

طراحی مدل استراتژیک بازاریابی رابطه ای در مسیر پیشبرد مسئولیت اجتماعی سازمان

هولزافل و همکاران <sup>۱</sup> (۲۰۱۷)	رمان و همکاران <sup>۲</sup> (۲۰۱۷)	گوش <sup>۳</sup> (۲۰۱۷)	کامیلری <sup>۴</sup> (۲۰۱۷)	تینگر و بارنز <sup>۵</sup> (۲۰۱۷)	ژاناتوز و ژو <sup>۶</sup> (۲۰۱۷)	پلاتانوا <sup>۷</sup> (۲۰۱۷)	ژانگ <sup>۸</sup> (۲۰۱۷)	رولینا <sup>۹</sup> (۲۰۱۷)	پروین و همکاران <sup>۱۰</sup> (۲۰۱۷)	سون و همکاران <sup>۱۱</sup> (۲۰۱۷)	فارینوس <sup>۱۲</sup> (۲۰۱۷)	راج <sup>۱۳</sup> (۲۰۱۷)	ویجایا <sup>۱۴</sup> (۲۰۱۷)	پالیماتوز و همکاران <sup>۱۵</sup> (۲۰۱۷)	پلنسی <sup>۱۶</sup> (۲۰۱۷)	الرباعی و همکاران <sup>۱۷</sup> (۲۰۱۷)	بیه <sup>۱۸</sup> (۲۰۱۷)	هندارتو <sup>۱۹</sup> (۲۰۱۷)	دلای و همکاران <sup>۲۰</sup> (۲۰۱۷)	والاستر <sup>۲۱</sup> (۲۰۱۷)	کدرادو و همکاران <sup>۲۲</sup> (۲۰۱۷)	پانتانی و همکاران <sup>۲۳</sup> (۲۰۱۷)	کلبل و همکاران <sup>۲۴</sup> (۲۰۱۷)	بندتو <sup>۲۵</sup> (۲۰۱۷)	*	
<b>مسئولیت اجتماعی سازمان</b>																										
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	مسئولیت اجتماعی سازمان
*						*			*				*	*	*	*		*	*			*		*	*	بازاریابی
		*	*								*	*							*				*	*	*	بازارهای نوظهور
*				*						*				*	*							*	*	*	*	مدل استراتژیک
	*							*	*		*	*	*				*	*	*	*	*	*	*	*	*	ریسک های مالی بازار
*		*		*	*	*		*					*		*	*		*	*			*			*	پتانسیل های بازاریابی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی سازمان
*					*			*			*		*		*		*		*	*	*	*	*	*	*	برنامه های ارتقای مسئولیت اجتماعی

طراحی مدل استراتژیک بازاریابی رابطه ای در مسیر پیشبرد مسئولیت اجتماعی سازمان

*	*		*		*			*		*					*				*	*				مدل های استراتژیک مسئولیت اجتماعی سازمانی
*	*		*			*		*				*	*	*	*	*		*		*				مسئولیت اجتماعی سازمان و سهم بازار مبتنی بر شهرت
			*			*	*			*		*			*					*		*		ابعاد مالی اقتصادی
*		*		*		*				*					*	*		*		*		*		عملکرد بازاریابی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی سازمان
				*		*						*	*		*	*		*		*		*		ارزش مشتری
*			*			*		*		*	*	*			*							*		تصویر سازمان
	*					*		*			*		*	*	*	*					*			بازاریابی رابطه اجتماعی

طراحی مدل استراتژیک بازاریابی رابطه ای در مسیر پیشبرد مسئولیت اجتماعی سازمان

	*	*		*	*				*	*	*	*	*	*							*			بازاریابی سبز
--	---	---	--	---	---	--	--	--	---	---	---	---	---	---	--	--	--	--	--	--	---	--	--	------------------

