第一图书网, tushu007.com

<<危机公关>>

图书基本信息

书名：<<危机公关>>

13位ISBN编号：9787513005937

10位ISBN编号：7513005931

出版时间：2011-8

出版时间：知识产权出版社

作者：李明

页数：154

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

我们无法预测未来，但有一点确定无疑：危机的幽灵将会永远徘徊在世界的上空。

对数万起企业危机事件的研究表明，大部分危机都是由管理层的决策失误造成的，他们要负78%的直接或间接责任。

其实，在危机发生之前，“引子”早就埋下，遗憾的是，在危机“爆炸”之前，大多数人对此未能预知。
在“引子”的背后，还隐藏着“引子
”的“引子”，它更加隐蔽，然而在李明所著的《危机公关(企业危机公关中人文精神的探寻与重建)》中，它终将无所遁形。

《危机公关(企业危机公关中人文精神的探寻与重建)》试图寻找医治的良方，寻找打开危机门的金钥匙……

作者简介

李明(Stephen Lee)，1972年生于湖北，2003年从复旦大学研究生毕业，获博士学位。
后进入大学任教，从事公共关系学的教学和研究工作并在公司担任高级顾问，提供公共关系方面的战略决策。

自2006年起，作为上海市教委危机公关领域课题的负责人，开始从人文与社会科学融合的新视点，进行危机公关课题的研究。
期间在复旦大学新闻学院访学一年，进行危机公关方面的研究工作。
本书就是根据这几年的研究成果所著。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

1.绪论
 1.1 危机公关
  1.1.1 关系与公共关系
  1.1.2 危机与危机公关
 1.2 公共关系危机对公众的影响
  1.2.1 不同视角看公关危机对公众的影响
  1.2.2 对顾客的影响
 1.3 危机公关研究与人文精神
  1.3.1 危机公关研究
  1.3.2 人文精神
  1.3.3 关于人文精神的具体探讨
  1.3.4 人文精神的当代背景
2.“引子”研究——危机之前
 2.1 蝴蝶效应
 2.2 海恩法则
 2.3 质量互变规律
 2.4 “引子”的“引子”
3.现状研究——危机时代
 3.1 管理层与危机
 3.2 人文精神的失落
 3.3 人文精神的火种
4.求解——破解危机之源
 4.1 人文精神的失落与危机的发生
  4.1.1 相关性分析
  4.1.2 心灵和行为的反作用力
 4.2 重建人文精神
  4.2.1 重建人文精神的理由
  4.2.2 重建人文精神与信任问题
5.重建人文精神——解题的方案
 5.1 重建的主体——谁来重建
 5.2 重建的材料——用什么来重建
 5.3 重建的方案——怎么样重建
6.结语
参考文献
后记

章节摘录

人文精神是一个外来词，它与人文主义、人本主义、人道主义，都对应着同一个英文humanism，拉丁文为humanismus。
这个词的词根，就是一个“人”字。
据王太庆先生的看法，这个词翻译成中文，如果直译为“人的主义”，不符合汉语习惯，就需要在中间加一个字“人*-主义”，于是便有了人文精神、人文主义等不同的说法。
在具体含义上，也有着一些差别。
在使用“人文精神”一词时，有学者强调其终极关怀的核心地位，我们可以称为终极关怀导向；有学者强调其中国或西方文化精神的传承，可称为文化导向；有学者强调其内涵以社会主义精神文明为主，可称为精神文明导向；有学者强调其道德品质上的要求，如崇高精神，可称为道德导向；有学者强调其对理性的科学精神的坚守，可称为理性导向；有学者强调其对于制度法律的公平和正义的贯彻，可称为公正导向；如此等等。
上述对“人文精神”不同导向的阐述，强调人文精神的“人”这个核心的不同层面和部分。
人文精神最核心的东西是强调“人”，人是立体多维的存在，所以也就不难理解，人文精神会表现出方方面面不同层次的诸多内涵，但回到其核心，人才是第一位的。
终极关怀、文化传承、精神文明、道德、科学和理性、公平和正义等，都是在强调“人”的核心价值的基础上，呈现出的有所侧重的不同方面和层次的导向。
对于人文精神的捍卫者来说，诸如道德、科学、艺术、经济、政治、法律和宗教等，都是服务于人的，他们服务于对人的关怀，对人的尊严、价值、命运的维护与关切。
人文精神的核心是“人”，以人为本，关心人，爱护人，尊重人。
……

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