

السلوك الأخلاقي للتسويق

يجب على المستهلك والمنتج أن يتحلوا بسلوك أخلاقي بهدف تحقيق عمليات التسويق (التسعير – المنتج – التوزيع – الترويج) ويجب أن يتحلى بعدة صفات منها :

أخلاقيات الصدق : أي التركيز على الشفافية في التعامل والتبادل والترويج واحترام اخلاقيات المنافسة (أي التنافس بشكل إيجابي بهدف تحقيق التنمية والمصلحة العامة من خلال تحقيق تنافس بناء يهدف إلى تحقيق مصلحة الشركة وقد يكون التنافس سلبي بهدف تحقيق مصلحة شخصية (تنافس هدام) .

الرشوة : وهي النوع الثاني من التنافس وتعني تنافس لا أخلاقي بين المنتج والمستهلك وتهدف إلى تحقيق مصالح خاصة بعيدة عن المصلحة العامة .

فلسفة الأخلاق الشخصية والسلوك الأخلاقي :

وتتضمن الثقافة الاجتماعية والمعايير : أي أن يتمتع بثقافة شاملة تشمل جميع نواحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية .

وثقافة الأعمال والممارسات الصناعية : يجب على المدير أن يتمتع بثقافة الإدارة (التخطيط من الاختيار بين الخيارات المتاحة واختيار الخيار الأفضل وتقييم هذا الخيار والتخطيط يرتبط بالمستوى الأعلى للإدارة) .

ويتمتع المدير بعدة أدوار أهمها :

الريادة والدور المعلوماتي والدور الإنساني (المهارات الإنسانية) ، والتشاركية (أن يتمتع المدير بروح الفريق الواحد) واحترام سيادة القانون .