

باسمه تعالی

گزارش مراکز علمی، مجلات و کنفرانس‌های مدیریت اسلامی (۲۰۲۵ میلادی)

گروه مدیریت اسلامی پژوهشکده مطالعات اسلامی در علوم انسانی (IISH)

دانشگاه فردوسی مشهد

الف. دانشگاه‌ها، مراکز و مؤسسات علمی

۱- گروه مطالعاتی مدیریت، معنویت و دین (MSR-AOM)^۱

این مرکز، یک «گروه مطالعاتی»^۲ رسمی در دل یکی از معتبرترین و بزرگ‌ترین نهادهای علمی مدیریت در جهان، یعنی آکادمی مدیریت (AOM) است. این گروه به عنوان یک جامعه علمی برای پژوهشگران و اساتیدی عمل می‌کند که به بررسی رابطه میان مدیریت، معنویت و دین علاقه‌مند هستند.

چشم‌انداز: این گروه، شکوفایی انسان و آگاهی جهانی است که از طریق ابعاد معنوی و دینی زندگی در تحقیقات، تدریس و عمل مدیریتی روشن می‌شود و مأموریت خود را تشویق، کشف، انتشار و به کارگیری دانش در مورد رابطه بین مدیریت، معنویت و دین معرفی می‌نماید. این گروه به دنبال ایجاد آگاهی بیشتر از ماهیت و ارزش چنین تحقیقاتی در آکادمی و سازمان‌ها است. حوزه اصلی فعالیت گروه مطالعاتی مدیریت، معنویت و دین بررسی چگونگی تأثیر معنویت و دین بر پویایی‌های سازمانی و نتایج مدیریتی است. موضوعات اصلی مورد مطالعه عبارتند از:

- تأثیر ایمان، معنویت و دین بر اصول و رویه‌های مدیریتی
- معنای کار، تأثیر معنویت و رهبری معنوی در محیط کار
- هدف کسب و کار و کثرت‌گرایی دینی در محیط کار

اگرچه این گروه به طور انحصاری بر اسلام تمرکز ندارد، اما به دلیل رویکرد فراگیر و بین‌الادیانی خود، یکی از مهم‌ترین بسترهای آکادمیک غربی برای ارائه و بحث در مورد تحقیقات مدیریت اسلامی محسوب می‌شود. دلایل این ارتباط عبارتند از:

1- Management, Spirituality & Religion- Academy of Management

2- Interest Group

دامنه موضوعی فراگیر: بیانیه حوزه فعالیت این گروه به صراحت شامل مطالعه «ایمان» و «عناصر متمایز باورهای دینی و معنوی فردی» و تأثیر آن‌ها بر مدیریت است. این تعریف، مدیریت اسلامی را به عنوان یکی از مصادیق اصلی در بر می‌گیرد.

سابقه پژوهشی: در بدنه علمی این حوزه، مقالاتی منتشر شده که به طور مشخص به رابطه اسلام و مدیریت پرداخته‌اند. به عنوان مثال، پژوهش‌هایی در مورد ارتباط اسلام و مدیریت منابع انسانی (HRM) و اینکه آیا می‌توان از «مدیریت منابع انسانی اسلامی» صحبت کرد، در این چارچوب مورد بحث قرار گرفته است.

موضوعات پژوهشی مرتبط: نشریات و کنفرانس‌های مرتبط با این گروه به موضوعاتی می‌پردازند که مستقیماً با اعمال دینی مسلمانان در محیط کار ارتباط دارد. به عنوان مثال، Journal of Management, Spirituality & Religion (JMSR) که نشریه اصلی این حوزه است، فراخوانی برای یک شماره ویژه با موضوع «تأثیر روزه‌داری دینی بر عملکرد سازمانی» منتشر کرده و به صراحت از اسلام به عنوان یکی از ادیانی که این عمل در آن وجود دارد، نام برده است.

جامعه علمی متنوع: این گروه یک جامعه بین‌المللی و چندرشته‌ای از دانشگاهیان و متخصصان را گرد هم می‌آورد و فرصت‌های شبکه‌سازی حرفه‌ای را برای اعضای خود فراهم می‌کند. فهرست اعضای این گروه نشان‌دهنده حضور پژوهشگرانی از سنت‌های دینی مختلف، از جمله اسلام، است.

