

عنوان مقاله:

مدیریت بازاریابی

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و پنجمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

آیدا خسروی

خلاصه مقاله:

کیفیت زندگی، سلامت اجتماعی و توان اقتصادی همگی از جلوه های توسعه محسوب می شوند. مقاله حاضر بحث توسعه را از دیدگاه سلامت اجتماعی در کشور ایران بررسی کرده و عنوان می دارد که لحاظ کردن نگرش بازاریابی در مباحث توسعه می تواند گره گشای نه تنها معضل توسعه نیافتگی، بلکه مسایل اجتماعی ناشی از آن شود.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/676378>

