

عنوان مقاله:

بررسی مسئله اخلاق در کسب و کار و بازاریابی

محل انتشار:

دومین کنفرانس اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

احسان رضانی انوری - کارشناسی مدیریت دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری - تهران

خلاصه مقاله:

امروزه با توجه به وجود روحیه سودجویی و رقابت طلبی در بین افراد و سازمان ها مسئله اخلاق در کسب و کار و بازاریابی بیش از هر چیز دیگری در این زمینه نیاز به مطالعه و کسب آگاهی دارد، تاثیر رعایت یا عدم رعایت اصول اخلاقی در تمام زمینه ها به ویژه ی موضوع مدنظر این پژوهش بر هیچ کسی پوشیده نیست و همواره موجب اثر گذاری بر رابطه بین طرفین معامله خواهد بود. این پژوهش به روش توصیفی- تحلیلی انجام شده است و هدف از آن بررسی مسئله اخلاق در بازاریابی، فروش و فعالیت های اقتصادی می باشد که طی بررسی های انجام شده این نتیجه حاصل شده است که شرکت ها و افراد برای ایجاد رابطه مثبت و بلند مدت با مشتریان خود و موفقیت در بازار رقابت با نهادهای دیگر ملزم به رعایت اصول اخلاقی در همه ی مراحل به سرانجام رساندن محصول خود هستند

کلمات کلیدی:

اخلاق، بازاریابی، کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/911406>

