

يمثل الالتزام بالأخلاقيات في ممارسات الاتصالات التسويقية ركيزة أساسية لبناء علاقات مستدامة بين الشركات والمستهلكين. لم تعد الأخلاقيات مجرد خيار، بل أصبحت ضرورة ملحة تفرضها التحديات القانونية والاجتماعية والتقنية.