1. هل يمثل الموقف مشكلة أخلاقية؟ ولماذا؟ نعم، يمثل مشكلة أخلاقية. السبب هو استخدام ما يسمى في أدبيات التسويق بـ "التضليل الناعم" أو "الادعاءات الغامضة". ويعد تلاعباً بإدراك المستهلك. 2. الفرق بين المشروعية القانونية والمشروعية الأخلاقية لكنهما يختلفان في الحدود: فهي قانونية. ● المشروعية الأخلاقية: هي الالتزام بـ "المعايير العليا" والقيم. القانون يهتم بـ النص، ● المنافسون: الذين يلتزمون بالشفافية العلمية قد يتضررون من المنافسة غير العادلة. 4. المخاطر المحتملة على سمعة الشركة ستنهار مصداقية العلامة التجارية. ● الدعاية السلبية: في عصر التواصل الاجتماعي، يمكن لتجربة فاشلة واحدة مدعومة برأي علمي أن تتحول إلى أزمة علاقات عامة. وما هو مسموح اليوم قد يصبح جريمة تعاقب عليها هيئات حماية المستهلك غداً. 5. القرار الأخلاقي الأمثل 1. تعديل الصياغة: استخدام عبارات أكثر دقة ووضوحاً لا تعطي وعوداً وهمية. 2. الاستثمار في البحث: بدلاً من صرف الميزانية على التسويق الرمادي، 3. الإفصاح: توضيح أن النتائج قد تختلف من شخص لآخر وأن المنتج "مكمل" وليس "علاجاً"،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي