



Marketing social y ética empresarial /

Abascal Rojas, Francisco

ESIC Editorial,
2005

Monografía

El marketing social o el marketing interno - Marketing y sociedad de consumo : una perspectiva ética - Las incógnitas del tercer milenio - La apariencia humana de las empresas - El marketing psicosocial - La ética en el mundo laboral - Aplicaciones del marketing a las ONG - Plan integral logístico para ayudas humanitarias - Consumerismo, sociedad, marketing, ética empresarial y códigos de conducta - La ética de los negocios y de la economía - Caso FUMESAL y su implicación en el marketing social - La ética y los escándalos empresariales - Estudio y análisis de los conceptos éticos de casos de empresas puestas en entredicho por su conducta moral en el entorno societario y empresarial - La política social y el derecho social : su crisis

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMTY3OTE0MTg>

Título: Marketing social y ética empresarial Francisco Abascal Rojas

Edición: 1. ed

Editorial: Madrid ESIC Editorial 2005

Descripción física: 229 p. il. 24 cm

Tipo Audiovisual: Ética Marketing Empresarios Ética profesional

Mención de serie: Libros profesionales de empresa

Nota general: Bibliografía al final de cada capítulo

Copyright/Depósito Legal: 630607756

ISBN: 8473564030 9788473564038

Materia: Marketing social Ética empresarial Ética empresarial. embne Marketing social. embne

Punto acceso adicional serie-Título: Libros profesionales de empresa

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60

- informa@baratz.es