



دانشکده کان مدیریت

دانشکده تجارت و بازرگانی

گزارش عملکرد دانشکده تجارت و بازرگانی

از ۲۷ شهریور ۱۴۰۳ تا ۲۷ اسفند ۱۴۰۳

به رسم اطلاع رسانی

تقدیم به اعضای محترم دانشکده کان مدیریت دانشگاه تهران

۱. استقرار و انتقال

انتقال دانشکده تجارت و بازرگانی از مکان قبلی خود در ژئوفیزیک به دانشکدگان مدیریت نخستین چالش دوره جدید بود. محل استقرار باید به سرعت برای آغاز ترم آماده می شد، در حالیکه ترم رسماً شروع شده بود. با کمک شرکت اقتصادی هرمز کارگزار دانشکدگان، بخش بزرگ هزینه های بازسازی پرداخت شد و از نظر ساختمانی امکان استقرار اولیه ستاد ممکن شد. در همین حین ثبت نام دانشجویان در دفتر شخصی رئیس دانشکده در دانشکده مدیریت کسب و کار انجام شد. انتقال آرام و آهسته ولی مطمئن صورت گرفت. خوشبختانه با حمایت های رئیس دانشکدگان و معاون اجرایی ایشان کار انتقال فیزیکی ساختمان و نیز انتقال پرونده های دانشجویان انجام شد. با این حال در خرید تجهیزات هنوز نواقص زیادی وجود دارد و انتظار می رود بعد از تعطیلات بخش عمده ای از انرژی صرف تکمیل تجهیزات ساختمانی و استقرار شایسته شود.



تصویر: مراحل بازسازی ستاد دانشکده تجارت و بازرگانی

شایان ذکر است که به رسم معمول دانشکدگان هزینه ها از طرف بخش خصوصی تامین شده است. پیگیری های به عمل آمده سبب شد دانشکده مبلغ ۴۲۵ میلیون تومان بابت قراردادهای قبلی خود از پارک به دست آورد که باید از کمکهای دکتر آصف کریمی و آقای آدوسی تشکر کرد. همچنین بخشی از تجهیزات اتاق رئیس از جمله میز، مبل، صندلی و میز کنفرانس توسط حامی شخصی و از طرف رئیس دانشکده تهیه شد. ۱۰۰ میلیون تومان نیز از بودجه های مسئولیت اجتماعی شرکت های حامی تامین شد که بابت آن باید از دکتر اسلامی بیدگلی تشکر می کنیم. در حال ریزنی برای جذب حامیان بیشتر مالی هستیم تا سایر نواقص دانشکده برطرف شوند.

۲. عملکرد آموزشی

جلسات متعدد پرسش و پاسخ

نخستین انتظار از دانشکده ارائه عملکرد آموزشی مناسب است و به قول مولانا در فیه مافیه «گر همه کنی، آن یک نکنی، هیچ نکرده باشی». نظر به اینکه ماموریت هسته‌ای دانشکده تجارت و بازرگانی ارتقای حداکثری کیفیت آموزشی چه در برنامه‌ریزی کمی و چه انتخاب اساتید کیفی است از این رو به محض استقرار تیم جدید جلسات متعدد پرسش و پاسخ با دانشجویان برقرار شد. شش جلسه مستقیم در ظرف شش ماه که دو مورد آن به صورت آنلاین و در بستر گروه تلگرامی در شب انتخاب واحد و یا حذف و اضافه برگزار شد و بقیه موارد به صورت حضوری. در این جلسات دانشجویان به صورت جزئی کلیه مشکلات خود اعم از کیفیت استاد، چالشهای انتخاب واحد، مسائل مربوط به منابع و ارزیابی و را بیان کردند. تک موارد ذکر شده یادداشت و بررسی شدند و نتیجه بررسی به دانشجویان انتقال داده شد.





تصویر: برگزاری ۴ جلسه پرسش و پاسخ حضوری و ۲ جلسه پرسش و پاسخ آنلاین با دانشجویان برای تعامل مستقیم

اقدامات انجام شده در ترم اول که انتخاب استادان خارج از کنترل دانشکده بود، شامل مذاکره شفاهی معاون علمی دانشکده با هر یک از استادانی بود که مورد انتقاد دانشجویان قرار داشتند. به لطف خدا اغلب موارد ایراد در طول ترم برطرف شد و بازخوردهای منظم دانشجویان کمک کرد که ارتقای کیفیت آموزشی حاصل شود. همچنین در برنامه‌ریزی درسی دقت بسیار شد که هیچ تعارض و تداخلی با دانشکده‌های دیگر دانشکدگان از جمله مدیریت کسب و کار و حسابداری و مدیریت مالی صورت نگیرد. تلاش شد در تعامل مستقیم با معاونان علمی این دو دانشکده استاد درس‌های تخصصی از دانشکده مربوطه استعلام شود تا تعارض‌ها به حداقل برسند.

دعوت به تدریس: جلسه خوشامدگویی و ابلاغ استانداردهای کیفی تدریس

از آنجا که رعایت پرستیژ دانشگاه تهران یکی از دغدغه‌های اساسی دانشکده است و اجرای تشریفات نشانه‌ای از جدیت دانشکده میزبان در پیگیری امور محوله محسوب می‌شود، دانشکده تجارت و بازرگانی نسبت به برگزاری مراسم خوشامدگویی به اساتید ترم دوم همراه با صدور دعوت‌نامه کتبی به تدریس و نیز شیوه‌نامه استاندارد کیفیت تدریس اقدام کرد. در جلسه‌ای که در روز ۱۴ بهمن برگزار شد کلیه اعضای هیئت علمی دانشکده و اساتید مدعو به جلسه آغاز ترم دعوت شدند. این امر سبب شد علاوه بر آشنایی با یکدیگر، نسبت به انتقال تجربه و پیشنهادهایی برای بهبود تدریس نیز تبادل نظر صورت گرفت.



وزارت آموزش عالی

شیوهنامه برگزاری کلاس جهت ارتقای کیفیت آموزشی دانشگاه تجارت و بازرگانی

دانشکده تجارت و بازرگانی برنامه ارتقای کیفیت آموزشی را پیاده‌سازی می‌کند که هدف آن ایجاد استانداردهای کیفی آموزشی است. با توجه به این امر، شما با پذیرش تدریس این کلاس، شرایط زیر را می‌پذیرید:

۱. فضای کلاس را برای دانشجویان فضایی مناسب آموختن و به دور از ترس و هراس از نمره یا تنبیهات شدید انضباطی قرار دهید. رابطه میان استاد و دانشجو به ویژه در مقطع کارشناسی و سالهای نخست در ایجاد شور آموختن بسیار مهم است. زمان کوتاهی از کلاس را به گفتگوی دوستانه با دانشجویان کلاس دهید و تلاش کنید رابطه دوستانه و محترمانه‌ای با دانشجویان برقرار کنید.

۲. محوریت کلاس تدریس استاد (instruct) است. از این رو از گذراندن کلاس به شکلی که ارائه دانشجویان بخشی اعظم کلاس را شامل شود اکیدا خودداری کنید. دانشجویان باید تدریس شما را بیشتر در خاطر داشته باشند تا ارائه همیگر را. گرچه ارائه‌های کوتاه می‌توانند مکمل خوب تدریس باشند. تدریس توسط دستیار آموزشی نیز ممنوع است و صرفاً در حضور استاد می‌تواند در حل تمرین مشارکت داشته باشد.

