

عنوان مقاله:

معماری ساختارهای سرویس گرا و بازاریابی خدمات در بخش دولتی (مطالعه سازمان امور مالیاتی کشور)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

سیدسیامک موسوی - کارشناس ارشد مدیریت ازدانشگاه علامه طباطبائی (کارشناس سازمان امور مالیاتی)

محبوبه حبیبی بدرآبادی - کارشناس ارشد مدیریت ازدانشگاه علامه طباطبائی (کارشناس سازمان امور مالیاتی)

منیره کاظمی - کارشناس اقتصاد ازدانشگاه پنجاب هندوئیس گروه خدمات مودیان سازمان امور مالیاتی

خلاصه مقاله:

در سالهای اخیر با طرح مفاهیمی چون مدیریت دولتی نوین و افزایش انتظارات از بخش دولتی توجه به مفاهیم بازاریابی در این سازمان ها اهمیت یافته است. فعالیتهایی چون روابط عمومی آموزش مراجعان اطلاع رسانی و.. از مصادیق بازاریابی در بخش دولتی به شمار می آید لیکن ارائه خدمات تخصصی به مراجعین مهمترین نمود این مفهوم در سازمان دولتی به شمار می آید. در سالهای اخیر با گسترش تکنولوژی های ارتباطی معماری سرویس گرا به عنوان یک مفهوم نوین مرتبط با فناوری اطلاعات مطرح گردیده است. معماری سرویس گرا می تواند ابزار مفیدی در جهت بهبود خدمات رسانی و بازاریابی در سازمانها باشد.

کلمات کلیدی:

سازمان (سازمان امور مالیاتی کشور) استراتژی - مودی - خدمات مودیان - فناوری اطلاعات - معماری سرویس گرا -

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/63644>