گروه مطالعاتی مدیریت، معنویت و دین در آکادمی مدیریت، یک مرکز صرفاً مسیحی یا غربی نیست، بلکه یک انجمن علمی بین‌المللی است که به طور جدی به مطالعه تأثیر همه ادیان و معنویت‌ها بر مدیریت می‌پردازد و از این رو، یک فضای آکادمیک بسیار مناسب و معتبر برای پژوهشگران حوزه مدیریت اسلامی جهت ارائه تحقیقات و تعامل با دیگر محققان جهان است.

۲- دانشگاه بین‌المللی ریفا (پاکستان)^۳

یکی از مؤسسات اصلی در حوزه مدیریت اسلامی است و دانشکده علوم مدیریت (FMS) دارد که کارشناسی ارشد در کسب و کار و مالیه اسلامی ارائه می‌دهد. برنامه درسی آن به صراحت شامل «رهبری و مدیریت اسلامی» است. این دانشگاه برگزارکننده کنفرانس بین‌المللی مهم کسب و کار

اسلامی (ICIB) و ناشر مجله کسب و کار و مدیریت اسلامی (JIBM) است که آن را به یک گره مرکزی در این حوزه تبدیل کرده است.

۳- دانشگاه هریوت-وات (پر دیس دبی)^۴

این دانشگاه، دکترای مدیریت با فرصت‌های پژوهشی در «کسب و کار اسلامی» ارائه می‌دهد.

۴- دانشگاه دورهام^۵

این دانشگاه قبلاً کارشناسی ارشد در مالیه و مدیریت اسلامی با واحدهای درسی مشخصی مانند «مدیریت اسلامی» و «رفتار سازمانی» ارائه می‌داد. اگرچه آخرین دوره پذیرش آن در سال ۲۰۱۹ بوده است.

۵- مؤسسه آموزش عالی مارکفیلد (MIHE)^۶

یک مؤسسه مستقل در بریتانیا که مدارک معتبر از دانشگاه نیومن ارائه می‌دهد و یک مدل ترکیبی از یک مرکز آموزشی اسلامی اختصاصی است که در چارچوب نظارتی آموزش عالی بریتانیا (QAA) فعالیت می‌کند.

۶- مدرسه برنامه‌ریزی و مدیریت لندن (LSPM)^۷

این مدرسه یک «گواهینامه حسابداری مدیریت اسلامی» حرفه‌ای ارائه می‌دهد.

۷- مرکز تایسون برای ایمان و معنویت در محیط کار (دانشگاه آرکانزاس)^۸

این مرکز در دانشکده کسب و کار والتون در دانشگاه آرکانزاس قرار دارد و به صراحت خود را «چندایمانی» (multi-faith) معرفی می‌کند و از همه سنت‌های دینی و دیدگاه‌های معنوی استقبال می‌کند. این مرکز به دلیل رویکرد فراگیر و چندایمانی خود، ارتباط مفهومی نزدیکی با حوزه مدیریت اسلامی دارد.

4- Heriot-Watt University, Dubai Campus

5- Durham University

6- Markfield Institute of Higher Education

7- London School of Planning and Management

8- Tyson Center for Faith and Spirituality in the Workplace, University of Arkansas

۸- مرکز لایف (LIFE - پیشرو در ادغام ایمان و کارآفرینی - دانشگاه میامی)^۹

این مرکز در سال ۲۰۱۸ با هدف ایجاد دانش آکادمیک و کاربردی در نقطه تلاقی ایمان و کارآفرینی تأسیس شد. این مرکز خود را به دلیل تمرکز انحصاری بر «ایمان، کارآفرینی و آموزش عالی» منحصر به فرد می‌داند. این مرکز نیز مانند مرکز تایسون، رویکردی فراگیر دارد و «ایمان» را به طور گسترده برای شامل شدن همه سنت‌های دینی و معنوی تعریف می‌کند. تمرکز اصلی آن بر پژوهش و ایجاد شبکه میان دانشگاهیان برای مشروعیت بخشیدن به «ایمان» به عنوان یک موضوع تحقیقاتی است.