۳. در ابتدای ترم یک طرح درس کامل به شکل قالبی که از سمت دانشکده ارائه می‌شود ارائه دهید و کلاس را برپایه این طرح درس پیش ببرید. ارزیابی دانشکده از کیفیت تدریس شما یا رسیدگی به شکایات براساس این طرح درس خواهد بود.

۴. در طول ترم حداقل دو تا سه بار مهمان از صنعت مربوطه دعوت کنید تا دانشجویان از زبان افراد درگیر در صنعت نیز مسائل درسی را بررسی کنند. همچنین تشویق می‌شوند که در صورت امکان، فرصت‌های بازدید از صنعت را فراهم کنید.

۵. منابع یا کیفیت و معتبر را برای تدریس انتخاب کنید. منبع اصلی را کتاب درسی Textbook قرار دهید و اسلایدهای پاورپوینت را به عنوان مکمل در نظر بگیرید. نه به عنوان منبع اصلی.

۶. تا حد ممکن برای تنوع کلاسی از فناوری‌های نوین مثل ویدئوهای کوتاه یا تکنیکهای متفاوت تدریس استفاده کنید.

۷. کیفیت آزمون میان ترم و پایان ترم به شکلی باشد که پاسخها از منبع یا مطالب کلاسی قابل دستیابی باشند. سطح کلی امتحان در سطح دانشکده تهران باشد و هم در اجرا و هم در طراحی سئوالات سطح دشواری مناسب رعایت شود.

۸. در طول ترم یک یا چند بار معاون آموزشی، مدیر گروه یا رئیس دانشکده به کلاس شما سر خواهد زد و دقایقی نیز در سر کلاس شما به عنوان مستمع حضور خواهد یافت.

تیم:

تیم: دانشکده بازرگانی

کلاس:

بسمه تعالی



وزارت آموزش عالی

دانشکده بازرگانی

دعوتنامه حضور در جلسه پیش ترم خوشامد و تبادل نظر دانشکده تجارت و بازرگانی

همکار ارجمند

نظر به سیاست‌های ارتقای کیفیت آموزش که دانشکده تجارت و بازرگانی دانشکده‌های مدیریت دانشگاه تهران، از جمله‌ای / سرکارزانی به عنوان مدرس این دانشکده در ترم بهار ۱۴۰۴ دعوت می‌شود در جلسه خوشامدگویی و تبادل نظر که در تاریخ سه‌شنبه ۱۶ بهمن ۱۴۰۳ از ساعت ۱۶ تا ۱۸ در سالن کنفرانس این دانشکده برگزار می‌شود، حضور به هم رسانید.

همراه این دعوتنامه، شیوهنامه ارتقای کیفیت آموزشی کلاس‌ها در دانشکده پیوست شده است که یکی از دستورات مهم این جلسه است. همچنین پیشنهادها و نظرات همکاران و حاضران در جلسه بابت چگونگی افزایش کیفیت کلاس‌ها مورد بررسی و تبادل نظر قرار خواهد گرفت. امید است با همکاری شما سرور گرامی ترم آینده شاهد رضایت‌مندی بالایی از کیفیت تدریس در کلاس‌های این دانشکده باشیم.

منتظر دیدار شما در این جلسه هستیم. در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر با آقای امیر امرایی، مسئول دفتر حوزه ریاست دانشکده به شماره ۰۹۱۲۴۱۹۶۴۲۹ تماس بگیرید.

دانشگاه خواجه نیان
رئیس دانشکده

تهران روزگاره جلال آل احمد و بزرگراه چمران، دانشکده تان مدیریت، دانشکده تجارت و بازرگانی صندوق پستی ۴۷۷۷۷۷/پست الکترونیک commerce@ul.ac.ir

تصویر: نمونه دعوت‌نامه به تدریس، همراه با شیوهنامه برگزاری کلاس که برای اساتید مدعو ارسال شد

در این جلسه که بازخورد بسیار خوبی از سمت اساتید مدعو داشت، تبادل نظر درباره چگونگی مواجهه با مشکلات احتمالی صورت گرفت. از سمت رئیس دانشکده تاکید شد که برای ما کیفیت تدریس در اولویت اول است و چنانچه استادی نسبت به استانداردهای مورد نظر ما پای‌بند نباشد حق خود را در سلب کلاس از ایشان محفوظ می‌دانیم. مواردی همچون معرفی کتاب‌درسی به جای اسلاید، سهم بالای تدریس استاد به جای ارائه دانشجویی، داشتن طرح درس مدون، دعوت مهمانان از صنعت و بازار، ترتیب دادن بازدیدهای صنعتی و تجاری و به عنوان مهمترین انتظارات دانشکده در کیفیت تدریس بیان شد. بابت برگزاری این جلسه و نظم دادن به برنامه‌ریزی درسی دانشکده از آقای دکتر داریوش طهماسبی معاون علمی دانشکده تشکر خاص می‌شود که زمان بسیار زیادی را صرف حل مورد به مورد مسائل و مشکلات کرد و همیشه در دسترس دانشجویان بود. همچنین از آقای امرایی مسئول دفتر دانشکده و کارشناسان آموزش خانمها شکوه معینی و ندا مهرآیین بابت انجام باحوصله و صبورانه امور دانشجویی باید سپاسگزار بود.



تصویر: جلسه خوشامدگویی به اساتید مدعو در ترم دوم تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۴

بازخوردها در هر دو بخش یعنی رعایت احترام و نیز ارتقای تدریس به شکل قابل سنجش رضایتبخش بوده است. این استاندارد تدوین شده به معاون علمی دانشکدگان نیز ارائه شد و از طرف ایشان برای اجرا به سایر دانشکده‌ها نیز پیشنهاد شد که از توجه ایشان و معاونان سایر دانشکده‌ها قدردانی می‌شود.

اکنون که مسائل اضطراری مربوط به آموزش از سمت دانشجو حل شد، دانشکده به سمت مقابل توجه کرده است و تدوین شیوه‌نامه‌های رفتاری و کرداری دانشجویان (Code of Conduct) را مورد نظر قرار داده است. پیش‌نویس اولیه شیوه‌نامه رفتاری و کرداری دانشجویان دانشکده آماده شده و پس از تصویب در شورای دانشکده مجدداً برای بررسی و دریافت تایید برای معاونت علمی دانشکدگان مدیریت ارسال خواهد شد. همچنین برای دفاع از پایان‌نامه هم در حال مشورت و تدوین پیش‌نویس است. کلیه این موارد با نگاه احیای شهرت و پرستیژ دانشگاه تهران در حال انجام است. از خانم دکتر سمیرا سلیمان‌زاده بابت برعهده گرفتن این مسئولیت تشکر می‌شود.

پس از پایان تعطیلات نوروزی و آغاز کلاس‌ها مجدداً جلسات پرسش و پاسخ با دانشجویان برگزار خواهد شد. مشی این دانشکده ارتباط صمیمی با دانشجویان و تلاش برای ارائه بهترین کیفیت تدریس و خدمات آموزشی برای آن‌هاست. از سوی دیگر دانشجویانش را سفیران خود می‌داند که مورد تقاضای بازار هستند و عملکرد شایسته آن‌ها سبب می‌شود که ارتباط دانشکده با سپهر تجارت و بازرگانی کشور گسترش یابد.

