

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
И НАУКИ УКРАИНЫ
ХАРЬКОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ СЕМЕНА КУЗНЕЦА



Этика БИЗНЕСА

Седова Л. Н.
Лепейко Т. И.
Авраменко Е. В.
Сорокина А. С.



часть 2

учебное пособие

УДК 174.4(075)

ББК 87.75я7

Э 90

Рецензенты: докт. экон. наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга в городском хозяйстве Харьковского национального университета городского хозяйства имени А. Н. Бекетова *Кондратенко Н. О.*; канд. экон. наук, доцент кафедры управления и экономики предприятия Национального фармацевтического университета *Козырева Е. В.*

Рекомендовано к изданию решением ученого совета Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця.

Протокол № 3 от 29.10.2014 г.

Э 90 Этика бизнеса : учебное пособие. Ч. 2 / Л. Н. Седова, Т. И. Лепейко, Е. В. Авраменко, А. С. Сорокина. – Х. : ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2015. – 456 с. (Рус. яз.)

ISBN 978-966-676-616-1

Адресовано тем, кто стремится гармонизировать свои отношения не только с партнерами, но и с окружающим миром. В работе представлены разновидности этики, а также взаимозависимость этики и бизнеса. Рассмотрены принципы этики деловых контактов, вербальной коммуникации и этики дистанционного общения.

Как научные исследования, так и практический опыт свидетельствуют, что систематическое и глубокое изучение этических аспектов бизнеса является необходимым звеном в практике всех специалистов, стремящихся к эффективному взаимодействию.

Рекомендовано студентам, аспирантам и практическим специалистам.



ISBN 978-966-676-616-1

779599

УДК 174.4(075)

ББК 87.75я7

© Седова Л. Н., Лепейко Т. И., Авраменко Е. В., Сорокина А. С., 2015

© Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця, 2015

Содержание

Введение.....	3
4. Взаимодействие этики и бизнеса.....	5
5. Разновидности этики.....	9
5.1. Государственная этика.....	9
5.2. Социальная этика.....	17
5.3. Производственная этика.....	21
5.3.1. Советы молодому руководителю. Чего не следует делать.....	26
5.4. Коммерческая этика.....	27
5.5. Этика теневого бизнеса.....	32
5.6. Профессиональная этика.....	41
5.6.1. Медицинская этика как составляющая профессиональной этики.....	43
5.6.2. Административная этика.....	49
5.6.2.1. Этика нейтралитета.....	51
5.6.2.2. Этика структуры.....	55
5.6.2.3. Этика лидерства.....	59
5.7. Этика манипулятивного общения.....	66
5.7.1. Этичность современных манипулятивных техник.....	78
5.7.2. Защита от манипуляций.....	84
5.8. Этика управления конфликтами.....	87
5.8.1. Этика стилей поведения в конфликтной ситуации.....	95
5.8.2. Кодекс поведения в конфликте.....	103
5.9. Критика и ее этические аспекты.....	115

5.10. Корпоративная и социальная ответственность сторон	119
6. Этика деловых контактов.....	134
6.1. Система ценностей как признак корпоративной культуры организации	140
6.2. Этапы подготовки к деловым контактам	147
6.2.1. Изучение предмета делового контакта.....	150
6.2.2. Сбор информации	153
6.3. Деловой протокол	159
6.3.1. Определение места проведения делового контакта.....	165
6.3.2. Установление временных рамок делового контакта.....	170
6.3.3. Формирование команды.....	173
6.3.4. Организация пространства для проведения делового контакта	182
6.3.5. Подготовка встречи и обслуживание участников делового контакта	186
6.3.6. Правила протокольного визита вежливости.....	190
6.3.7. Рассадка участников встречи за столом переговоров	194
6.4. Этика деловых приемов как часть этических традиций.....	201
6.4.1. Деловые приемы в рамках бизнес-этикета	217
7. Этика вербальной коммуникации.....	229
7.1. Особенности вербального поведения и техника речи	239
7.1.1. Особенности управления голосом	244
7.2. Роль культуры речевого воздействия в обеспечении этичности вербальной коммуникации	249

7.2.1. Этика речевого этикета в системе коммуникации	254
7.2.2. Речевые ошибки в деловой речи	263
7.2.3. Особенности произношения и ударения в деловой речи	270
7.2.4. Памятка ударений	275
7.2.5. Вариативность ударений с изменением значения слова	281
7.2.6. Вариативность ударений без изменения значения слова	283
7.3. Этический аспект использования средств выразительности деловой речи	284
7.3.1. Художественно-литературные тропы как средство выразительности речи	285
7.3.2. Лексические средства речи в системе языковой выразительности	295
7.3.3. Риторические фигуры мысли и фигуры слова как средство повышения внимания	309
7.3.4. Словарный состав и словарный запас деловой речи.	315
7.4. Подготовка к публичному выступлению	321
7.4.1. Композиционное построение выступления	324
7.4.2. Этические компоненты деловой риторики	336
7.5. Психологические аспекты вербальной коммуникации	352
7.5.1. Умение слушать как психологический прием	353
7.5.2. Преодоление барьеров на пути к умению слушать	357
7.5.3. Постановка вопросов как психологический прием	360

7.5.4. Типы вопросов, помогающих эффективному исходу деловой встречи	363
8. Этика дистанционного общения.....	371
8.1. Этика телефонных деловых контактов	371
8.2. Значение вопросов в телефонной коммуникации	379
8.3. Этика межличностной телефонной коммуникации	381
8.4. Тонкости телефонного бизнес-этикета	385
8.5. Этика "неживого" делового общения.....	394
8.5.1. Обязательные атрибуты делового письма.....	395
8.5.2. Типы деловых писем.....	403
8.6. Факсимильная связь (факс)	420
8.7. Электронная почта (e-mail)	421
8.8. <i>Short Message Service</i> , или <i>SMS</i>	434
8.9. Правила общения в <i>ICQ</i>	435
8.10. Сетевой этикет	439
Использованная литература	444