

مبانی ضدبازاریابی

(بازار محل تعامل است نه رقابت و تقابل)

The basics of anti-marketing

نویسنده: دکتر اسرافیل شیرازی

ارائه دهنده دکترین ضد بازاریابی

Dr.Esrafil Shirazi

Anti-marketing doctrine creator

چکیده :

در این مقاله یکی از مبانی دکترین ضدبازاریابی تحت عنوان ((بازار محل تعامل است نه رقابت و تقابل)) ارائه می گردد. پژوهشی توصیفی و اکتشافی که گردآوری اطلاعات آن از کتب و مقالات ارائه دهنده دکترین انتی مارکتینگ و مطالعه کتابخانه ای و بازار و مصاحبه با اساتید انجام گرفته است. طبق بررسی های بعمل آمده در این پژوهش بازار محل تعامل است نه رقابت و تقابل.

کلمات کلیدی: دکترین - ضدبازاریابی - بازار - تعامل - رقابت - اقتصاد طبیعی