

عنوان مقاله:

بررسی رأی فقهای امامیه در مورد بازاریابیشبکهای سالم

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی وسومین همایش ملی ایده های نوین در علوم مدیریت و اقتصاد (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

محسن امامی قشلاق - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه - ایران

الهام حنیفی - دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه - ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی شبکه ای به عنوان پدیده ای نوظهور در جهان امروزی پا به عرصه وجود گذاشته است. تا کنون دیدگاه های مختلفی درباره بازاریابی شبکه ای و انواع آن ارائه شده است. این امر در بین فقهای امامیه نیز مطرح شده و به ارائه نظر در این زمینه پرداخته اند. در این مقاله ما به بررسی آرای این فقها در این مورد خواهیم پرداخت. در این راستا پس از ارائه ی تعریف مختصری از بازاریابی شبکه ای، آن را از منظر فقهی بررسی خواهیم نمود

کلمات کلیدی:

بازاریابی شبکه ای، خرید، فروش، سود

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/512433>