۳. عملکرد رسانه‌ای

با توجه به حیطه تحصیلات و تخصص رئیس دانشکده که مدیریت رسانه و ارتباطات کسب و کار است، نخستین دغدغه تیم جدید پس از انتقال به ساختمان جدید و استقرار فیزیکی، ایجاد نظام رسانه‌ای با کیفیت جهت ارتباطات با ذی‌نفعان و اطلاع‌رسانی چالاک و به‌موقع و کارآمد بود.

از این رو در یک برنامه راهبردی رسانه‌ای تدوین شد که شش ماهه اول آن برای پایه‌ریزی بنیان‌های رسانه‌ای دانشکده در نظر گرفته شد و تاکید بر Owned Media یعنی رسانه‌های در تملک و کنترل دانشکده قرار گرفت یعنی وبسایت دانشکده، صفحه لینکدین دانشکده، گروه داخلی و کانال تلگرام. همچنین ایجاد مفاد تبلیغاتی و آگاهی‌رسانی همچون کاتالوگ و بروشور، کارت ویزیت، اقلام بصری، کلیپ‌آرتهای برندسازی و سایر موارد زیربنایی رسانه‌ای. آگاهانه از حضور در شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام، یوتیوب، ایکس و سایر موارد مشابه پرهیز شد تا زمانی که بلوغ کامل تیم رسانه‌ای ایجاد شود.

سایت دانشکده

سایت دانشکده: سایت رسمی به عنوان مرجع اصلی ارتباطات رسانه‌ای دانشکده بنیادین‌ترین دارایی رسانه‌ای دانشکده است. نخستین کاری که صورت گرفت اصلاح دامنه از ftf.ut.ac.ir به commerce.ut.ac.ir بود تا انطباق با نام صحیح دانشکده یعنی «تجارت و بازرگانی» حاصل شود و از سرواژه‌نویسی غیر ضروری نیز خودداری شود. مسئول سایت معرفی شد و دوره لازم را برای کار با لایفری دید. سپس معماری اطلاعاتی و وبسایت جهت ارائه اطلاعات ضروری و ایستا یعنی معرفی ساختار دانشکده و گروه‌های آن و اعضای هیئت علمی ایجاد شد. برای بخش‌های پویا یعنی اخبار و اطلاع‌رسانی و نیز یادداشتهای و نقطه‌نظرات نیز تدبیر صورت گرفت به شکلی که برای رویدادهای دانشکده سه مرحله پیش‌رویداد، حین رویداد و پس‌از رویداد در نظر گرفته شد. قبل از رویداد اطلاع‌رسانی در قالب پوستر و درج خبر در کانالهای داخلی و صدای مدیریت و گروه‌های دانشجویی یا رسانه‌ها صورت می‌گیرد. در حین رویداد کنترل اینکه چه اسلایدهایی به نمایش درآیند، کدام بخشها به خوبی ضبط شوند، چه عکسهایی گرفته شوند و کلا تولید محتوای حین رویداد مدیریت می‌شود. پس از رویداد هم تدوین و انتشار محتوای حاصله از رویداد و انتشار آن در قالب‌های مختلف رسانه‌ای مورد اقدام قرار می‌گیرد.

همچنین نظر به تاکید بر حفظ پرستیژ دانشگاه تهران و ایجاد یک خاطره خوب، یک مدیر ارتباطات داخلی منصوب شد که هدایت امور رسانه‌ای و تشریفات مراسم و رویدادها برعهده ایشان قرار گرفت. به نحوی که استقبال از مهمانان از دانشکدگان تا هدایت او به محل نشست و بعد هم اهدای لوح تقدیر و یا دعوت به گفتگوی پس از رویداد با رئیس یا معاون توسط ایشان هماهنگی و کنترل می‌شد. نتایج این نظم در ارتباطات در بازخوردهای دریافتی به خوبی دیده شد.



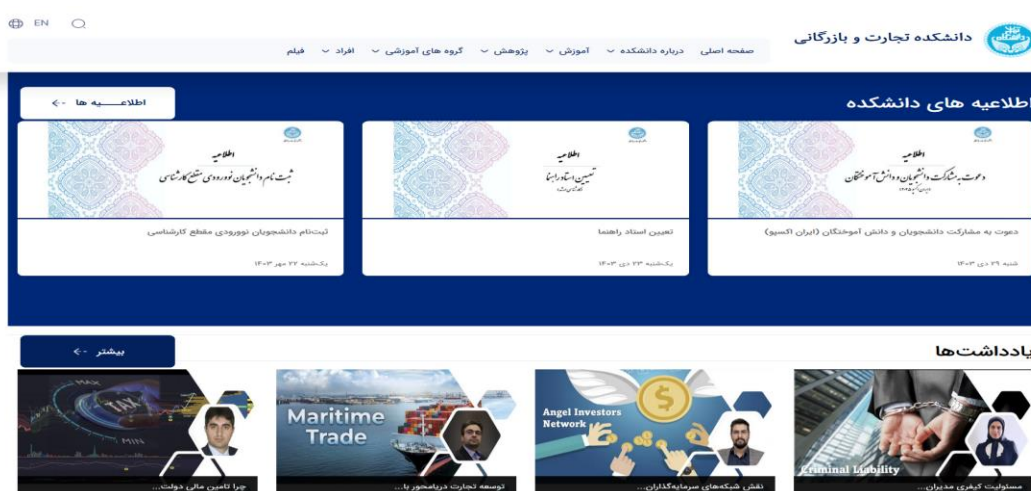
اخبار

جدیدترین خبرها



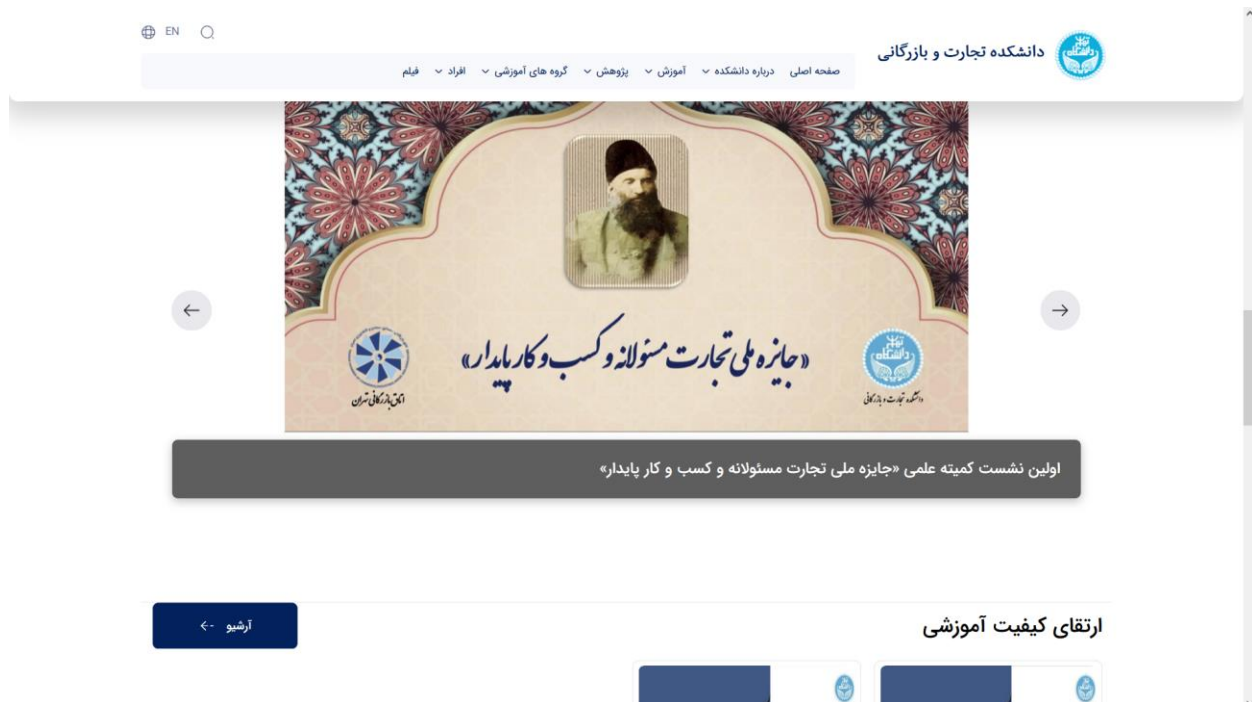
تصویر ۱: تصویر صفحه اول وبسایت دانشکدهگان مدیریت به نشانی <https://commerce.ut.ac.ir> همراه با تبریک سال نو و آخرین اخبار دانشکده تا ۲۶ اسفند ۱۴۰۳.

