

## عنوان مقاله:

بررسی ارزش های اخلاقی و احکام خاص در فروشگاه های اینترنتی در شبکه اجتماعی لینکدین

## محل انتشار:

چهارمین کنگره بین المللی فرهنگ و اندیشه دینی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

آرام محمدی

## خلاصه مقاله:

امروزه بازاریابی ابزاری مهم برای موفقیت در کسب و کار محسوب می شود؛ به گونه ای که موفقیت سایر کارکردهای سازمان درگروی موفقیت کارکرد بازاریابی در نظر گرفته میشود. در چند دهه اخیر، بازاریابی از محصول محوری به مشتری مداری تغییر پیدا کرده و همواره در پاسخ به تغییرات محیطی در حال تحول است. بازاریابی اینترنتی بخشی از تجارت الکترونیک است که از اینترنت جهت انجام تبلیغات، معرفی و فروش کالا و خدمات استفاده می کند و بایستی همزمان با برآورده سازی نیازها و خواسته های مشتریان، ارزشهای اخلاقی فرهنگ اسلامی را مدنظر قرار دهد. بر همین اساس چون بازاریابی و تجارت از جمله ارکان اساسی اقتصاد است، لزوم توجه به بازاریابی از دیدگاه اسلام ضرورت می یابد. فضای کسب و کار و تجارت چه به صورت سنتی و چه اینترنتی به دلیل ماهیت خاص خود همواره در معرض آسیبهای اجتماعی و اخلاقی قرار دارد. در این مقاله ضمن مروری بر احکام رایج در فروشگاه های اینترنتی از دیدگاه های مختلف، شاخصه های مطلوب این نوع کسب و کارها از منظر فقه اسلامی و اسلام مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

## کلمات کلیدی:

احکام درتجارت الکترونیک، ارزش های اخلاقی، بازاریابی، فروشگاه های اینترنتی، بازاریابی از دیدگاه اسلام

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/778447>

