

Hoofdstuk 1	Ethiek	11
Paragraaf 1	Inleiding	11
Paragraaf 2	Wat is ethiek?	12
Paragraaf 3	Waarden, normen en cultuur	14
Paragraaf 4	Ethische theorieën	17
Paragraaf 5	Ethiek als proces	24
Paragraaf 6	Cases en debatstellingen	30
Hoofdstuk 2	MVO en bedrijfsethiek	33
Paragraaf 1	Inleiding	33
Paragraaf 2	Wat is bedrijfsethiek?	34
Paragraaf 3	Waar speelt bedrijfsethiek zich af?	36
Paragraaf 4	Het belang van bedrijfsethiek	37
Paragraaf 5	Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen	41
Paragraaf 6	Wat mogen we van een bedrijf verlangen op ethisch gebied?	47
Paragraaf 7	Cases en debatstellingen	49
Hoofdstuk 3	Bedrijfscultuur en bedrijfscodes	53
Paragraaf 1	Inleiding	53
Paragraaf 2	De bedrijfscultuur	53
Paragraaf 3	De bedrijfscode	67
Paragraaf 4	Cases en debatstellingen	74
Hoofdstuk 4	Marktonderzoek en MVO	77
Paragraaf 1	Inleiding	77
Paragraaf 2	Ethiek en marktonderzoek	78
Paragraaf 3	Digitaal marktonderzoek en privacy	78
Paragraaf 4	Basisregels voor verantwoord marktonderzoek	87
Paragraaf 5	Cases en debatstellingen	89
Hoofdstuk 5	Strategische marketing en MVO	91
Paragraaf 1	Inleiding	91
Paragraaf 2	Wat is strategische marketing?	92
Paragraaf 3	Strategische marketing en maatschappelijk verantwoord ondernemen	93
Paragraaf 4	Ethische productdifferentiatie	102
Paragraaf 5	Cases en debatstellingen	105

Hoofdstuk 6 Tactische marketing en MVO	109
Paragraaf 1 Inleiding	109
Paragraaf 2 Wat is tactische marketing?	109
Paragraaf 3 Het product	110
Paragraaf 4 De prijs	119
Paragraaf 5 Plaats, product, promotie en duurzaamheid	124
Paragraaf 6 Cases en debatstellingen	128
Hoofdstuk 7 Marketingcommunicatie en MVO	131
Paragraaf 1 Inleiding	131
Paragraaf 2 Sponsoring en MVO	132
Paragraaf 3 Sales Promotion en MVO	138
Paragraaf 4 Public Relations en MVO	139
Paragraaf 5 Direct Marketing en MVO	141
Paragraaf 6 Cases en debatstellingen	145
Hoofdstuk 8 Reclame en MVO	149
Paragraaf 1 Inleiding	149
Paragraaf 2 Reclame en het individu	150
Paragraaf 3 Reclame en de samenleving	155
Paragraaf 4 Choqueren en inspireren	160
Paragraaf 5 Reclame, privacy en social media	167
Paragraaf 6 Cases en debatstellingen	168
Hoofdstuk 9 Bedrijfsleven en mensenrechten	171
Paragraaf 1 Inleiding	171
Paragraaf 2 Mensenrechten	172
Paragraaf 3 Mensenrechten en het internationale bedrijfsleven	174
Paragraaf 4 De verantwoordelijkheid van bedrijven	177
Paragraaf 5 Wat moet een bedrijf doen volgens Amnesty International?	180
Paragraaf 6 Cases en debatstellingen	182
Hoofdstuk 10 Human Resource Management en MVO	185
Paragraaf 1 Inleiding	185
Paragraaf 2 Wat is HRM?	186
Paragraaf 3 Discriminatie bij werving en selectie	187
Paragraaf 4 Prestatiebeloning en ethiek	190
Paragraaf 5 Gedragscodes in het personeelsbeleid	195
Paragraaf 6 HRM en ethiek: een nadere reflectie	197
Paragraaf 7 Cases en debatstellingen	201

Hoofdstuk 11 Horeca en MVO	207
Paragraaf 1 Inleiding	207
Paragraaf 2 De horecabranche	208
Paragraaf 3 Gastvrijheid en kwaliteit in de horeca	210
Paragraaf 4 Sociale hygiëne en ethische codes in de horeca	212
Paragraaf 5 Cases en debatstellingen	219
Hoofdstuk 12 Toerisme en MVO	225
Paragraaf 1 Inleiding	225
Paragraaf 2 Het MVO-beleid van TUI Nederland	226
Paragraaf 3 Wat is toerisme?	230
Paragraaf 4 Top-10 ethische kwesties in het toerisme	235
Paragraaf 5 Cases en debatstellingen	240
Hoofdstuk 13 Beroepsethiek	245
Paragraaf 1 Inleiding	245
Paragraaf 2 Wat is beroepsethiek?	245
Paragraaf 3 Beroepscodes	248
Paragraaf 4 Hoe te handelen bij onoverkomelijke gewetensbezwaren?	254
Paragraaf 5 Cases en debatstellingen	263
Hoofdstuk 14 Tool: stappenplan ethiek en MVO	267
Paragraaf 1 Inleiding	267
Paragraaf 2 Uitleg stappenplan aan de hand van een case	267
Paragraaf 3 Cases	272
Noten	275
Index	285