- <sup>1</sup> Holzapfel, F., Nimsgern, T., & Späth, R. (2017). Corporate Social Responsibility als Möglichkeit der Differenzierung – Chancen für Vertrieb und Marketing der KESSEL AG. *CSR Und Marketing*, 87–109. doi:10.1007/978-3-662-45813-6\_5
- <sup>2</sup> Rahman, M., Rodríguez-Serrano, M. Á., & Lambkin, M. (2017). Corporate Social Responsibility (CSR) and Marketing Performance: Role of Commitment to the Customer Relationship (An Extended Abstract). *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, 667–671. doi:10.1007/978-3-319-45596-9\_129
- <sup>3</sup> Ghosh, A. (2017). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility. *Essays on Sustainability and Management*, 153–175. doi:10.1007/978-981-10-3123-6\_8
- <sup>4</sup> Camilleri, M. A. (2017). Unlocking Corporate Social Responsibility Through Integrated Marketing Communication. *Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management*, 41–59. doi:10.1007/978-3-319-46849-5\_3
- <sup>5</sup> Tinker, M., & Barnes, L. (2017). Corporate Social Responsibility Strategy and Its Influence Over Consumer Purchasing Decisions In Financial Institutions. doi:10.5176/2251-1997\_af17.3
- <sup>6</sup> Zhanore, U. N., & Zh., X. (2017). The Construction of International Corporate Social Responsibility Database of Developing Countries. *Proceedings of the International Conference on Communication and Electronic Information Engineering (CEIE 2016)*. doi:10.2991/ceie-16.2017.20
- <sup>7</sup> Platonova, A. (2017). Corporate Agents of Responsibility as Way of Social and Economic Welfare. doi:10.15405/epsbs.2017.01.44
- <sup>8</sup> Zhang, N. (2017). Accrual Earnings Management, Social Responsibility and Corporate Performance. *Proceedings of the 2016 7th International Conference on Education, Management, Computer and Medicine (EMCM 2016)*. doi:10.2991/emcm-16.2017.143
- <sup>9</sup> Ruliana, P., & Irwanti, M. (2017). Corporate Social Responsibility and Corporate Communication. *Proceedings of the International Conference on Ethics in Governance (ICONEG 2016)*. doi:10.2991/iconeg-16.2017.8
- <sup>10</sup> Hasan, M. R., Parvin, S., Jahir, M., & Sultana, S. (2017). A Review of the Fundamentals of Corporate Social Responsibility. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 22(01), 40–45. doi:10.9790/0837-2201024045
- <sup>11</sup> Sun, W.-C., Huang, H.-W., Dao, M., & Young, C.-S. (2017). Auditor selection and corporate social responsibility. *Journal of Business Finance & Accounting*. doi:10.1111/jbfa.12260
- <sup>12</sup> Marí Farinós, J. (2017). Sustainability as an object of corporate social responsibility. *VITRUVIO - International Journal of Architectural Technology and Sustainability*, 2(1), 13. doi:10.4995/vitruvio-ijats.2017.7649
- <sup>13</sup> Raj, N. (2017). Corporate Social Responsibility and Management of Environment. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences (ISSN 2455-2267)*, 7(1), 14. doi:10.21013/jmss.v7.n1.p2
- <sup>14</sup> Vijaya, P. (2017). Corporate social responsibility and sustainability in India. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 7(3), 1. doi:10.5958/2249-7137.2017.00023.4
- <sup>15</sup> Chalimatuz, Khusniyah, N., & Ratnawati, K. (2017). THE EFFECT OF GREEN MARKETING THROUGH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASE INTENTION OF THE BODY SHOP CUSTOMERS IN MALANG. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 65(5), 212–222. doi:10.18551/rjoas.2017-05.27
- <sup>16</sup> Polonsky, M. J. (2017). The role of corporate social marketing. *Journal of Social Marketing*, 7(3), 268–279. doi:10.1108/jsocm-11-2016-0066
- <sup>17</sup> Alrubaiee, L. S., Aladwan, S., Abu Joma, M. H., Idris, W. M., & Khater, S. (2017). Relationship between Corporate Social Responsibility and Marketing Performance: The Mediating Effect of Customer Value and Corporate Image. *International Business Research*, 10(2), 104. doi:10.5539/ibr.v10n2p104
- <sup>18</sup> Yeh, Q.-J. (2017). Exploring the Marketing Effect of Corporate Social Responsibility - An Experimental Design Approach. *Advances in Economics and Business*, 5(1), 18–28. doi:10.13189/aeb.2017.050103
- <sup>19</sup> Hendarto, K. A. (2017). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND MARKETING: A LITERATURE REVIEW OF EBSCO DATABASE 2008 - 2010. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 15(1), 60. doi:10.24034/j25485024.y2011.v15.i1.2277
- <sup>20</sup> Dell'Atti, S., Trotta, A., Iannuzzi, A. P., & Demaria, F. (2017). Corporate Social Responsibility Engagement as a Determinant of Bank Reputation: An Empirical Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.1430
- <sup>21</sup> Vallaster, C. (2017). Managing a Company Crisis through Strategic Corporate Social Responsibility: A Practice-Based Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.1424
- <sup>22</sup> Cuadrado-Ballesteros, B., Martínez-Ferrero, J., & García-Sánchez, I. M. (2017). Board Structure to Enhance Social Responsibility Development: A Qualitative Comparative Analysis of US Companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.1425
- <sup>23</sup> Pantani, D., Peltzer, R., Cremonese, M., Robaina, K., Babor, T., & Pinsky, I. (2017). The marketing potential of corporate social responsibility activities: the case of the alcohol industry in Latin America and the Caribbean. *Addiction*, 112, 74–80. doi:10.1111/add.13616
- <sup>24</sup> Kölbl, J. F., Busch, T., & Jancso, L. M. (2017). How Media Coverage of Corporate Social Irresponsibility Increases Financial Risk. *Strategic Management Journal*, 38(11), 2266–2284. doi:10.1002/smj.2647
- <sup>25</sup> Di Benedetto, C. A. (2017). Corporate social responsibility as an emerging business model in fashion marketing. *Journal of Global Fashion Marketing*, 8(4), 251–265. doi:10.1080/20932685.2017.1329023