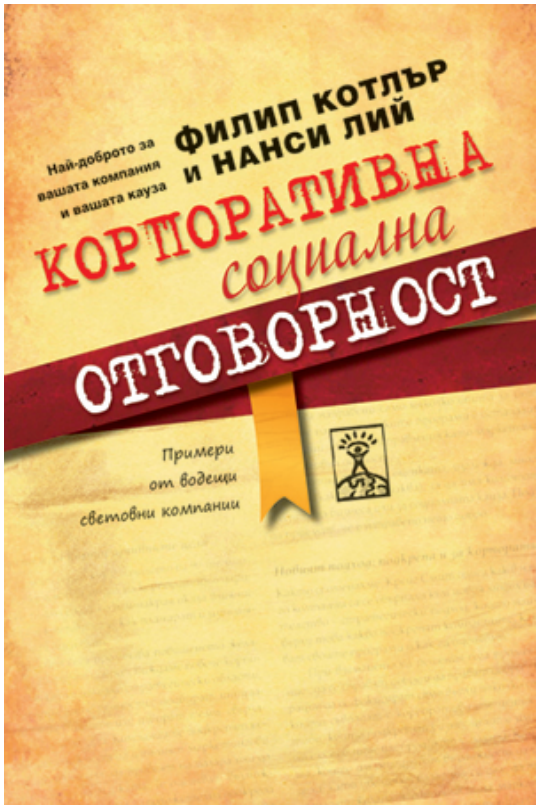

Съвсем скоро предстои издаването на първата книга, посветена изцяло на корпоративната социална отговорност (КСО) на български език - ***"Корпоративна социална отговорност: Най-доброто за вашата компания и вашата кауза"*** с автор Филип Котлър. Българският пазар отдавна очаква това събитие. Интересът към тази концепция съвсем не е от скоро и винаги се е водел от западната практика, но досега не била издавана книга с толкова конкретна насоченост към КСО.

Ако работите в ПР отдел или в отдел за корпоративни комуникации, публик афеърс, корпоративна социална отговорност или корпоративни партньорства, то тогава тази книга е точно за вас. Повече от 25 фирми като Ben & Jerry's, IBM, Washington Mutual, Johnson & Johnson, Timberland, Microsoft, The Body Shop, American Express и Starbucks споделят опита и препоръките си как да се извлече максимална полза за компанията и за каузата. Ще научите от тях за тежките уроци, които са научили, и за ключа към успеха, който са открили.

Въпреки че тази книга е написана предимно за стопански организации, целящи печалба, и техните комуникационни агенции и фондации, тя може да е полезна и за хора от нестопански организации и агенции от публичния сектор, търсещи корпоративна подкрепа и партньорство за социални инициативи. Тя предлага уникална възможност

отблизо да се видят корпоративните желания и нужди. Финалната глава представя 10 препоръки, които ще увеличат шансовете ви да получите одобрение.

Начините, които авторите предлагат, за да се увеличи корпоративната социална отговорност, са практични и лесно приложими. За да може да стане това, трябва да се позволи на компаниите да спечелят от корпоративния имидж, което пък от своя страна трябва да доведе до ползи от крайния резултат.

Всички ние целим едно и също – искаме да живеем в по-добър свят, и сме убедени, че обществото се нуждае от корпоративна подкрепа и партньорство, за да помогнем това да се случи. Ключът към осигуряване на тази подкрепа е корпорациите да разпознаят и да осъзнаят възможностите да спечелят непарични ползи, включително своето благоденствие.

Тази книга е насочена към корпоративните мениджъри и служители, за да ги подготви да могат да изберат най-добрите възможности, най-добрите партньори и инициативи, носещи най-голямо преимущество.

За авторите:

Проф. Филип Котлър е обявен за водещ лидер в маркетинг мисленето от Американската маркетинг асоциация и за основател на модерния маркетинг мениджмънт от Handbook of Management Thinking. Той е почетен професор на S. C. Johnson & Son по международен маркетинг от Kellogg School of Management, Northwestern University, щата Илинойс.

Нанси Лий е президент на Social Marketing Services, Inc. и се занимава с маркетинг повече от двадесет години. Тя е сътрудник-преподавател в университета във Вашингтон и университета в Сиатъл, където преподава маркетинг.

Книгата се очаква да излезе началото на лятото на 2011 година.

За повече информация: контакти