

УДК 174.4(075.8)
ББК 87.75я73
А46

Автор:

Алексина Татьяна Алексеевна — профессор, доктор философских наук.

Рецензенты:

Пороховская Т. И. — кандидат философских наук, доцент кафедры этики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;
кафедра этики Российского университета дружбы народов.

Алексина, Т. А.

А46 Деловая этика : учебник для бакалавриата и специалитета / Т. А. Алексина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 384 с. — (Серия : Бакалавр и специалист).

ISBN 978-5-534-06659-3

Деловая этика рассматривается в широком контексте индивидуальной, социальной, корпоративной, профессиональной и глобальной этики; показана роль нравственных ценностей в современной экономике, предпринимательстве и менеджменте. Цель курса — формирование нового поколения специалистов, руководящихся в своей деятельности социально значимыми ценностями и нормами, осознающих свою профессиональную идентичность, преданных своей стране и понимающих необходимость развития социально ответственного бизнеса, который способствует созданию благополучного общества счастливых людей.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Для студентов и преподавателей высших учебных заведений гуманитарных специальностей — экономистов, менеджеров, предпринимателей, а также для представителей других специальностей, интересующихся проблемами цивилизованного ведения бизнеса.

УДК 174.4(075.8)
ББК 87.75я73

Разыскиваем правообладателей: <https://www.biblio-online.ru/inform>

Пожалуйста, обратитесь в Отдел договорной работы: +7 (495) 744-00-12; e-mail: expert@urait.ru



Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав. Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая компания «Дельфи».

ISBN 978-5-534-06659-3

© Алексина Т. А., наследники, 2014
© ООО «Издательство Юрайт», 2019

Оглавление

Введение..... 10

Раздел I. ПРЕДМЕТ И ВИДЫ ЭТИКИ

Глава 1. Предмет и виды этики..... 17

1.1. Определение предмета этики..... 17

1.2. Возрастание роли этики в современном мире..... 18

1.3. Теоретическая, прикладная, профессиональная этика..... 19

1.4. Диалогичность этики как отражение диалогичности и противоречивости бытия..... 22

1.5. Прикладная этика..... 25

1.6. Профессиональная этика..... 28

Контрольные вопросы..... 30

Глава 2. Индивидуальная и социальная этика..... 31

2.1. Индивидуальная этика..... 31

2.2. Социальная этика..... 33

2.3. Первичные и вторичные отношения..... 34

2.4. Этика социальных институтов..... 36

2.5. Социальный порядок..... 39

2.6. Структурное зло..... 40

2.7. Культурный сдвиг постмодерна на Западе..... 43

2.8. Проблема соотношения индивидуальной и социальной этики..... 46

2.9. Дилемма заключенного..... 48

Контрольные вопросы..... 49

Глава 3. Глобальная этика..... 50

3.1. Возникновение глобальной этики и ее предмет..... 50

3.2. Кризис идентичности и формирование глобальных субъектов..... 52

3.3. Толерантность как моральная дилемма..... 55

3.4. Дилемма мультикультурализма..... 58

Контрольные вопросы..... 61

Глава 4. Актуальные проблемы и современные направления этики	62
4.1. Антропологический кризис в контексте экологических проблем.....	62
4.2. Экологическая этика: основные принципы	66
4.3. Биоэтика	71
4.4. Моральные дилеммы биоэтики.....	73
4.5. Биоэтика и медицина	78
4.6. Принципы биоэтики.....	79
4.7. Дискурсивная этика	81
4.8. Понятие идеального коммуникативного сообщества.....	83
4.9. Нормы аргументированного дискурса.....	85
4.10. Этические проблемы международного бизнеса	86
<i>Контрольные вопросы</i>	91

Раздел II. ЭТИКА БИЗНЕСА

Глава 5. Этика бизнеса. Возникновение, предмет, актуальность	95
5.1. Возникновение этики бизнеса и основные проблемы.....	95
5.2. Предмет этики бизнеса.....	97
5.3. Основные уровни ведения бизнеса и соответствующие нормы	100
5.4. Роль бизнеса в истории	101
5.5. Актуальность этики бизнеса.....	103
<i>Контрольные вопросы</i>	107
Глава 6. Роль этики в повышении эффективности организации	108
6.1. Организационная культура как фактор повышения эффективности.....	108
6.2. Этические компоненты организационной культуры.....	110
6.3. Уровни организационного порядка.....	111
6.4. Этические аспекты деятельности менеджера.....	113
6.5. Возрастающая роль эмоционального интеллекта в современном менеджменте.....	115
<i>Контрольные вопросы</i>	116
Глава 7. Бизнес-этика в России: проблемы и особенности	118
7.1. Актуальность этики для российской экономики	118
7.2. Критика идеологии либерализма и дикого рынка.....	120
7.3. Экономическая составляющая национального менталитета	123
7.4. Отношение к богатству	125

