

# สารบัญ

คำนำ	6
บทนำ	13
ถอดรหัส...สร้างแบรนด์ให้ยั่งยืนด้วย CSR	23
กลยุทธ์...สะพานเชื่อม CSR สู่แบรนด์ที่แข็งแกร่ง	35
สื่อสาร CSR อย่างมีกลยุทธ์	47
Unilever : beyond CSR	57
Starbucks : more than a cup of coffee, more than a partner	91
ไทยประกันชีวิต : สร้างแบรนด์ด้วย CSR	115
บทปรัชญาแบบตะวันออก	115
สร้างแบรนด์ “คนดี”	115
สูตรใหม่ “อาร์เอส” บริหารความเสี่ยง “ศิลปิน”	135
เมื่อเหล่า “คนดัง” แปลง “ความดี” ให้เป็น “แบรนด์”	145
อ้างอิง	148

ขอ

ถอดรหัส...สร้างแบรนด์ให้ยั่งยืนด้วย

# CSR

เลขหมู่	658.827
	2293
	2551
เลขทะเบียน	20237
วันที่	- 4 ก.พ. 2560
	116629

โดย

วรัญญา ศรีเสวก

กรุงเทพมหานคร • สำนักพิมพ์มติชน • 2551

สำนักหอสมุดและศูนย์สารสนเทศวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1

3