

科技进步理论与管理

网络营销中商业伦理的探讨

王宏伟,夏远强

电子科技大学管理学院,电子科技大学管理学院 四川成都610054

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 随着互联网的快速发展,网络营销在给中国企业带来巨大商机的同时,也产生了许多负面影响。在介绍中国网络营销存在的问题之后,在国内外研究的理论基础上,提出了网络营销中应该关注的社会权利和网络营销中商业伦理的构建方案。

关键词 [网络营销](#) [商业伦理](#) [竞争优势](#) [信息服务](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2005-03-039](#)

通讯作者:

王宏伟

作者个人主页: 王宏伟;夏远强

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(188KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“网络营销”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [王宏伟](#)
 - [夏远强](#)

