

" معرفی کتاب "



ساختار کتاب

مشخصات:

نوع کتاب: مرجع

مقطع: عمومی

موضوع: مدیریت

ناشر: مهربان نشر

نویسنده: استفان ورتیگانز و ساموئل ایدوو / برگردان: منوچهر منطقی، آذر صائمیان و یونس نظری

صفحات: ۴۰۸ ص / چاپ اول: سال ۱۳۹۶



Corporate Social Responsibility

Academic Insights

Authors

Stephen Vertigans
Samuel O. Idowu

Interpreters:

Manouchehr Manteghi (Ph.D)

Azar Saemian (Ph.D)

Younes Nazari (Ph.D Student)

پایگاه
جامع
اطلاعات
کتابی

www.adinehbook.com

مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان مفهومی شناخته شده است که دسته ای از راه های تفکر و رفتار را ارائه می دهد که می توانند مزایایی چندلایه همراه آورند و در برگیرنده برنامه های توسعه ای دولت، وجهه و درآمدهای شرکت های فرامرزی هستند، که گنجایش کسب و کارهای کوچک را درون زنجیره های تأمین ارتقا می دهند و از طریق برنامه های مشارکت جامعه و با محتوای محلی، زندگی ها را متحول می سازند. این انتظارات وسیع را می توان تحت سه اصل اساسی اقتصادی، محیطی و اجتماعی یا مردم، زمین و سود در نظر گرفت. مطالعات علمی در سازمان ها همچنان تحت سیطره چشم اندازهای کسب و کار قرار دارند، در حالی که مطالعات علمی اجتماعی به شدت بر مشارکت ذی نفعان و فرآیندهای نظارت نظر دارند. با این حال، تعداد اقدامات صورت گرفته با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکتی چشمگیر است. برای نمونه، برنامه های مسئولیت اجتماعی شرکتی در برگیرنده آموزش، سلامت، توسعه کسب و کار، هنر، موسیقی، جرم، منابع انسانی، آلودگی، روابط عمومی، حقوق بشر، تعارضهای سیاسی، زنجیره های تأمین، انرژی تجدید پذیر، روابط اجتماعی و توسعه پایدار هستند. این برنامه ها اغلب در انزوا، در حوزه های فعالیت شرکت ها و همچنین حوزه هایی که تشخیص می دهند که نیاز به اقدام هست، توسعه داده می شوند. برنامه های این شرکت ها اغلب بینش های آکادمیک هستند، در نتیجه ضروری است که به منظور ترسیم مولفه های مختلف درون رویکردهای مسئولیت اجتماعی شرکتی و آثار و برآیندهای اقتصادی، محیطی و اجتماعی آن ها مجموع های از رشته های دانشگاهی ایجاد شوند. به این منظور، درجه و خواست برنامه های مسئولیت اجتماعی شرکتی باید با رویکردهای آکادمیک تطبیق یابند، که می توانند به شفاف سازی ریشه های مسائل و برآیندهای راه حل های بالقوه کمک کنند. همچنین این رویکرد چندرشته ای، روابط متقابل را در میان برنامه ها و اهل علم و فن ایجاد می کنند تا آن ها بهتر در مورد سرمایه گذاری و حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی امروز آگاه شوند. هدف اصلی ما از ارائه این کتاب دو وجه دارد: اول، نمایش ماهیت چندلایه ای مسئولیت اجتماعی شرکتی و نیاز به مشارکت بیشتر دانشگاهیان برای کمک به توسعه ساز و کارهای ضروری که رویکردهای مسئولیت اجتماعی را در میان هیات مدیره تشویق خواهند کرد؛ دوم، اثبات این امر که مسئولیت اجتماعی شرکتی با همه حوزه های علمی مرتبط است.

این کتاب همزمان با دومین دوره جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت که توسط انجمن مدیریت ایران با همکاری دانشگاه خاتم در تاریخ ۲۴ و ۲۵ بهمن ماه سال ۱۳۹۶ برگزار میشود؛ منتشر می گردد.



موسسه کتاب
مهربان نشر



انجمن مدیریت ایران

rahbaraneketab



دفتر مشارکت های مردمی و مسئولیت اجتماعی

نظارت: ژیلما مهدی آقایی (مدیر کل دفتر)

نگارنده: داود محرابی (کارشناس مشارکت های مردمی)

۱۳۹۸ / ۱۲ / ۰۶