۹- دانشگاه اسلامی اندونزی (UII)^{۱۰}

یک دانشگاه بزرگ در اندونزی است که دانشکده کسب و کار و اقتصاد (FBE) نیز دارد. این دانشکده مجموعه‌ای کامل از برنامه‌ها، از جمله کارشناسی مدیریت با دروسی مانند «رهبری مدیریتی اسلامی» و «اخلاق کسب و کار اسلامی» ارائه می‌دهد. این دانشگاه همچنین صاحب امتیاز مجله آسیایی مدیریت اسلامی (AJIM) است و خود را به عنوان یک قطب آکادمیک کلیدی معرفی می‌کند.

۱۰- دانشگاه اندونزی (UI)^{۱۱}

یکی دیگر از مؤسسات پیشرو در اندونزی که برنامه کارشناسی در کسب و کار اسلامی با برنامه درسی دقیقی شامل فقه معاملات، مدیریت بازاریابی اسلامی و رفتار سازمانی از منظر اسلامی ارائه می‌دهد (البته با رویکرد اهل سنت).

۱۱- دانشکده کسب و کار اسلامی دانشگاه اوتارا مالزی (UUM IBS)، مالزی^{۱۲}

این دانشگاه یک دانشگاه دولتی مدیریت در مالزی است و دانشکده کسب و کار آن دارای اعتبارنامه معتبر AACSB است که آن را در میان ۶٪ برتر دانشکده‌های کسب و کار جهان قرار می‌دهد.

9- L.I.F.E. - Leading the Integration of Faith and Entrepreneurship, Miami University

10- Universitas Islam Indonesia

11- Universitas Indonesia

12- Universiti Utara Malaysia – Islamic Business School

این دانشکده به طور خاص برنامه‌هایی مانند کارشناسی «امور مالی و بانکداری اسلامی» و کارشناسی ارشد پژوهشی در «مطالعات کسب و کار اسلامی» ارائه می‌دهد.

۱۲- دانشگاه اینسیف، مالزی^{۱۳}

این دانشگاه که به عنوان قطب جهانی آموزش مالیه اسلامی شناخته می‌شود، از طریق موسسه تحقیقاتی اسراء^{۱۴} دامنه تحقیقات خود را به حوزه‌هایی چون مدیریت، کسب و کار و بازاریابی اسلامی گسترش داده است.

۱۳- مؤسسه بین‌المللی اندیشه اسلامی (IIIT)^{۱۵}

این مؤسسه مستقر در هرنندن، ویرجینیا، یک سازمان بنیادین است که بر «پیشبرد آموزش در جوامع مسلمان» و «یکپارچه‌سازی دانش» تمرکز دارد. در حالی که تمرکز اصلی آن بر آموزش است، برنامه «حکمرانی خوب» و انتشارات آن در زمینه برنامه‌ریزی و اجرای استراتژیک برای سازمان‌های اسلامی و اخلاق کسب و کار اسلامی مستقیماً به مدیریت مرتبط است. انتشار مجله آمریکایی اسلام و جامعه (AIIS) توسط این مؤسسه نیز حائز اهمیت است.

ب. مجلات

۱- مجله کسب و کار و مدیریت اسلامی (JIBM)^{۱۶}

همانگونه که ذکر شد، یک نشریه رسمی از مرکز کسب و کار اسلامی ریف (RCIB) در دانشگاه بین‌المللی ریف، پاکستان. این یک مجله دوسالانه است که در رده «Y» توسط کمیسیون آموزش عالی پاکستان به رسمیت شناخته شده است. دامنه آن شامل بانکداری اسلامی، بازارهای مالی و مدیریت (شامل منابع انسانی، رفتار سازمانی و اخلاق کاری اسلامی) است. این مجله در فهرست JCR در چارک سوم (Q3) مدیریت و کسب و کار قرار دارد.

13- INCEIF University

14- ISRA Institute

15- International Institute of Islamic Thought

16- Journal of Islamic Business and Management

۲- مجله بین‌المللی مالی و مدیریت اسلامی و خاورمیانه (IJIMEFM)^{۱۷}

این مجله که توسط انتشارات معتبر امرالد (Emerald) در انگلستان منتشر می‌شود، یکی از نشریات علمی مهم و با سابقه در حوزه مالی و مدیریت با تمرکز بر جهان اسلام و خاورمیانه است. این مجله از سال ۲۰۰۸ فعالیت خود را آغاز کرده و به صورت ماهانه منتشر می‌شود. دامنه آن شامل بانکداری و مالیه اسلامی، حکمرانی شرکتی، مدیریت و حسابداری اسلامی است. این مجله مقالات پژوهشی متنوعی را منتشر می‌کند که شامل ساخت و آزمون مدل‌های نظری، تحقیقات تجربی، مطالعات موردی و مقالات با تمرکز عملی است. این مجله در فهرست JCR در چارک دوم (Q2) مدیریت و کسب و کار قرار دارد.

