

مبانی جامع مدیریت بازرگانی با رویکردی به جهانی شدن

مؤلفین:

دکتر مهدی احمدی پناه

(عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور استان تهران)

مهندس احسان شیری

انتشارات روبرو

۱۴۰۰

سرشناسه	: احمدی پناه، مهدی، ۱۳۵۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: میانی جامع مدیریت بازرگانی با رویکردی به جهانی شدن / مولفین مهدی احمدی پناه، احسان شیر، ویراستار محمد رادجو.
مشخصات نشر	: ایلام: رو به رو، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۶۴۰ ص.: مصور (بخشی رنگی)، جدول.
شابک	: ۹۷۰۰۰۰ ریال 0-98348-622-978:
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: بازرگانی — مدیریت
موضوع	: Commerce -- Management
موضوع	: جهانی شدن — جنبه‌های اقتصادی
موضوع	: Globalization -- Economic aspects
شناسه افزوده	: شیر، احسان، ۱۳۷۳ -
رده بندی کنگره	: HF۵۵۴۷
رده بندی دیویی	: ۶۵۱/۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۷۲۷۲۶۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا



((موسسه انتشارات روبرو))

نام کتاب: میانی مدیریت بازرگانی با رویکردی به جهانی شدن

نویسنده: مهدی احمدی پناه - احسان شیر

ناشر: رو به رو

مدیر مسئول: مهندس احسان شیر

ویراستار: محمد رادجو

صفحه آرای: مهین ملکی

طراحی جلد: آسیه صادقی کلان

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰

چاپ خانه: تهران - خانه چاپ کتاب

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۸۳۴۸-۰۰۰

قیمت: ۹۷۰۰۰ تومان

تلفن: +989216310766

Email: Robero.pub@gmail.com / www.roberopub.ir

کلیه حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است و متخلفین به موجب بند ۵

از ماده ۲ قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: تعاریف و مفاهیم سازمان و مدیریت	۸
فصل دوم: مفاهیم بنیادی مدیریت بازرگانی	۷۹
فصل سوم: زندگی‌نامه بزرگان مدیریت بازرگانی	۱۵۶
فصل چهارم: کارآفرینی و کسب و کار کوچک	۱۸۵
فصل پنجم: مدیریت محیط	۲۵۹
فصل ششم: مدیریت تغییر	۲۸۱
فصل هفتم: تصمیم‌گیری و انواع مدل تصمیم‌گیری	۳۱۲
فصل هشتم: مدیریت استراتژیک	۴۰۰
فصل نهم: مدیریت ریسک	۴۳۷
فصل دهم: ارتباطات	۴۶۲
فصل یازدهم: نقش اخلاق حرفه‌ای در مبادلات	۴۷۶
فصل دوازدهم: تجارت الکترونیک	۴۹۴
فصل سیزدهم: بازاریابی شبکه‌ای	۵۲۷
فصل چهاردهم: رمزارزها (ارز دیجیتال)	۵۴۹
فصل پانزدهم: تجربیات مدیران بازاریابی در رویکرد جهانی شدن	۵۵۷
معرفی کتب مدیریت	۶۲۱
منابع فارسی :	۶۳۳
منابع لاتین:	۶۳۵

مقدمه:

امروزه با توجه به ورود به قرن بیست و یکم و تغییرات جدید پارادایمی که در حوزه های تجارت و بازرگانی شاهد رخ دادن آن هستیم و همچنین تغییر در سبک و فضای کسب و کار و گسترش استفاده از اینترنت و فضای مجازی در عرصه تجارت و بازرگانی ، توجه به علوم مدیریت بازرگانی بیش از گذشته حایز اهمیت گردیده است. آشنایی با علم مدیریت بازرگانی و مفاهیم آن مانند بازاریابی شبکه ای ، اینستاگرامی ، دیجیتالی و رمز ارزها میتواند هر سازمانی را از ورطه رقابت داخلی و بین المللی سلامت عبور داده و تضمین کننده رویکردهای مشارکتی و تحلیلی و سودآوری سازمانمان باشد. با توجه به بیماری همه گیرعصرمان بنام کووید ۱۹ یا همان کرونا ، پرداختن به کسب و کارهایی که بازدهی آنان طولانی مدت بوده به سر آمده و همچنین خیلی از مشاغل سنتی تحت تاثیر این پدیده رونق خود را از دست دادند و بسیاری از آنها هم از صحنه امروزی تجارت محو شدند ، پس بایستی از شیوه های مدرن تجارت و بازاریابی آگاهی داشته باشیم که بتواند ما را در کمترین زمان ممکن به سودآوری برساند. این کار مستلزم آشنایی با علم مدیریت بازرگانی است. در این کتاب سعی شده خواننده با این علم آشنا شود و با استفاده از مفاهیم آرایه شده بتواند در کسب و کار خود موفق باشد و با روشهای جدید کسب و کار آشنا گردد. دراکثر کتابهایی که در زمینه مدیریت بازرگانی چاپ شده است .بیشتر به مفاهیم پایه ای مدیریت عمومی پرداخته شده ، به همین دلیل اغلب دانشجویان این رشته با مفاهیم تخصصی رشته خود آشنایی ندارند.