



با بیان : جواد الهی

اخلاق حرفه ای کسب و کار





جواد الہی



اجرائی

مدیرعامل
مدیر پروژه
مشاور



علمی

دانشگاہها
دوره های حرفه ای
داور، ارزیاب، عضو



تدریس

۱۸ سال



همایش مدیران وزارت جهادکشاورزی

عنوان سخنرانی : شریعت تقصیر و مسئولیت‌های مدیریت
جهاد الهی : تقصیرات غیبتی بخشد جانکند و یا مصلحت درست کنیا راه برین رفت
از ولایت هفت سازمانها است

توسعه شایستگی‌های شخصیتی و هوش حیوانی



تکریم



مدیریت استرس در سازمان‌ها و اداره



انتخاباتی تصمیم گیری مدیران



هوش شعبانی

آمینه پژوهش و استراتژی



دوره دوم آمینه پژوهش در پژوهشگاه نیرو



سخنرانی در هم اندیشی مدیران با عنوان آمینه



سمینار آمینه نگاری تکنولوژی



دوره دوم بلند مدت آمینه پژوهش در سازمان انرژی نو مدیریت پروژه

آمینه



دوره مدیریت پروژه 1*MBDOK در سایه



دوره مدیریت پروژه 1*MBDOK شرکت ملی گاز



مدیریت مالی برای مدیران پروژه در انرژی



دوره ارزیابی پیمانکاران در میا

مالی و سرمایه گذاری



روشنای تاسمن مالی و کاهش هزینه



سمینار خود مالی



روشنای تاسمن مالی



تزویت افرینش در کسب و کارها

آمینه



دوره ASE



دوره مسئولان 50 نفر



مفاهیم تیم ترست پرس



برنامه ریزی منابع انسانی

آمینه



مدیریت تولید



مدیریت تولید



مدیریت تولید



مدیریت تولید

www.JavadElahi.com



@Javad_Elahi

پیامبر اسلام (ص) :

- به راستی که من مبعوث شدم تا شرافت‌های اخلاقی را کامل و تمام کنم



اخلاق چیست؟

• اخلاق کسب و کار (business ethics)

اخلاق معادل واژه **moral**، در لغت به معنی خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار رفته است که گاهی آن را وصف حالت یا رفتار می‌دانیم که در این مفهوم به حالت درونی و ملکه نفسانی اطلاق می‌شود و گاهی نیز مراد ما از آن دانش نظام‌مند **ethics** است. در این کاربرد، اخلاق علمی است که از خوب و بد بحث می‌کند.

اخلاق به‌عنوان تنظیم‌کننده روابط میان انسان‌ها،

اخلاقیات به‌عنوان سیستمی از ارزش‌ها و باید و نبایدها تعریف می‌شود که براساس آن نیک‌و‌بدهای کسب و کار مشخص می‌گردند و عمل بد از خوب متمایز می‌شود.

• اخلاق الگوی ارتباطی مبتنی بر رعایت حقوق طرف ارتباط است. به دیگر سخن، اخلاق مسئولیت‌پذیری در قبال حقوق افراد است.

بر این اساس، اخلاق کسب و کاری نیز عبارت است از: مقررات، استانداردها، کدها و یا اصولی که دستورالعمل‌های لازم برای رفتارهای درست اخلاقی و وجدانی و همچنین درستکاری در شرایط خاص کسب و کاری را فراهم می‌سازند



چه توقعی از دانش اخلاق حرفه‌ای در کسب و کار داریم

- بیان نظامند مسئولیت‌های اخلاقی
- ارائه شیوه‌های پیشگیری و بهبود آسیب‌های اخلاقی در کسب و کار
- سنجش اخلاقی در حوزه‌های مختلف کسب و کار
- شیوه‌های آموزش اثربخش ارزش‌ها ترویج



اخلاق یعنی برند



انگاره درباره اخلاق کسب و کار

- برنامه تشخیص ، پیشگیری، بهبود رفتار
- پند و اندرز



هدف از بکارگیری اخلاق کسب و کار چیست؟

هدف نهایی اخلاق کسب و کار این است که کیفیت اخلاقی تصمیم گیری استراتژیک و عملکردها را در همه سطوح استراتژی کسب و کار بهبود بخشد.



