

1. Record Nr.	UNINA9910163045003321
Titolo	CSR und Wirtschaftspsychologie : Psychologische Strategien zur Förderung nachhaltiger Managemententscheidungen und Lebensstile / herausgegeben von Irene López
Pubbl/distr/stampa	Berlin, Heidelberg : , : Springer Berlin Heidelberg : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-662-52746-4
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (XII, 308 S. 20 Abb.)
Collana	Management-Reihe Corporate Social Responsibility, , 2197-4322
Disciplina	658.408
Soggetti	Business ethics Psychology, Industrial Supervision Counseling Business Ethics Industrial and Organizational Psychology Consulting, Supervision and Coaching
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references at the end of each chapters.
Nota di contenuto	Vorwort des Reihenherausgebers -- 1. CSR und Wirtschaftspsychologie -- 2. Ein neues Weltbild für Ökonomie und Gesellschaft von morgen -- 3. Wertesystem, unternehmerische Verantwortung und Wachstumsneutralität -- 4. Werte und der Reifungsprozess von Unternehmen: Kontraintuitive Hypothesen in einer Systemaufstellung mithilfe der Theorie U entdeckt -- 5. Systemische Nachhaltigkeit -- 6. CSR – Impuls für bessere Arbeitsbedingungen? -- 7. Diagnostik und Förderung ethischer Kompetenz in Organisationen -- 8. CSR als sozial nachhaltiges Handeln, psychologische Dynamik und die Vulnerabilität mittlerer Führungskräfte im permanenten Organisationswandel -- 9. Nachhaltigkeit und Resilienz. Warum zwei Krisenbegriffe Anlass zur Hoffnung geben -- 10. HRM im Kontext der Nachhaltigkeit -- 11. The Changing Workplace @ Case Vodafone -- 12. Unterstützung der Entwicklung neuer nachhaltiger Energiedienstleistungen/Smart- Grid-Technologien über Kundengruppenanalyse und Partizipation mittels

CoCreation-Prozessen -- 13. Psycho-logische Eckpunkte erfolgreicher Klima(schutz)kommunikation -- 14. Psychologische Aspekte im Nachhaltigen Bankgeschäft -- 15. Förderung von nachhaltigem Fleischkonsum durch effektives Marketing – ein Psychologischer Ansatz -- 16. Slow Fashion – Chance für einen nachhaltigen Kleidungskonsum? -- 17. Die Verbreitung von Nachhaltigkeit als soziale Innovation an Hochschulen aus Sicht studentischer Nachhaltigkeitsinitiativen.

Sommario/riassunto

Dieses Buch fokussiert auf die Ebenen der direkten Implementierung von Corporate Social Responsibility im Unternehmen und im Konsumverhalten. Nicht immer ist das Verständnis für CSR-Maßnahmen bei Mitarbeitern gegeben, doch gerade die Integration von nachhaltigen Strategien in das eigene Bewusstsein und damit das eigene Handeln ist erfolgsentscheidend. Dieses Herausgeberwerk präsentiert psychologische Erkenntnisse und Konzepte, die in der Kommunikation mit den eigenen Mitarbeitern, aber auch mit Endverbrauchern, den Konsumenten, genutzt werden können. Spezialbeiträge von Beitragsautoren aus Wissenschaft und Praxis zeigen, wie CSR und Wirtschaftspsychologie miteinander zu verknüpfen sind. Der Inhalt - Werte und Reifungsprozess von Unternehmen - Diagnostik und Förderung ethischer Kompetenz in Organisationen - Systemische Nachhaltigkeit - HRM im Kontext der Nachhaltigkeit - SMART Working - Psychologische Aspekte im nachhaltigen Bankgeschäft, Fleisch- und Kleidungskonsum - Die Verbreitung von Nachhaltigkeit als soziale Innovation an Hochschulen Die Herausgeberin Prof. Dr. Irene López hält die Professur und Fachbereichsleitung für Wirtschaftspsychologie an der Cologne Business School (CBS) inne. Die Reihe "In der CSR-Managementreihe werden bestehende Ansätze durch neue Ideen und Konzepte ergänzt, um so dem Paradigma eines nachhaltigen Managements gerecht zu werden. Damit soll ein neuer Standard in der unternehmerischen Praxis sowie Managementliteratur gesetzt werden." (René Schmidpeter).
