

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	6
--------------------	---

Anatol Bodanko, Henryk A. Kretek

<i>Wstęp do etyki jako fundamentu interakcji w relacjach społeczeństwa z odpowiedzialnym biznesem i konsumeryzmem na początku XXI wieku</i>	11
---	----

ROZDZIAŁ I. Responsible business and consumerism challenges of the 21st century Ответственный бизнес и потребительство вызовы 21-го века

Jaroslava Kmecová

<i>Ethic of project manager in non-profit organizations</i>	22
---	----

Lucia Litvova, Silvie Ukorpova

<i>Current trends of ethical education and business ethics</i>	28
--	----

Daniela Fobelova, Daniel Fobel

<i>Ethical counselling and CSR (in the context of ISO 26000)</i>	37
--	----

Kinga Lalowicz

<i>Rights and obligations of the consumer as a party to a developer agreement.....</i>	47
--	----

С. А. Гоцелюк , В. В. Ушаков

<i>Этические проблемы коммерциализации образования в России</i>	56
---	----

ROZDZIAŁ II. Etyka reklamy, marketingu, mediów i polityczny PR

Paweł Czarnecki

<i>Ekonomiczne uwarunkowania funkcjonowania mediów w Polsce</i>	68
---	----

Maria Głowacka

<i>Etyka reklamy: operowanie konwencją czy jej przekraczanie?</i>	77
---	----

Anna Jadachowska

<i>Etyka w działaniach public relations jednostek samorządu terytorialnego</i>	84
--	----

Bartłomiej Machnik

<i>Partyjne media? Analiza relacji na linii media – polityka</i>	97
--	----

Grzegorz Milewski

<i>Etyka mediów tradycyjnych i nowych mediów</i>	107
--	-----

Dominika Popielec

<i>Postawa mediów tradycyjnych i nowych mediów wobec Grupy Bilderberg</i>	116
---	-----

Halina Wasilewska

<i>Wpływ reklamy na zmiany w zachowaniu dzieci</i>	129
--	-----

Martyna Wasiuta

<i>Negatywny wizerunek public relations w Polsce</i>	140
--	-----

Katarzyna Wieczorek

<i>Reklamy i marketing w konsumpcyjnej rzeczywistości – etyka, problemy, wyzwania</i>	151
---	-----

Szczepan Wojdyła

<i>Czy kampania wyborcza może być etyczna?</i>	167
--	-----

Damian Noremborg	
<i>Etyka w Public Relations</i>	176

ROZDZIAŁ III. Religia i biznes

Krzysztof Kawęcki

<i>Aksjologiczne źródła korporacjonizmu chrześcijańskiego</i>	185
---	-----

Maria Kopsztejn

<i>Lekcje etyki czy religii? Spór ideowy czy terminologiczny – refleksje wokół metod kształcenia</i>	195
--	-----

Piotr Kordel

<i>Kapitał społeczny podstawą przedsiębiorczości technologicznych sieci międzyorganizacyjnych</i>	205
---	-----

Grzegorz Kubiński

<i>Fetysz czy gadżet – problem estetyzacji religii</i>	214
--	-----

Marcin Pomarański

<i>„Biblijna przedsiębiorczość” w XXI wieku na przykładzie amerykańskiej Religijnej Prawicy i jej teleewangelicznego imperium</i>	222
---	-----

Renata Siuda-Ambroziak

<i>‘Teologia sukcesu’ w Brazylii - biznes religijny czy religia biznesu?</i>	233
--	-----

Maciej Strutyński

<i>„Sytuacja społeczno – gospodarcza świata w opinii Stolicy Apostolskiej za pontyfikatu Benedykta XVI”</i>	246
---	-----

ROZDZIAŁ IV. Etyka zarządzania zasobami ludzkimi i etyczne przywództwo

Ewelina Wiszczun

<i>Koncepcja społecznej odpowiedzialności w świetle realizacji usług polityki społecznej</i>	260
--	-----

Bożena Zasępa

<i>Przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne w obliczu procesu starzenia się ludności</i>	269
--	-----

Zofia Dolewka

<i>Etyczne aspekty funkcjonowania samorządu terytorialnego</i>	281
--	-----

Urszula Kostoj-Fusiarz

<i>Etyczny wymiar przywództwa w organizacji</i>	291
---	-----

Jacek Spendel

<i>Johna Rawlsa zasada zróżnicowania i jej implikacje etyczne. Spojrzenie krytyczne</i>	305
---	-----

ROZDZIAŁ V. Standardy zarządzania organizacjami

Barbara Zięblińska

<i>Moralne dylematy fachowca we współczesnej organizacji</i>	311
--	-----

Joanna Machnik –Słomka

<i>Kulturowe i etyczne aspekty działalności przedsiębiorstw w procesie transferu technologii</i>	317
--	-----

Tomasz Kondracki, Mirosław Szulczyński	
<i>Wyzwania dla Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie w perspektywie integracji z Unią Europejską i Globalizacji Światowej</i>	333
Olgierd Sroczyński	
<i>Konsumpcjonizm i kultura zadłużenia. Etyczne aspekty polityki gospodarczej i cyklu koniunkturalnego</i>	347
Marcin Sławiński	
<i>Ewaluacja jako narzędzie zarządzania w administracji publicznej</i>	356

ROZDZIAŁ VI. Odpowiedzialność biznesu w aspekcie międzykulturowym

Andrzej Kiepas	
<i>Spoleczna odpowiedzialność biznesu w kontekście konfliktów związanych z rozwojem techniki</i>	362
Szymon Księżopolski	
<i>Indeks giełdowy a zmiana władzy</i>	373
Iwona Sobieraj	
<i>Międzykulturowe wyzwania dla etyki biznesu. Analiza na przykładzie badań kompetencji międzykulturowych przedsiębiorców i pracowników w województwie śląskim</i>	387
Sylvia Steinerowska, Izabela Bieniek	
<i>Czynniki kształtujące rozwój przedsiębiorstw społecznych w Polsce</i>	403

ROZDZIAŁ VII. Odpowiedzialność w relacjach biznesu z konsumentem

Radosław Kossakowski	
<i>Koniec egalitaryzmu? Współczesna piłka nożna a uwarunkowania biznesu i kultury konsumpcyjnej</i>	415
Małgorzata Durzewska	
<i>Kultura - zaufanie - biznes</i>	424
Agnieszka Łukasiewicz-Kamińska	
<i>Odpowiedzialne pożyczanie i kredytowanie</i>	434
Mariusz Opaliński	
<i>Upadłość konsumencka. Teoria i praktyka</i>	448
Jarosław Sadlocha	
<i>Realistyczna i idealistyczna tradycja kategorii interesu</i>	463
Anna Sławińska	
<i>Era kryzysu państwa opiekuńczego?</i>	471
Jarosław Legięć	
<i>Czy w etyce biznesu jest miejsce dla kłamstwa?</i>	476
Małgorzata Nadziakiewicz	
<i>Odpowiedzialny marketing usług medycznych a rola pacjenta jako klienta usług medycznych</i>	485