پیترا کر:

- اگر مدیر اخلاق نیکو نداشته باشد و یا نادرست باشد فساد به بار می آورد
- اخلاقی بودن کسب و کار در درجه اول به اخلاقی بودن آرمان ها و اهداف مربوط است



آرمان و اهداف سازمان از حیث اخلاق یکی از سه وضعیت زیر را دارد

آرمان و اهداف ضد اخلاقی

آرمان و اهداف اخلاقی

آرمان و اهداف اخلاق گریز



مدیران نیازمند دو گونه مشاوره اند:

- تشخیص معضل اخلاقی
- شیوه ای درمان و پیشگیری





نقش اخلاق در رهبری کسب و کارها

رمز و راز موفقیت کسب و کار در آینده

- رابطه خوب محیط با کسب و کار
- اعتماد یعنی برند هر چه نرخ اعتماد به بنگاه از حیثیت اصالت ریشه‌دار بودن فراگیر و پایداری بیشتر باشد موفقیت آن بنگاه به ویژه در شرایط بحرانی بیشتر است



رمز و راز اعتماد آفرینی

پیش بینی پذیری اخلاقی

- خصلت پایدار

- توانایی محیط

- پیش بینی پذیر کردن عملکرد کسب و کار

- دستیابی به حقوق

تحلیل پیش بینی پذیری اخلاقی

آثار زیانبار پیش بینی ناپذیری



آثار زیانبار پیش بینی ناپذیری

کسب و کار : قدرت + پیش بینی ناپذیری = وحشت

- بلا تکلیفی محیط
- اضطراب و تشویش
- سلب اعتماد محیط به کسب و کار
- تخریب رابطه آسان و درست محیط با کسب و کار
- زمینه فساد
- تنش های ناشی از واکنش های هیجانی
- آسیب پذیری فرهنگ کسب و کاری
- توسعه نیافتگی منابع انسانی
- رشد گروه های غیر رسمی مخرب
- مانع کارآفرینی کسب و کاری
- کاهش رضایت مشتری
- کاهش بهره‌وری تسری به سایر کسب و کارها
- مانع توسعه اقتصادی



مسئولیت پذیری اخلاقی کسب و کار

- بنگاه هرچه نرخ مسئولیت پذیری اخلاقی خود را نسبت به محیط افزایش دهد به همان میزان از قانون مندی بیشتری برخوردار می شود
- پنج اصل راهبردی
- اصل یک : اگر بنگاه مسئولیت پذیر باشد آنگاه به میزان مسئولیت پذیری قانونمند می گردد
- اصل دوم: اگر بنگاه قانونمند گردد آنگاه به میزان قانونمندی قابل پیش بینی خواهد شد
- اصل سوم: اگر بنگاه قابل پیش بینی باشد آنگاه به میزان پیش بینی پذیری اعتماد آفرین خواهد بود
- اصل چهارم : اگر بنگاه اعتماد بیافریند آنگاه به میزان اعتماد آفرینی موفق خواهد بود
- اصل پنجم: اگر بنگاه مسئولیت پذیر باشد آنگاه به میزان مسئولیت پذیری موفق خواهد بود



اخلاق کسب و کار شامل

- منابع انسانی فرایندها و نظام‌های حرفه‌ای و سیستم می‌باشد ابعاد منابع انسانی در اخلاق کسب و کار شامل شایستگی‌های اخلاقی و مسئولیت‌های اخلاقی است
- فرایندها و نظام‌های حرفه‌ای در حوزه اخلاق کسب و کار شامل بهینه‌سازی فرایندها ممیزی اخلاقی شرح وظایف تشخیص و حل مسائل اخلاقی در فرایندها است
- سیستم در اخلاق کسب و کار شامل مسئولیت‌های اخلاقی کسب و کار، ویژگی‌های سازمانی اخلاقی و رهبری اخلاقی کسب و کار



آثار اخلاق حرفه ای در کسب و کار

- ۱ ایجاد اعتماد درونی و بیرونی اصیل محیط به کسب و کار
- ۲ افزایش بهره‌وری جذب و حفظ منابع انسانی حرفه‌ای
- ۴ مدیریت تعارض و تبدیل تهدید به فرصت
- ۵ تبدیل مشتری به طرفدار دوآتشه و افزایش سهم کسب و کار از بازار
- ۶ برتری رقابتی و برتری راهبردی
- ۷ افزایش مشارکت عمومی در کسب و کار
- ۸ سرآمدی کسب و کار
- ۹ افزایش ارزش افزوده و ایجاد ثروت
- ۱۰ امنیت و آسایش روانی
- ۱۱ کیفیت کالا و خدمات
- ۱۲ افزایش توان گروهی



