



إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية- مشترك، 2009

مع تزايد وتعدد أنشطة وفعاليات المؤسسات غير الربحية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي والمجالات التي تغطيها بدءا من جمع التبرعات وتوزيعها على المستفيدين مرورا بالمجال الاجتماعي والتاريخي والثقافي والبيئي. ونتيجة للعثرات التي واجهت وتواجه هذه المؤسسات جاء على الكتاب ليفيد الطلبة والممارسين لتوجيه أنظارهم وبناء استراتيجياتهم على أسس علمية وعملية في تسعة فصول مشددا على أهمية التسويق المعاصر بمكوناته إستراتيجيته .