

Cuprins

| | |
|--|----|
| Lista figurilor | 10 |
| Lista tabelelor | 12 |
| Introducere | 13 |
| Partea I. Abordarea teoretică a responsabilității sociale corporative | 17 |
| 1.1. Definiția responsabilității sociale corporative | 20 |
| 1.1.1. Responsabilitatea socială corporativă în viziunea instituțiilor internaționale | 21 |
| 1.1.2. Responsabilitatea socială corporativă în literatura de specialitate | 26 |
| 1.2. Dimensiunile responsabilității sociale corporative | 29 |
| 1.3. Relația dintre responsabilitatea socială corporativă și etica în afaceri | 32 |
| 1.4. Principalele abordări strategice ale responsabilității sociale corporative | 36 |
| 1.5. Argumentele pro și contra responsabilitate socială corporativă | 42 |
| 1.6. Rațiunile pentru implicarea companiilor în acțiuni responsabile social | 45 |
| 1.7. Evoluția responsabilității sociale corporative și trecerea de la obligație socială la strategie profitabilă de afaceri | 46 |
| 1.8. Reacția companiilor la problemele de ordin social și evoluția răspunsului corporativ în ultimii 50 de ani | 48 |
| 1.9. Strategiile corporative bazate pe responsabilitate socială | 57 |
| 1.10. Concluzii | 59 |
| Partea a II-a. Operaționalizarea responsabilității sociale corporative | 61 |
| 2.1. Formele responsabilității sociale corporative | 64 |
| 2.1.1. Promovarea corporativă a unor cauze sociale | 64 |
| 2.1.2. Marketingul asociat unei cauze sociale | 66 |
| 2.1.3. Marketingul social corporativ | 69 |
| 2.1.4. Filantropia corporativă | 71 |
| 2.1.5. Voluntariatul comunitar | 73 |
| 2.1.6. Practicile corporative responsabile social | 75 |
| 2.2. Instrumentele specifice responsabilității sociale corporative | 79 |
| 2.2.1. Codurile de conduită corporativă | 81 |
| 2.2.2. Standardele de management | 84 |
| 2.2.3. Raportarea implicării sociale | 87 |
| 2.2.4. Etichetele ecologice și sociale | 89 |
| 2.2.5. Investițiile responsabile social | 91 |
| 2.2.6. Alte metode și instrumente specifice implicării sociale corporative | 97 |

| | |
|---|-----|
| 2.3. Indicatorii utilizați pentru măsurarea performanțelor corporative | 99 |
| 2.3.1. Performanța economică | 101 |
| 2.3.1.1. Comensurarea sustenabilității economice corporative | 102 |
| 2.3.1.2. Indicatorii performanței economice..... | 103 |
| 2.3.2. Performanța ecologică | 104 |
| 2.3.2.1. Comensurarea sustenabilității ecologice corporative | 104 |
| 2.3.2.2. Indicatorii performanței ecologice..... | 105 |
| 2.3.3. Performanța socială..... | 107 |
| 2.3.3.1. Comensurarea sustenabilității sociale corporative..... | 107 |
| 2.3.3.2. Indicatorii performanței sociale..... | 108 |
| 2.3.4. Sustenabilitatea corporativă și stakeholderii implicați..... | 115 |
| 2.4. Operaționalizarea responsabilității sociale corporative în România | 121 |
| 2.5. Concluzii | 125 |

Partea a III-a. Aplicarea responsabilității sociale corporative

| | |
|---|-----|
| în companiile multinaționale | 127 |
| 3.1. Asumarea responsabilității sociale corporative la nivel global | 130 |
| 3.1.1. Analiza critică a relației responsabilitate socială corporativă – companii multinaționale – globalizare..... | 131 |
| 3.1.2. Dilema companiilor multinaționale în condițiile globalizării afacerilor..... | 144 |
| 3.1.3. Responsabilitatea socială corporativă și diferențele culturale | 149 |
| 3.2. Dezvoltarea responsabilității sociale corporative la nivel global | 155 |
| 3.2.1. Responsabilitatea socială corporativă în Statele Unite ale Americii | 157 |
| 3.2.2. Responsabilitatea socială corporativă în Europa | 158 |
| 3.2.2.1. Considerente generale privind dezvoltarea responsabilității sociale corporative în Europa..... | 159 |
| 3.2.2.2. Dezvoltarea responsabilității sociale corporative în Uniunea Europeană..... | 170 |
| 3.2.3. Responsabilitatea socială corporativă în România..... | 175 |
| 3.2.3.1. Stadiul actual al responsabilității sociale corporative în România | 176 |
| 3.2.3.2. Principalele proiecte de responsabilitate socială corporativă din România | 177 |
| 3.2.3.3. Provocările asociate responsabilității sociale corporative în România | 194 |
| 3.2.3.4. TOP 10 Corporate Philanthropist România | 195 |
| 3.3. Concluzii | 198 |
| Anexă. Responsabilitatea socială corporativă: Politicile publice naționale în cadrul Uniunii Europene (2007) | 201 |

| | |
|--|-----|
| Partea a IV-a. Evaluarea responsabilității sociale corporative în companiile multinaționale | 243 |
| 4.1. Evaluarea stării actuale a responsabilității sociale corporative și a afacerilor sustenabile | 246 |
| 4.2. Evaluarea impactului aspectelor de ordin social asupra activităților de afaceri ale companiilor multinaționale | 257 |
| 4.3. Evaluarea sustenabilității corporative a companiilor multinaționale conform Dow Jones Sustainability Index | 270 |
| 4.4. Evaluarea sustenabilității corporative a companiilor multinaționale conform Innovest Strategic Value Advisors Inc. | 275 |
| 4.5. Necesitatea evaluării cantitative a responsabilității sociale corporative | 284 |
| 4.6. Concluzii | 286 |
| Partea a V-a. Responsabilitatea socială corporativă – strategie profitabilă de afaceri la nivel global | 287 |
| 5.1. Avantajele corporative ale implicării în acțiuni responsabile social | 290 |
| 5.2. Relația dintre performanța corporativă socială și cea financiară | 294 |
| 5.3. Determinarea impactului responsabilității sociale corporative asupra performanțelor de afaceri ale companiilor | 312 |
| 5.3.1. Determinarea influenței performanței corporative sociale asupra celei financiare conform cercetării lui Weber | 313 |
| 5.3.2. Determinarea influenței performanței corporative sociale asupra celei financiare conform cercetării lui Iamandi <i>et al.</i> | 318 |
| 5.3.2.1. Datele și metodologia utilizate | 319 |
| 5.3.2.2. Rezultatele obținute | 328 |
| 5.3.2.3. Concluzii și cercetări viitoare | 334 |
| 5.4. Responsabilitatea socială corporativă și criza mondială | 335 |
| 5.5. Provocările actuale ale responsabilității sociale corporative | 338 |
| 5.6. Direcțiile de acțiune pentru consolidarea rolului strategic al politicii de responsabilitate socială corporativă | 341 |
| 5.7. Concluzii | 344 |
| Bibliografie | 349 |