

Promocja wewnątrzorganizacyjnej kultury bhp, jako strategii budowania bezpiecznego środowiska pracy

Cel i zakres pracy

Rozdział 1

Bezpieczeństwo i higiena pracy w środowisku polskich przedsiębiorstw

1.1. Wypadek przy pracy – definicja i analiza pojęć

1.1.1. Wykaz statystyczny wypadków w polskich organizacjach i przedsiębiorstwach

1.1.2. Okoliczności oraz przyczyny wypadków przy pracy

1.2. Choroby zawodowe – przedstawienie problematyki podmiotu

Rozdział 2

Kultura bezpieczeństwa i higieny pracy w przedsiębiorstwach

2.1. Pojęcie kultury bezpieczeństwa w ujęciu organizacyjnym

2.2. Rozbieżność kultury bezpieczeństwa względem organizacyjnej

2.3. Budowanie kultury bezpieczeństwa i higieny pracy w przedsiębiorstwie

Rozdział 3

Metodyka promocji szerzenia kultury bezpieczeństwa w przedsiębiorstwie

3.1. Definicja i analiza pojęcia promocji

3.2. Wewnętrzny marketing i promocja kultury BHP w organizacji

Podsumowanie i wnioski

Bibliografia
Spis rysunków
Spis wykresów
Spis tabel