یادداشت‌نویس اعضای هیئت علمی به عنوان بخش پویای وبسایت دانشکده ایجاد شده است. به صورت هفتگی درباره یکی از موضوعات جدید یا رایج حوزه ماموریت دانشکده یادداشت کوتاهی به قلم اعضای هیئت علمی دانشکده نگاشته شده است. این امر هم وبسایت دانشکده را از یک سایت ایستا به یک سایت پویا و زنده در آورده و هم مطالبی برای انتشار در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها فراهم می‌کند. در سال ۱۴۰۴ مطالب از اساتید مدعو، دانشجویان برجسته و یا سایر اعضای عضو هیئت علمی دانشکدهگان مدیریت نیز پذیرفته می‌شود.



تصویر ۲: تصویر اطلاعیه‌های دانشکده با قالب گرافیکی مناسب و نیز یادداشت‌های متناوب و منظم اعضای هیئت علمی دانشکده.

صفحه‌های ویژه پروژه‌های خاص دانشکده در سایت ایجاد شده‌اند تا کلیه اخبار و اطلاعات مربوط به آن موضوع به صورت تجمیعی و به راحتی قابل دسترسی باشند.



تصویر ۳: صفحه ویژه پروژه‌های در دست اقدام دانشکده به صورتی که اطلاعات مربوط به آن به صورت یکجا قابل دسترسی باشند.

خبررسانی‌ها در قالب زیبا در حد محدودیت‌های لایف‌رای در سایت قرار می‌گیرند:



تصویر ۴: تلاش برای ایجاد یک ساختار پاکیزه همراه با کوتاه‌نویسی و در عین حال ارائه اطلاعات لازم برای دانشجوین. بخش خبری مرتباً به‌روز می‌شود.

کاتالوگها و محتوای چند رسانه‌ای

کاتالوگ‌های معرفی به عنوان یکی از ارکان تبلیغاتی همچنین تهیه هویت بصری دانشکده در انطباق با اسناد بالادستی گرافیکی شروع شد. کارت ویزیت رئیس دانشکده و تابلوهای معرفی فضاهای دانشکده آماده چاپ شدند. موارد اولیه تشریفاتی آماده سازی شدند تا در ۱۴۰۴ اجرایی شوند.



Faculty of Commerce

Departments

The faculty is managed under three main departments:

1) International commerce department focuses on custom affairs as well as minor in international affairs; 2) Business ecosystem and services focuses on by products and advanced activities; 3) Digital commerce also focuses on application of technologies in commerce.

Department	International Commerce	Business Ecosystem and Services	Digital Commerce
Bachelor	Managing Custom Affairs	Business Communication	
Master	Business Management, Minor in International Commerce	Business Management, Minor in Internal Commerce	Business Management, Minor in Electronic Commerce
PhD		Business Policy making	



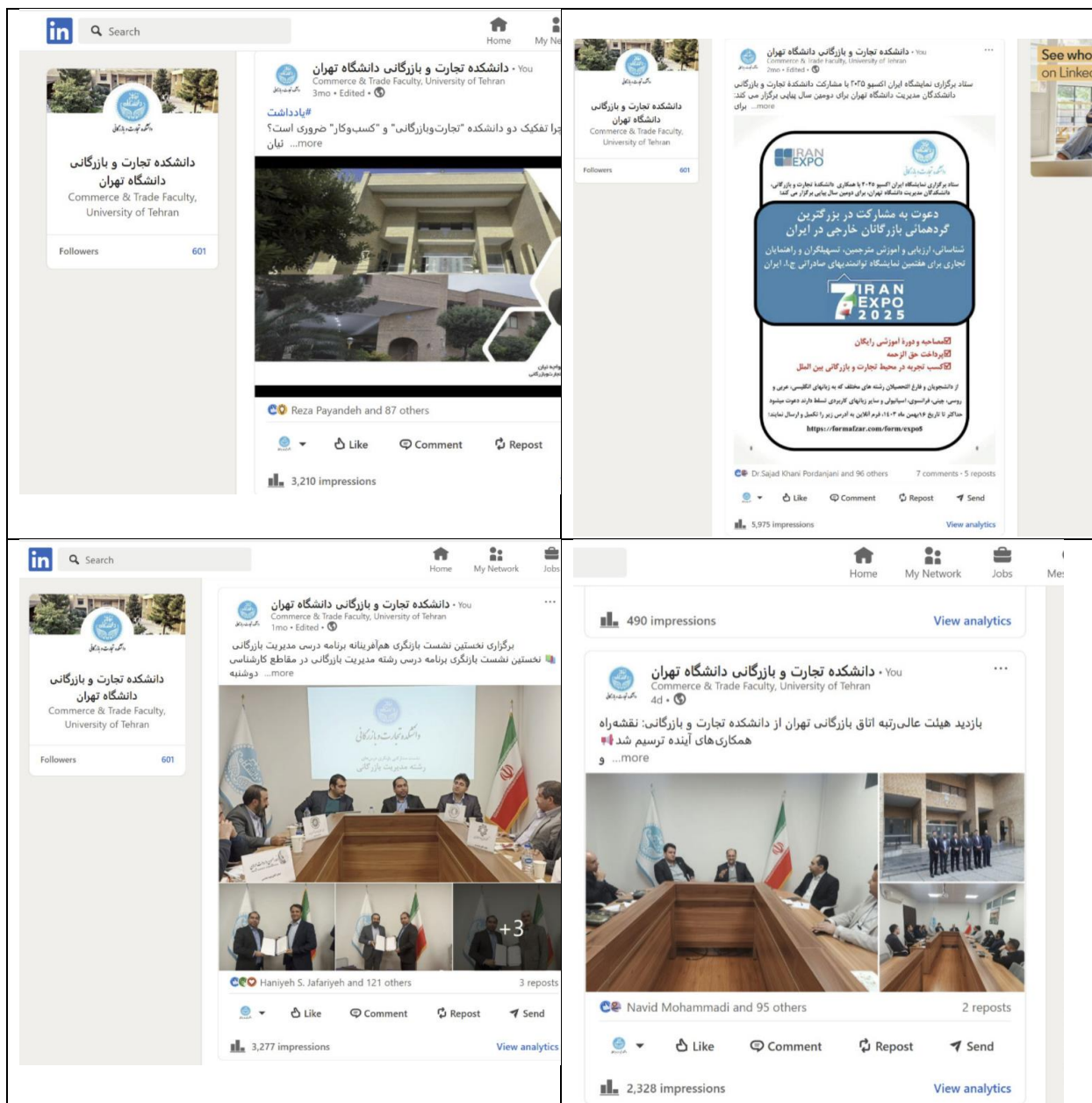
علاوه بر این کلیپ‌های کوتاه مولتی‌مدیا برای گزارش خبری آنچه در دانشکده کسب و کار می‌گذرد آماده می‌شود که در وبسایت و یا کانالهای مرتبط با دانشکده درج می‌شوند.

