

Odpowiedzialność społeczna biznesu na przykładzie Mercedesa

Wstęp.....3

Rozdział I

Społeczna odpowiedzialność biznesu – współczesny pogląd marketingu

1.1. Cele i funkcje marketingu..... 5

1.2. Koncepcja idei CSR8

1.3. CSR jako instrument wykorzystywany w marketing.....u 11

Rozdział II

Charakterystyka firmy Mercedes – Benz Manufacturing Poland

2.1. Historia marki Mercedes – Benz..... 16

2.2. Misja i wartości firmy18

2.3. Programy i działania MBMPL w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu21

Rozdział III

Społeczna odpowiedzialność biznesu na przykładzie firmy mercedes – analiza i wyniki badań

3.1 Przedstawienie istoty badań..... 24

3.2 Metodologia badań własnych29

3.3 Zestawienie wyników pracy badawczej..... 34

Zakończenie52

Bibliografia53

Spis tabel54

Spis rysunków..... 54