7.5. Отношение к труду	126
7.6. Незащищенность собственности	129
7.7. Нравственный долг.....	131
7.8. Потребность в идеале.....	132
<i>Контрольные вопросы</i>	132

Глава 8. Моральные дилеммы в этике бизнеса

8.1. Рынок и мораль.....	133
8.2. Конкуренция и сотрудничество	137
8.3. Патернализм и автономия личности	139
8.4. Дилемма «служебного информирования»	141
<i>Контрольные вопросы</i>	148

Раздел III. ПОНЯТИЕ МОРАЛИ И КАТЕГОРИИ ЭТИКИ

Глава 9. Понятие морали	151
9.1. Определение понятия морали	151
9.2. Право и мораль.....	158
<i>Контрольные вопросы</i>	161
Глава 10. Категории этики	163
10.1. Нравственные основы цивилизованного бизнеса	163
10.2. Добро и зло.....	164
10.3. Виды зла.....	165
10.4. Счастье и благополучие.....	168
10.5. Долг и ответственность.....	170
10.6. Честь и достоинство.....	175
10.7. Смысл жизни.....	180
10.8. Роль категорий этики в становления самосознания личности.....	182
<i>Контрольные вопросы</i>	183

Раздел IV. СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ

Глава 11. Социальный капитал	187
11.1. Понятие социального капитала	187
11.2. Страны с высоким уровнем развития социального капитала	191
11.3. Страны с низким уровнем социального капитала.....	195
11.4. Формирование социального капитала	198
11.5. Проблемы социального капитала в России.....	199
11.6. Филантропия и благотворительность как способы увеличения социального капитала	202
11.7. Понятие благотворительности в законодательстве РФ	204

11.8. Благотворительность как способ увеличения социального капитала организации	205
<i>Контрольные вопросы</i>	206
Глава 12. Справедливость	208
12.1. История понятия «справедливость»	208
12.2. Справедливость как неравенство	209
12.3. Справедливость как равенство.....	210
12.4. Понятие справедливости в России: прошлое и настоящее	211
12.5. Современные теории справедливости: эгалитаристская, меритократическая, либертарианская	213
12.6. Теория справедливости Джона Ролза	215
12.7. Виды несправедливости	216
12.8. Справедливость как честность	216
12.9. Нравственное содержание принципов справедливости Ролза	218
<i>Контрольные вопросы</i>	219
Глава 13. Социальная ответственность бизнеса	220
13.1. Понятие «социальная ответственность бизнеса»	220
13.2. Международные модели социально ответственного бизнеса	220
13.3. Проблема социальной ответственности бизнеса в современной России	224
13.4. Принципы корпоративной ответственности.....	225
13.5. Основные подходы к проблеме социально ответственного бизнеса в России	226
13.6. Проблема субъектов социальной ответственности.....	227
13.7. Основные направления социальных программ.....	228
13.8. Преимущества социально ответственного бизнеса.....	230
<i>Контрольные вопросы</i>	234
 Раздел V. НАРУШЕНИЯ ЭТИКИ БИЗНЕСА	
Глава 14. Нарушения этики бизнеса и их социальные последствия	237
14.1. Нарушения этики бизнеса и их социальные последствия.....	237
14.2. Недобросовестная конкуренция.....	238
14.3. Коррупция	239
14.4. Мошенничество	241
14.5. Воровство.....	242
14.6. Оскорбление	242

14.7. Конфликт интересов.....	242
14.8. Дискриминация	244
14.9. Фаворитизм	246
14.10. Моббинг	247
14.11. Харассмент	249
<i>Контрольные вопросы</i>	253
Глава 15. Моральный кризис	254
15.1. Моральный кризис и кризис личности	254
15.2. «Смерть субъекта».....	255
15.3. Сексуальная революция и кризис семейных ценностей.....	257
15.4. Культурный сдвиг 1980-х гг. в России	257
15.5. Кризис идентичности	260
15.6. Роль профессиональных сообществ в преодолении кризиса личности.....	262
<i>Контрольные вопросы</i>	264