۳- مجله مدیریت، معنویت و دین (JMSR)^{۱۸}

پیشتر اشاره گردید که این نشریه، توسط انجمن بین‌المللی مدیریت، معنویت و دین منتشر می‌شود که زیر مجموعه گروه معتبر آکادمی مدیریت است.^{۱۹} مجله مدیریت، معنویت و دین به عنوان یک «مجله پل»، رشته‌های کسب و کار و مدیریت را به علوم اجتماعی و علوم انسانی متصل می‌سازد. این مجله به دنبال انتشار داده‌های تجربی، توسعه نظریه، گزارش بهترین شیوه‌ها و ایجاد فضایی برای تبادل نظر و بحث است. ناشران مدعی هستند که از همه سنت‌های معنوی و دینی استقبال می‌کنند و هیچ‌گونه تعصبی نسبت به باور خاصی ندارند (الله هو العالم!). پژوهش‌های منتشر شده در این مجله به درک بهتر معنای کار، تأثیر معنویت و رهبری معنوی در محیط کار، هدف کسب و کار و کثرت‌گرایی دینی در سازمان‌ها کمک می‌کنند. مجله حاضر، در پایگاه‌های معتبری نمایه‌سازی شده است (چارک اول اسکوپوس در حوزه‌های مطالعات دینی و فلسفی، چارک دوم استراتژی و مدیریت و چارک سوم رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی) و در لیست ظهوریابنده^{۲۰} JCR قرار دارد.

17- International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management

18- Journal of Management, Spirituality & Religion

۱۹- نکته شایان ذکر اینکه این مجله هنوز در زمره مجلات بسیار معتبر آکادمی مدیریت قرار نگرفته است و توسط ناشرهای دیگر (از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۲۱ توسط Routledge و پس از آن توسط گروه مطالعاتی مدیریت، معنویت و دین) منتشر می‌شود.

20- Emerging Sources Citation Index

۴- مجله آسیایی مدیریت اسلامی (AJIM)^{۲۱}

همانگونه که پیشتر ذکر گردید، این مجله توسط مرکز مطالعات و توسعه اقتصاد اسلامی در دانشگاه اسلامی اندونزی منتشر می‌شود. این یک مجله دوسالانه، با داوری همتا و دسترسی آزاد است که بر مدیریت اسلامی در بافتار آسیا تمرکز دارد. این مجله (مدعی است) در لیست اسکوپوس و لیست انتظار JCR قرار دارد (اما چیزی یافت نشد). موضوعات آن شامل رهبری اسلامی، بازاریابی محصولات و خدمات مالی اسلامی، و دینداری و رفتار مسلمانان است. هیئت تحریریه آن بین‌المللی است و اعضای از اندونزی، مالزی، برونئی و پاکستان دارد.

۵- مجله بین‌المللی بازاریابی و برندسازی اسلامی (IJIMB)^{۲۲}

این مجله که توسط انتشارات معتبر Inderscience منتشر می‌شود، یکی از تخصصی‌ترین و مرکزی‌ترین نشریات در این حوزه است. این نشریه با رویکردی میان‌رشته‌ای، به بررسی جامع بازاریابی اسلامی از منظر نظری و عملی می‌پردازد و موضوعاتی چون برندسازی اسلامی، رفتار مصرف‌کننده مسلمان، و مقایسه اصول بازاریابی اسلامی با پارادایم‌های رایج را پوشش می‌دهد.

۶- مجله بازاریابی اسلامی (IJMA)^{۲۳}

این مجله که توسط انتشارات معتبر Emerald از سال ۲۰۱۰ فعالیت خود را آغاز کرده است. این نشریه به طور گسترده به تفاوت‌های ظریف مرتبط با الگوهای مصرف مسلمانان، انجام کسب و کار در بازارهای اسلامی و هدف قرار دادن مصرف‌کنندگان مسلمان می‌پردازد و ارتباط نزدیکی با کنفرانس جهانی بازاریابی اسلامی (GIMC) دارد و اغلب مقالات برگزیده این کنفرانس را منتشر می‌کند.

