Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu

Etyka powstała już w starożytności, jako filozofia moralności i zarazem nauka o człowieku wywodząca się od Sokratesa…

Wstęp

Rozdział I. Koncepcja odpowiedzialności społecznej biznesu (CSR)
1. Ujęcie historyczne – społecznej odpowiedzialności biznesu
2. Pojęcie i istota społecznej odpowiedzialności biznesu
3. Koncepcja odpowiedzialności społecznej biznesu

Rozdział II. Charakterystyka małych i średnich przedsiębiorstw w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu
1. Definicje i rodzaje średnich i małych przedsiębiorstw
2. Znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce
3. Bariery w funkcjonowaniu małych i średnich przedsiębiorstw
4. Społeczna odpowiedzialność biznesu w sektorze małych i średnich firm

Rozdział III. Etyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem
1. Etyka osobista
2. Modele kierowania przedsiębiorstwem
3. Etyka organizacji a etyka osobista – budowa relacji i wzajemne zależności
4. Kultura organizacyjna jako wyznacznik norm i wartości organizacyjnych

Rozdział IV. Organizacja i działalność przedsiębiorstwa z zachowanie zasad etyki i CSR
1. Misja, wizja i strategia przedsiębiorstwa
2. Struktury i procedury organizacyjne
3. Polityka społeczna i programy etyczne
4. Kodeksy etyczne i standardy profesjonalne

5. Prawa człowieka jako podstawa odpowiedzialności wobec pracownika

Zakończenie
Bibliografia
Spis tabel i rysunków

Wstęp

Społeczna odpowiedzialność biznesu to jedna z najbardziej dynamicznych, złożonych i stanowiących wyzwanie kwestii, z którymi mają do czynienia obecnie liderzy biznesu. W dzisiejszych czasach na firmy sektora prywatnego jest wywierana coraz większa presja, aby zaczęły odgrywać bardziej aktywną rolę w tworzeniu warunków do lepszego życia. CSR oznacza zaangażowanie się biznesu na rzecz etycznego postępowania oraz do przyczyniania się do rozwoju ekonomicznego przy równoczesnym demonstrowaniu szacunku dla ludzi, społeczności lokalnych, narodów i środowiska. CSR scala koncepcje globalnego obywatelstwa z troską o środowisko i ze zrównoważonym rozwojem. Dobrze rozumiana odpowiedzialność biznesu oznacza w praktyce, że menedżerowie i liderzy biznesu muszą być wrażliwi na sprawy, które oddziałują na życie osób, z którymi żyją i pracują, zrozumieć warunki panujące w społeczeństwie, aby wywierać na nie pozytywny wpływ, rozważać społeczne skutki wynikające z podejmowanych decyzji finansowych i biznesowych, a mające wpływ na szerokie grupy wyborców, interesariuszy i środowisko, mieć świadomość, co do sposobów uzyskiwania wyników produkcyjnych i finansowych.

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw może występować pod jedną z czterech postaw: postawa oporu, społecznego obowiązku, społecznej reakcji i społecznego wkładu. Jeżeli przedsiębiorstwo nie angażuje się w rozwiązywanie społecznych problemów, a w niektórych sytuacjach wręcz wypiera się odpowiedzialności, bądź tuszuje sprawę, oznacza to, że przedsiębiorstwo przyjmuje postawę oporu. W strategii społecznego obowiązku przedsiębiorstwo za pomocą kryteriów

ekonomicznych i prawnych poszukuje potwierdzenia swojej działalności. W sytuacji tej przedsiębiorstwo wychodzi z założenia, że jest odpowiedzialne jedynie wobec swoich akcjonariuszy, a w praktyce wygląda to tak, że społeczeństwo przyjmuje na siebie zobowiązania wynikające wyłącznie z prawa. O społecznej reakcji mówimy wtedy, gdy przedsiębiorstwo przyjmuje na siebie obowiązki prawne i etyczne, a w pewnych sytuacjach podejmuje działalność filantropijną. Strategia społecznego wkładu stanowi najwyższy poziom społecznej odpowiedzialności. Podstawową zasadą tej strategii jest pełnienie roli dobrego obywatela, który w sposób aktywny poszukuje możliwości, aby mieć swój indywidualny wkład na rzecz poprawy ogólnego dobrobytu społecznego.

Celem pracy jest zaprezentowanie zagadnienia propagowania idei społecznej odpowiedzialność biznesu.

Praca składa się z czterech rozdziałów.

W pierwszym rozdziale opisano koncepcję odpowiedzialności społecznej biznesu (CSR), historia CSR oraz pojęcie i istota CSR.

Rozdział drugi to charakterystyka małych i średnich przedsiębiorstw w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu. Znaleźć w nim można definicje i rodzaje średnich i małych przedsiębiorstw, omówienie znaczenia małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce, omówienie barier w funkcjonowaniu małych i średnich przedsiębiorstw oraz przedstawienie społecznej odpowiedzialności biznesu w sektorze małych i średnich firm,

Rozdział trzeci dotyczy etyki w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Omówiono w nim takie zagadnienia jak: etyka osobista, modele kierowania przedsiębiorstwem, etyka organizacji a etyka osobista – budowa relacji i wzajemne zależności oraz kultura organizacyjna jako wyznacznik norm i wartości organizacyjnych.

W rozdziale czwartym przedstawiono organizację i działalność

przedsiębiorstwa z zachowanie zasad etyki i CSR.

Pracę napisano na podstawie dostępnej literatury przedmiotu w postaci opracowań i monografii, z wykorzystaniem źródeł internetowych oraz obowiązujących aktów prawnych.

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis