

Obsah

Úvodem	VII
Obsah	IX
Seznam obrázků	XI
Seznam tabulek	XIII
1. Etika a ekonomické myšlení	1
1.1 Historická reminiscence	1
1.2 Společenská odpovědnost podnikání	4
1.3 Rozvoj podnikatelské etiky ve 20. století	9
1.4 Definice a struktura podnikatelské etiky	10
1.5 Východiska podnikatelské etiky	14
2. Etika výrobních faktorů	21
2.1 Půda	21
2.2 Práce	26
2.3 Kapitál	32
3. Nová kritéria úspěšnosti podniku	40
3.1 Podniková etika a její cíle	40
3.2 Morální rozvoj podniku	42
3.3 Strategie CSR jako trend 21. století	48
3.4 Způsoby auditu strategie CSR	53
3.5 Co přináší realizace programu CSR firmě?	60
3.6 Nové formy projevů firemní odpovědnosti	63
3.7 LOHAS, nový životní styl a trend v podnikání	69
3.8 Důvěryhodnost jako podnikatelská norma	75
4. Etické vedení	78
4.1 Specifika a formy etického vedení	78
4.2 Integrace etiky do podnikové strategie	81

4.3	Výchozí nástroje etického vedení	85
4.4	Modely etického rozhodování	93
4.5	Metodika ANDERSEN a její využití v praxi	103
4.6	Případová studie 1	106
4.7	Případová studie 2	109
5.	Mravní východiska podnikové kultury	113
5.1	Etika v podnikové kultuře	113
5.2	Typy podnikových kultur	117
5.3	Způsoby fixace podnikové kultury	120
5.4	Podniková kultura v mezinárodním kontextu	124
6.	Manažer v roli vůdčího hráče	127
6.1	Homo oeconomicus et moralis	127
6.2	Morální problémy v managementu	131
6.3	Způsoby a styly manažerské práce	136
6.4	Etika realizace cílů	143
6.5	Mezinárodní trhy a manažerská etika	152
	Slovo závěrem	157
	Literatura	159
	Rejstřík	163