انواع فساد اداری و رفتارهای غیراخلاقی سازمانها

- استفاده از اموال عمومی برای منافع شخصی
- سوء استفاده از موقعیت و جایگاه اداری
- رشوه گیری
- پنهان کاری
- هر گونه رد و بدل کردن منابع و امکانات برای انجام امور غیر قانونی در سازمانها

وجه مشترک تعاریف: هنجارشکنی (اخلاقی، مقرراتی، قانونی)



An aerial, high-angle view of a dense city with numerous skyscrapers and buildings. The image is in a dark, monochromatic green color scheme. A prominent, bright green diagonal bar runs from the bottom right towards the center. The text is overlaid on the left side of the image.

بخش سوم
چیستی اخلاق حرفه‌ای

تمایز مسئولیت اخلاقی با مسئولیت های حرفه‌ای و حقوقی

مسئولیت حقوقی	مسئولیت اخلاقی
قراردادی	سرشتی
کاملاً مدون	غالباً نامدون
غیر فراگیر	همه شئون آدمی
قانونی است	همزاد و همراه آدمی
حمایت کننده از اخلاق	ممیز قانون
قانون شمول تر است	یکی از منابع قانون
اخلاق قانون گذار	قانون پذیری اخلاقی است



تنوع زیست اخلاقی

- ادب بندگی
- اخلاق شخصی
- اخلاق خانواده
- اخلاق شغلی
- اخلاق شهروندی
- اخلاق ورزش
- اخلاق پژوهش



۵- منابع معرفتی اخلاق حرفه ای

- آموزهای اسلامی
- میراث و تمدن ایران باستان و سایر تمدنهای اخلاق گرا
- میراث معرفتی اخلاق در تمدن اسلامی
- تمدن ایرانی اسلامی
- تجارب کسب و کارهای کسب و کار و کسب و کارهای مردم نهاد
- گستره معرفتی اخلاق حرفه ای با شاخه های گوناگون



An aerial, high-angle view of a dense city with numerous skyscrapers and buildings. The image is in a dark, monochromatic green color scheme. A prominent, bright green diagonal bar runs from the bottom right towards the center. The text is overlaid on the left side of the image.

