



ماجرای رشته‌ها: مدیریت بازرگانی

گروه نویسندگان مدرسه ملی فناوری ایران



مدرسه ملی
فناوری ایران



بنیاد توسعه
باشگاه‌های
دانش‌آموزی

چکیده: مدیریت بازرگانی یک حوزه متنوع و جامع است که طیف وسیعی از موضوعات از جمله اخلاق، حسابداری، امور مالی، بازاریابی، مدیریت، سیستم‌های اطلاعاتی و استراتژی را در بر می‌گیرد. مدیریت بازرگانی شامل مطالعه نحوه عملکرد و تصمیم‌گیری سازمان‌ها با تأکید بر به حداکثر رساندن کارایی، به حداقل رساندن هزینه‌ها و بهبود مزیت رقابتی است.

معرفی رشته مدیریت بازرگانی

مدیریت بازرگانی یک حوزه متنوع و جامع است که طیف وسیعی از موضوعات از جمله اخلاق، حسابداری، امور مالی، بازاریابی، مدیریت، سیستم‌های اطلاعاتی و استراتژی را در بر می‌گیرد. مدیریت بازرگانی شامل مطالعه نحوه عملکرد و تصمیم‌گیری سازمان‌ها با تأکید بر به حداکثر رساندن کارایی، به حداقل رساندن هزینه‌ها و بهبود مزیت رقابتی است.



کارشناسان مدیریت بازرگانی (BA) در صنایع و شرکت‌های مختلف از جمله امور مالی، مشاوره، مراقبت‌های بهداشتی، تدارکات، تبلیغات و سازمان‌های غیرانتفاعی کار می‌کنند. آنها دانش و مهارت‌های خود را برای تجزیه و تحلیل مشکلات پیچیده، توسعه راه‌حل‌های مؤثر و رشد و موفقیت سازمانی به کار می‌گیرند.

متخصصان BA باید دارای طیف وسیعی از مهارت‌ها، از جمله تفکر تحلیلی، برنامه‌ریزی استراتژیک، تصمیم‌گیری، رهبری، ارتباطات و مهارت‌های بین‌فردی باشند. آنها همچنین باید در مفاهیم و تکنیک‌های مالی و تحلیلی مهارت داشته باشند و بتوانند به طور مؤثر ایده‌ها و توصیه‌های خود را به ذی‌نفعان در تمام سطوح سازمان منتقل کنند.

برای برتری در این زمینه، افراد باید دارای پایه علمی قوی در تجارت، اقتصاد و زمینه‌های مرتبط و همچنین تجربه عملی در زمینه انتخابی خود باشند. بسیاری از شرکت‌ها برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای را برای کمک به کارکنان در بهبود مهارت‌ها و پیشرفت شغلی خود ارائه می‌کنند، و بسیاری از متخصصان BA به دنبال مدارک پیشرفته برای ارتقای دانش و تخصص خود هستند.

تاریخچه رشته مدیریت بازرگانی

رشته مدیریت بازرگانی ریشه در رشته بازرگانی دارد که در قرن نوزدهم به‌عنوان پاسخی به پیچیدگی فزاینده عملیات تجاری و نیاز به دانش و مهارت‌های تخصصی برای مدیریت آنها پدیدار شد. تجارت عمدتاً بر جنبه‌های عملی عملیات تجاری مانند حسابداری متمرکز بوده و هدف آن، توسعه درک سیستماتیکی از فرایندها و شیوه‌های تجاری بود. همان‌طور که این رشته تکامل یافت، ترکیبی از عناصر اقتصاد، مدیریت و حسابداری به آن افزوده شدند و اساس مدیریت بازرگانی مدرن تشکیل گردید.

در اوایل، مدیریت بازرگانی تا حد زیادی بر مدیریت شرکت‌ها و سازمان‌ها متمرکز بود. با این حال، با بزرگ‌تر شدن و پیچیده‌تر شدن کسب‌وکارها، و با گسترش مطالعه مدیریت و سازمان، این زمینه تکامل یافت تا دیدگاه گسترده‌تری در مدیریت کل صنایع و اقتصادها در بر گیرد. امروزه مدیریت بازرگانی حوزه‌ای متنوع و پویاست که رشته‌ها و زیرشاخه‌های متعددی از جمله مدیریت استراتژیک، رفتار سازمانی، سیستم‌های اطلاعات مدیریت و عملیات تجاری جهانی را در بر می‌گیرد.

در طول قرن گذشته، مطالعه مدیریت بازرگانی تأثیر بسزایی در توسعه شیوه‌های تجاری مدرن داشته و به رشد و موفقیت بسیاری از صنایع و سازمان‌ها در سراسر جهان کمک کرده است. با پیشرفت‌های مداوم در فناوری، تجزیه و تحلیل داده‌ها و تجارت جهانی، حوزه مدیریت بازرگانی به تکامل و انطباق با خواسته‌های محیط کسب‌وکار به سرعت در حال تغییر امروز ادامه می‌دهد.

کاربرد رشته مدیریت بازرگانی

فرصت‌های شغلی در زمینه علوم مدیریت بازرگانی متنوع است و بسته به سطح تحصیلات، مهارت‌ها و تجربه افراد می‌تواند متفاوت باشد. مانند تحلیلگر مدیریت، تحلیلگر مالی، مدیر منابع انسانی، مدیریت زنجیره تأمین، مدیر بازاریابی، مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی و مدیر پروژه. یک مدیر بازرگانی داده‌ها را تجزیه و تحلیل می‌کند و برنامه‌های بلندمدت را برای شرکت‌ها توسعه می‌دهد، روندها و خطرات بالقوه را شناسایی می‌کند. همچنین صورت‌های مالی را تجزیه و تحلیل می‌کند و گزارش‌های مالی تهیه می‌کند تا به مدیران در تصمیم‌گیری آگاهانه کمک نماید. می‌تواند استخدام، آموزش و توسعه کارکنان و همچنین مزایا، پاداش و روابط کارکنان را مدیریت می‌کند. استراتژی‌های بازاریابی را ایجاد و اجرا می‌کند، روندهای بازار را تجزیه و تحلیل می‌کند و تصویر برند را مدیریت می‌کند. تدارکات زنجیره تأمین، از دستیابی به مواد اولیه تا تحویل محصولات نهایی را مدیریت

می‌کند و در آخر تمامی امور از جمله بودجه، برنامه زمان‌بندی و مدیریت منابع پروژه‌ها را از ابتدا تا انتها مدیریت می‌کند.

