

(I)Prowadzenie i koordynowanie badań naukowych z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w trzech obszarach:

- relacje wewnętrzne: pracodawca-pracownicy, menedżerowie-pracownicy, pracownicy-pracownicy;
- relacje przedsiębiorstwo - środowisko naturalne;
- relacje z otoczeniem zewnętrznym: przedsiębiorstwo-rząd, przedsiębiorstwo-klienci, przedsiębiorstwo-dostawcy, postawy/ działania prospołeczne.

W ramach tych trzech obszarów realizowanie projektów obejmujących tematykę:

- wpływu przywódców na stosowanie zasad CSR przez przedsiębiorstwa;
- znaczenia postaw etycznych przywódcy na kreowanie wartości społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwie;
- znaczenia postrzegania organizacji jako społecznie odpowiedzialnej w budowaniu wizerunku i potencjału konkurencyjności;
- miejsca problematyki społecznej odpowiedzialności biznesu w programach nauczania szkół wyższych prowadzących działalność w dziedzinie nauk ekonomicznych.

(II)Upowszechnianie wartości realizowania zasad odpowiedzialnego biznesu poprzez promowanie:

- spektakularnych działań przywódców biznesu;
- dobrych praktyk przedsiębiorstw, działań z zakresu CSR oraz programów będących przykładem społecznej odpowiedzialności biznesu;
- osiągnięć naukowych dotyczących postaw przywódców i przedsiębiorstw w zakresie odpowiedzialności społecznej;
- osiągnięć dydaktycznych szkół wyższych w zakresie nauczania etyki i społecznej odpowiedzialności biznesu.

[<<poprzednia](#)