بخش چهارم
اخلاق کسب و کار

ابعاد اخلاق کسب و کاری

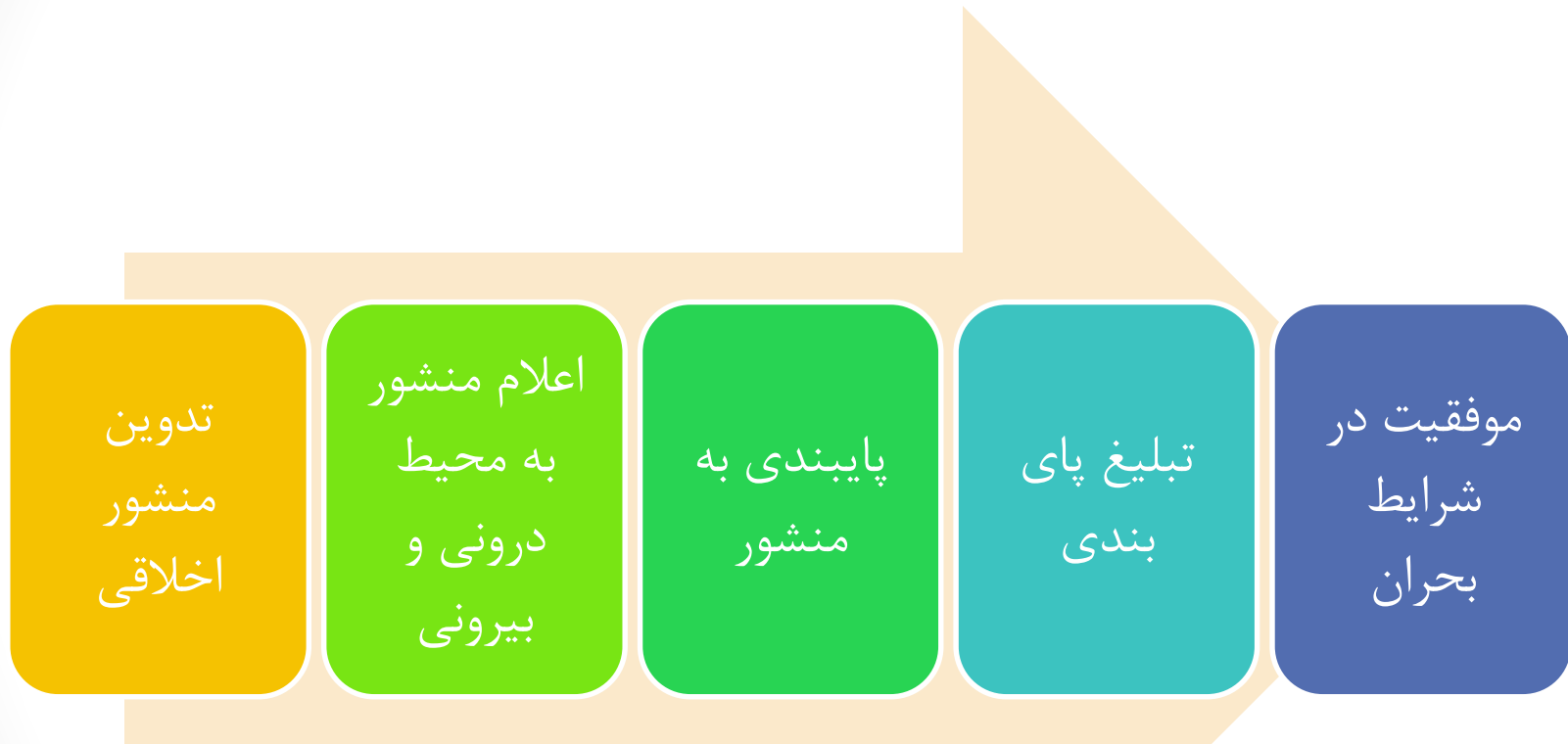
- منابع انسانی
 ۱. شایستگیهای اخلاقی
 ۲. مسئولیتهای اخلاقی
- فرایندها و نظامهای اخلاقی
 ۱. بهینه سازی فرایندها
 ۲. ممیزی اخلاقی شرح وظایف
 ۳. تشخیص و حل مسایل اخلاقی در فرایندها
- سیستم
 ۱. مسئولیتهای اخلاقی کسب و کار
 ۲. ویژگیهای کسب و کار اخلاقی
 ۳. رهبری اخلاقی کسب و کار



- بیانیه های اخلاقی
- شرایط کارآمدی سند جامع اخلاقی
- ۱. فراگیر و جامع نسبت به همه عناصر محیط و ابعاد بنگاه
- ۲. قابل تحقق و اجرا
- ۳. عاری از جهت گیری ابزارانگارانه
- ۴. عاری از ابهام در زبان، مفاهیم و ساختار
- ۵. دارای ترتیب و الویت بندی در مسئولیتها
- ۶. سازگار



پایبندی به سند جامع اخلاقی



مسئولیت‌های اخلاقی رهبران کسب و کار

- بیان مسئله
- نقش محوری مدیران
- اخلاق ورزی در زندگی شخصی اخلاقی
- اخلاق ورزی در حرفه مدیریت
- اخلاقی کسب و کار و آرمان و اهداف کسب و کار
- نظام مند کردن همه امور در حرفه
- جهت گیری اخلاقی نظام‌های حرفه
- ارزیابی مستمر عملکرد اخلاقی کسب و کار
- مواجهه روش مند با معضلات اخلاقی در بنگاه
- آموزش و ترویج اخلاق
- ممیزی اخلاقی تصمیم‌های هیئت مدیره و رئیسه
- تدوین سند جامع اخلاقی کسب و کار
- نظارت بر پایبندی استثنا ناپذیر به سند اخلاقی کسب و کار
- تبلیغ اقدام‌های اخلاقی کسب و کار



نظام مند کردن همه امور در حرفه

- منع تصمیمهای سلیقه ای و تبعیض آمیز و کاهش ظلم کسب و کاری
- افزایش نرخ پیش بینی پذیری کسب و کار
- ایجاد و ترویج اعتماد راسخ، پایدار و فراگیر محیط به بنگاه
- تحقق شایسته سالاری در کسب و کار
- استقلال و مسئولیت پذیری افراد و واحدهای تابعه
- زمینه سازی برای تحول در عین ثبات
- تسهیل و تصحیح رابطه صف و ستاد



