

Etyka biznesu. Teoretyczne założenia, praktyka zastosowań

Autor: [Jan Klimek](#)

Aspekt etyczny, moralny stanowi integralny element treści pojęcia zarządzanie, wymagający uwzględniania we wszystkich działaniach gospodarczych. W prezentowanej publikacji czytelnik nie tylko znajdzie odpowiedź na pytanie, co to jest etyka biznesu, ale przede wszystkim dowie się:

- Czy i w jakim zakresie moralność ma zastosowanie w zabieganiu o to, by gospodarka dobrze służyła tym, co ją uprawiają i tym, do których mają być kierowane efekty działalności gospodarczej?
- Na jakiej drodze cel ten osiągnąć?
- Jak rozpoznać, co jest a co nie jest dobrym stosowaniem zasad etycznego biznesu?
- Co jest w tym zakresie iluzją, a co rzeczywistą możliwością, pozostającą w zasięgu realnego działania i oddziaływania firm?
- Na ile rynek jest bezwzględny władcą wszystkiego i wszystkich, dyktującym postępowanie biznesowe, na ile zaś i w jakich obszarach to my jesteśmy współkreatorami praw, jakie nim kierują, tworzą jego kształt?

#### **Spis treści:**

Od autora

Przedmowa

### **Rozdział 1. Narodziny etyki**

- 1.1. Filozofia matką nauki
- 1.2. Od antyku do Spinozy i Kanta
- 1.3. Wzorce moralne w judaizmie i buddyzmie
- 1.4. *Centesimus annus*
- 1.5. Kwestie biznesu w islamie
- 1.6. Inne spojrzenie

### **Rozdział 2. Biznes a etyka**

- 2.1. Na pierwszym planie obiektywizm
- 2.2. Sens biznesu
- 2.3. Życie w biznesie
- 2.4. Dobra tyle, ile można – zła tyle, ile konieczne

### **Rozdział 3. Etyka we współczesnym biznesie**

- 3.1. Biznes nie jest wojną prowadzoną w dżungli
- 3.2. Z rozsądku i poczucia odpowiedzialności
- 3.3. Drogi różne, cel wspólny

## **Rozdział 4. Etyka a sukces biznesowy**

- 4.1. Europejskie normy i standardy
- 4.2. Nie tylko Kodeks Bushido
- 4.3. Trudne narodziny czasu przełomu
- 4.4. Dylematy etyczne
- 4.5. Godność zawodu, misja profesji
- 4.6. Czy tworzyć kodeksy etyczne?
- 4.7. Konsekwencją konsumeryzm?
- 4.8. Jaka etyka na poziomie przedsiębiorstwa?
- 4.9. Pakiet sugestii

## **Rozdział 5. Samo życie**

- 5.1. W służbie i we władzy klienta
- 5.2. Na rynku jak na ringu
- 5.3. Korzyści na dziś i jutro
- 5.4. Gra pozorów a rzeczywistość

## **Rozdział 6. Corporate Social Responsibility**

- 6.1. Trudne początki
- 6.2. Współczesna interpretacja
- 6.3. Oczekiwania i korzyści
- 6.4. Czy jest szansa na etyczny wymiar działalności biznesowej?
- 6.5. Humanizacja działalności biznesowej

## **Rozdział 7. Coś dla przedsiębiorców**

- 7.1. Na kapitańskim mostku
- 7.2. Godna praca, sprawiedliwa zapłata
- 7.3. Prawdziwym błędem jest błąd popełnić i nie naprawić go

Zakończenie

Bibliografia