第一图书网, tushu007.com

<<环境保护主义与企业新逻辑>>

图书基本信息

书名：<<环境保护主义与企业新逻辑>>

13位ISBN编号：9787504546456

10位ISBN编号：7504546453

出版时间：2004-12

出版时间：第1版 (2004年1月1日)

作者：爱德华·弗里曼 (Edward Freeman)

页数：94

字数：81000

译者：苏勇

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

内容概要

《环境保护主义与企业新逻辑》以三位不同背景的人之间的谈话为形式展开：第一位是对企业有兴趣的哲学家；第二位是宗教学者同时也是一位环境保护主义者；第三位是管理学院学生，后来成为一位环境问题专家。
谈话由目前大家仍旧认同的几条信念开始。
首先，大多数的环境保护论者与环境主义的讨论话题，都不看好企业在保护环境中能够发挥的作用。
第二，企业与伦理相随而行。
第三，我们完全可以想出一些办法，通过这些办法来防止诸如生产消费之类的经济活动对环境造成的污染，我们的企业会因而带上绿色的标记。

书籍目录

第1章 前人栽树，后人乘凉——一种新的方法　今天企业领导者面临的挑战　环境：无所不在　环保的障碍　常规思维定式　成本-效益思维定式　限制因素思维定式　可持续发展思维定式　环境盲思维定式　子孙的未来：一个赌注　企业的基础：你代表什么　绿色的层面　了解环境保护主义　本书的计划　摘要第2章 环保主义者与企业新逻辑　企业新逻辑　环境保护主义者的角色　利益领域的需求　老故事：牛仔资本主义　新故事：以价值为基准的资本主义　走向战略新框架　企业战略　企业战略与商业成功　建立与维持企业战略　建立环保企业战略：原则与绿色价值　三个原则　宣告绿色价值　企业战略与创新思维　结论第3章 四种绿色的层面　介绍　轻微的绿色或是合法的绿色　更好，更快，更便宜　影响法规制定的过程　法律的精神与条文　轻微绿色的价值与实现流程　市场绿色　回应顾客的需求　超前行动：引领消费者偏好　基于环保的营销　绿色营销　市场绿色价值与实现流程　利益相关者的绿色　协调利益相关者的关系　自愿遵守　与利益相关者的沟通　利益相关者的绿色价值与实现流程　环境是一个利益相关者吗　深层的绿色　可持续性发展与深度生态学　麦道的原则　深层的绿色价值与实现流程　哲学性思考与企业价值第4章 了解环境保护主义　介绍　保护主义论　社会正义论　深度生态系统论　总结第5章 一种改变的计划　介绍　企业的新逻辑与变革计划　环境保护与质量控制　绿色的层面与领导转变性的变革　为我们的孩子转变思想：对于未来的一些推测　为了我们的孩子，赌注下在哪边　空间群落的博弈　基因组的博弈　一些结论　环保中的社会角色　环保中的企业角色　环保中的个人角色

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