

أخلاقيات التسويق

MARKETING ETHICS

تعد مادة أخلاقيات التسويق من المواد التي تركز على فهم المبادئ الأخلاقية التي يجب أن تحكم الأنشطة التسويقية لضمان توافقها مع القيم الإنسانية والقانونية. تهدف المادة إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم الأساسية للأخلاقيات في التسويق وكيفية اتخاذ قرارات تسويقية تراعي مصلحة المستهلكين والمجتمع. كما تركز على أهمية الشفافية والصدق في الحملات التسويقية.

وصف المادة:

مادة أخلاقيات التسويق تناقش القيم والمبادئ الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها المسوقون في جميع جوانب عملهم، من الإعلانات إلى التعامل مع المستهلكين. تدرس المادة التحديات الأخلاقية التي يمكن أن تواجه المسوقين في سوق اليوم، مثل مسألة الخصوصية، التضليل، والممارسات غير العادلة. تهدف المادة إلى تجهيز الطلاب بالقدرة على اتخاذ قرارات تسويقية تدعم المصالح الإنسانية وتعزز من الثقة بين الشركات والمستهلكين.

أهداف المقرر:

1. دراسة المبادئ الأخلاقية الأساسية التي تحكم التسويق.
2. فهم التحديات الأخلاقية التي قد تواجه المسوقين في البيئة المعاصرة.
3. تحليل العلاقة بين التسويق والأخلاقيات في سياقات متعددة.
4. تطوير مهارات اتخاذ قرارات تسويقية تراعي المصلحة العامة.
5. تعزيز فهم الطلاب لأهمية الشفافية والمصادقية في الحملات التسويقية.
6. تحسين قدرة الطلاب على التوازن بين الأهداف التجارية والمسؤولية الاجتماعية.

المخرجات المتوقعة:

1. اكتساب معرفة شاملة بأخلاقيات التسويق وتطبيقاتها.
2. القدرة على اتخاذ قرارات تسويقية تراعي القيم الأخلاقية.
3. فهم التحديات الأخلاقية في مجالات الإعلان والعلاقات العامة.
4. تطوير مهارات التعامل مع قضايا مثل الخصوصية والممارسات التضليلية.
5. تعزيز مهارات بناء الثقة بين الشركات والمستهلكين.
6. القدرة على تطبيق المعايير الأخلاقية في الحملات التسويقية والاتصالات التجارية.