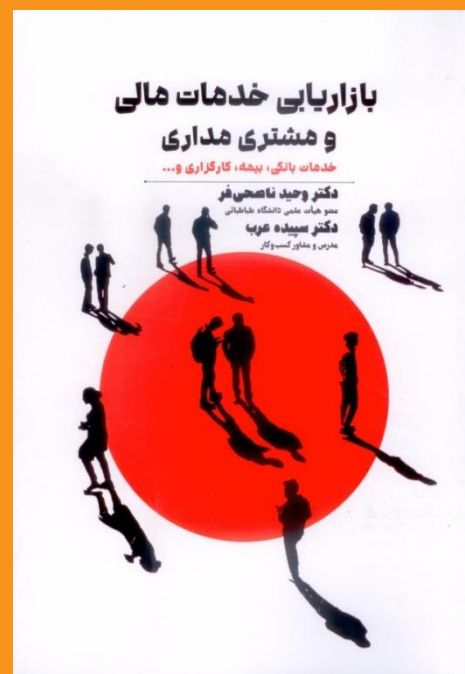


در عصر حاضر بخش خدمات به‌ویژه خدمات مالی، به سرعت در حال توسعه است. اصول بازاریابی خدمات شبیه بازاریابی کالاها است اما نیازمندی‌های خاص خود از جمله مسئولیت‌پذیری را دارد. ظهور خدمات مالی الکترونیک نیاز به توجه بیشتر به امنیت را بیان کرده و در محیط رقابتی استفاده از خدمات مالی الکترونیک و ابزارهای بازاریابی نوین می‌تواند برتری و تمایز کسب و کار را افزایش دهد.

با افزایش پیچیدگی و تخصصی شدن دنیای کسب و کارها دانش و مهارت در حوزه بازاریابی به عنوان یکی از ارکان اساسی موفقیت کسب و کارهای امروزی مطرح می‌شود. مؤسسات مالی عناصر اساسی و بنیادی در اقتصاد هر جامعه به شمار رفته و نقش و اهمیت آنها در تأمین منابع مالی، فعالیت‌های اقتصادی و ارائه خدمات مالی بسیار درخور اهمیت است. مؤسسات مالی به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند: (۱) واسطه‌های مالی (۲) سایر مؤسسات مالی.

مؤسسات مالی با مجموعه‌ای از چالش‌ها و ریسک‌ها روبه‌رو هستند که عبارتند از: (۱) ریسک‌های اعتباری (۲) ریسک‌های بازاری (۳) ریسک‌های عملیاتی (۴) ریسک‌های قوانین و مقررات. خدمات مالی یکی از اصلی‌ترین بخش‌های صنعت خدمات است که تأثیر چشمگیری بر رشد و توسعه اقتصادی دارد. خدمات مالی به عنوان بخشی از بنیان اقتصادی هر جامعه نقش مهمی در تسهیل تجارت، سرمایه‌گذاری و مدیریت مالی ایفا می‌کند.

مکان یا توزیع از عناصر آمیخته بازاریابی است که تمام جنبه‌های مربوط به دسترسی مشتری به محصول را در زمان و مکان مناسب شامل می‌شود. این کتاب در ۲۵۴ صفحه به رشته تحریر در آمده است.



مؤلفین:

دکتر وحید ناصحی‌فر

دکتر سپیده عرب

ناشر:

مؤسسه کتاب مهربان نشر

سال نشر:

۱۴۰۳

شابک:

۹۷۸۶۰۰۴۰۷۴۷۶۱۲