

<<企业声誉内部管理>>

图书基本信息

书名：<<企业声誉内部管理>>

13位ISBN编号：9787514114867

10位ISBN编号：7514114866

出版时间：2012-3

出版时间：经济科学出版社

作者：和芸琴

页数：208

字数：210000

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>

<<企业声誉内部管理>>

内容概要

本书将为您提供声誉管理的新视角——企业声誉的内部管理，这是企业声誉管理的根基与保障。成功且有效的声誉管理不能只强调公关、品牌塑造、慈善捐助等外部管理手段；还应强化企业声誉的内部管理，夯实企业声誉坚实的内部基础，真正提升声誉管理对企业的商业价值。据此，本书从规范分析到实践案例的融入，从理论解释到管理模型的构建，从管理维度分析到管理体系的创建与维护，多维架构起企业声誉形成与维护的内部平台，帮助企业从容应对企业发展进程中的各项危及企业声誉的问题与挑战，形成并不断累积企业发展所需的声誉资本，在市场中赢得持续竞争优势。

<<企业声誉内部管理>>

作者简介

和芸琴，管理学博士，现为山西大学经济与工商管理学院教师，主要从事企业战略与文化、产业结构与政策等方面的研究。

近年来参与国家自然科学基金项目、国家社科青年基金项目、山西省软科学、山西省发展和改革委员会课题及其他企事业单位的横向课题20多项，主持山西省社科联、企事业单位横向委托及山西大学科研基金人文社科等项目。

在国内核心期刊发表《员工、内部沟通与企业声誉》、《企业战略对企业声誉影响的分析》、《企业内部信任管理》等多篇学术论文；出版著作《企业文化》（主编）等，并参与编写《山西蓝皮书——山西资源型经济转型发展报告》、《战略管理》等。

<<企业声誉内部管理>>

书籍目录

- 1 绪论
 - 1.1问题的提出
 - 1.1.1选题背景
 - 1.1.2研究目的
 - 1.1.3选题的理论意义与实践意义
 - 1.2国内外相关文献研究综述
 - 1.2.1企业声誉的相关述评
 - 1.2.2企业声誉测评与管理模型的相关述评
 - 1.2.3企业声誉内部管理的相关述评
 - 1.3研究方法和思路
 - 1.3.1研究方法
 - 1.3.2研究思路
 - 1.4研究内容和关键问题
 - 1.4.1研究内容
 - 1.4.2研究难点
 - 1.4.3预期创新之处
- 2 企业声誉内部管理的界定
 - 2.1企业声誉内部管理的理论解释
 - 2.1.1企业资源基础论的解释
 - 2.1.2利益相关者理论解释
 - 2.1.3社会认知理论解释
 - 2.1.4社会资本理论解释
 - 2.1.5理论解释总结
 - 2.2企业声誉内部管理的内涵
 - 2.2.1企业声誉内部管理的含义
 - 2.2.2企业声誉内部管理的特性
 - 2.3企业声誉内部管理的重要性
 - 2.3.1创造企业价值
 - 2.3.2奠定外部管理的基础
 - 2.3.3平抑企业危机
 - 2.4小结
- 3 企业声誉内部管理模型的构建
 - 3.1企业声誉内部管理的本质
 - 3.1.1企业声誉本质的思考
 - 3.1.2企业声誉内部管理的本质意义
 - 3.2影响企业声誉内部管理的要素
 - 3.3企业声誉内部管理模型
 - 3.4小结
- 4 企业声誉内部管理：股东维度
 - 4.1股东个体层面分析
 - 4.1.1股东与企业声誉的关系
 - 4.1.2股东参与企业声誉内部管理的方式
 - 4.2董事会治理分析
 - 4.2.1董事会治理的内涵
 - 4.2.2董事会与企业声誉的关系?

<<企业声誉内部管理>>

- 4.2.3企业声誉内部管理中的董事会治理
 - 4.3小结
 - 5 企业声誉内部管理：管理者维度
 - 5.1管理者个体层面分析
 - 5.1.1管理者个人特征与企业声誉的关系
 - 5.1.2管理者参与企业声誉内部管理的方式
 - 5.2企业决策分析
 - 5.2.1企业决策与企业声誉的关系
 - 5.2.2企业声誉内部管理中的决策过程
 - 5.3企业战略与企业声誉的关系
 - 5.3.2企业战略与企业声誉的关系
 - 5.3.3企业声誉内部管理中的内部利益相关者的
 - 6 企业声誉内部管理：员工维度
 - 6.1员工与企业声誉的关系
 - 6.1.1员工与企业声誉的关系
 - 6.1.2企业声誉内部管理中的员工管理
 - 6.2内部沟通的内涵
 - 6.2.1内部沟通的内涵
 - 6.2.2内部沟通与企业声誉的关系
 - 6.2.3企业声誉内部管理中的内部沟通体系的构建
 - 6.3小结
 - 7 企业声誉内部管理：组织维度
 - 7.1组织结构分析
 - 7.1.1企业组织结构的内涵
 - 7.1.2企业组织结构与企业声誉的关系
 - 7.2企业文化分析
 - 7.2.1企业文化的内涵
 - 7.2.2企业文化与企业声誉内部管理的关系
 - 7.2.3企业声誉内部管理中信任文化的培养
 - 7.3小结
 - 8 企业声誉内部管理的调查分析与对策建议
 - 8.1问卷调查的设计
 - 8.1.1调查的目的
 - 8.1.2调查问卷设计
 - 8.1.3样本的选择与问卷回收
 - 8.2问卷调查结果分析
 - 8.2.1实证研究样本数据分析
 - 8.2.2问卷结果分析
 - 8.2.3问卷分析小结
 - 8.3企业声誉内部管理的对策建议
 - 8.3.1企业声誉日常内部管理的对策建议
 - 8.3.2企业声誉危机内部管理的对策建议
 - 8.4小结
 - 9 结论与研究展望
 - 9.1主要结论
 - 9.2主要创新点
 - 9.3研究的局限性及展望
- 附录 企业声誉内部管理调查问卷
- 参考文献

<<企业声誉内部管理>>

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>