

Wpływ działań z zakresu CSR na kształtowanie rynkowego wizerunku przedsiębiorstwa

Wstęp.....3

Rozdział I

Wizerunek organizacji – koncepcja i narzędzia kreowania

- 1.1 Wizerunek, tożsamość, reputacja – definicje pojęć..... 5
- 1.2 Rodzaje wizerunku6
- 1.3 Adresaci wizerunku firmy..... 7
- 1.4 Narzędzia kreowania wizerunku przedsiębiorstwa..... 9

Rozdział II

Społeczna odpowiedzialność biznesu

- 2.1 Historia CSR17
- 2.2 Rozwój CSR w Polsce..... 19
- 2.3 Definicja CSR20
- 2.4 Zainteresowania marketingu koncepcją społecznej odpowiedzialnością biznesu..... 23
- 2.5 Rola i narzędzia społecznej odpowiedzialności biznesu w kreowaniu wizerunku..... 24
- 2.6 Rola interesariuszy w CSR..... 27
- 2.7 Wpływ koncepcji CSR na konsumentów w świetle badań..... 28

Rozdział III

Wpływ działań z zakresu CSR na kształtowanie rynkowego wizerunku przedsiębiorstwa – wyniki badań.

- 3.1 Cel badań, problem badawczy, hipotezy..... 31

3.2 Charakterystyka badanej zbiorowości	32
3.3 Opinie dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu	34
3.4 Wnioski z badań.....	41

Zakończenie	43
Bibliografia	44
Spis rysunków.....	46
Spis tabel	46
Załączniki	47