

<<社区形象设计>>

图书基本信息

书名：<<社区形象设计>>

13位ISBN编号：9787802070318

10位ISBN编号：7802070317

出版时间：2004-11-1

出版时间：经济管理出版社

作者：曹随

页数：243

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>

<<社区形象设计>>

前言

北京市社会科学院·奥组委联合设立的《通向2008年的北京形象工程》课题是一个持续研究到2008年的大课题。

此课题向国际奥委会宣示：北京奥组委与社科界一直在研究2008年的奥运会。

课题本身就是人文奥运形象的组成要素。

在城市建设形象研究上，课题组出版了专著《城市形象细分》。

城市建设理论有三大分支，即“规划理论”、“功能理论”、“一般理论（形象理论）”。

《城市形象细分》专著创新和完善了“一般理论”。

在社区形象研究上，以亚运村安慧里社区为试点，创造了中国第一个开展社区形象设计的社区。民政部基层政权和社区建设司司长张明亮同志读了《安慧里社区形象手册》之后，专门写了一篇文章《中国社区建设的创新》，他说：“把企业形象设计与形象管理理念和模式引入社区建设和管理。在全国开创了社区形象设计先河”。

这“是我国社区建设事业中的又一创举”，“是我国现代化文明社区发展的新探索。

这些创新反映了我国社区建设与国际接轨，与时代同步发展的强烈意识-也标志着我国社区建设开始走向规范科学化发展的新阶段”。

“把社区建设方方面面的工作统一到形象建设这一中心上来，具有十分重要的意义”。

“为我国社区建设实践提供了创新的思路。

”“将这一技术（企业形象设计）引入社区，就是把社区全体成员看做一个团队，以提升社区价值为目标、以打造社区品牌为手段、以弘扬社区文化为中心建立全新的社区发展理念。

引入全新的社区发展模式，完成社区建设从粗放到集中，从传统到现代，从无序到规范的重要跨越。

”民政部领导认为“在这一方向上值得长期研究和探索”。

2004年6月9日，在迎奥运圣火时刻，课题组又实现了社区形象研究理论和实践的新跨越——完成了安苑里奥林匹克体育型品牌社区模式的设计。

<<社区形象设计>>

内容概要

《社区形象设计》既具有很高的理论创新价值，又具有很强的实用操作性，是一部难得的好书，《社区形象设计》面向各级政府机关的党政领导干部.市、区文明办区街办；街道社区办，社区党委和居委会，街道和社区的服务中心与活动中心。

承担行政管理教学任务的大专院校、党校、干校教师与学生，从事社区研究的科研人员，从事形象设计的专业人员等，读者面十分广泛。

《社区形象设计》也是一门创新的课程，适用于教学。

<<社区形象设计>>

作者简介

曹随，北京市社会科学院创业研究中心主任、研究员、社科院、奥组委《通向2008年的北京形象工程》课题组组长，北京市依治市专家顾问，北京市工商业联合会经济技术委员会委员。

曹随曾作企业管理工作，而后从教，评为市级先是教师，最后转入科研。

主要成果有《城市形象细分》、《政府机关形象设计与形象管理》、《中国大众创业学》、《作业管理技术》、《实用财务管理》、《经营之道》等十几部专著及数十篇论文和研究报告。