نمونه کلیپ بازدید دبیرکل اتاق تهران از دانشکده تجارت و بازرگانی: (به صورت جدا ارسال می‌شود)



صفحه لینکدین

دانشکده به شبکه اجتماعی لینکدین نگاه متفاوتی نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی دارد و آن را فضایی حرفه‌ای برای انتقال فعالیت‌های خود می‌داند. از این رو فعالیت در آن را در ردیف اولویت‌های اول خود قرار داد و همراه با وبسایت و کانال تلگرامی دانشکده، به شکل منظم در این شبکه اجتماعی حرفه‌ای فعالیت کرد. در حال حاضر لینکدین دانشکده به خوبی فعالیت می‌کند و ایمپرسن قابل توجهی دریافت می‌کند. یادداشت‌های همکاران به طور منظم در لینکدین گذاشته می‌شود و ایمپرسنی بین ۱۰۰۰ تا ۵۰۰۰ در بازه زمانی کوتاه دریافت می‌شود که نظر به احتیاط فعلی در تولید محتوا عملکرد قابل قبولی است.



تصویر داشبورد شبکه لینکدین و ایمپرسن‌ها در زمان کم انتشار پست

حامیان رسانه‌ای

به عنوان یک اقدام زیربنایی، با شرکا و حامیان رسانه‌ای که می‌توانند در انتشار و بازتوزیع اخبار مربوط به دانشکده همکاری کنند مذاکراتی صورت گرفت و اکنون یک سبد شرکای رسانه‌ای همراه دانشکده تجارت و بازرگانی است تا اخبار و مطالب

مربوط به این دانشکده را در سطح گسترده اطلاع رسانی کند. مذاکره با حامیان رسانه‌ای و شرکای تبلیغاتی دیگری نیز در جریان است و به محض نهایی شدن و دریافت خدمات، آن‌ها نیز به سبب حامیان دانشکده اضافه خواهند شد.



اکنون که زیربناهای لازم ایجاد شده‌اند از ۱۴۰۴ حضور دانشکده در شبکه‌های اجتماعی آغاز می‌شود و برنامه‌های رسانه‌ای گسترده‌تری همچون حضور در برنامه‌های تلویزیونی، مشارکت در مناظرات علمی، برگزاری نشست‌های مطبوعاتی و طبق یک برنامه‌ریزی اجرا خواهد شد. البته اوج فعالیت‌های رسانه‌ای دانشکده برای مهرماه ۱۴۰۴ در نظر گرفته شده است.

تیم رسانه‌ای دانشکده به دلیل محدودیت منابع کوچک و محدود است و در حال حاضر از کار دانشجویی استفاده می‌شود و مواردی نیز به دست دانشجویان رشته مدیریت رسانه برونسپاری می‌شود. با این حال انتظار می‌رود در صورت تامین منابع مالی بتوان یک تیم حرفه‌ای رسانه‌ای برای آگاهی جامعه تجاری کشور از دانش و مهارت موجود در این دانشکده به کار گمارد و پوشش رسانه‌ای این دانشکده را گسترده‌تر کرد. به طور خاص از زحمات خانم دکتر هانیه سادات جعفریه که مسئولیت مدیر ارتباطات دانشکده را متقبل شدند و خانم بیتا حاتمی دانشجوی فعال در زمینه وبسایت و تهیه و تدوین کلیپها و تولید محتوای بصری تشکر می‌کنیم.

۴. عملکرد در حوزه دانشجویی

بخش مهمی از عملکرد یک دانشکده فراهم کردن فرصت‌های کارآموزی، بازدید از صنعت و بازار، نشست‌های دعوت مهمان از صنعت و بازار و شرکت در رویدادهای دانشجویی است.

الف) شرکت دانشجویان دانشکده تجارت و بازرگانی در رویداد شبیه‌سازی مذاکره کننده بین‌المللی

رویداد شبیه‌سازی مذاکرات اقتصادی با محوریت اتحادیه اقتصادی اوراسیا توسط اندیشکده دیپلماسی اقتصادی و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران برگزار شد و دانشکده تجارت و بازرگانی توسط دانشجویان برگزیده و به سرپرستی آقای دکتر احسان سلطانی‌فر در این رویداد مشارکت کرد. شش گروه نهایی نمایندگی کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا را برعهده داشتند و با موضوعات مختلفی چون ظرفیت‌های اقتصادی اوراسیا و اصول مذاکرات تجاری آشنا شدند. این رویداد فرصتی برای آشنایی دانشجویان با ظرفیت‌های تجاری اتحادیه اوراسیا فراهم کرد و به تعمیق تعامل میان بخش خصوصی و نهادهای علمی کمک کرد.



ب) فرصت کارآموزی دانشجویان به عنوان مترجم در اکسپو

همچنین برای اکسپوی سال آینده فراخوان جذب مترجم اعلام شد و دانشجویان دانشکده‌گان مدیریت استقبال خوبی به عمل آوردند. اکنون داوطلبان در حال گذراندن مراحل آزمون و گزینش هستند.



ج) سامان‌دهی فرصت‌های کارآموزی

در جلسات پرسش و پاسخ با دانشجویان متوجه شدیم که بعد از کیفیت کلاس و آموزش، فرصت کارآموزی در صنعت مهمترین دغدغه و خواسته آنهاست. از این رو پس از حل مسائل اضطراری و اولویت‌دار آموزشی به سامان‌دهی بخش ارتباط با بازار و جامعه پرداختیم که در این مدت فعالیت‌های مشخص قابل سنجشی را برای ایجاد فرصت‌های کارآموزی به عمل آورد.

آقای دکتر اکبر محمدی با سابقه کاری قابل توجه در بخش خصوصی و دولتی مسئولیت دعوت شرکت‌های دارای پتانسیل کارآموزی را به عهده گرفتند و در سایت دانشکده نیز فرصت ثبت نام دانشجویان کارآموز فراهم شد. به این ترتیب دانشجویان با اعلام آمادگی خود در سایت دانشکده وارد فهرست داوطلبین می‌شوند و دفتر ارتباط با بازار نیز با توجه به فهرست شرکت‌های ارائه دهنده کارآموزی، داوطلبان مناسب را معرفی می‌کند. شایان ذکر است که نظارت بر کیفیت کارآموزی و وظایف محوله به دانشجویان توسط دفتر ارتباط با بازار چک می‌شود و به شورای دانشکده گزارش داده می‌شود تا اگر کیفیت کارآموزی مناسب انتظارات دانشکده نباشد تذکر داده شود و در مرحله بعدی قطع همکاری شود.

تصویر دو فرم ویژه داوطلبین (دانشجویان) و کارفرمایان (شرکت‌ها) در سایت دانشکده تجارت و بازرگانی

دانشکده با دقت بر فرایند کارآموزی دانشجویان نظارت می‌کند. گزارش‌های ماهانه را هم از کارآموز و هم از کارفرما دریافت می‌کند تا نسبت به اینکه یادگیری برای دانشجو حاصل شده باشد و به کارهای غیرارزش‌افزا مشغول نباشد اطمینان حاصل کند. همچنین بر دریافت مبلغ دستمزد و پرداخت بیمه تأمین اجتماعی مطابق بندهای ۱۲ تا ۱۸ قانون کار نظارت می‌کند.

