



مدیریت بازرگانی

مقدمه:

مدیریت بازرگانی از مهمترین بخش های مدیریت شرکت های تجاری است زمانی یک شرکت می تواند بین خود مشتریان و خریدارانش ارتباط تجاری خوبی برقرار کند که یک مدیر بازرگانی موفق داشته باشد. فردی که مدیریت بازرگانی یک بنگاه اقتصادی را به عهده می گیرد در جذب مشتریان و عرضه و معرفی صحیح و اصول محصول یا خدمات یک شرکت تلاش می کند و به طور طبیعی مدیر بازرگانی فردی است که نقش اساسی در سود و زیان شرکت دارد.

هدف رشته:

هدف از این رشته عبارت است از: آشنایی با وظایف اساسی سازمانهای بازرگانی، افزایش مهارت و توانایی دانشجویان در شناخت مسائل مبتنی به مدیریت، جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به هر یک از این مسائل، ارزیابی راه حل های مختلف در مورد هر مسأله و تصمیم گیری و اجرای تصمیمات متخذه.

صنعت و بازار کار:

فارغ التحصیلان این رشته با آگاهی و شناختی که از ساخت سازمان، تئوریهای مدیریت و سازماندهی و تکنیکهای مختلف تصمیم گیری دارند قدرت حل مشکلات را پیدا می کنند و همچنین علاوه بر دانش نظری با کاربردهای این رشته نیز آشنا می شوند. دانش آموختگان مدیریت بازرگانی می توانند در مؤسسات بازرگانی، امور دفتری مانند: تدارکات، اداره امور کارگزینی، امور مالی، بازاریابی و سایر امور مالی و اداری مشغول به کار شوند.

سابقه رشته در ایران :

این گرایش از قدیمی ترین گرایش های مدیریت است که کار خود را در سال 1333 به موجب عقد قرارداد بین دانشگاه تهران و دانشگاه کالیفرنیا جنوبی آمریکا به منظور تربیت مدیران برای اداره سازمانهای دولتی و خصوصی، در دانشکده حقوق دانشگاه تهران با همکاری گروهی از استادان آمریکایی آغاز کرد، سپس این رشته در مقاطع و گرایش های مختلف و در دانشگاههای گوناگون کشور گسترش یافته و هم بنک در غالب دانشگاههای دولتی، آزاد و پیام نور ارائه می گردد.

گرایشهای مختلف:

این رشته دارای گرایشهای مختلفی می باشد که عبارتند از: بازاریابی، استگذاری (استراتژیک)، بازاریابی بین الملل، تحول سازمانی، مالی، بیمه، بازرگانی بین الملل و ...