

Obsah:

1.	Úvod	9
2.	Terminologie a vymezení podnikatelské etiky	13
2.1	Etika a morálka	14
2.2	Základní kategorie etiky	15
3.	Stručný přehled hlavních etických učení	19
3.1	Hlavní etická učení, jejich vznik a vývoj	19
3.2	Etická učení starověkého Řecka	22
3.3	Stoická etika	25
3.4	Etika starého Říma	25
3.5	Etika a morálka v evropském středověku	25
3.5.1	Etika a morálka raného středověku	26
3.5.2	Etika a morálka vrcholného středověku	27
3.5.3	Etika a morálka období renesance (humanismus)	27
3.6	Etika a morálka novověku	29
3.6.1	Francouzští materialisté 18. století	31
3.6.2	Etika v německé filozofii 18. a 19. století	31
3.7	Etika a morálka 20. století	35
3.7.1	Etika pragmatická	36
3.7.2	Etika existenciální	36
3.7.3	Novodobá náboženská etická učení	36
3.7.4	Ostatní etická učení 20. století	37
3.7.5	Druhá polovina 20. století	39
3.8	Shrnutí přehledu etických učení	40

3.9	Tvorba morálního a hodnotového systému společnosti v České republice po roce 1989	41
4.	Kulturní normy společnosti	47
4.1	Kulturní chování člověka	48
4.1.1	Kultura osobního projevu	48
4.1.2	„Profesionální dojem“ – hlediska jeho tvorby	49
4.1.3	K některým prvkům kultury osobního projevu a profesionálního image	50
4.1.4	Kultivace osobního projevu ovlivňuje kulturu podnikání	51
4.2	Psychologické aspekty mluvního projevu	52
4.3	Mezilidská komunikace včetně asertivity a její etická dimenze	53
4.3.1	Zásady efektivní komunikace	54
4.3.2	Zásady asertivity	57
4.4	Neverbální projev a jeho význam v etice podnikání	62
4.4.1	Vědomí v neverbálním projevu	63
4.4.2	Základní prvky neverbálního projevu	63
5.	Etika a osobnost člověka	67
5.1	Motivy, potřeby, zájmy, hodnoty a postoje	68
5.2	Význam etiky pro umění jednat s lidmi	70
5.2.1	Proces učení se umění jednat s lidmi	70
5.2.2	Poznávání vlastní osobnosti	71
5.2.3	Poznávání druhých lidí	72
5.3	Etický způsob jednání a podnikání se vyplácí	73
6.	Lidská psychika ve vztahu k etice podnikání	79
6.1	Mimovolní mechanismy socializace člověka	79
6.2	Charakter člověka a jeho vztah k morálním hodnotám	80
6.3	Chování a mravnost	81
6.4	Proces osvojování morálních hodnot a vlastností	83
6.4.1	Etapy ve vývoji mravního vědomí, jednání a chování	83
6.4.2	Model stadií morálního růstu	85
7.	Podnikatelská etika, etika podnikání	89
7.1	Základní východiska podnikatelské etiky	90
7.2	Základní práva a povinnosti zaměstnanců a zaměstnavatelů z hlediska etiky	92
7.3	Slučitelnost podnikání a etiky	94
7.4	Zásady podnikatelské etiky	95
7.5	Obsah podnikatelské etiky	96

7.6	Hodnocení úrovně podnikatelské etiky	98
7.6.1	Porušování norem podnikatelské etiky	100
7.6.2	Současná praxe a etika podnikání v České republice	101
7.6.3	Vybrané činnosti firemního podnikání ve světě	102
8.	Význam a úloha kodexů etiky	107
8.1	Etický kodex podniků a jeho tvorba	107
8.2	Hlavní zásady výstavby etického kodexu	109
8.2.1	Etické kodexy a jejich praktické uplatnění	110
8.2.2	Etické kodexy v manažerských činnostech	112
8.2.3	Metody vedení lidí a jejich etický rámec	113
9.	Etické chování podniku ovlivňuje jeho postavení na trhu	117
9.1	Komplexní funkce systému podniku	117
9.1.1	Pracovní výkonnost zaměstnanců	117
9.1.2	Proč by se měl podnik chovat eticky	120
9.2	Trh a jeho mravní základy	122
10.	Vybrané zásady společenské etikety ve vztahu k etice podnikání	125
10.1	Základní principy kultury společenského styku	125
10.2	Vnější vzhled člověka a péče o něj	127
10.3	Základní pravidla chování člověka na veřejnosti	132
10.4	Základní pravidla chování člověka na pracovišti	138
11.	Shrnutí a závěr	141