

عنوان مقاله:

استراتژی های بازاریابی سبز به عنوان مزیت رقابتی عصر جدید

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

مصطفی قاضی زاده - استادیار گروه مدیریت دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد

تایماز حمایلی مهربانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - گرایش بازاریابی دانشگاه شاهد

خلاصه مقاله:

امروزه شرکتها براساس قوانی زیست محیطی، تاثیرات اقتصادی و افزایش حساسیت عمومی جوامع به مسائل زیست محیطی ناچار به توجهی بیش از پیش نسبت به مسائل محیط زیست و حفظ آن شده اند بطوریکه بسیاری از شرکتهای پیشرو با درک اهمیت مسائل زیست محیطی و همچنین نگرانی جوامع توانسته اند از آن به عنوان یک مزیت رقابتی جهت مقابله با رقبا بهره گیرند. این امر با وارد کردن استراتژیهای بازاریابی سبز در برنامه ریزی این شرکتها میسر گردیده است بنابراین ما دراین مقاله سعی داریم با بررسی تئوریک مسائل مربوط به بازار یابی سبز و بخصوص استراتژیهای بازاریابی سبز، راه را برای بهره گیری شرکت ها از بازاریابی سبز به عنوان یک مزیت رقابتی بسیار حائز اهمیت در عصر حاضر باز نماییم.

کلمات کلیدی:

استراتژیهای سبز، بازار یابی سبز، مسئولیت اجتماعی، حفاظت از محیط سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/81137>