اخلاق کسب و کار دارای حوزه گسترده و وسیعی است و عوامل و شاخص های گسترده ای را در بر می گیرد. این عوامل را می توان برای سازمان در حداقل هفت وجه تقسیم بندی کرد:

۱. خط مشی اخلاقی شرکت در قبال مصرف کنندگان و مشتریان
۲. خط مشی اخلاقی شرکت در قبال محیط زیست و جامعه جهانی
۳. خط مشی اخلاقی شرکت در قبال جامعه ، شهروندان و منافع ملی
۴. خط مشی اخلاقی شرکت در قبال کارکنان و مدیران
۵. خط مشی اخلاقی شرکت در قبال رقبا
۶. خط مشی اخلاقی شرکت در قبال سهامداران
۷. خط مشی اخلاقی شرکت در قبال پیمانکاران و موسسات نظارتی



خط مشی اخلاقی شرکت در قبال حقوق مصرف کننده و مشتری

- احترام اصیل و مشروط
- صداقت و صراحت
- خدمات قبل از فروش، حین فروش و بعد از فروش
- تنوع کالا و خدمات
- اجتناب از تبعیض
- حفظ حریم شخصی، رازداری و امانتداری
- قیمت پایین همراه با کیفیت بالا
- سرعت در تحویل کالا و خدمات
- تحویل به موقع و بی عیب کالا
- پای بندی به تعهدات
- انصاف و قسط
- نقدپذیری و پاسخگویی
- اعتماد به مشتری
- زبان نزدن به مشتری



مشتری

- مشتری که مرتکب خلاف می شود حق احترام را از دست نمی دهد بلکه مستحق برخورد قانونی و تنبیه است



وظایف اخلاقی کسب و کار در قبال کارکنان

- ارتقاء سطح دانش مهارت توانایی و نگرش کارکنان
- تامین امنیت شغلی و ایجاد فرصت ارتقای شغلی
- تامین رفاه بهداشت و سلامت روانی
- تامین حقوق عادلانه و مفید
- رعایت حداقل سن کار، مواجهه عادلانه
- استفاده بهینه از همکاران
- تقویت خودانگیزگی، نقد پذیری و مشارکت طلبی
- تناسب اختیارات و مسئولیتها، تسهیل ارتباطات کسب و کاری
- حمایت معنوی و مادی از کارکنان
- احترام و اعتماد به کارکنان
- مواجهه صادقانه و سریع با کارکنان
- حفظ حریم شخصی راز داری و امانت نگری
- تامین مدیران لایق و منصف حمایت از آزادیهای فردی، حمایت از تشکل های صنفی، جبران خسارات ناشی از کار، قانون پذیری و پایبندی به قوانین بین المللی کار



بازنگاری

- بنیانی ترین اصل در مدیریت منابع انسانی ،تصور سازمان از کارکنان است
- کسب و کار اخلاقی از برخورد هیجانی با خطاهای کارکنان پرهیز می کنند



کودکان

- براساس قانون های بین المللی کودکان زیر ۱۵ سال در هیچ موسسه نباید کار کنند



رقبا کدامند؟

- بنگاهی که محصولی مشابه محصول ما را تولید میکند
- بنگاه که محصول جایگزین محصول ما را تولید میکند
- بنگاهی که به راحتی می‌توانند به صنعت ما بیایند
- تامین‌کنندگان خریداران



مسئولیت های کسب و کار در قبال رقبا

- انتفاع طرفین
- احترام اصیل به رقبا
- زیان نرساندن
- تلاش در رقابتی کردن محیط و ذوق رقابت به رفاقت
- اجتناب از روابط غیر اخلاقی با کارکنان بنگاه رقیب و رعایت حقوق رقبا در بازاریابی
- حفظ حریم رقبا و صیانت از اسرار آنها
- حمایت معنوی از رقبا
- مواجهه صادقانه و صریح با رقبا
- اجتناب از اقدام های تلافی جویانه غیر اخلاقی
- ترویج اخلاق حرفه ای نزد رقبا



روش های اخلاقی رقابت:

- صرفه جویی اقتصادی
- تمایز محصول
- حجم بالای سرمایه گذاری
- عدم دسترسی به کانال توزیع



