



„Oksfordo korporacinės reputacijos vadovas“ (The Oxford Handbook of Corporate Reputation) bzn start nuotr.

Autoriai: Michaelas L. Barnettas ir Timothy G. Pollockas; Leidykla: OUP, 528 p.; Viršelis: kietas; Data: 2012 m. liepos 19 d.; Kalba: anglų; Kaina: 95 svarai sterlingų (apie 400 Lt)

Autoriai

M. L. Barnettas yra strategijos profesorius ir vadovas, rašęs daugiausia apie korporacinę reputaciją, o jo straipsnis apie pramonės savireguliaciją ir bendrą reputaciją buvo išrinktas geriausiu Vadybos akademijos žurnalo 2008 m. straipsniu. Priklauso „Academy of Management Journal“, „Academy of Management Review“, „Academy of Management Perspectives“, „Business & Society“ ir „Long Range Planning“ redakcijų taryboms.

T. G. Pollockas yra vadybos profesorius Valstybiniame Pensilvanijos universitete. Žurnalo „Academy of Management Journal“ redaktorius bendradarbis ir buvęs „Academy of Management Journal“, „Academy of Management Review“, „Administrative Science Quarterly“, „Journal of Business Venturing“, „Organization Science“ bei „Strategic Organization“ redakcijų tarybų narys.

Aprašymas

Ką reiškia turėti gerą arba blogą reputaciją? Kaip ji sukuria arba panaikina vertę, suformuoja galimybes siekti konkrečių tikslų? Iš kur atsiranda reputacija? Kaip ją išmatuoti? Kaip ją sukurti ir valdyti?

Per pastaruosius 20 metų atsakymai į šiuos klausimus tapo vis svarbesni ir problematiškesni mokslininkams ir praktikams, siekiantiems įvertinti reputacijos vaidmenį korporacijų gyvenime. Šis vadovas siekia atsakyti į kilusius klausimus.

Knygą papildo žymių įvairių sričių, tokių kaip vadyba, sociologija, ekonomika, finansai, istorija, rinkodara ir psichologija, mokslininkų skyriai, kuriuose pateikiami šiuolaikiniai korporacinės reputacijos apibrėžimai.

Šis vadovas siekia atskleisti reputacijos apibrėžimo, vertinimo problemas ir siūlo tolesnes jos tyrimo kryptis.