



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

بازاریابی و اخلاق؛ اخلاق اسلامی چه سهمی دارد و چالش های پیش رو

عنوان انگلیسی مقاله :

Marketing and Ethics: What Islamic Ethics Have Contributed
and the Challenges Ahead



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

نتیجه گیری

در این مقاله ، ما به طور اختصار به سهم اخلاق اسلامی در زمینه بازاریابی اشاره کردیم. به طور خاص ، در مجموع چهار سوال را در مورد بازاریابی اسلامی در جهان امروزی مورد بررسی قرار دادیم. ما همچنین در مورد چگونگی و سیاست های دولت ، توابع بازار و تصمیمات شرکت های بزرگ بحث کردیم. ما می دانیم که اگرچه نسخه های اسلامی به صورت یک هنجار در نظر گرفته می شوند اما در جوامع سنتی نیز این موضوع رواج دارد. ما همچنین بیان کردیم که نسخه های اسلامی در زمینه بازاریابی ، راهنمایی هایی را در زمینه حفاظت فردی و سازمانی و رفاه اجتماعی ارائه کرده اند. هم به دلیل مشکلات سفر ، تصورات غلط فرهنگی ، اولویت های تحقیقاتی و یا آشنایی با زبان عربی و یا زبان رایج در کشور های با اکثریت مسلمان ، بازاریابی غربی رواج دارد و اخلاق اسلامی و سهم آن در بازاریابی نادیده گرفته شده است. با این حال ، این پژوهش نشان می دهد که دیدگاه هایی که اخلاق اسلامی ارائه می دهد برای بالا بردن اصول اخلاقی و همچنین حفاظت از منافع دیگران بسیار مفید است.

Conclusion

In this article, we have briefly explored the contribution of Islamic ethics to the field of marketing. In particular, we addressed four questions that collectively give special meaning to Islamic marketing in today's global marketplace. We discussed, too, how Islamic ethics shape government policies, market functions, and corporate decisions. The interplay among these factors influences the general business environment and the welfare of the society. We recognize that though Islamic prescriptions are considered normative, their influence, in traditional societies, is widespread. We have argued that Islamic prescriptions, in the context of marketing, offer guidance essential for safeguarding individual, organizational, and societal welfare. Whether for reasons of travel difficulties, cultural misconceptions, research priorities, and or a familiarity with Arabic or other languages spoken in countries with Muslim majorities, Western marketing scholarship has either not looked closely at or overlooked Islamic ethics and their contributions to marketing practices in other parts of the world. However, this study shows that Islamic ethics offer perspectives on marketing practices and guidelines that are useful in enhancing moral conduct and safeguarding the interests of marketing actors.



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.