

عنوان مقاله:

بررسی نقش و تاثیر برنامه های راهبردی بازاریابی در موسسات خدمات مالی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: ۱۳۹۳)

تعداد صفحات اصل مقاله: ۱۲

نویسندگان:

رضا پیرایش - استادیار گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه زنجان

شمسی صالحی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی مرکز آموزش عالی صوفی رازی

خلاصه مقاله:

بخش خدمات مالی نقش بنیادی، محرک و نگهدارنده و سلامت اقتصادی یک جامعه ایفا می کند. خدمات مالی توسط تعداد گوناگونی از موسسات مانند بانکها، شرکتهای بیمه سازمانهای اعتباری، انجمنهای وام و پس انداز، سازمان سرمایه گذار و سازمان های خاص دیگر تولید و ارائه می شوند. در انواع خدمات آگاهی از رویارویی خدماتی مشتریان با کارکنان و مدیریت صحیح آنها اهمیت دارد. این مقاله با رویکرد توصیفی - تحلیلی سعی در تبیین نقش برنامه های راهبردی در بازاریابی خدمات مالی دارد.

کلمات کلیدی:

خدمات مالی، بازاریابی، بازاریابی خدمات مالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/۴۲۱۶۴۴>