

图书基本信息

书名：<<企业社会责任报告的编制、发布与实施>>

13位ISBN编号：9787509608357

10位ISBN编号：750960835X

出版时间：2010-2

出版时间：经济管理出版社

作者：刘光明

页数：172

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>

前言

“企业社会责任”已成为一场全球范围的社会运动，越来越多的公司在发布自己的企业社会责任报告，借以证明自己在企业社会责任领域所做的工作、所取得的成就。但由于是“自我评价”，企业往往不能十分客观地对自己企业社会责任领域的工作做出评估，所以第三方对公司进行企业社会责任报告的编制、发布与评估更为客观。

笔者近年来带领自己的专家团队就企业社会责任报告的编制、发布与评估进行了系统的研究。这个专家团队包括中央财经大学的研究生姜味、李浩源，杭州市社会科学院院长史及伟博士，金誉（河南）包装有限公司董事长李中灵博士，英国牛津大学刘坚博士，曼彻斯特大学程扬清博士，韩国成均馆大学李浩载博士，美国管理技术大学张帆博士，普林斯顿大学黄智美博士、黄克凌博士、胡宝玉博士，中国社会科学院世界经济与政治研究所鄱润昌教授，中国社会科学院邹宏伟博士。

本书最后由笔者与姜味、刘坚进行统稿。

在进行本课题的研究过程中，得到了杭州西子联合控股公司王水福董事长、青岛港常德传董事长以及中国农业发展银行陈武等朋友的大力支持，在此一并表示诚挚的谢意！

内容概要

“企业社会责任”已成为一场全球范围的社会运动，越来越多的公司在发布自己的企业社会责任报告，借以证明自己在企业社会责任领域所做的工作、所取得的成就。但由于是“自我评价”，企业往往不能十分客观地对自己企业社会责任领域的工作做出评估，所以第三方对公司进行企业社会责任报告的编制、发布与评估更为客观。

作者简介

刘光明，浙江杭州人。

1995年获中国人民大学博士学位，中国社会科学院第一届博士后。

中国社会科学院工业经济研究所教授、研究员。

现主要从事企业管理、企业信用、企业文化、企业形象、企业经营战略、品牌战略、市场营销等方面的研究。

2008年为青岛港、西子联合控股公司实施的企业社会责任报告获联合国企业社会责任委员会学术委员会优秀研究报告一等奖。

曾到中南海为党和国家领导人讲过企业文化和企业管理的课程。

在布拉格第10届国际企业文化、企业形象年会上获CI导入创新一等奖。

中华人民共和国民政部紧急救援中心专家委员会首席专家。

出版的主要著作有：中国社会科学院研究生院教材《企业文化》、《企业文化案例》、《中外企业文化案例》、《现代企业家与企业文化》、《企业形象导入》、《经济活动伦理研究》、《新商业伦理学》、《诚信——企业品格的力量》、《企业信用》、《伦理、文化、业绩等多重视角的研究》等，其中多部著作被翻译成英、法、日、韩文作为国外著名大学管理学教材。

