت به تغییرات محیط کسب و کار و همچنین تغییرات ساختار مدیریت حساس بوده و به صورت متداوم نیازهای بازار، اقتصاد و چرخه‌های کسب و کار را مورد بررسی قرار دهند تا آموزش‌های خود را مطابق با نیازهای شناسایی شده، ارائه دهند.

در این راستا در تحقیق حاضر؛ به منظور بررسی وضعیت شیوه اجرای MBA در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و ارائه راهکارهای بهبود آن، ابتدا به بررسی مبانی نظری، دامنه مفهومی و چارچوب‌های اجرایی رشته MBA در دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی ایران و جهان پرداخته شد. سپس به منظور تعیین مبانی تئوریک طرح تحول در برنامه MBA، در مرحله دوم، برنامه فعلی تدوین شده برای رشته و شیوه اجرای آن از دیدگاه ذینفعان رشته (اساتید و دانشجویان) مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله سوم ملاحظات مربوط به پیش‌نیازها، ورودی‌ها و خروجی‌های مورد انتظار از برنامه MBA استخراج و تدوین شد. بر این اساس راهکارهای پیشنهادی تحقیق در چهار حوزه مرتبط با استاد، مرتبط با دانشجو، مرتبط با بازطراحی رشته و مرتبط اجرای رشته به شرح ذیل ارائه گردید.

راهکارهای مرتبط با استاد

- توانمندسازی اساتید برای اجرای روش‌های نوین آموزش از جمله یادگیری فعال؛
- اولویت به جذب اساتید دارای تجربه صنعتی و اجرائی.

راهکارهای مرتبط با دانشجو

- بازنگری نحوه پذیرش دانشجو به منظور ورود دانشجویان مناسب برای رشته؛
- ارجحیت پذیرش با دانشجویان دارای سابقه شغلی مرتبط بخصوص سوابق مدیریتی؛
- پذیرش افرادی با ویژگی‌های شخصیتی مدیریتی؛
- پذیرش دانشجو دارای کار نیمه وقت و آشنا با فضای کسب و کار؛
- دانشجویانی جذب شوند که توان و جرات «عامل تغییر شدن» را داشته باشند.

راهکارهای مرتبط با بازطراحی رشته

- ساختار رشته مدیریت اجرائی به صورت رشته صنعت به منظور ارتقای ارتباط با صنعت اصلاح شود؛
- دروسی که از طریق روانشناسی تحول، دانشجویان را برای «عامل تغییر شدن» توانمند می‌کند در رشته گنجانده شود.

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

در برنامه ۴۸ واحدی با توجه به تغییرات اتفاق افتاده :

- کلیه دروس به صورت سه واحدی در نظر گرفته شده است که اجرای دروس سه واحدی با برنامه مرسوم دانشگاه هم‌خوانی ندارد؛
- کل واحدهای در نظر گرفته شده ۴۸ واحد است که نسبت به ۳۲ واحد معمول در مقطع کارشناسی ارشد طولانی است؛
- سهم دروس تخصصی گرایش از کل واحدهای درسی اندك است و باید افزایش یابد؛
- انعطاف‌پذیری در انتخاب دروس تخصصی وجود داشته باشد؛ بگونه‌ای که امکان انتخاب دروس تخصصی بین گرایشی و حتی خارج از رشته (مدیریت) وجود داشته باشد؛
- برخی از دروس اصلی که برای رشته در نظر گرفته شده بخاطر تشابه سرفصل و محتوای دامنه و یا اهمیت کم، قابل ادغام و حذف هستند؛
- امکان‌پذیر شدن تحصیل در رشته MBA به صورت تلفیق دو رشته مختلف (همزمان دو رشته) که می‌تواند به صورت Dual Degree و یا Joint Degree باشد.

راهکارهای مرتبط با اجرای رشته

- تعامل و همکاری با صنعت در اجرای دوره افزایش یابد؛
- ارتباطات بین‌المللی در اجرای دوره تقویت شود؛
- زیرساخت لازم برای یادگیری فعال در اجرای دروس دوره در دانشگاه فراهم شود؛
- در اجرای دوره بر جنبه عمل‌گرائی و انطباق مباحث با فضای کسب و کار ایران تاکید شود.

نتایج این تحقیق برای اجرا و بکارگیری با محدویت‌هایی همراه است. جامعه آماری این تحقیق اساتید، دانشجویان و دانش آموختگان در رشته MBA دانشکده مدیریت دانشگاه تهران بوده‌اند که پیشنهاد می‌گردد این تحقیق در ابعادی گسترده‌تر و در سطح ملی انجام شود تا نتایج آن قابل استفاده برای کلیه دانشکده‌ها و مراکز دارای رشته MBA در کشور باشد.

