

<<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：9787302229919

10位ISBN编号：7302229910

出版时间：2010-9

出版时间：清华大学出版社

作者：范红 编

页数：266

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

企业的社会责任已经成为一个热门词汇，它不仅包括捐款和慈善事业，更应结合企业的商业目标建立起有效统一的公司治理理念，并在企业内部建立完善的企业社会责任体系。

本书集国内外学者、企业领导、政府官员、非政府组织的观点于一身，汇集了该领域的诸多前沿研究成果，为读者提供国际化的视野，全面了解企业社会责任的内涵。

<<企业的社会责任>>

书籍目录

第一篇 概览 企业社会责任“三因三色三力”理论 企业社会责任及其承担 日本企业CSR概括及启示 从社会成员身份看企业伦理责任 企业社会责任感——从利益相关者的角度来看 基于社会责任的企业公关策略 第二篇 案例分析 国际案例：大众汽车 国际案例：奥迪 国际案例：中外运敦豪 中国案例：李宁 中国案例：东方航空 中国案例：四川宏达 第三篇 首届“清华·罗德企业社会责任论坛”品牌塑造，中国的路还很长 企业的社会贡献以及CSR项目的目标 中国企业社会责任的特点以及政府应当发挥的功能 消费者的利益是第一位的 让企业成为真正的社会行为者 政府应该如何推动企业履行社会责任？

政府与非政府之间的组织 用管理企业的方式来管理企业社会责任项目 “宏则龙腾沧海，达则兼济天下” 选择能够发挥最大贡献的项目来做企业社会责任 从好的企业到伟大的企业 谈CSR的特色以及中国特色的CSR 国企比民企承担更大的社会责任 国家发改委社会责任实践初体验 CSR项目不仅要去做，还要说 制定CSR战略是做企业的关键 第四篇 中国特色的企业社会责任观点与实践 政府的声音 民营企业如何更好地承担社会责任 非政府组织的声音 新形势下的消费与责任 学者的声音 低碳经济潮流中的企业社会责任 媒体社会责任与和谐世界 企业/行业的声音 节能减排，企业有责 支持教育，回报社会 制定CSR管理体系，实现行业自我约束 第五篇 企业社会责任指数研究报告 CSR指数媒体发布会上的讲话 快速消费品企业社会责任(CSR)指数研究报告 汽车企业社会责任(CSR)指数研究报告

<<企业的社会责任>>

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>