被美国芝加哥大学聘为伦理管理学教授，被韩国成均馆大学、英国曼彻斯特大学聘为管理学特聘教授、博士生导师。

出版的译著有：《海豚式动力营销》、《企业文化世界名著解读》等多部著作。

由中央电视台2套摄制、中国科学文化音像出版社出版的、由刘光明主讲的8小时光盘《如何创建自己的企业文化》在同类题材光盘销售排行榜上排名第一。

兼任国际企业文化及企业形象研究会（柏林）常务理事、中国企业形象策划委员会企业文化中心主任、中国书画家协会常务理事。

出版有关企业管理、企业文化、中国书画研究、书画欣赏与鉴定的个人专著30余部及论文300余篇。

书籍目录

第一章 企业社会责任概述 第一节 企业社会责任的内涵 一、企业社会责任概念的起源与发展 二、企业社会责任分类及其主要内容 三、全球企业社会责任运动的发展 四、我国企业社会责任的发展现状 第二节 承担社会责任是企业发展的必然选择 一、企业社会责任产生的一般规律 二、我国企业建立社会责任制度的意义 三、企业履行社会责任与企业自身的矛盾性问题 第三节 企业社会责任的本质与特点 一、企业社会责任的本质 二、企业社会责任的特点 三、社会义务、社会响应与社会责任第二章 企业社会责任管理 第一节 企业社会责任管理体系 一、企业社会责任管理的原则 二、企业社会责任战略 三、企业社会责任管理体系 第二节 企业社会责任标准 一、企业社会责任标准的一般概述 二、企业社会责任标准对我国企业的影响 三、我国企业社会责任标准的“本土化”问题 第三节 企业社会责任机制 一、国外企业社会责任机制情况简介 二、企业社会责任的监督机制 三、企业社会责任报告机制第三章 企业社会责任报告概述 第一节 企业社会责任报告的由来 一、企业社会责任报告的萌芽：雇员报告 二、企业社会责任报告的兴起：环境报告和社会报告 三、企业社会责任报告的发展：环境健康安全报告 四、社会责任报告趋于成熟：从单项到综合 第二节 企业社会责任报告的作用与意义第四章 企业社会责任报告的国际动态 第一节 全球契约与企业社会责任报告的发展 一、联合国全球契约组织简介 二、企业社会责任报告的发展 第二节 企业社会责任报告的国际化发展趋势及挑战 一、企业社会责任报告全球发展概述 二、企业社会责任报告的国际化发展趋势及挑战 第三节 中国企业社会责任报告的现状与发展趋势 一、中国企业社会责任报告现状 二、中国企业社会责任报告的发展特点 三、对我国企业社会责任报告发展的思考第五章 企业社会责任报告的编制与发布第六章 社会责任报告的评价第七章 社会责任报告发布案例——西子联合控股公司

章节摘录

6. 与国际接轨的原则 倡导企业社会责任已经是当今世界经济社会发展的潮流。

企业社会责任作为一种先进的理念,已被联合国、国际劳工组织、经济合作与发展组织等主要国际机构接受并积极倡导,成为当今国际社会的主流意识。

发达国家的企业发展经营战略的指导,正由过去的以企业为中心转变为以社会为中心,并赋予利益追求更丰富的社会内涵,这将是世界优秀企业发展的必然潮流和发展趋势。

我国的对外开放政策也适应了这种全球经济发展的趋势,尤其加入WTO使我国企业有更多的机会接触国际市场,接触以跨国公司为代表的国外企业,在竞争中求生存、求发展,这对我国企业既是机遇又是挑战。

我国企业要参与国际竞争,分享经济全球化带来的快乐,必须履行社会责任,与国际规则、惯例全面接轨。

因此,要提高我国企业社会责任管理的国际化水平,必须坚持与国际接轨的原则。

二、企业社会责任战略 企业战略是指,企业为适应未来环境的变化,对企业发展过程中的重大问题进行的全局性、长远性、纲领性的谋划和决策。

战略表示了总体的方向、重点的布置以及资源的安排。

它并不试图确切地概括企业如何去具体实现目标,因为这是由许多主要的、次要的辅助计划来说明。

但是战略对于引导企业的思想和行动来说是个十分有用的框架。

企业社会责任战略是企业总体发展战略的一部分,同时要把社会责任理念灌输到企业总体发展战略中,使之成为制定企业发展战略的基本指导思想。

企业社会责任战略是指,企业为了提升社会责任工作的重要地位,推动社会责任的有效履行和全面发展,对企业社会责任目标、重点及其执行等进行的全局性、长远性和纲领性的谋划和决策。

1. 企业社会责任战略制定的原则 (1) 有区别的原则。

企业社会责任战略是每一个企业社会责任管理工作中一项重要的设计内容。

但由于每一个企业的业务、规模、资源、文化等要素是存在差别的、具有一定特点的.这就决定了每个企业的社会责任战略应该是有区别的。

没有区别,就没有比较;没有比较,就没有特色。

而缺乏特色的社会责任战略是一种缺乏创新的战略,一种可能缺乏战略的持久性和竞争性。

因此,坚持社会责任战略制定的区别性是重要的。

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>