

<<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>

<<危机公关>>

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.....

<<危机公关>>

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。

<<危机公关>>

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。

.....

<<危机公关>>

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>