حفظ محیط زیست

- حفظ محیط زیست
- همکاری با کسب و کارهای مرتبط با محیط زیست
- قانون پذیری نسبت به قوانین و مقررات حفاظت محیط زیست
- ترویج تفکر سبز و حمایت از گروه‌های سبز و رعایت اصول و استانداردهای زیست محیطی تلاش در کاهش آلاینده‌های محیط زیست
- توسعه دانش و فناوری حفاظت محیط زیست
- توسعه برنامه‌های بازیافت
- ارتقای کیفیت محصول
- صرفه جویی در استفاده از منابع



پایبندی به حقوق شهروندان

- پایبندی به حقوق شهروندان
- اطلاع رسانی صحیح و آگاهی دادن به شهروندان
- مواجهه صادقانه و توأم با احترام به شهروندان
- مشارکت در امور خیریه
- مشارکت در ارتقاء سطح رفاه عمومی
- نقدپذیری مشارکت در ترویج ورزش هنر فرهنگ نشاط شادی و امیدواری



مسئولیت شرکت در قبال سرمایه اجتماعی و منافع ملی

- مسئولیت شرکت در قبال سرمایه های اجتماعی و منافع ملی
- قانون پذیری
- پرداخت مالیات و عوارض
- مشارکت در طرح های اقتصادی
- مشارکت در تولید و توسعه دانش و فناوری
- مشارکت در ارتقای استانداردهای مرتبط با صنعت
- همکاری موثر با نهادهای دولتی
- مشارکت در اشتغال توزیع عادلانه فرصت‌ها
- مشارکت در ارتقای فرهنگ عمومی و حفظ میراث فرهنگی و تاریخی
- احترام به هنجارهای اجتماعی و ارزش های دینی
- مشارکت در امور خیریه مشارکت در توسعه ذهنی و تکامل معنوی انسان ها



محوری ترین مسئولیت شرکت حفظ منافع ملی است



تامین کنندگان کدامند؟

- تامین کنندگان کالا
- تامین کنندگان خدمات
- تامین کنندگان امور معنوی دانش و گواهی
- تامین کنندگان مالی و تسهیلات اعتباری



خط مشی اخلاقی شرکت در قبال تامین کنندگان

نگرش مثبت و خیرخواهانه

- مواجهه صادقانه صریح و توأم با احترام اصیل
- پایبندی به تعهدات و پرداخت به موقع مطالبات
- حفظ حریم شخصی و حقوق مالکیت معنوی و فکری رازداری و امانتداری
- اجتناب از ضرر رساندن، جبران خسارات ناشی از عملکرد شرکت
- پیش بینی پذیری، نقد پذیری و پاسخگویی سرعت و سهولت در تعامل همراه با دقت و صحت
- اطلاع رسانی به موقع دقیق و شفاف
- حمایت معنوی و وفاداری
- ارائه عادلانه فرصت‌ها و پرهیز از هرگونه تبعیض
- ترویج اخلاق حرفه‌ای در تامین کنندگان و پیمانکاران



در قبال سهامدارن

- نظام مند سازی همه امور حرفه ای در بنگاه
- توانمندسازی و توسعه منابع انسانی
- وفاداری کسب و کاری
- پای بندی به مصوبات مجمع
- امانت داری
- تامین سود منطقی با حفظ مسئولیتهای اجتماعی
- رازداری
- ارتقای برند شرکت
- پژوهش و توسعه
- ایجاد برتری رقابتی
- اطلاع رسانی دقیق و شفاف
- نقدپذیری و پاسخگویی
- تسهیل و تصحیح ارتباط محیط با کسب و کار
- شفافیت و سلامت در انجام معاملات تجاری
- هم افزایی با شرکتهای وابسته
- اعتماد آفرینی
- ایجاد مزیت راهبردی
- پای بندی به سند اخلاقی



مسئولیت اخلاقی صاحبان کسب و کار در خصوص سند اخلاقی:

- تدوین فراگیر و منسجم
- تصویب
- اعلام به محیط با زبان شفاف
- نهادینه کردن آن در فرهنگ کسب و کاری از طریق ممیزی فرایند تصمیم سازی بر اساس آن
- پایبندی استثنا ناپذیر به آن
- تبلیغ پایبندی به آن
- بالاترین مرجع اخلاقی سازمان سند اخلاقی است





