

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	7
I. Ogólne postrzeganie społecznej odpowiedzialności biznesu	
Rozdział 1. Odpowiedzialność społeczna a strategia organizacji (<i>Jerzy Bogdanienko</i>)	13
Rozdział 2. Społeczna odpowiedzialność biznesu – charakter prawny? (<i>Maciej Bernatt</i>)	29
Rozdział 3. Kryzys zaufania i etyka finansów: aspekty aksjologiczne czy prakseologiczne? (<i>Włodzimierz Szpringer</i>)	49
II. Relacje z interesariuszami w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu	
Rozdział 4. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa a udział interesariuszy (<i>Bolesław Rok</i>)	71
Rozdział 5. Problemy w relacjach przedsiębiorstwa z interesariuszami (<i>Krzysztof Kłincewicz</i>)	89
III. Społeczna odpowiedzialność biznesu w relacjach pracy	
Rozdział 6. Standardy w stosunkach pracy i dialog społeczny a społeczna odpowiedzialność biznesu (<i>Jacek Męcina</i>) ...	107
Rozdział 7. <i>Magistra Vitae</i> ? Zachowania organizacyjne (ze szczególnym uwzględnieniem relacji przedsiębiorca – pracownik) w świetle wyzwań obecnego kryzysu i zapomnianych polskich tradycji (<i>Tomasz Ochowski</i>) ...	136

IV. Innowacje, ekologia i edukacja w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu

Rozdział 8. Społeczna odpowiedzialność biznesu i innowacje (<i>Natalia Ćwik</i>)	157
Rozdział 9. Ekologiczny kontekst działalności przedsiębiorstwa (<i>Marcin Żemigala</i>)	182
Rozdział 10. Kształcenie na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu na uczelniach ekonomicznych (<i>Ewa Jastrzębska, Paulina Legutko-Kobus</i>)	193
Informacje o autorach	211