بازار کار و درآمد رشته مدیریت بازرگانی

بازار کار علم مدیریت بازرگانی شامل طیف گسترده‌ای از فرصت‌های شغلی موجود در صنایعی مانند مالی، مراقبت‌های بهداشتی، بازاریابی، مدیریت و مشاوره می‌باشد. افراد دارای مدرک مدیریت بازرگانی می‌توانند در نقش‌هایی مانند تحلیلگر تجاری، تحلیلگر مالی، مدیر بازاریابی، مدیر عملیات یا مشاور و غیره کار کنند.

فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت بازرگانی متقاضیان زیادی دارند، به‌ویژه کسانی که در زمینه‌هایی مانند امور مالی، حسابداری، بازاریابی یا سیستم‌های اطلاعاتی تخصص داشته باشند. علاوه بر این، کارفرمایان اغلب کاندیدهایی را ترجیح می‌دهند که تجربه عملی داشته باشند؛ حال این تجربه می‌تواند از طریق کارآموزی کسب شده باشد یا مشاغل پاره‌وقت در طول تحصیلات دانشگاهی.

برای برجسته‌شدن در بازار کار رقابتی، فارغ‌التحصیلان مدیریت بازرگانی باید بر توسعه مهارت‌های قابل فروش مانند حل مسئله، ارتباطات، همکاری و تفکر انتقادی تمرکز کنند. آنها همچنین باید به دنبال فرصت‌هایی برای توسعه حرفه‌ای باشند، مانند شرکت در کنفرانس‌های حرفه‌ای، دنبال کردن گواهینامه‌های صنعتی، یا شرکت در کلاس‌های پیشرفته در حوزه موردعلاقه خود.

به‌طور کلی، انتظار می‌رود که بازار کار برای علم مدیریت بازرگانی در سال‌های آینده همچنان قوی باقی بماند و بسیاری از شرکت‌ها به دنبال استخدام افراد دارای دانش و مجموعه مهارت‌های تخصصی هستند تا به آنها در بهینه‌سازی عملیات و افزایش رشد کمک کنند.

مهارت‌ها و ویژگی‌های لازم فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت بازرگانی

الزامات مهارت برای علم مدیریت بازرگانی بسته به نقش یا صنعت خاص متفاوت است. برای مثال مهارت‌های تحلیلی قوی، مهارت‌های ارتباطی و بین‌فردی، تفکر استراتژیک، مهارت‌های مدیریت پروژه، مهارت‌های مدیریت مالی و دانش و تخصص خاص صنعت. مدیریت بازرگانی به یک پایه قوی در مفاهیم ریاضی، از جمله آمار، تئوری احتمال و گزارش مالی نیاز دارد. ارتباط مؤثر و مهارت‌های بین‌فردی برای مدیریت بازرگانی ضروری است، زیرا افراد باید بتوانند ایده‌ها و مفاهیم پیچیده را به مشتریان، مشتریان و همکاران منتقل کنند. همچنین این رشته به توانایی تجزیه و تحلیل مشکلات، توسعه استراتژی‌ها و تصمیم‌گیری آگاهانه بر اساس داده‌ها نیز نیازمند است.

مدیریت بازرگانی شامل مدیریت و هماهنگی پروژه‌های پیچیده، اغلب با طیف وسیعی از سهام‌داران و اولویت‌های رقیب می‌باشد. همچنین شامل توانایی تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی و مدیریت بودجه و همچنین توانایی شناسایی و مدیریت ریسک‌های مالی می‌شود.

وظایف فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت بازرگانی

کارشناسان مدیریت بازرگانی بسته به نقش و صنعت خاص خود، وظایف مختلفی را بر عهده دارند. مانند برنامه‌ریزی استراتژیک، توسعه و اجرای استراتژی‌های بلندمدت برای رشد و موفقیت با در نظر گرفتن نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شرکت. مدیریت امور مالی شرکت شامل بودجه‌بندی، پیش‌بینی و تحلیل مالی. مدیریت عملیات روزانه شرکت شامل تولید، توزیع و تدارکات. مدیریت منابع انسانی شرکت شامل استخدام، آموزش و جبران خسارت. توسعه و اجرای استراتژی‌های بازاریابی از جمله برندسازی، قراردادان محصول و تبلیغات. مدیریت فرایند فروش شامل تولید سرنخ، مذاکره و مدیریت ارتباط با مشتری و در آخر توسعه و حفظ مشارکت‌های استراتژیک با فروشندگان، توزیع‌کنندگان و سایر شرکای خارجی.



نحوه ورود و تحصیل در رشته مدیریت بازرگانی

عزیزانی که قصد تحصیل در رشته مدیریت بازرگانی را دارند می‌توانند با انتخاب این رشته در گروه انسانی، نسبت به تحصیل اقدام نمایند. گرایش‌های رشته مدیریت بازرگانی در دانشگاه‌های دولتی و پردیس، در مقاطع کارشناسی ارشد و دکترا ارائه می‌شوند.