

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها

نویسندگان:

مصطفی طاهری

(عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه پیام‌نور)

هاجر امین پور

مدرس مدعو دانشگاه پیام‌نور



www.katibenovin.ir



سرشناسه	:	طاهری، مصطفی، ۱۳۵۷
عنوان و نام پدیدآور	:	مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها/ نویسندگان مصطفی طاهری، هاجر امین پور،
مشخصات نشر	:	شیراز: کتیبه نوین، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	:	۱۱۴ ص.: مصور، جدول .
شابک	:	978-600-8205-96-8: ۱۲۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیفا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. [۱۰۵] - ۱۱۴.
موضوع	:	مسئولیت اجتماعی کسب و کار
موضوع	:	Social responsibility of business
موضوع	:	مسئولیت اجتماعی کسب و کار -- ایران
موضوع	:	Social responsibility of business-- Iran
موضوع	:	سرمایه اجتماعی
موضوع	:	Social capital (Sociology)
موضوع	:	سرمایه اجتماعی -- ایران
موضوع	:	Social capital (Sociology) - Ir
شناسه افزوده	:	امین پور، هاجر، ۱۳۶۴
رده‌بندی کنگره	:	۳۹۶ م ۲ ط ۲ ج ۲
رده‌بندی دیویی	:	۶۵۸/۴۰۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۴۷۱۲۶۶۴

عنوان کتاب:	مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها
نویسندگان:	مصطفی طاهری و هاجر امین پور
ناشر:	کتیبه نوین
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۶
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۲۰۵-۹۶-۸
شمارگان:	۱۰۰۰ جلد
ویراستار، صفحه‌آرا و طراح جلد:	علی داودی
چاپ و صحافی:	چاپ گاندی
قیمت:	۱۲۰۰۰ تومان

(کلیه حقوق برای انتشارات کتیبه نوین محفوظ است)

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: شرکتهای تولیدی.....	۹
مفهوم مسئولیت پذیری	۱۱
سطوح مسئولیت پذیری	۱۲
انواع و دسته های مسئولیت پذیری	۱۳
اهمیت مسئولیت پذیری	۱۴
مسئولیت اجتماعی شرکتها	۱۵
اهمیت موضوع مسئول اجتماعی	۱۹
عوامل سوق کسب و کارها به سمت مسئولیت اجتماعی	۲۰
ابعاد و مؤلفه های تشکیل دهنده مسئول اجتماعی	۲۱
مسئولیت شرکتها و حقوق بشر	۲۵
دیدگاه های مسئولیت اجتماعی	۲۸
حد و مرز مسئولیت اجتماعی شرکتها	۲۸
زمینه های مسئولیت اجتماعی	۳۱
استراتژی های انجام مسئولیت اجتماعی	۳۴
مسئولیت اجتماعی شرکتها و بنیاد مدیریت کیفیت اروپا	۳۵
تأثیرات توجه به مسئولیت اجتماعی در سازمان	۳۶
مدیریت مسائل اجتماعی	۴۲
سازمان های مسئولیت اجتماعی شرکتی	۴۴
میزگرد کاکس	۴۵
شبکه همیاری های اجتماعی	۴۶

تجارت برای مسئولیت اجتماعی	۴۷
تجارت کانادایی برای مسئولیت اجتماعی	۴۹
مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران و موانع موجود	۵۰
مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی	۵۵
عوامل تأثیرگذار بر تسهیل ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران	۵۹
خلاصه اقدامات انجام شده در زمینه ترویج مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها	۶۰
فصل دوم: مسئولیت اجتماعی سازمان‌های مختلف و استراتژی مسئولیت اجتماعی	۶۳
مقدمه	۶۵
ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌های برتر	۶۶
نگاه مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها از کجا شکل گرفت؟	۶۹
جایگاه خودروسازان در مسئولیت‌های اجتماعی جوامع کجاست؟	۷۰
ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل دهنده مسئولیت اجتماعی	۷۲
سرمایه اجتماعی	۷۳
مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی	۷۵
سرمایه اجتماعی درون گروهی	۷۵
ماتریس سرمایه اجتماعی	۷۶
سرمایه اجتماعی مسئولیت اجتماعی	۷۶
وظیفه اقتصادی سرمایه اجتماعی	۷۹
جنبه منفعت عمومی سرمایه اجتماعی	۸۰
نحوه ایجاد، حفظ و نابودی سرمایه اجتماعی	۸۱
نقش دولت در ایجاد سرمایه اجتماعی	۸۴
نقش سازمان‌های بخش دولتی	۸۴
وجوه گوناگون سازمان اجتماعی از دیدگاه پاتنام	۸۵

۸۸	دیدگاه فوکویاما
۹۳	عناصر و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی
۹۵	نگاهی به وضعیت سرمایه اجتماعی در ایران
۹۶	راهکار ایجاد، حفظ و ارتقا سرمایه اجتماعی در ایران
۹۹	مسئولیت اجتماعی در متون مدیریت استراتژیک
۱۰۱	توسعه مدل مسئولیت اجتماعی در ایران
۱۰۵	منابع و مأخذ