بخش پنجم

مهارت های تشخیص و حل اثربخش
مسائل اخلاقی در حرفه

مسئله اخلاقی چیست

مسئله اخلاقی آن است که فرد یا کسب و کار می‌خواهد در موقعیت خاص حرفه‌ای بداند تکلیف اخلاقی چیست و شیوه اثربخش و اخلاقی در انجام آن تکلیف کدام است



مسائل اخلاقی کدامند

□ مسائل اخلاقی در کسب و کار

□ مسائل اخلاقی کسب و کار



ساختار شناسی مسائل اخلاقی

- موضوع مسائل اخلاقی
- احکام اخلاقی



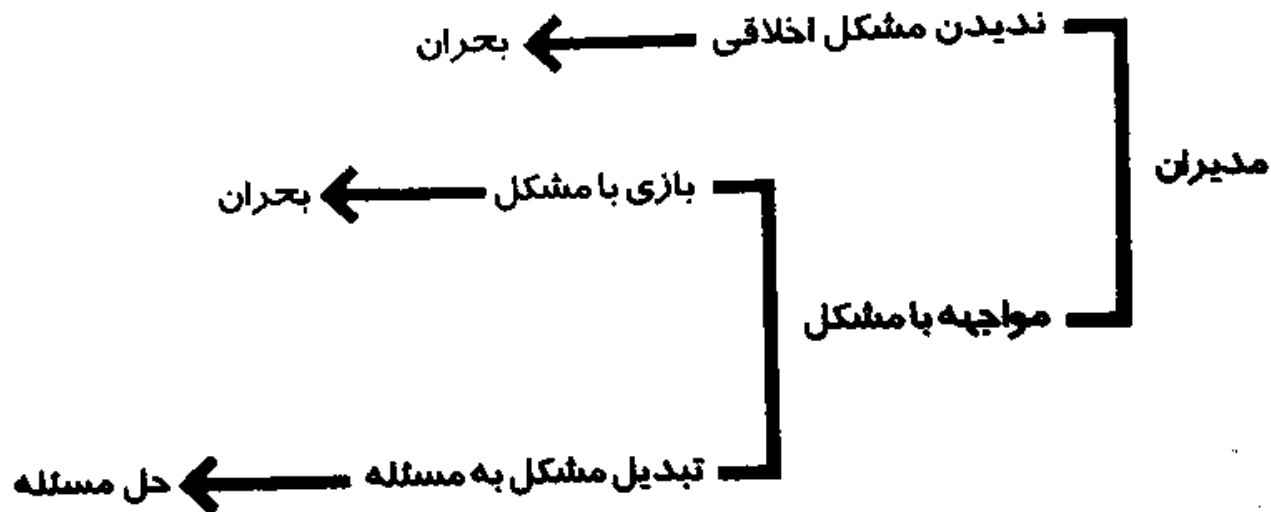
ویژگیهای مسائل اخلاقی کسب و کار

- فراگیری
- بسترهای فرا کسب و کاری
- آثار پایدار و زنده
- نتایج مرکب
- آثار فرا کسب و کاری (ملی و بشری)
- نتایج ناپیدا
- دارای جایگزین های مختلف
- شخص وابسته
- چند تباری
- صعوبت در تشخیص و حل



از مشکل تا بحران

حیوانات در برخورد با مسئله چگونه برخورد می کند
تفاوت مواجهه مدیران با مشکلات اخلاقی



موانع حل معضلات اخلاقی

۱. کاستی یا نیستی دغدغه های اخلاقی
۲. فقدان آینده نگری
۳. روزمرگی
۴. سطحی نگری
۵. نبود دانش و نیز نقصان دانایی



تمایز مشکل و مسئله

مسئله :

- بسیط
- غیر کلی
- معین
- روشن
- متمایز
- عینی
- ژرف
- قابل رصد توسط متخصص
- روشمند
- قابل حل

مشکل :

- مرکب
- کلی و فراگیر
- نامعین
- مبهم
- نامتمایز
- ذهنی
- سطحی
- قابل رویت توسط عوام
- فاقد ارزش
- غیر قابل حل



