



مقدمه:

مدیریت بازرگانی از مهمترین بخش های مدیریت شرکت های تجاری است زمانی که 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 شرکتها دارد . دوره کارشناسی مدیریت بازرگانی یکی از دوره های تحصیلی آموزش عالی است و هدف از تشکیل این دوره آموزش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز سازمانها، اداره ها، موسسه ها و شرکتهای دولتی و خصوصی در زمینه بازرگانی با وظایف و هدفهای گوناگون در سطوح کارشناسی می باشد.

هدف رشته:

هدف از این رشته عبارت است از : آشنایی دقیق 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 راه‌های مختلف در مورد هر مسأله و تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات متخذه .

صنعت و بازار کار:

فارغ‌التحصیلان این رشته با آگاهی و شناختی که از ساخت سازمان، تئوریهای مدیریت و سازماندهی و تکنیکهای مختلف تصمیم‌گیری دارند قدرت حل مشکلات را پیدا می‌کنند و همچنین علاوه بر دانش نظری با کاربردهای این رشته نیز آشنا می‌شوند. فارغ‌التحصیلان مدیریت بازرگانی می‌توانند در مؤسسات بازرگانی، امور دفتری مانند: تدارکات، اداره امور کارگزینی، امور مالی، بازاریابی مشغول به کار شوند.

گرایشهای مختلف:

این رشته دارای گرایش‌های مختلفی می‌باشد که عبارتند از : بازاریابی ، سیاستگذاری (استراتژیک) ، بازاریابی بین‌الملل ، تحول سازمان ی ، مالی ، بیمه، بازرگانی بین‌الملل و ...

واحدهای درسی در دانشگاه:

جمع تعداد واحدهای درسی این رشته ۳۲ واحد بوده و ۴ واحد از آن مربوط به پایان‌نامه می‌باشد. تمامی درسهای این گرایش دو واحدی بوده و دانشجو باید ۱۴ درس دانشگاهی را بگذراند. از مجموع درسهای این رشته ۴ واحد درس مدیریت پیشرفته، ۴ واحد تحلیل آماری و تحقیق در عملیات و مابقی آن دروس اختصاصی این رشته در زمینه آشنایی با تجارت و کسب و کار، مباحث استراتژیک سازمانی و مدیریت بازار می‌باشند.

آینده شغلی:

فارغ التحصیلان این رشته با تسلط به مباحث مربوط به بازار، مباحث تدوین استراتژیهای سازمانی، شناخت مشتریان و نحوه ارتباط با آنها، شناخت فرایندهای فروش، بازاریابی و خدمات به مشتریان زمینه لازم جهت استخدام در واحدهای بازرگانی سازمانها را داشته و نسبت به سایر گرایش های مدیریت با توجه به نبود رشته ای جایگزین از بازار کار مناسبی برخوردارند. ضمن اینکه دانشجویان این رشته با توجه به شناخت کافی از کسب و کار و نحوه ایجاد تجارت موفق شانس زیادی برای موفقیت در حیطه کار آفرینی و تشکیل کسب و کار جدید دارند.

بازار کار:

فارغ التحصیلان این رشته به خوبی می توانند در سطح مدیران اجرایی در سازمانهای بازرگانی ، صنعتی و دولتی به کار اشتغال ورزند و یا در سمت مشاور مدیریت انجام وظیفه نمایند . انتظار می رود این فارغ التحصیلان پس از کسب تجربیات کافی بتوانند مسئولیتهای بیشتری را در سطوح بالای سازمان عهده دار شوند . علاوه بر این ، فارغ التحصیلان این دوره می توانند در کارهای پژوهشی و تحقیقاتی که امروز در موسسات بزرگ اهمیت زیادی برخوردار است ، مشغول بکار شوند .