

Spis treści

Wstęp	7
CZĘŚĆ PIERWSZA	
Geneza i istota społecznej odpowiedzialności biznesu.....	11
Rozdział 1. Zmiany we współczesnym świecie jako przesłanki zainteresowania społeczną odpowiedzialnością biznesu	13
Rozdział 2. Rozwój refleksji aksjologicznej i etycznej nad działalnością gospodarczą w społeczeństwie	23
Rozdział 3. Odpowiedzialność społeczna a cele przedsiębiorstwa	32
Rozdział 4. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – ewolucja pojęcia	39
4.1. Etyka biznesu a społeczna odpowiedzialność	40
4.2. Argumenty za i przeciw społecznej odpowiedzialności biznesu	43
Rozdział 5. Teoria interesariuszy i model społeczny przedsiębiorstwa	53
5.1. Miejsce, rola i znaczenie interesariuszy przedsiębiorstwa	57
5.2. Oczekiwania interesariuszy	61
5.3. Strategie oddziaływania interesariuszy na przedsiębiorstwo	63
Rozdział 6. Od społecznej odpowiedzialności biznesu do modeli społecznego działania	66
Rozdział 7. Definicja społecznej odpowiedzialności biznesu z perspektywy teorii interesariuszy	75
Rozdział 8. System społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa	80
Pytania do części pierwszej.....	83
CZĘŚĆ DRUGA	
Instrumenty zarządcze w polityce społecznej przedsiębiorstwa.....	85
Rozdział 9. Model zarządzania społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstwa	87
9.1. Fundamenty polityki współczesnego przedsiębiorstwa	88
9.2. Wzmacnianie zachowań społecznie odpowiedzialnych jako funkcja kultury organizacyjnej	91
9.3. Rola naczelnego kierownictwa w tworzeniu polityki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa	95
9.4. Społeczny aspekt jakości wewnętrznych procesów przedsiębiorstwa	108
9.4.1. Zarządzanie zasobami ludzkimi.....	114
9.4.2. Marketing.....	126
9.4.3. Polityka finansowa i inwestycyjna	137

9.4.4. Standardy zarządzania	146
9.4.5. Produkcja.....	154
Rozdział 10. Rola instytucji publicznych w promowaniu społecznym przedsiębiorstw	163
Rozdział 11. Nadzór korporacyjny jako mechanizm regulujący społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw	169
Rozdział 12. Korzyści z bycia społecznie odpowiedzialnym przedsiębiorstwem: czy SOP może być źródłem przewagi konkurencyjnej?	177
12.1. Wpływ społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa na reputację przedsiębiorstwa.....	180
12.2. Odpowiedzialność społeczna jako źródło innowacyjności	184
12.3. Rozwój kapitału społecznego jako efekt odpowiadania na oczekiwania interesariuszy przedsiębiorstwa	190
12.4. Odpowiedzialność społeczna jako determinanta budowania przedsiębiorczego środowiska	192
Rozdział 13. Rozwój przedsiębiorstwa jako proces tworzenia wartości dla interesariuszy	197
Pytania do części drugiej	237
 CZĘŚĆ TRZECIA	
Współczesne ujęcia społecznych aspektów działalności przedsiębiorstw	239
Rozdział 14. Koncepcja zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa.....	241
Rozdział 15. Przedsiębiorstwo obywatelskie.....	252
Rozdział 16. Społeczna przedsiębiorczość	256
Pytania do części trzeciej	262
Zakończenie	263
Bibliografia	266
Słowniczek	276
Indeks rzeczowy	281