

Cuprins

Introducere.....	VII
Capitolul 1. Delimitări conceptuale privind etica și responsabilitatea socială în domeniul marketingului.....	1
1.1. Conceptele juridice și economice de societate comercială și consumator	1
1.1.1. Societățile comerciale	1
1.1.2. Consumatorii	9
1.2. Conceptul de etică în marketing.....	22
1.2.1. Etica și formele sale	22
1.2.2. Etica în marketing	28
1.2.3. Etica de marketing și comportamentul de piață al societăților comerciale ce utilizează instrumente de marketing.....	34
1.3. Conceptul de responsabilitatea socială în domeniul marketingului	51
1.3.1. Evoluția responsabilității sociale a societăților comerciale.....	51
1.3.2. Conceptul de responsabilitatea socială.....	53
1.3.3. Responsabilitatea socială în domeniul marketingului	61
1.3.4. Studii realizate în domeniul responsabilității sociale corporatiste asupra consumatorilor și managerilor din municipiul Brașov.....	67
1.4. Reglementări juridice privind responsabilitatea socială a societăților comerciale pe plan comunitar și național.....	74
1.4.1. Originea și evoluția reglementărilor juridice privind etica și responsabilitatea socială.....	74
1.4.2. Reglementări juridice comunitare privind responsabilitatea socială a societăților comerciale	76
1.4.3. Reglementări juridice privind responsabilitatea socială a societăților comerciale în România	78
Capitolul 2. Responsabilitatea socială a societăților comerciale. Produsele ecologice	80
2.1. Protecția mediului natural – responsabilitate socială a societăților comerciale. Contractul de atribuire a etichetei ecologice	80
2.2. Protecția consumatorului – responsabilitate socială a societăților comerciale. Produsele ecologice alimentare și nealimentare. Comportamentul consumatorilor privitor la produsele ecologice	83
2.2.1. Produsele alimentare ecologice.....	84
2.2.2. Produsele nealimentare ecologice	91
2.2.3. Comportamentul consumatorilor de produse ecologice.....	96
Capitolul 3. Încălcarea principiilor eticii și responsabilității sociale în domeniul obținerii și comercializării produselor ce conțin organisme modificate genetic.....	104
3.1. Produsele modificate genetic	104
3.2. Analiza juridică a armonizării legislației din România cu legislația comunitară în domeniul organismelor modificate genetic	109
3.3. Studiu de caz la nivel global și comunitar privind activitățile legate de organismele modificate genetic și implicațiile acestora pe planul eticii și responsabilității sociale.....	117

3.4. Studiu de caz la nivel național privind activitățile legate de organismele modificate genetic și implicațiile acestora pe planul eticii și responsabilității sociale. Analiză economică și juridică în cazul porumbul modificat genetic MON810.....	118
3.5. Studii realizate asupra consumatorilor din municipiul Brașov privind produsele ce conțin organisme modificate genetic și etichetarea acestor produse	118
Capitolul 4. Instrumente etice, economice și juridice utilizate de societățile comerciale care desfășoară activități de marketing responsabile social	118
4.1. Codul etic, instrument de implementare a activității responsabile social a societăților comerciale	118
4.1.1. Definirea conceptului și necesitatea adoptării codurilor etice.....	118
4.1.2. Codul etic și regulamentul de ordine interioară. Aspecte economice și juridice	118
4.1.3. Elaborarea și implementarea codurilor etice.....	118
4.1.4. Studii realizate asupra consumatorilor și managerilor din municipiul Brașov privind codul etic, instrument de implementare a responsabilității sociale corporatiste	118
4.2. Instrumente economico-fiscale utilizate în domeniul protecției juridice a mediului	118
4.3. Imaginea de marcă a societății comerciale responsabile social	118
4.4. Modalități de afirmare a responsabilității sociale a societăților comerciale pe plan național și global	118
4.5. Standardul RSC ISO 26000	118
4.6. Propunere de lege pentru implementarea responsabilității sociale societăților comerciale mici și mijlocii	118
Capitolul 5. Contribuții personale, în plan economic și juridic, privind etica și responsabilitatea socială în domeniul marketingului	118
5.1. Contribuții personale privind etica și responsabilitatea socială în domeniul marketingului.....	118
5.2. Propuneri privind etica și responsabilitatea socială din perspectiva marketingului și a dreptului	118
Concluzii generale.....	118
Lista figurilor	118
Lista tabelor.....	118
Bibliografie.....	118