

Od autora	7
Przedmowa	13
Rozdział 1	
Narodziny etyki	19
1.1. Filozofia matką nauki	19
1.2. Od antyku do Spinozy i Kanta	29
1.3. Wzorce moralne w judaizmie i buddyzmie	43
1.4. <i>Centesimus annus</i>	52
1.5. Kwestie biznesu w islamie	62
1.6. Inne spojrzenie	71
Rozdział 2	
Biznes a etyka	82
2.1. Na pierwszym planie obiektywizm	82
2.2. Sens biznesu	90
2.3. Życie zaczyna się w biznesie	101
2.4. Dobra tyle, ile można – zła tyle, ile konieczne	110
Rozdział 3	
Etyka we współczesnym biznesie	119
3.1. Biznes nie jest wojną prowadzoną w dżungli	119
3.2. Z rozsądku i poczucia odpowiedzialności	129
3.3. Drogi różne, cel wspólny	137

Rozdział 4	
Etyka a sukces biznesowy	149
1. Europejskie normy i standardy	149
2. Nie tylko Kodeks Bushido	159
3. Trudne narodziny czasu przełomu	167
4. Dylematy etyczne	174
5. Godność zawodu, misja profesji	183
6. Czy tworzyć kodeksy etyczne?	193
7. Konsekwencją konsumeryzm?	202
8. Jaka etyka na poziomie przedsiębiorstwa?	211
9. Pakiet sugestii	225
 Rozdział 5	
Samo życie	235
1. W służbie i we władzy klienta	235
2. Na rynku jak na ringu	243
3. Korzyści na dziś i jutro	252
4. Gra pozorów a rzeczywistość	259
 Rozdział 6	
<i>Corporate Social Responsibility</i>	266
1. Trudne początki	266
2. Współczesna interpretacja	272
3. Oczekiwania i korzyści	280
4. Czy jest szansa na etyczny wymiar działalności biznesowej?	289
5. Humanizacja działalności biznesowej	296
 Rozdział 7	
Coś dla przedsiębiorców	311
1. Na kapitańskim mostku	311
2. Godna praca, sprawiedliwa zapłata	319
3. Prawdziwym błędem jest błąd popełnić i nie naprawić go	326
 Zakończenie	336
 Bibliografia	338