Раздел VI. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ЭТИЧЕСКИЕ КОДЕКСЫ

Глава 16. Профессиональная этика	267
16.1. Понятие профессионализма и его возрастающая роль в «обществе знания»	267
16.2. Профессиональная идентичность	269
16.3. Принципы профессиональной этики.....	271
16.4. Конфиденциальность, приватность, лояльность, честность, транспарентность, добросовестность.....	273
16.5. Этика протестантизма как основа западного предпринимательства.....	276
<i>Контрольные вопросы</i>	281
Глава 17. Этические кодексы и их роль в повышении профессионализма	282
17.1. Понятие этического кодекса	282
17.2. История возникновения профессиональных этических кодексов.....	283
17.3. Специфика этических кодексов.....	285
17.4. Структура этических кодексов.....	286
17.5. Миссия и кредо	286
17.6. Развернутый вариант этического кодекса.....	288
17.7. Процедура принятия кодекса	290
17.8. Роль руководителей компании	291
17.9. Ответственность перед сотрудниками	292

17.10. Основные этапы разработки и внедрения этического кодекса.....	293
17.11. Значение этического кодекса и его цели	294
17.12. Комплаенс-контроль	295
17.13. Принципы международного бизнеса	296
<i>Контрольные вопросы</i>	297

Раздел VII. ПРОБЛЕМЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Глава 18. Защита интеллектуальной собственности.....	301
18.1. Понятие и виды интеллектуальной собственности.....	301
18.2. Объекты интеллектуальной собственности	302
18.3. Дуализм интеллектуальной собственности.....	303
18.4. Защита интеллектуальной собственности	304
18.5. История возникновения и формирования права интеллектуальной собственности	306
18.6. Управление интеллектуальной собственностью	308
18.7. Инновационное развитие экономики	309
18.8. Проблемы реализации права творческих людей на вознаграждение.....	310
18.9. Преступления против интеллектуальной собственности.....	312
18.10. Коммерческая тайна	314
18.11. Защита деловой информации.....	316
<i>Контрольные вопросы</i>	317
Глава 19. Раскрытие корпоративной информации	318
19.1. Транспарентность как элемент инвестиционной привлекательности.....	318
19.2. Основные принципы информационной политики	319
19.3. Уровни раскрытия информации	320
19.4. Недостатки российских сайтов	322
19.5. Информационная прозрачность российских компаний	322
<i>Контрольные вопросы</i>	325

Раздел VIII. ЭТИКА РЕКЛАМЫ

Глава 20. Этика рекламы	329
20.1. Понятие и функции рекламы	329
20.2. За что мы не любим рекламу?	329
20.3. Позитивная роль рекламы	331
20.4. Основные нарушения этики в рекламной деятельности и их последствия.....	333
20.5. Неэтичная реклама и социальные санкции	337
<i>Контрольные вопросы</i>	338

Глава 21. Социальная реклама и ее роль в формировании нравственных норм и стереотипов

21.1. Понятие социальной рекламы.....	339
21.2. История возникновения.....	339
21.3. Цели и задачи социальной рекламы.....	340
21.4. Этические проблемы.....	343
21.5. Социальная реклама и политическая реклама	343
21.6. Социальная реклама и коммерческая реклама.....	344
21.7. Законодательство в области социальной рекламы	345
21.8. Социальная реклама и бизнес	345
21.9. Социальная реклама и некоммерческие организации	346
<i>Контрольные вопросы</i>	349

Раздел IX. ЭТИКЕТ

Глава 22. Этикет	353
22.1. Современный этикет.....	353
22.2. Виды этикета	354
22.3. Этикетные ситуации	354
22.4. Нарушения этикета	354
22.5. Внешний вид и привычки	358
22.6. Представление, знакомство, рукопожатие	359
22.7. Невербальное общение. Жесты и движения	364
22.8. Бизнес-этикет	365
22.9. Деловая беседа	365
22.10. Деловые переговоры.....	366
22.11. Деловое письмо	371
22.12. Правила делового этикета при отправке факсов.....	372
22.13. Правила проведения телефонных переговоров	372
22.14. Дресс-код.....	373
22.15. Международный этикет. Основные правила межкультурного общения.....	377
22.16. Преимущества поликультурной организации	379
<i>Контрольные вопросы</i>	380
Рекомендуемая литература	381