

企业的社会责任



[企业的社会责任 下载链接1](#)

著者:[美] 菲利普·科特勒

出版者:机械工业出版社

出版时间:2011-9

装帧:

isbn:9787111357216

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！

本书正是对这个“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。

作者介绍:

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。

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 /
- · · · · (收起)

[企业的社会责任_下载链接1](#)

标签

CSR

社会责任

公益营销

菲利浦科特勒

管理

科特勒

2012

营销

评论

很好的工具书，不用精读，要不会睡着的。

#微书评#为什么一些公司热衷于提倡自己的社会责任，而且在效益上却没有什么成就，反而在做违背企业社会责任的？营销大师科特勒在本书中提出了，企业社会责任应当与经营活动挂钩，才能更好地为社会做贡献，为此本书中，提出了社会营销的6个活动，并且分析了他们的优劣之处。本书值得一荐！@华章经管

“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”封面上印着作者的名言。还有《营销革命3.0》前传的字样。不过从内容上感觉挺一般，可能跟翻译的粗糙有关。以美国及一些国际企业为案例，按照6类活动展开叙述，一些表格画得不错。华盛顿互惠银行、戴尔公司和麦当劳是三个引导性案例，后面又对公益事业宣传、公益事业关联营销、企业的社会营销、企业的慈善活动、社区志愿者活动、对社会负责的商业实践分六章分别举例说明。最后提出了25项为企业公益事业谋取最大利益的最佳实践和10条建议。全书写得中规中矩，没有激情，没有深度。唯一可取的是案例，但对案例的叙述也很古板，不过仍不失为一本挺好的教学参考书。很怀疑这本书根本不是菲利普·科特勒写的，而是那个南希·李写的，但为了抓眼球用了老菲的名头。

分类还蛮好，只是我常常分不太清那些类别

CSR必读，可惜很多做CSR和NGO的人都不了解

能引人思考的就是好的。

基于企业营销层面的6个维度，社区责任+商业实践是新，其他都是废话，3页纸就好了，没必要写本书。

粗读~

★★★★☆

通过公益活动建设公司品牌市场

偏重公益社区责任，案例值得借鉴

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！

[企业的社会责任_下载链接1](#)

书评

企业存在的目的究竟是什么？利润最大化还是社会责任？如果不这个当成是两难的问题，那么就会陷入两难的窘境；但实际上，这完全可以成为一个硬币的两个面。对于一个能够长期生存在自由竞争的市场中的企业来说，它必须既是可以创造利润的，同时也是必须能够带来社会责任的。 ...

企业存在的价值是什么？它又为什么能持续存在下去？是每个企业家每天面临并且要回答的问题。头脑简单的会说：“存在就是为了给我这个老板赚钱！持续存在的理由就是

为了连续不断地给我赚钱！”（虽然我认为没有真正头脑简单的老板，但确实有人提出过类似的答案） 回答开始的两...

经济快速发展的同时，生态资源的破坏、社会问题的愈加严重下，管理学家和经济学家在企业的目的上有不同的认识。德鲁克一生以社会生态学家的身份自居，在他认为企业是组织的器官，理应为社会做贡献，“企业存在的目的不能从自身寻找，只能从外部，从对社会的贡献中寻找，从客户...

能赚钱的企业，是成功的企业，但仅仅限于
业务上的成功，公益做得好，用心去做的企业，是伟大的企业，你觉得呢？
.....

[企业的社会责任 下载链接1](#)