

Cuprins

Introducere.....	9
-------------------------	----------

Capitolul 1

Locul și rolul responsabilității sociale în teoria și practica economică.....

1.1 Condițiile apariției responsabilității sociale	11
1.1.1 Necesitatea apariției responsabilității sociale	12
1.1.2 Multidisciplinaritatea responsabilității sociale.....	21
1.2 Conceptul de responsabilitate socială a companiei.....	24
1.2.1 Evoluția conceptului de responsabilitate socială	24
1.2.2 Conceptul de responsabilitate socială în viziune de marketing	34
1.3 Responsabilitatea socială – parte integrantă a teoriei și practicii marketingului.....	40

Capitolul 2

Responsabilitatea socială a companiei în practica națională și internațională.....

2.1 Coordonatele responsabilității sociale în cadrul organizațiilor internaționale	45
2.1.1 Responsabilitatea socială în viziunea Băncii Mondiale.....	45
2.1.2 Responsabilitatea socială în cadrul Organizației pentru Cooperare Economică și Dezvoltare	46
2.2 Responsabilitatea socială în practica europeană	49
2.2.1 Poziția Uniunii Europene referitoare la responsabilitatea socială	49
2.2.2 Aspecte privind responsabilitatea socială în Marea Britanie și Irlanda.....	54
2.3 Coordonatele responsabilității sociale în România	70
2.3.1 Rolul guvernului în promovarea responsabilității sociale în România	71
2.3.2 Rolul organizațiilor neguvernamentale în promovarea responsabilității sociale a companiei.....	73

Capitolul 3

Stakeholderii și responsabilitatea socială	75
3.1 Conceptul de stakeholder.....	76
3.1.1 Definirea stakeholderilor.....	76
3.1.2 Clasificarea stakeholderilor.....	79
3.2 Comportamentul stakeholderilor	85
3.2.1 Factorii determinanți ai comportamentului responsabil social.....	86
3.2.2 Tipuri de consumatori și responsabilitatea socială	96
3.2.3 Categoriile de stakeholderi ai companiei din perspectiva marketingului	102

Capitolul 4

Politica de marketing bazată pe responsabilitatea socială	111
4.1 Conținutul politicii de marketing bazată pe responsabilitatea socială	111
4.2 Strategiile responsabilității sociale	114
4.2.1 Conținutul strategiilor de piață responsabile social.....	114
4.2.2 Fundamentarea strategiilor responsabile social.....	115
4.2.2.1 Analiza stakeholderilor.....	116
4.2.2.2 Cercetarea comportamentului consumatorului	123
4.2.3 Variante strategice ale responsabilității sociale.....	136
4.3 Instrumentele politicii de marketing bazată pe responsabilitatea socială	142
4.3.1 Marketingul relațional	142
4.3.2 Mixul de marketing	144

Capitolul 5

Mixul de marketing al companiei bazate pe responsabilitatea socială	147
5.1 Politica de produs responsabilă social	147
5.1.1 Ciclul de viață al produsului și responsabilitatea socială a întreprinderii.....	150
5.1.2 Etica în politica de produs.....	154
5.1.3 Strategii ale responsabilității sociale în proiectarea produsului.....	158
5.2 Politica de preț responsabilă social	166
5.2.1 O nouă viziunea asupra costului	166
5.2.2 Etica în politica de preț	168
5.2.3 Strategii de prețuri responsabile social	170
5.3 Politica de distribuție responsabilă social.....	172

5.3.1	Responsabilitatea socială în amonte și avalul lanțului de aprovizionare	173
5.3.2	Elemente de etică în cadrul procesului de distribuție	179
5.3.3	Distribuția inversă – strategie specifică responsabilității sociale	180
5.4	Politica de promovare responsabilă social	182
5.4.1	Obiectivele de comunicare	185
5.4.2	Canalele de comunicare a responsabilității sociale	190
5.4.3	Etica în politica de promovare	195
5.4.4	Strategii de promovare responsabile social	196

Capitolul 6

Integrarea responsabilității sociale în planificarea strategică a companiilor

6.1	Modelarea proceselor de planificare strategică a responsabilității sociale.....	201
6.1.1	Planificarea responsabilității sociale la nivelul corporației ca activitate integrată.....	201
6.1.2	Planificarea strategică a responsabilității sociale ca activitate distinctă	210
6.1.3	Planificarea strategică la nivelul activității (domeniului de operare).....	217
6.1.4	Planificarea strategică a responsabilității sociale la nivelul unității strategice de activitate	220
6.2	Sistemul de management marketing al companiei bazate pe responsabilitate socială	221
6.2.1	Etapele integrării responsabilității sociale în sistemul de management al companiei.....	221
6.2.2	Integrarea responsabilității sociale în sistemul de management al companiei responsabile social.....	228
	Anexa 1 Lista tabelor.....	237
	Anexa 2 Lista figurilor	238
	Bibliografie	239
	Summary.....	265
	Contents.....	267