

Глосарій (термінологічний словник)

АВТОРИТЕТ – вплив чи здатність лідера спонукати інших до виконання покладених на них обов'язків.

ГУМАНІЗМ (лат. *humanus* — людський, людяний) — історично змінна система поглядів, яка визнає цінність людини як особистості, її право на свободу, щастя, розвиток і прояв своїх здібностей, яка вважає благо людини критерієм оцінки соціальних інститутів, а принципи рівності, людяності, справедливості – бажаною нормою людських відносин.

ДЕОНТИЧНА ЕТИКА (етика обов'язку) — напрямок етики, який виходить із пріоритету внутрішніх мотивів, а не із наслідків дій.

ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ – це сукупність правил, прийомів і форм поведінки при взаєминах ділових партнерів та використовується при знайомстві, проведенні бесіди, переговорів, розставання з партнером тощо, які прийняті діловому світі.

ДІЛОВИЙ МОВНИЙ ЕТИКЕТ – це комплекс правил мовного спілкування, які взаємопов'язані між собою і є обов'язковими для застосування в певних корпоративних ситуаціях.

ДРЕС-КОД – це збірка правил і рекомендацій про те, як співробітникам представницьких професій слід виглядати в конкретних ситуаціях ділового спілкування.

ЕКОЛОГІЧНА ЕТИКА (грец. *oikos* – оселя, середовище і *logos* – слово, вчення) – галузь міждисциплінарних знань, предметом якої є моральні та духовні аспекти ставлення людини до живої і неживої природи.

ЕСТЕТИКА (з грец. – відчуття, почуття) – філософська наука, яка вивчає специфічні прояви цілісного відношення між людиною й світом на основі пізнання краси.

ЕТИКА (з грец. *ethika*, *ethos* – звичай, моральний характер) – вчення про мораль, моральність.

ЕТИКА БІЗНЕСУ (грец. *ethika* < *ethos* – звичка, вдача; англ. *business* – справа, заняття) – система загальноетичних норм і правил поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, їх взаємодії та спілкування, а також між підприємцями та органами управління, що здійснюють регулювання підприємницької діяльності; судовими органами; споживачами продукції; суспільства в цілому.

ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ – це цілісна система елементів, яка охоплює етичні норми та правила ділових взаємовідносин, а також знання й уміння, пов'язані з обміном інформацією, культуру мовлення, культуру поведінки, зовнішню культуру та етикет.

ЕТИКА МІЖНАРОДНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА – передбачає знання своїх партнерів, культури, традицій країн їх походження, що диктують специфіку їх менталітету та методи ведення бізнесу.

ЕТИКА ПОВЕДІНКИ – це сукупність вчинків та дій людей, які відповідають тим нормам моралі, свідомості чи порядку, що склались у суспільстві або до яких воно прямує.

ЕТИКА СЕРВІСУ спрямована на формування у працівників поняття свого професійного обов'язку і честі, прищеплення навичок культури спілкування як з клієнтами, так і зі своїми колегами, постачальниками, конкурентами та ін.

ЕТИКА СПРАВЕДЛИВОСТІ – це етика, яка базується на положенні, що люди за своєю природою є суспільними істотами і повинні жити в суспільстві та створювати соціальні структури для підтримки його функціонування.

ЕТИКА ТОВАРУ – це сукупність моральних, етичних принципів і правил, які керують діями інтересантів всіх рівнів соціально-економічної системи в ході виробництва, пакування та реалізації товарів всіма наявними засобами з метою зацікавлення потенційних споживачів.

ЕТИЧНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМНИЦТВА – це сукупність принципів, прийомів і методів здійснення підприємницької діяльності суб'єктами підприємницької діяльності, відповідно до чинних, в конкретній країні, правових норм, звичаями ділового обороту, моральними правилами, нормами поведінки при здійсненні цивілізованого бізнесу.

ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ – це вищий рівень психічного відображення природного, штучного, соціального середовища та внутрішнього світу людини; саморегуляція даного відображення та усвідомлення місця і ролі людини у реальному світі.

ЕТИЧНЕ ІНВЕСТУВАННЯ – це процес відповідального здійснення капіталовкладень, який інтегрує соціальні, екологічні та етичні принципи в процесі прийняття інвестиційного рішення.

ЕТИЧНИЙ КАПІТАЛ КОМПАНІЇ – вартісна оцінка сукупного ресурсу співпраці з діловими партнерами, якщо його використання сприяє зростанню ефективності господарювання та отриманню додаткового доходу при сформованому рівні ресурсного забезпечення.

ІМІДЖ (англ. image – образ, престиж, репутація) – враження, яке особистість (бізнесмен, менеджер, політик тощо) або організація (фірма, заклад освіти тощо) справляють на людей і яке фіксується в їх свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень.

ІМІДЖ ОРГАНІЗАЦІЇ (корпоративний імідж) є віддзеркаленням цінностей організації і тим, як ці цінності сприймаються людьми. Фактори формування іміджу різноманітні.

КЕРІВНИЦТВО – це мистецтво впливати на людей, надихати їх на те, щоб вони з власної волі прагнули до досягнення загальної мети.

КОДЕКС ЕТИКИ В БІЗНЕСІ – це зведення моральних принципів, моральних норм і правил поведінки однієї особи або групи осіб, що визначає оцінку їхніх дій з погляду взаємовідносин з іншими суб'єктами бізнесу, відносин у колективі і в суспільстві на основі дотримання моральних норм і принципів, які розділяються ними.

КОРПОРАТИВНА ЕТИКА – обумовлена діяльністю та цілями даної організації, а також історично складеними стереотипами поведінки в даній організації.

КУЛЬТУРА МОВИ – це нормативність мови, її правильність, відповідність вимогам сучасності.

МАКРОЕТИКА – розуміють ту частину етики бізнесу, яка розглядає специфіку моральних відносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства: корпораціями, державою, суспільством в цілому.

МІЖКОРПОРАТИВНА ЕТИКА – етика відносин між корпораціями.

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС-ЕТИКЕТ – це глибоке знання пристойності, вміння тримати себе на міжнародному рівні, щоб заслужити загальну повагу і довіру.

МІКРОЕТИКА – досліджує специфіку моральних відносин всередині корпорації, між корпорацією як моральним суб'єктом і її робітниками, а також акціонерами.

МОРАЛЬ (лат. moralis — моральний; mores — норми; франц. звичай, воля, закон, властивість) – система поглядів, уявлень, норм, оцінок, що регулюють поведінку людини.

ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА — конкретно визначений набір моральних норм, який слугує керівництвом поведінки в тій чи іншій професійній діяльності.

СОВІСТЬ — категорія етики, яка характеризує здатність особистості здійснювати моральний самоконтроль, самостійно формулювати для себе моральні обов'язки, вимагати від себе їх виконання і здійснювати самооцінку здійснених вчинків.

СПІЛКУВАННЯ – це процес взаємодії конкретних людей, заснований на обміні думками і почуттями за допомогою слів і виразних рухів.

STAKEHOLDER ANALYSIS – методика, що дозволяє впорядкувати власне розуміння моральної проблеми й винести по її приводу конкретне судження.

УПРАВЛІНСЬКА ЕТИКА – сукупність правил і форм ділового спілкування з людьми, яка дозволяє виразити їм повагу, яка допомагає встановити між керівником та підлеглим атмосферу взаєморозуміння, доброго відношення одне до одного.

УТИЛІТАРНА ЕТИКА — напрямок етики, який визначає моральність вчинку виходячи із наслідків його здійснення.

ЦІННОСТІ – важливість, цінність чогось для людини.