

عنوان مقاله:

جایگاه برند حلال در تجارت اسلامی

محل انتشار:

کنفرانس علمی مدیریت، اقتصاد کاربردی و تجارت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

محمدحسین زینلیان - دانشگاه علامه طباطبایی

سعید صحت - دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

امروزه، دولتها به اهمیت سرمایه گذاری در رابطه با تجارت حلال و نشان حلال واقف شده اند و اقدامات وسیعی را برای فراهم آوردن شرایط مناسب جهت سرمایه گذاران در این بازار جذاب و پرقابلیت بین المللی انجام داده اند. هدف از این مقاله این است که با بررسی جایگاه برند حلال در مدیریت امروزی ایران و جهان، به لزوم به کارگیری آن در تمام حوزه های تولیدی و خدماتی بپردازد. اینتحقیق از نوع مطالعه مروری و با روش توصیفی انجام گرفته واطلاعات به روش کتابخانه ای و با تحلیل و بررسی تحقیقات مربوطجمع آوری شده است. در پایان مشخص شد بیشتر تحقیقات تا کنوندر حوزه مواد غذایی با نشان حلال انجام گرفته است و توجه بهموضوع تولید و مصرف لوازم آرایشی و بهداشتی حلال، اهمیت زیادی پیدا می کند.

کلمات کلیدی:

حلال، برند حلال، تجارت اسلامی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/680303>