د) دوره آزاد کارگزار تجارت بین الملل

دوره آزاد مقدماتی «کارگزار تجارت بین الملل» با حضور ۱۳ نفر کارگزار برجسته صنعت به مدت ۵۰ ساعت برای ۱۸ نفر دانش پذیر در محل اتاق کنفرانس دانش کده تجارت و بازرگانی برگزار شد. آقای دکتر احسان سلطانی فر سرپرستی و اجرای این دوره را متقبل شدند و دوره مقدماتی به خوبی انجام شد. سطح پیشرفته این دوره نیز در دست برنامه ریزی است و انشالله در ۱۴۰۴ اجرا خواهد شد.



دوره کارگزار تجارت بین الملل مقدماتی

۵۰ ساعت آموزش فشرده به همراه صدور گواهینامه معتبر دو زبانه از دانشگاه تهران

مخاطبین دوره:
واردکنندگان و صادرکنندگان فعال کشور
مدیران و کارشناسان بازرگانی و بازاریابی بین الملل
دانش پژوهان و دانشجویان علاقمند به تجارت بین الملل

آیتم سازی، توانمندسازی و تقویت مهارتها

یادگرایان را به صورت جامع و کامل

کسب اطلاعات بیشتر تماس با شماره
۰۹۰۱ ۶۴۲۲ ۴۲۰۰

با پر کردن فرم موجود در لینک زیر کارشناسان ما با شما تماس خواهند گرفت

<https://formafraz.com/form/utlearn1>

دکتر رحیم محترم
مدیر علمی حوزه بازرگانی بین الملل

دکتر امیرحسین سعیدی
مدیر حوزه بازرگانی بین الملل

دکتر علی رضا شیرمحمدی
مدیر مرکز بازرگانی بین الملل (تهران)

دکتر احسان سلطانی فر
مدیر حوزه تجارت بین الملل دانشگاه تهران

دکتر میرهای سیدی
مدیر حوزه بازرگانی بین الملل

دکتر غلامرضا رفیعی
مدیر حوزه بازرگانی بین الملل

سرفصل های دوره مقدماتی

- بازاریابی بین الملل و صادرات
- مقدمه ای بر نظام تجارت بین الملل
- ۲۰۲۰
- حقوق تجارت بین الملل
- تعمیمات و رویکردهای تجاری بین المللی
- بازاریابی دیجیتال
- تجارت بین الملل و ترخیص
- ذات سفارت و سفارتخانه های جامع تجارت
- مدیریت بازرگانی بین الملل
- روش های بازرگانی و بازرگانی بین الملل
- اصول شریعت بین الملل
- اصول بازرگانی و بازرگانی بین المللی
- قوانین و مقررات تجارت بین الملل
- قوانین و مقررات بازرگانی و ترخیص کالا

دکتر غلامرضا طهماسبی
مدیر علمی حوزه تجارت بین الملل دانشگاه تهران

دکتر امیرحسین هوشنگ فتحی زاده
مدیر علمی حوزه بازرگانی و بازرگانی بین المللی

دکتر محمد رضا تقی
کارشناس ارشد بازرگانی دیجیتال

و جمعی دیگر از اساتید برجسته حوزه تجارت بین الملل

ه) نشست های دانشجویی

دانشکده مجموعه ای از نشست ها با مهمانانی از صنعت و بازار را برای دانشجویان برگزار کرد. مهمترین آن ها عبارتند از:

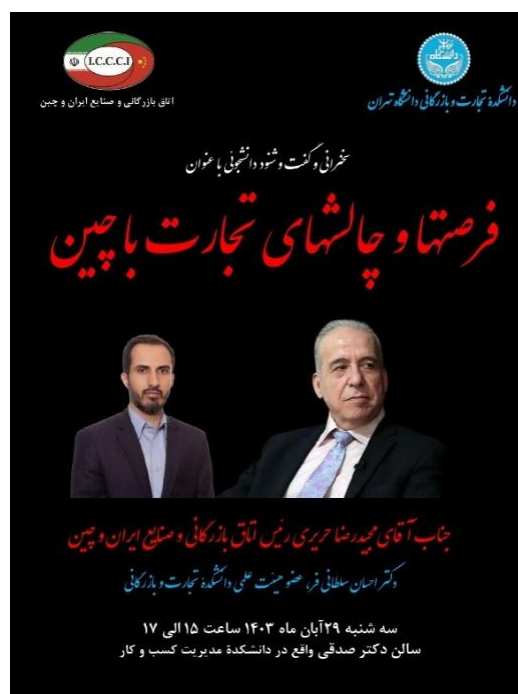
بررسی اندیشه‌های برندگان نوبل اقتصاد ۲۰۲۴: کتاب قدرت و پیشرفت

در روز شنبه ۵ آبان از ساعت ۱۵ تا ۱۶:۳۰ در اتاق دکتر اسلامی بیدگی دانشکده تجارت و بازرگانی، نقد و بررسی کتاب قدرت و پیشرفت که جایزه نوبل اقتصاد امسال را برنده شد با حضور مترجم کتاب آقای فرهادیان و میزبانی آقای دکتر سعید اسلامی بیدگی برگزار شد و مورد استقبال قرار گرفت.



سخنرانی رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین:

سه شنبه ۲۹ آبان از ساعت ۱۵ تا ۱۷ سخنرانی آقای حریری رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین و آقای دکتر مالکی در سالن دکتر صدقی برگزار شد که استقبال بسیار خوبی از سوی دانشجویان به عمل آمد. هماهنگ کننده این برنامه آقای دکتر احسان سلطانی فر بود.



بوتکمپ از ایده تا جذب سرمایه

برگزاری بوتکمپ از ایده تا جذب سرمایه توسط دکتر اسلامی بیدگلی و آقای محمدرضا فرحی از ایده بازار: این برنامه در روز چهارشنبه ۳۰ آبان با حضور آقای دکتر فرحی برگزار شد که بازخورد بسیار خوبی از دانشجویان دریافت شد. هماهنگ کننده این رویداد آقای دکتر سعید اسلامی بیدگلی بودند و هزینه های پذیرایی و هدیه و تشریفات مراسم را نیز برعهده گرفتند.

BootCamp

استارت آپ ها، از ایده تا جذب سرمایه

دانشکده تجارت و بازرگانی دانشکدگان
مدیریت دانشگاه تهران برگزار میکند:



سخنرانان:

سعید اسلامی بیدگلی
عضو هیات علمی دانشگاه تهران
سخنران افتتاحیه



محمدرضا فرحی
هم بنیان گذار و
رئیس هیات مدیره بیمه بازار
استاد مدعو دانشگاه صنعتی شریف





مکان: پل گیشا ، دانشکدگان مدیریت دانشگاه تهران،
دانشکده کسب و کار، سالن دکتر غلامرضا اسلامی بیدگلی

زمان: چهارشنبه ۳۰ آبان
ساعت: ۸:۰۰ الی ۱۳:۰۰

**آرمان آتی**
گروه خدمات بازار سرمایه

حامی



انجام پژوهش های کاربردی در تجارت و بازرگانی

آقای دکتر نوید محمدی با کمک انجمن علمی تجارت و بازرگانی دانشکدگان و هسته پژوهشی کسب و کار دیجیتال دانشگاه تهران در دو روز یکشنبه ۱ و ۱۱ آذر و از ساعت ۹:۰۰-۱۲:۰۰ کارگاهی دو جلسه‌ای درباره نحوه انجام پژوهش های کاربردی در تجارت و بازرگانی را برگزار کرد. که در جلسه اول درباره چپستی و نحوه انجام این مقالات و در جلسه دوم انجام پژوهش با ابزارهای LLM (هوش مصنوعی) تدریس شد.



