

# SPIS TREŚCI

<b>Wprowadzenie</b> .....	6
<b>Anatol Bodanko, Henryk A. Kretek</b> <i>Wstęp do etyki jako fundamentu interakcji w relacjach społeczeństwa z odpowiedzialnym biznesem i konsumeryzmem na początku XXI wieku</i> .....	11

## **ROZDZIAŁ I. Responsible business and consumerism challenges of the 21st century** **Ответственный бизнес и потребительство вызовы 21-го века**

<b>Jaroslava Kmecová</b> <i>Ethic of project manager in non-profit organizations</i> .....	22
<b>Lucia Litvova, Silvie Ukorpova</b> <i>Current trends of ethical education and business ethics</i> .....	28
<b>Daniela Fobelova, Daniel Fobel</b> <i>Ethical counselling and CSR (in the context of ISO 26000)</i> .....	37
<b>Kinga Lalowicz</b> <i>Rights and obligations of the consumer as a party to a developer agreement</i> .....	47
<b>С. А. Гоцелюк , В. В. Ушаков</b> <i>Этические проблемы коммерциализации образования в России</i> .....	56

## **ROZDZIAŁ II. Etyka reklamy, marketingu, mediów i polityczny PR**

<b>Paweł Czarnecki</b> <i>Ekonomiczne uwarunkowania funkcjonowania mediów w Polsce</i> .....	68
<b>Maria Głowacka</b> <i>Etyka reklamy: operowanie konwencją czy jej przekraczanie?</i> .....	77
<b>Anna Jadachowska</b> <i>Etyka w działaniach public relations jednostek samorządu terytorialnego</i> .....	84
<b>Bartłomiej Machnik</b> <i>Partyjne media? Analiza relacji na linii media – polityka</i> .....	97
<b>Grzegorz Milewski</b> <i>Etyka mediów tradycyjnych i nowych mediów</i> .....	107
<b>Dominika Popielec</b> <i>Postawa mediów tradycyjnych i nowych mediów wobec Grupy Bilderberg</i> .....	116
<b>Halina Wasilewska</b> <i>Wpływ reklamy na zmiany w zachowaniu dzieci</i> .....	129
<b>Martyna Wasiuta</b> <i>Negatywny wizerunek public relations w Polsce</i> .....	140
<b>Katarzyna Wiczorek</b> <i>Reklamy i marketing w konsumpcyjnej rzeczywistości – etyka, problemy, wyzwania</i> .....	151
<b>Szczepan Wojdyła</b> <i>Czy kampania wyborcza może być etyczna?</i> .....	167

<b>Damian Noremborg</b>	
<i>Etyka w Public Relations</i> .....	176

### ROZDZIAŁ III. Religia i biznes

<b>Krzysztof Kawęcki</b>	
<i>Aksjologiczne źródła korporacjonizmu chrześcijańskiego</i> .....	185
<b>Maria Kopsztejn</b>	
<i>Lekcje etyki czy religii? Spór ideowy czy terminologiczny – refleksje wokół metod kształcenia</i> .....	195
<b>Piotr Kordel</b>	
<i>Kapitał społeczny podstawą przedsiębiorczości technologicznych sieci międzyorganizacyjnych</i> .....	205
<b>Grzegorz Kubiński</b>	
<i>Fetysz czy gadżet – problem estetyzacji religii</i> .....	214
<b>Marcin Pomarański</b>	
<i>„Biblijna przedsiębiorczość” w XXI wieku na przykładzie amerykańskiej Religijnej Prawicy i jej teleewangelicznego imperium</i> .....	222
<b>Renata Siuda-Ambroziak</b>	
<i>‘Teologia sukcesu’ w Brazylii - biznes religijny czy religia biznesu?</i> .....	233
<b>Maciej Strutyński</b>	
<i>„Sytuacja społeczno – gospodarcza świata w opinii Stolicy Apostolskiej za pontyfikatu Benedykta XVI”</i> .....	246

### ROZDZIAŁ IV. Etyka zarządzania zasobami ludzkimi i etyczne przywództwo

<b>Ewelina Wiszczun</b>	
<i>Koncepcja społecznej odpowiedzialności w świetle realizacji usług polityki społecznej</i> .....	260
<b>Bożena Zasępa</b>	
<i>Przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne w obliczu procesu starzenia się ludności</i> .....	269
<b>Zofia Dolewka</b>	
<i>Etyczne aspekty funkcjonowania samorządu terytorialnego</i> .....	281
<b>Urszula Kostoń-Fusiarz</b>	
<i>Etyczny wymiar przywództwa w organizacji</i> .....	291
<b>Jacek Spendel</b>	
<i>Johna Rawlsa zasada zróżnicowania i jej implikacje etyczne. Spojrzenie krytyczne</i> .....	305

### ROZDZIAŁ V. Standardy zarządzania organizacjami

<b>Barbara Zięblińska</b>	
<i>Moralne dylematy fachowca we współczesnej organizacji</i> .....	311
<b>Joanna Machnik –Słomka</b>	
<i>Kulturowe i etyczne aspekty działalności przedsiębiorstw w procesie transferu technologii</i> .....	317

**Tomasz Kondracki, Mirosław Szulczyński**

*Wyzwania dla Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie w perspektywie integracji z Unią Europejską i Globalizacji Światowej*.....333

**Olgiard Sroczyński**

*Konsumpcjonizm i kultura zadłużenia. Etyczne aspekty polityki gospodarczej i cyklu koniunkturalnego*.....347

**Marcin Sławiński**

*Ewaluacja jako narzędzie zarządzania w administracji publicznej*.....356

**ROZDZIAŁ VI. Odpowiedzialność biznesu w aspekcie międzykulturowym****Andrzej Kiepas**

*Spoleczna odpowiedzialność biznesu w kontekście konfliktów związanych z rozwojem techniki*.....362

**Szymon Księżopolski**

*Indeks giełdowy a zmiana władzy*.....373

**Iwona Sobieraj**

*Międzykulturowe wyzwania dla etyki biznesu. Analiza na przykładzie badań kompetencji międzykulturowych przedsiębiorców i pracowników w województwie śląskim*.....387

**Sylwia Steinerowska, Izabela Bieniek**

*Czynniki kształtujące rozwój przedsiębiorstw społecznych w Polsce*.....403

**ROZDZIAŁ VII. Odpowiedzialność w relacjach biznesu z konsumentem****Radosław Kossakowski**

*Koniec egalitaryzmu? Współczesna piłka nożna a uwarunkowania biznesu i kultury konsumpcyjnej*.....415

**Małgorzata Durzewska**

*Kultura - zaufanie - biznes*.....424

**Agnieszka Łukasiewicz-Kamińska**

*Odpowiedzialne pożyczanie i kredytowanie*.....434

**Mariusz Opaliński**

*Upadłość konsumencka. Teoria i praktyka*.....448

**Jarosław Sadłocha**

*Realistyczna i idealistyczna tradycja kategorii interesu*.....463

**Anna Sławińska**

*Era kryzysu państwa opiekuńczego?*.....471

**Jarosław Legięć**

*Czy w etyce biznesu jest miejsce dla kłamstwa?*.....476

**Małgorzata Nadziakiewicz**

*Odpowiedzialny marketing usług medycznych a rola pacjenta jako klienta usług medycznych*.....485