第一图书网, tushu007.com

<<企业的社会责任>>

图书基本信息

书名：<<企业的社会责任>>

13位ISBN编号：9787111357216

10位ISBN编号：7111357213

出版时间：2011-9

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）菲利普·科特勒（Philip Kotler）

页数：266

译者：南希·李（Nancy Lee）

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

<<企业的社会责任>>

内容概要

亲爱的读者，你在阅读的是一本非同凡响的书。
这本书是现代营销之父菲利普·科特勒先生认为自己最重要的一部著作。
企业都在寻求创新、寻求为消费者创造独特的价值，然而创新之源何在？
在这本书里，科特勒给我们的启发是：以利益相关者为导向，以创造包容性价值为目标的“新型企业社会责任模式”将为企业提供全新的创新视角，从而带来大量的创新机会，为企业的发展带来前所未有的机遇！
《企业的社会责任》正是对这个“新模式“的系统的描述和最佳实践总结。
基于对全球100多家企业的社会责任实践的长期跟踪研究，本书系统总结了：　　如何选择与企业使命和产品协调一致的企业社会责任项目　　如何高效实施企业社会责任的6种工具，　　如何制定企业社会责任项目的计划流程体系　　如何评估企业社会责任项目绩效的方法。

作者简介

菲利普·科特勒　西北大学凯洛格商学院国际营销系杰出教授，约翰逊奖得主，全球首屈一指的营销界权威，他的作品在过去四十年中被世界营销行业奉为圣经。
科特勒先后在芝加哥大学和麻省理工学院获得经济学硕士和博士学位，在世界各国大学荣膺的称号和名誉学位更是数不胜数。
他在国际学术界的影响力非常深远，作品被翻译成二十多种语言出版，至今仍活跃于全球营销行业。
南希?李，社会营销服务公司的总裁，有着超过25年营销从业经验。
她也是华盛顿大学和西雅图大学的兼职教师，讲授营销学。

书籍目录

推荐序前言第1章　至少做些好事的理由第2章　企业的社会活动：做好事的6种选择第3章　企业的公益事业宣传：促进对社会公益事业的了解和关心第4章　公益事业关联营销：基于产品销售为公益事业做贡献第5章　企业的社会营销：支持行为改善运动第6章　企业的慈善行为：对公益事业做出直接的贡献第7章　社区志愿者活动：员工奉献自己的时间和才能第8章　对社会负责的商业实践：支持公益事业的自主商业实践和投资第9章　为企业和公益事业谋取最大利益的25项最佳实践第10章　赢得企业对社会活动资助和支持的一种营销方式：10条建议致谢译者后记

<<企业的社会责任>>

章节摘录

第1章　至少做些好事的理由　　多年以来，社区发展目标一直被看成是独立于商业目标的慈善活动，而不是商业目标的重要组成部分，“做得好”与“做好事”被视为不同的追求。
但是我认为这种情况正在发生改变。
今天出席此次会议的很多组织都日益重视这样一个事实：从一开始就把对社会和环境的关心整合到经营战略中，这能够促成前沿创新和竞争优势。
而且在这个过程中，我们能够加速新鲜的创意、新兴的市场以及新一代员工的开发和培养。
　　——惠普公司首席执行官卡莉·费奥瑞纳（Carly Fiorina）　　在2003年11月12日“面向社会责任的经营”组织的年会是的发言　　这是一本注重实践的书，旨在帮助企业中每天被支持社会公益事业的请求和建议所包围的管理者、执行者及其下属员工，为他们的决策提供指导。
这些请求似乎可以来自任何地方、任何人，可以是出于各种理由：可以来自于非营利组织、公共事业机构、特殊利益群体、供应商、潜在的投资者、股东、政治家，甚至是同事和董事会成员，可以是为了健康、公共安全、教育、社区发展、动物保护、环境改善等各种主题。
而且，要战略性地做出响应的压力似乎越来越大，同时担负经济责任和社会责任、同时为企业和公益事业谋取利益的内外期望也越来越高。
本书还将在活动成果的评价方面提供指导，因为证明有限资源的配置能创造商业和社会价值的压力也同样越来越大。
　　根据对公益事业及对企业的利益，本书区分了6类主要的企业社会活动，提供了该领域内专业人士对每个类别的优缺点的看法。
这些活动既有与营销相关的（也就是公益事业宣传、公益事业关联营销和企业的社会营销），也有超出营销部门通常职能之外的（也就是员工志愿者活动以及对社会负责的商业实践）。
对企业来说，关键是要做到：为了从企业能从事的各种潜在的社会公益事业中做出选择，企业要彻底了解推荐采纳的最佳实践；要选定一种将同时为企业以及社会公益事业谋取最大利益的社会活动；要制订并实施成功的活动计划；要评价活动的成果。
本书的一个基本假定是：大多数的营利性企业至少会在某个时候、出于某种原因做些好事。
　　本章要以少数定义为后续章节的进一步讨论打下基础，要强调支持企业日益关注社会责任假定的趋势和统计数据，要描述各种被专家认为可以推动这些趋势的感知因素，要总结那些试图尽力做好事的企业当前面对的挑战和责难。
　　……

媒体关注与评论

对于渴望从公益事业投资中获取最显著成果的营销人和管理者来说，《企业的社会责任:通过公益事业拓展更多的商业机会》是一本必读书。
我们应该支持哪些社会公益事业？
哪些慈善机构将成为我们牢固的合作伙伴？
我们应该发展哪些半为企业以及公益事业谋取最大利益的社会活动？
我们是要仅仅开一张支票吗？
要把社会信息结合到我们的广告宣传中吗？
我们要怎样把一项新的社会活动整合到当前的战略中？
为一个更美好的世界而营销〈人们常常问为什么美国运通在世界各地支持这么多的慈善组织，答案很简单……我们在社区的幸福和安宁中享有既得利益……我们的慈善活动已经为我们的品牌增添了耀眼的光彩。
——美国运通基金会总裁　玛丽·贝丝·萨勒诺　从一开始就把对社会和环境的关心整合到经营战略中，这能够促成前沿创新和竞争优势。
而且在这个过程中，我们能够加速新鲜的创意、新兴的市场以及新一代员工的开发和培养。
——前惠普公司首席执行官　卡莉·费奥瑞纳　建立像“佳洁士健康的微笑2010”这样公私合作的伙伴关系，能够促进我们国家在口腔健康方面的和为改善。
这些集体的努力能够帮助我们教育公众以及口腔护理的专业人员……　——前美国公共卫生部长　戴维·萨切尔博士　“你们的广告令人讨厌……我们宁可睡在水泥地上也不买你们的床垫。
但最终我们还是来了，因为你们在社区中发挥了很大的作用；我们还成为了你们的顾客，因为我们在你们的商店里享受到了一流的服务。
”　——写给美国睡眠之乡公司首席执行官　桑尼·科比·库克的意见卡

编辑推荐

我心中伟大的企业是那些致力于挣钱并解决社会问题的企业——菲利普·科特勒　　对于渴望从公益事业投资中获取最显著成果的营销人和管理者来说，这是一本必读书。

同名英文原版书火热销售中：Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com