



ÉTICA, MARKETING Y FINANZAS ISLÁMICAS

By SÁNCHEZ, PILAR

ESIC, MADRID, 2016. Rustica (tapa blanda). Condition: Nuevo. Dust Jacket Condition: Nuevo. 01. Vivimos en una nueva realidad. Algunas tendencias empresariales se consolidan: acciones más éticas y responsables, one to one en microsegmentación y delimitación de nuevos mercados y sectores de actividad. . El cliente de hoy es más exigente, está mejor formado e interactúa. En definitiva, está demandando que se dirijan hacia él tratando su vertiente más emocional. Quien compra, decide. Nuestra función es adaptar la forma de vender a su nueva realidad. El objetivo del libro es hacer un compendio de los diversos elementos que se derivan del islam, en general, y del concepto halal, en particular, sobre el consumidor musulmán. Para lo cual se ha contado con la colaboración de los mejores profesionales y académicos sobre el tema, no solo de España, participan ocho países. Algunos capítulos están escritos en inglés y otros, en castellano. Los autores son locales e interdisciplinarios. . El libro se ha estructurado en cuatro partes: ética, marketing, finanzas y consumidor musulmán. En el primer bloque se aborda la ética como elemento vertebrador de la forma de vida económica y empresarial. En la segunda parte, se realiza una visión del marketing islámico. En...



READ ONLINE
[2.53 MB]

Reviews

Undoubtedly, this is actually the greatest job by any author. This can be for those who state there was not a worthy of studying. I am delighted to inform you that this is actually the greatest publication i actually have read within my very own daily life and could be he greatest book for ever.

-- **Perry Reinger**

A top quality ebook and the font used was fascinating to read through. It is written in easy terms and not confusing. Its been written in an remarkably easy way in fact it is simply after i finished reading through this publication through which actually altered me, alter the way i believe.

-- **Roberto Block**