

企業力は「広報」で決まる

戦略的広報と危機管理コミュニケーション

佐久間 健 (コミュニケーション戦略研究所代表) 著

A 5判ソフトカバー 240頁 定価 (本体 2,300円+税) ISBN978-4-8295-0554-0

著者 佐久間 健(さくま たけし)

1943年生まれ、早稲田大学卒業。電通PRセンター(現電通パブリックリレーションズ)営業本部長を経て、2002年(株)コミュニケーション戦略研究所を設立。経済人コー円卓会議日本委員会エグゼクティブアドバイザー、総務省大規模災害「初動時における情報収集検討委員会」委員を努める。現在、企業を中心にCSR、危機管理、広報などのコンサルティング、講演や執筆活動を中心に活躍。著書は、『グローバル時代のトヨタの危機管理』(芙蓉書房出版)、『トヨタのCSR戦略——世界から尊敬される企業の経営』『キャノンのCSR戦略』『CSR戦略の方程式』『アサヒビールのCSR戦略』(以上、生産性出版)その他。

広報力の格差が企業力の格差になる！

いま企業に必要なのは
次世代の危機管理と広報力の確立だ！

第1章 戦略的広報は日常の広報・コミュニケーション活動が基盤

コミュニケーションが企業を動かす/開示情報とコミュニケーション情報/CSRとコミュニケーション/ステークホルダーコミュニケーション……

第2章 強いコミュニケーション力を創る「企業理念と企業文化」

コミュニケーションの基盤「企業文化4つのWAY」

第3章 広報とレピュテーション・マネージメント

「死の商人」デュボンの悪評払拭のレピュテーション・マネージメント/評判を上げようとして評判を下げた倫理広告/企業の評判は重要な資産だ……

第4章 戦略的広報活動の成功事例

マイクロソフトのレピュテーションと戦略的広報/アップルのレピュテーションと伝説/トヨタの評判を高めた技術と教育/パナソニックは負の資産を評判にかえる「戦略的広報」/ホンダは不毛地帯でのオートバイの評判を高めて成功/ダノンのBOPビジネスは評判を高める……

第5章 ブリヂストン・ファイヤーストンとフォードの死闘の広報合戦

なぜフォードがBFSを敵にまわす戦略をとったのか/フォードのPR活動がBFSを上回る……

第6章 アップルとサムスンの特許戦争と訴訟広報

グーグルがモトローラを買収した理由/アップルを包囲するサムスン・マイクロソフト・グーグル連合の広報合戦……

第7章 企業買収の広報合戦の検証

日本における敵対的買収/ライブドアによる劇場型企業買収/強気の楽天によるTBS買収劇/王子製紙の北越への買収事例/敵対的買収劇を通じて浮上したさまざまな問題/買収企業の倫理的・法的な問題……

第8章 記者会見の失敗事例

オリンパスの記者会見は「うそが多い」ことが問題/東京電力の真実を伝えることができない記者会見/トヨタは海外メディア対応で苦戦した記者会見/船場吉兆、記者会見の失敗で恥の上塗り……

第9章 危機管理と広報戦略

「ジョンソン&ジョンソン事件」/ロイヤル・ダッチシェルとグリーンピースの環境問題を巡る死闘/ソニーのサイバーテロによる情報流出/米国の食文化「コカ・コーラの味の変更」は国民の抗議で失敗……

4月上旬 新刊搬入予定です

配本部数申込締切は 3月16日(金) です

FAX 03-3813-4615

芙蓉書房出版

〒113-0033
東京都文京区本郷3-3-13
http://www.fuyoshobo.co.jp
TEL. 03-3813-4466
FAX. 03-3813-4615

発行 芙蓉書房出版	注文数	注文者
企業力は広報で決まる		
4月新刊 本体 2,300円	部	