۷- مجله بین‌المللی مطالعات خاورمیانه (IJMES)^{۲۴}

این مجله (که مدیریتی نیست، اما بین رشته‌ای اسلامی است) توسط انتشارات دانشگاه کمبریج منتشر می‌شود و نشریه رسمی انجمن مطالعات خاورمیانه آمریکای شمالی (MESA)^{۲۵} به شمار می‌رود

21- Asian Journal of Islamic Management

22- International Journal of Islamic Marketing and Branding

23- Journal of Islamic Marketing

24- International Journal of Middle East Studies

25- Middle East Studies Association of North America

که یک انجمن علمی غیرانتفاعی و غیرسیاسی برای پژوهشگران و اساتید این حوزه به شمار می‌رود. این مجله به طور خاص به مقالات در زمینه‌های انسان‌شناسی، هنر و معماری، مطالعات فرهنگی، اقتصاد، تاریخ، حقوق، ادبیات، علوم سیاسی، مطالعات دینی و جامعه‌شناسی توجه دارد. سیاست تحریریه این مجله به صراحت اعلام می‌کند که مقالات فنی یا بسیار تخصصی و همچنین مقالات در حوزه‌های مدیریت را منتشر نمی‌کند. البته جستجویی اندک نشان می‌دهد که از مقالاتی با نگاه اسلامی به پدیده‌های رفتاری سازمان استقبال می‌کنند.

ج. کنفرانس‌ها

۱- کنفرانس بین‌المللی کسب‌وکار اسلامی (ICIB)^{۲۶}

این کنفرانس که توسط دانشگاه بین‌المللی ریفا برگزار می‌شود، یک مجموعه کنفرانس تکرارشونده و مهم است که به‌عنوان محفلی برای بحث در مورد کاربرد شریعت در مدیریت کسب‌وکار مدرن عمل می‌کند.

۲- کنفرانس بین‌المللی مطالعات اسلامی، حقوق و مدیریت (ICISLM)^{۲۷}

مجموعه‌ای از کنفرانس‌ها که توسط نهادهای مختلفی مانند مؤسسه تحقیقات فنی و آکادمیک (ITAR)^{۲۸} و مجمع بین‌المللی تحقیقات آکادمیک (IARF)^{۲۹} در مکان‌های مختلف جهانی (مانند فلورانس، بوستون، نپال) برگزار می‌شود. دامنه گسترده و سازمان‌دهندگان متنوع، نشان‌دهنده علاقه غیرمتمرکز و رو به رشد به این حوزه است، اگرچه دقت علمی و بسترهای انتشار (برخی از آن‌ها دارای تأثیر بالا و برخی دیگر کمتر هستند) ممکن است متفاوت باشد.

26- International Conference on Islamic Business

27- International Conference on Islamic Studies, Law and Management

28- Institute for Technical and Academic Research

29- International Academic Research Forum

۳- کنفرانس جهانی بازاریابی اسلامی (GIMC)^{۳۰}

این کنفرانس که توسط انجمن بین‌المللی بازاریابی اسلامی (IIMA) برگزار می‌شود، معتبرترین و مهم‌ترین رویداد علمی تکرارشونده در حوزه بازاریابی اسلامی است که از سال ۲۰۱۱ آغاز به کار کرده و هر ساله در کشورهای مختلفی مانند امارات، ترکیه، تونس و گرجستان میزبان برجسته‌ترین محققان و صاحب‌نظران این حوزه است. مجموعه مقالات این کنفرانس اغلب توسط ناشران معتبری چون Springer منتشر می‌شود.

۴- کنفرانس بین‌المللی بازاریابی و برندینگ اسلامی (ICIMB)^{۳۱}

این کنفرانس نیز یکی دیگر از رویدادهای مهم بین‌المللی است که در شهرهای مختلفی از جمله کوالالمپور و لندن برگزار شده و به توسعه این حوزه کمک کرده است.

30- Global Islamic Marketing Conference

31- International Conference on Islamic Marketing and Branding