

Obsah

Předmluva	11
Úvodní slovo	13
Úvod do společenské odpovědnosti firem (CSR)	15
Tři sféry společenské odpovědnosti	15
Definice CSR	18
Rozdílné přístupy k CSR	20
Přínosy CSR	32
Argumenty pro CSR	32
Dopad CSR na ekonomickou výkonnost firmy	35
Rovné příležitosti jako součást CSR	39
Outplacement jako součást CSR	45
Fair Trade jako součást CSR	48
Sociální/Cause Related Marketing jako efektivní nástroj CSR	50
CSR součástí strategie podniku a integrace CSR do stávajících systémů řízení organizace	59
CSR filtr	59
Jednotlivé kroky zavedení CSR do strategie firmy	61
Hodnocení a reportování CSR	79
Principy reportování CSR	80
Vybrané normy/standardy určené k hodnocení a reportování CSR	83
Indexy společenské odpovědnosti	91
Kritika CSR a predikce jejího budoucího vývoje	93
Vliv globální ekonomické krize na společenskou odpovědnost firem	93
Kritika CSR	95
Současný stav a budoucnost CSR	97

Výsledky výzkumu „Společenská odpovědnost firem – nový faktor firemní konkurenceschopnosti“	99
Podnikatelská etika a etika v podnikání	107
Co si představit pod pojmem etické podnikání	107
Nástroje podnikatelské etiky v rámci CSR	108
Korupce	112
Podpora etického podnikání v českém prostředí	117
Nekalé praktiky nadnárodních organizací	123
Význam nadnárodních organizací v globalizovaném světě	123
UN Global Compact	128
Kampaň Amnesty International Byznys a lidská práva	129
Kampaň za lepší pracovní podmínky při výrobě hraček Víte, s čím si hrajete?	132
SOCIÁLNÍ ODPOVĚDNOST PODNIKŮ V PRAXI	135
CSR v praxi – případové studie	137
Oxfam International - Kampaň Ethiopia: Starbucks	138
CSR ve společnosti Johnson & Johnson s. r. o.	143
CSR ve společnosti Plzeňský Prazdroj, a. s.	151
Aplikace CSR ve společnosti Starbucks	160
CSR ve společnosti IBM	166
Závěrečné slovo	173
Seznam literatury	175
Summary	191
Ediční poznámka	193