همچنین با کمک انجمن علمی دانشجویی تجارت و بازرگانی و مدیریت کسب و کار نشست های دیگری همچون انتقال یک تجربه از بانک ملت برگزار شد. نشست های دیگری هم برنامه ریزی شده است که در سال ۱۴۰۴ به طور منظم برگزار خواهد شد.

۵. عملکرد در ارتباط با بازار و جامعه

در نگاه دانشگاه کارآفرین دانشگاه علاوه بر آموزش مأموریت پژوهش و فناوری و حل مسائل جامعه خود را نیز برعهده دارد. از این رو دانشکده تجارت و بازرگانی یک مأموریت بسیار تعیین کننده خود را ارتباط با تجار و بازرگانان و تشکلهای تجاری مربوطه قرار داده است و در واقع خود را یک شریک در بازار که در زمینه آموزش عالی و دانش تخصص دارد معرفی کرده است. از این رو بخش عمده فعالیت های رئیس دانشکده برقرار کردن ارتباطات موثر با سازمان های خصوصی و حاکمیتی است که در زمینه تجارت و بازرگانی فعالیت دارند.

مذاکرات متعددی با این شرکت ها و نمایندگان شان به عمل آمده. برخی بسیار مثبت و فوری به نتیجه رسیده اند (مثل همکاری با اتاق بازرگانی تهران و مرکز آموزش های بازرگانی) و برخی دیگر به آهستگی در حال شکوفا شدن هستند. در این بخش گزارش مجموعه ای از فعالیت های به عمل آمده ارائه می شوند.

همکاری با اتاق بازرگانی تهران: جایزه ملی تجارت مسئولانه و کسب و کار پایدار

موفقترین همکاری دانشکده تجارت و بازرگانی در این دوره همکاری با اتاق بازرگانی تهران بوده است که نتیجه مشخص آن طراحی جایزه ملی تجارت مسئولانه و کسب و کار پایدار بوده است. این جایزه از سال ۱۴۰۴ ذیل معتبرترین نشان بخش

خصوصی کشور یعنی نشان امین الضرب اعطا خواهد شد و دانشکده تجارت و بازرگانی را به طور خاص و دانشگاه تهران را به طور عام وارد فرایند طراحی، ارزیابی و اهدای این جایزه کرده است.

کمیته سیاستگذاری این جایزه عبارتند از پنج نفر شامل: دبیر کل اتاق تهران، رئیس دانشکده تجارت و بازرگانی دانشگاه تهران، قائم مقام دبیر کل اتاق تهران و معاون اجرایی اتاق، و دو نفر از روسای کمیسیون‌های اتاق تهران.

کمیته علمی این جایزه عبارتند از هشت نفر شامل رئیس دانشکده تجارت و بازرگانی دانشگاه تهران (رئیس کمیته علمی)، رئیس دانشکده‌های دانشگاه تهران، یک نفر عضو خبره از دانشکده تجارت و بازرگانی، نماینده مرکز پایداری کسب و کار دانشکده‌های مدیریت دانشگاه تهران، دو نفر عضو خبره منصوب شده از طرف اتاق تهران، یک نفر عضو خبره منصوب شده از طرف رئیس کمیسیون اتاق.

جلسه اول شورای سیاستگذاری در روز ۲۹ دی ۱۴۰۳ در دفتر دبیر کل اتاق و جلسه اول کمیته علمی در روز ۳۰ بهمن ۱۴۰۳ و پس از دریافت احکام در اتاق کنفرانس دانشکده تجارت و بازرگانی برگزار شد و مدل جایزه مورد تصویب اولیه قرار گرفت. انتظار می‌رود مراحل اجرایی این جایزه در طول سال ۱۴۰۴ طبق تقویم اجرایی انجام شوند و در اسفندماه ۱۴۰۴ اولین حضور دانشگاه تهران در اهدای جایزه بخش خصوصی در تجارت مسئولانه و کسب و کار پایدار را به نمایندگی دانشکده تجارت و بازرگانی شاهد باشیم.





تصویر: جلسه کمیته علمی جایزه تجارت مسئولانه و کسب و کار پایدار در دانشکده تجارت و بازرگانی

همچنین پیرو همکاری سازنده و موفق در طراحی این جایزه، هیئت رئیسه دانشکده تجارت و بازرگانی به طور اختصاصی به مراسم اعطای نشان امین‌الضرب دعوت شدند تا انشاءالله در سال آینده به عنوان بخشی از گروه اجرایی جایزه تجارت مسئولانه و کسب و کار پایدار در این مراسم جایگاه برجسته‌تری داشته باشند.





حضور اعضای هیئت رئیسه دانشکده تجارت و بازرگانی در مراسم اعطای نشان امین الضرب در تالار وحدت

شایان ذکر است که در پی مجموعه‌ای از همکاری‌های موفق دیگر (مثل ایجاد درس تجارت پایدار، دریافت حامی‌گری از اتاق برای ساخت چند برنامه تلویزیونی، مشارکت در طراحی برچسب پایداری) در بازدید دبیرکل اتاق از دانشکده تجارت پیش از تعطیلات نوروزی، ۱۱ بند جدید همکاری مورد تایید رسید که انتظار می‌رود در سال ۱۴۰۴ همکاری‌های گسترده و نتیجه‌بخشی با اتاق بازرگانی تهران حاصل شود.

همکاری با ستاد صنایع فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی

با توجه به اهمیت ستاد صنایع فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی، و مشارکت وزارت صنعت معدن و تجارت در زمینه صنایع فرهنگی، و نظر به همکاری‌ها و دعوت‌های پیشین، در روز دوشنبه ۲۱ آبان دانشکده میزبانی یک جلسه میز اسباب بازی شورای عالی انقلاب فرهنگی را برعهده گرفت. این جلسه با حضور نمایندگان از وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ تولیدکنندگان اسباب بازی؛ نمایندگان شورای عالی انقلاب فرهنگی و سایر ذینفعان و نیز با حضور رئیس دانشکده تجارت و بازرگانی و آقای دکتر سجاد خانی مدیر گروه تجارت بین‌الملل برگزار شد.



تفاهم برای تاسیس کلینیک تجارت در شهرک صنعتی شمس آباد

به عنوان بخشی از مسئولیت اجتماعی دانشکده جهت کمک به رفع موارد صادراتی صنایع کشور، طبق تفاهم داخلی که میان این دانشکده و دبیر ستاد تحول محله‌های کم‌برخوردار شهرستان ری به عمل آمد، اعضای هیئت علمی دانشکده دیداری از شهرک صنعتی شمس‌آباد به عمل آوردند و مقرر شد «کلینیک تجارت برای یافتن بازارهای صادراتی» در این شهرک تشکیل شود و با اولویت‌بندی صنایع و شرکت‌هایی که از نظر شهرت و اعتبار برند در جایگاه خوبی هستند برای شناسایی و تسهیل امور صادراتی از طرف این کلینیک خدمات رسانی شود. اجرای این بند در برنامه‌های سال ۱۴۰۴ دانشکده تجارت و بازرگانی قرار خواهد داشت.