他创造性地将研究企业管理和企业形象的理论和方法运用于城市形象、政府形象和社区形象设计。

<<社区形象设计>>

书籍目录

第一章 社区形象设计导论第一节 社区的特征与发展一、社区概念的认识二、社区构成的要素三、社区的功能四、中国社区发展阶段第二节 社区形象设计的实践与价值一、社区形象设计的实践二、社区形象设计的内容三、社区形象设计的价值第二章 社区实态调查与分析第一节 社区实态调查的模式化一、社区主体调查模板二、社区事物调查模板三、社区问卷调查模板第二节 社区实态分析报告案例一、基本形势分析二、社区形象问题及解决措施三、社区资源特色的认定第三章 社区形象定位第一节 社区形象定位方法一、社区形象定位的基本问题二、社区资源条件分析三、把握地区发展趋势四、特色定位的多样性与统一性第二节 社区形象定位模式一、社区主体形象定位二、社区品牌形象定位三、社区形象定位的二元性第四章 社区理念设计第一节 社区理念设计原则一、系统性原则二、多元性原则三、有机性原则四、政策性原则五、人性化原则六、个性化原则七、实用性原则八、现代化原则九、规律性原则十、精辟性原则十一、展开性原则第二节 社区理念释义方式一、社区理念二、社区党委理念三、社区居委会理念四、社区服务中心理念五、社区活动中心理念六、社区家庭理念七、社区居民理念八、社区社团理念九、社区志愿者理念十、社区服务实体理念十一、社区共建单位理念十二、社区驻区公务员理念第五章 社区行为设计第一节 社区行为设计方法一、社区行为设计要素二、社区行为设计原则三、社区行为设计类型第二节 社区行为设计案例一、安慧里社区行为准则二、安慧里社区党委行为准则三、安慧里社区居委会行为准则四、安慧里社区服务中心行为准则五、安慧里社区活动中心行为准则六、安慧里社区家庭行为准则七、安慧里社区居民行为准则八、安慧里社区社团行为准则九、安慧里社区志愿者行为准则十、安慧里社区服务实体行为准则十一、安慧里社区共建单位行为准则十二、安慧里社区驻区公务员行为准则第六章 社区制度设计第一节 社区党团组织制度一、社区党组织责任制度二、社区党团组织管理制度三、社区党组织工作制度第二节 社区自治组织制度一、社区自治制度二、社区自治组织责任制度三、社区自治组织管理制度第三节 社区服务组织制度一、热线服务制度二、小时工管理制度三、托老工作管理制度第七章 社区形象指标体系第一节 社区形象指标的特点与效用一、社区形象指标特征二、社区形象指标的设计基础三、社区形象指标体系的功能第二节 社区形象指标体系构成一、社区组织形象指标体系二、社区环境形象指标体系三、社区安全形象指标体系四、社区医疗保健形象指标体系五、社区卫生防疫形象指标体系六、社区服务形象指标体系七、社区教育形象指标体系八、社区文化形象指标体系九、社区体育形象指标体系十、社区应急形象指标体系十一、社区经济形象指标体系十二、社区信息管理形象指标体系十三、社区共建形象指标体系...第八章 社区识别系统第九章 社区形象建设规划附录 居民理念与行为手册参考文献

<<社区形象设计>>

章节摘录

人及其相互关系是社会的本质，因此社区是由人及其相互关系构成的。

但是社区小于社会，社区是社会的组成部分，是社会的要素、单元。

从这个意义上说，城市的社区与乡间的村落没有本质区别，二者都是由人及其相互关系构成的，都是社会的组成部分。

社区是一个空间概念。

社区是拥有一定具体空间的小社会，是居住在一定空间的群体。

社区空间小于社会空间，是社会空间的组成部分。

社会空间是相对于自然空间而言的。

社区空间和社会空间都具有相对性，一个城市是一个社会，一个国家也是一个社会，全人类也是一个社会；一个小区是一个社区，一个街道是一个社区；从全球来看，一个国家也是一个社区。

因此，社区空间的划分具有自由度。

英国社会学家麦基文在《社区》一书中指出：“说到社区，我意指任何共同生活的区域：村庄、城镇，或地区、国家，甚至更大的区域。

”“一个社区是一个更大社区的组成部分，所有社区只是一个程度问题。

”社区是一个组织概念。

生活在一定空间的群体不是一盘散沙，而是有组织的。

虽然住在一个空间，但是全然处于无组织状态的人群构不成社区，那应当叫“客店”。

人类社会的组织分为五类，即政治组织，如政党军队；行政组织，即政府机关；经济组织，即以营利为目的的企业；非营利组织，如学校等；社会组织，即社区和村落。

社区属于非营利组织，但是非营利组织绝不全是社区，社区与各种非营利组织有本质区别，社区本质在于组织的社会性和空间性。

社区不可能变换空间，社区组织的本质特征是在各类组织的比较中展现的，社区不是政治组织、行政组织、经济组织，而是社会组织。

社区是一个生活概念。

社区以市民生活为本义，有别于工业区、商业区、旅游区、校园区、办公区。

一个社区空间内可能有工业、商业、旅游业、教育区和办公区，但是社区以生活为本，办公区等以效率或效益为本。

社区的划分是以生活为标志的。

社区是一个文化概念。

各国各国的文化，各地有各地的文化，各城有各城的文化，各区有各区文化，同样，各社区有各社区的文化。

人以群分，人也以类居。

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>