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

منابع

- Acito, F., McDougall, P.M. & Smith, D.C. (2007). One hundred years of excellence in business education: What have we learned? *Business Horizons*, 51(1), 5-12.
- Baruch, Y., & Holtom, B. C. (2008). Survey response rate levels and trends in organizational research. *Human relations*, *61*(8), 1139-1160.
- Back, S. M. (2008). The Bioentrepreneurship MBA: Options for mid-tier business Schools. *Journal of Commercial Biotechnology,* 15 (2), 183–193.
- Bruce, G. (2010). Exploring the value of MBA degrees: students' experiences in full-time, part-time, and executive MBA programs. *Journal of Education for Business,* 85, 38-44.
- Deis, M. H., & Kheirandish, R. (2010). What is a better predictor of success in an MBA program: work experience or the GMAT?. *Academy of Educational Leadership Journal,* 14 (3), 91-98.
- Feldman, D. C., (2005). The Food's No Good and They Don't Give Us Enough: Reflections on Mintzberg's Critique of MBA Education, *Academy of Management Learning & Education*, 4 (2), 217–220.
- Gropper, D. M., (2007). Does the GMAT Matter for Executive MBA Students? Some Empirical Evidence. *Academy of Management Learning & Education*, 6(2), 206–216.
- Gupta, P. B., Smith, J., & Saunders, P. (2007). Traditional Master of Business Administration (MBA) Versus the MBA With Specialization: A Disconnection Between What Business Schools Offer and What Employers Seek, *Journal of Education for Business,* July/August, 307-312.
- Gupta, S., Cunningham, D. & Arya, A. (2009). A comparison of the ethics of business students: stated behavior versus actual behavior. *Journal of Legal, Ethical & Regulatory Issues*, 12(2), 103–122.
- Haskins, M. E. (2005). A planning framework for crafting the required curriculum phase of an MBA program*. Journal of Management Education, 29*, 82–110.
- Herrington, J. D. (2010). MBA: Past, Present and Future. *Academy of Educational Leadership Journal,* 14(1), 63-76

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

- Kyle, R., & Festervand, T. A. (2005). An update on the high-tech MBA. *Journal of Education for Business, 80,* 240–244.
- Latham, G. P., & Stuart, H. C. (2007). Practicing what we preach: The practical significance of theories underlying HRL interventions for a MBA school. *Human Resource Management Review*, 17, 107–116.
- Lundstrom, W. J. (2011). MBA Attitudes Toward Business: What We Don't Know Can Hurt Us or Help Us. *Journal of Education for Business*, 86, 178–185.
- Montgomery, D. B., & Ramus, C. A. (2011). Calibrating MBA job preferences for the 21st century. *Academy oí Management Learning and Education,* 10, 9-26.
- Newman, A. J., & Hermans, C. M. (2008). Breaking the MBA delivery mould: a virtual international Multi-group MBA / practitioner collaborative project. *Marketing Education Review,* 18 (1), 9-14
- Opoku, R. A., Caruana, A., Pitt, L., Berthon, P., Wahlstrom, A. & Nel D. (2009). Online communication of brand personality A study of MBA programs of top business schools. *Journal of General Management,* 35 (1), 47- 64
- PARK, Y. H. (2020). Career Competencies of Human Resource Development Practitioners. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, *7*(4), 259-265.
- Perusso, A., & Baaken, T. (2020). Assessing the authenticity of cases, internships and problem-based learning as managerial learning experiences: Concepts, methods and lessons for practice. *The International Journal of Management Education*, *18*(3), 100425.
- Peterson, R., & Pratt, E. (2004). The history sphere in MBA marketing instruction: An application. *Marketing Education Review,* 14, 55–68.
- Rubin, R. S., & Dierdorff, E. C. (2013). Building a Better MBA: From a Decade of Critique Toward a Decennium of Creation. Academy *of Management Learning* & Education, 12(1), 125-141.Siegert, K. O., (2008). Executive Education: Predicting Student Success in Executive MBA Programs. *Journal of Education for Business,* March/April, 222- 226.
- Vazquez A. C. S., & Ruas, R. L. (2012). Executive MBA programs: what do students perceive as value for their practices?, *RAC, Rio de Janeiro*, 16 (2), pp. 308-326

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]

- Wilkins, S., He, L., Zhu, L., & Elmoshnib, M. (2018). The resilience of the MBA in emerging economies: Student motivations for wanting an MBA in China and the United Arab Emirates. *Journal of Higher Education Policy and Management*, *40*(3), 256-271.

پی نوشت:

1 Master of Business Administration
2 Mini MBA
3 Part-Time MBA
4 On-Line MBA
5 Professional One-Year MBA
6 Active learning
7 Servey Research Methodology

[Downloaded from jud.irphe.ac.ir on 2026-11-24]