بازنگری مشارکتی رشته مدیریت بازرگانی

برنامه‌های درسی یکی از مهمترین عوامل تعیین‌کننده کیفیت آموزشی هستند و اگر برنامه‌های درسی پوشش دهنده دغدغه‌های روز بازار و صنعت نباشند آموزش عالی قادر به ارائه دانش آموختگان باکیفیت به بازار نخواهد بود. در نخستین جلساتی که با تشکلهای مرتبط با بازرگانی داشتیم برای مثل با فدراسیون واردات ایران یا مدیریت آموزش‌های آزاد اتاق بازرگانی تهران یا مرکز آموزش‌های بازرگانی، به وضوح ذکر می‌شد که دانش‌آموختگان رشته مدیریت بازرگانی فاقد مهارت‌های لازم برای ورود به کار هستند. از سوی دیگر برنامه درسی کنونی مدیریت بازرگانی بسیار مشابه با مدیریت کسب و کار است زیرا پیش از اجرایی شدن مدیریت کسب و کار، مدیریت بازرگانی مأموریت آن را نیز برعهده داشت ولی اکنون طبق برنامه راهبردی دانشکدگان مدیریت رشته مدیریت بازرگانی باید به سطح فراتر از بنگاه و به اکوسیستم تجاری کشور بپردازد و از این رو لازم است از درس‌های درون بنگاه فاصله گرفته و به حوزه‌های جدید تجارت و بازرگانی وارد شود.

از این رو یکی از برنامه‌های اساسی دانشکده بازنگری رشته مدیریت بازرگانی برای انطباق آن با خواسته‌های صاحبان شرکت‌های تجاری و بازرگانی کشور قرار گرفت. در برنامه‌ای که تاکنون نمونه آن در کشور مشاهده نشده است دانشکده به جای اکتفا کردن به ظرفیت دانشی اعضای هیئت علمی خود، فراخوان مشارکت عمومی برای بازنگری برنامه درسی مدیریت بازرگانی صادر کرد. هم افراد و هم شرکت‌ها پیشنهادهای خود را برای دانشکده ارسال کردند. همچنین مجموعه‌ای از

سازمان‌های دخیل در این امر شامل گمرک جمهوری اسلامی ایران، اتاق بازرگانی ایران، اتاق بازرگانی تهران، مرکز آموزش‌های بازرگانی، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، فدراسیون واردات ایران، کنفدراسیون صادرکنندگان ایران، سازمان توسعه تجارت و سازمان‌های دیگر همچون مناطق آزاد، بنادر و کشتیرانی، سازمان نمایشگاه‌ها، سازمان امور مالیاتی دعوت شدند تا با پیشنهاد درس یا سرفصل یا معرفی نماینده‌ای جهت شرکت در جلسات به بازنگری مشارکتی و روزآمد و کارای مدیریت بازرگانی بپردازند. دو جلسه بسیار پربار و موفق با حضور نمایندگان برگزار شد. در جلسه اول کلیه پیشنهادهای رسیده از سوی افراد و سازمان‌ها دریافت شد و در مجموعه درسها برای دو مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد مورد بررسی قرار گرفت.

شایان ذکر است که کلیپ این اقدام بازنگری مشارکتی برنامه درسی در اخبار صدا و سیما پخش شد و بازخوردهای بسیار مثبتی به همراه داشت.





استقبال بسیار خوب سازمان‌های دعوت شده سبب شد مرکز آموزش‌های مدیریت بازرگانی پیشنهاد میزبانی نشست دوم را ارائه دهد که دعوت آن‌ها از طرف دانشکده اجابت شد جلسه دوم که در روز ۸ اسفند در آن مرکز برگزار شد به جمع‌بندی درس‌ها ختم شد.



همچنین توافق شد مرکز آموزش‌های بازرگانی به عنوان کارگزار دانشکده تجارت و بازرگانی در زمینه آموزش‌های آزاد در حیطه تجارت و بازرگانی همکاری کند. مشارکت کارگزاری در این سطح رسمیت، سبب اعتبار بیشتر دوره‌های آموزشی دانشکده تجارت و بازرگانی و دانشکدگان مدیریت خواهد شد. پروژه بازرگاری رشته مدیریت بازرگانی به طور خاص توسط آقای دکتر سجاد خانی مدیریت شد که باید از مدیریت عالی ایشان در برقراری ارتباطات با سازمان‌ها و انجام تدارکات علمی لازم برای جلسات نتیجه‌بخش تشکر ویژه داشت.

میزبانی از دبیرکل اتاق بازرگانی تهران و هیئت همراه

در روز یکشنبه ۲۶ اسفند دانشکده تجارت و بازرگانی میزبان دبیرکل محترم اتاق بازرگانی تهران بود. در این جلسه که به مدت ۳ ساعت به طول انجامید دبیرکل اتاق رضایت کامل خود را از همکاری‌های چهار ماه گذشته طرفین ابراز کردند و ۱۱ بند برای همکاری در سال آینده در حوزه‌های آموزش، پژوهش، کنفرانس مشترک، جایزه و اتصال اعضای اتاق به دانشکده و مشارکت دانشکده در امور اتاق مورد توافق قرار گرفت.



تبریک نوروزی اعضای دانشکده تجارت و بازرگانی به دانشکدگان مدیریت

سال ۱۴۰۳ برای دانشکده تجارت و بازرگانی سالی دشوار و پرچالش بود. با توجه به تغییرات مدیریتی در سطح دانشگاه تلاش برای بقای این دانشکده یک تقلای سخت و جان کاه بود که حدود چهار ماه از شش ماه این دوره را صرف خود کرد و بسیار انرژی گرفت. با این حال به سنت «این مبارزه است که نامش زندگی است» همه با هم جنگیدیم و مبارزه کردیم تا آنچه به امانت به ما سپرده شده را زنده نگه داریم. با حمایت رئیس محترم دانشکدگان موفق به استمرار حیات این دانشکده شدیم و تلاش کردیم تا حد توان مرزهای آن را دور از مرزهای فعالیت سایر دانشکده‌ها نگه داریم تا چالش تداخل مأموریت‌ها ایجاد نشود. به رغم اینکه تعداد اعضای هیئت علمی این دانشکده نیز کم است و به دلیل وضعیت تازه‌استخدامی بسیار تحت فشارهای مختلف برای کسب امتیازات آموزشی و پژوهشی قرار دارند سعی کردیم هرچه می‌توانیم در طبق اخلاص بگذاریم و برای دانشگاه تهران، سازمانی که به آن دلبستگی و تعلق عاطفی داریم بکوشیم. آنچه در این گزارش آورده شد گوشه‌ای از شش ماه اول فعالیت ما در دوره مدیریتی جدید بود. نوروز و سال ۱۴۰۴ را به شما همکاران عزیزمان تبریک می‌گوییم. امید که نتایج این تلاش‌ها به زودی در قالب میوه‌ای شیرین به کام دانشکدگان مدیریت و نظام تجاری و بازرگانی کشور تقدیم شود.



با آرزوی توفیق در سال ۱۴۰۴ برای مجموعه دانشکدگان مدیریت و دانشگاه تهران

اعضای هیئت علمی دانشکده تجارت و بازرگانی، ۳۰ اسفند ۱۴۰۳