

Оглавление

Предисловие	3
Глава 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭТИКУ	5
1.1. Мораль и этика	5
1.2. Мораль и право	10
1.3. Подходы к изучению морали	11
1.4. Обоснование в этике	14
1.5. Мораль и культура	18
1.6. Структура морали	21
1.7. Функции морали	25
Глава 2. ОСНОВЫ НРАВСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ	29
2.1. От мировоззрения к поведению	29
2.2. Официальная и управляющая идеологии	31
2.3. Нравственное развитие личности	33
2.4. Межличностные отношения	36
2.5. Нравственная слабость	37
Глава 3. ЭТИКА ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ С КОЛЛЕГАМИ, ПОДЧИНЕННЫМИ И РУКОВОДСТВОМ	40
3.1. Власть и подчинение	46
3.2. Мотивация и манипулирование	50
3.3. Служебные разоблачения	51
3.4. Проблемы работающих женщин	55
3.5. Этика выгодных связей	57

Глава 4. ЭТИКА ДЕЛОВОГО КОНТАКТА	64
4.1. Этика — этикет — деловой этикет	64
4.2. Обстановка общения и этикетные формулы. «Ты- и Вы-общение»	65
4.3. Этикет и социальный статус адресата	68
4.4. Церемонии и этикетные тексты	73
4.5. Приветствия. Знакомства	76
4.6. Речевая культура деловой беседы	80
4.7. Этикет делового телефонного разговора	87
4.8. Деловое письмо: требования этикета	90
Глава 5. ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ: ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ	96
5.1. Типы переговоров в «зеркале» моральных установок	96
5.2. Когнитивные аспекты ведения переговоров	100
5.3. Техники и технологии ведения переговорного процесса	105
5.4. Особенности национального этикета при ведении переговоров	109
Глава 6. ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ПОВЕДЕНИЯ	116
6.1. Максимы поведения	116
6.2. Правила речевого общения для говорящего	119
6.3. Правила этикета для слушающего	123
6.4. Невербальное общение: требования этикета	125
6.5. Национально-культурная специфика делового поведения	131
Глава 7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ	139
7.1. Современные информационные технологии как средство повышения эффективности деловой коммуникации	139
7.2. Использование электронной почты в деловых отношениях	140

7.3. Способы проведения групповых совещаний при помощи информационных технологий: видео-, аудио- и компьютерные конференции	144
7.4. Применение в бизнесе сервисов мгновенного обмена сообщениями (<i>Instant Messengers</i>)	152
7.5. Этические аспекты использования сети Интернет в деловых отношениях	154
Глава 8. ИМИДЖ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА	159
8.1. Имидж и его составляющие	159
8.2. Создание имиджа: основные технологии	163
8.3. Требования этикета к имиджу деловой женщины и делового мужчины	167
Литература	172