چگونه باید با بلاتکلیفی اخلاقی برخورد کرد

- قدم اول بلاتکلیفی را مشخص و روشن کنیم
- قدم دوم تمام حقایق را در نظر بگیریم تمام راهکارها را فهرست کنید هر یک از این شقوق را با طرح سوالات زیر ارزیابی کنید
- آیا قانونیست
- آیا صحیح است
- آیا سودمند است
- تصمیم خود را بگیرید
- با طرح این دو سال تصمیم خود را مجددا کنترل کنیم
- چگونه احساس خواهیم کرد اگر خانواده‌ام از تصمیم من مطلع شود چه احساسی خواهیم داشت
- اگر تصمیم من در روزنامه به چاپ برسد
- اقدام کنید



عوامل حل اثربخش مسئله

- روش گروهی
- خلاقیت میان رشته‌ای
- فرایند محور
- روشمند



کدام نگاه سلامت اداری را تهدید می کند

- کسب و کار گاوی است که باید آن را دوشید
- کسب و کار خرسی است که یک موهم بکنی غنیمت است
- کسب و کار ببری تیزدندان زندان و بی رحم است که هرچه از او دوری کنید خردمندانه است
- کسب و کار کشتی است که با آن در سفریم
- کسب و کار پلی است که باید از آن گذشت
- کسب و کار خانواده است که نیمی زندگی ما با آن است



جریان اخلاق در کسب و کار

- پایین به بالا
- بالا به پایین
- موازی و هر دو



آموزش اثربخش اخلاق حرفه ای

- بیان مسئله
- چستی آموزش اخلاق
- اصل گوناگونی اهداف آموزش اخلاق
- اصل کثرت گرایی روش شناختی در آموزش اخلاق
- آموزش اخلاق در کسب و کار



عوامل نهادینه سازی اخلاق حرفه ای در کسب و کار

- نگرش استراتژیک
- مزیت رقابتی
- مرامنامه اخلاقی و ارزیابی سالانه عملکرد اخلاقی بنگاه
- نهادهای ملی
- نهادهای جهانی
- تحول وجودی در منابع انسانی



حمایت قانون از اخلاق شرط لازم است نه کافی



مراحل ششگانه فرآیند تحول اخلاقی از دیدگاه کلبرگ

- اخلاق دیگر پیروی
- فردگرایی و مبادله
- انتظارات متقابل و همنوایی میان فردی
- نظام اجتماعی
- قرارداد اجتماعی
- رشد اخلاقی



نظریه تحول اخلاقی کسب و کارها

- مرحله نخست کسب و کار غیر اخلاقی
- مرحله دوم کسب و کار قانونگرا
- مرحله سوم کسب و کار های اخلاقی ابزار نگار
- مرحله چهارم کسب و کار اخلاقی فردگرا
- مرحله پنجم کسب و کار هویت اخلاقی



نظریه تحول وجودی

- زندگی کودک حیوان وار است
- زندگی اخلاقی عقلانی
- زندگی اخلاقی دینی
- زندگی ایمانی



چهارچوب رست در اخلاق حرفه ای

- حساسیت اخلاقی (فرآیند تشخیص موقعیت)
- استدلال اخلاقی (انتخاب مناسب ترین گزینه)
- تصمیم برای انجام راه حل های اخلاقی (توجه به گزینه های اخلاق مدارتر و رعایت آن ها در رفتار)
- انجام عمل اخلاقی (تثبیت رفتار اخلاق مدار و تکرار آن)





بخش ششم

توجه به اخلاق در عصر کنونی

۲۲) اخلاق در جهان سایبری

- ابعاد اخلاق فضای کسب و کار ایران
- اخلاق اطلاعاتی
- راه‌های پر کردن شکاف دیجیتالی
- فرق حقوق و اخلاق
- حریم خصوصی در فضای مجازی
- واقعیت مجازی
- فرایند چگونگی تحلیل اخلاقی در حوزه اطلاعات
- تصمیم‌گیری اخلاقی
- اصول اخلاقی در جامعه اطلاعاتی



۲۳) اخلاق تکنولوژی

- معنای تکنولوژی
- نسبت های تکنولوژی و اخلاق
- دلایل به وجود آمدن فلسفه تکنولوژی
- تکنولوژی تعیین کننده وضع امروز انسان



۲۴) اخلاق زیست محیطی

- مسئولیت اجتماعی کسب و کار های سرآمد
- بازتاب استانداردهای زیست محیطی در مدل های تعالی مبانی اخلاق زیست محیطی
- نقش اعتماد به خدا در توجه به زیست محیط
- اصول هانوور

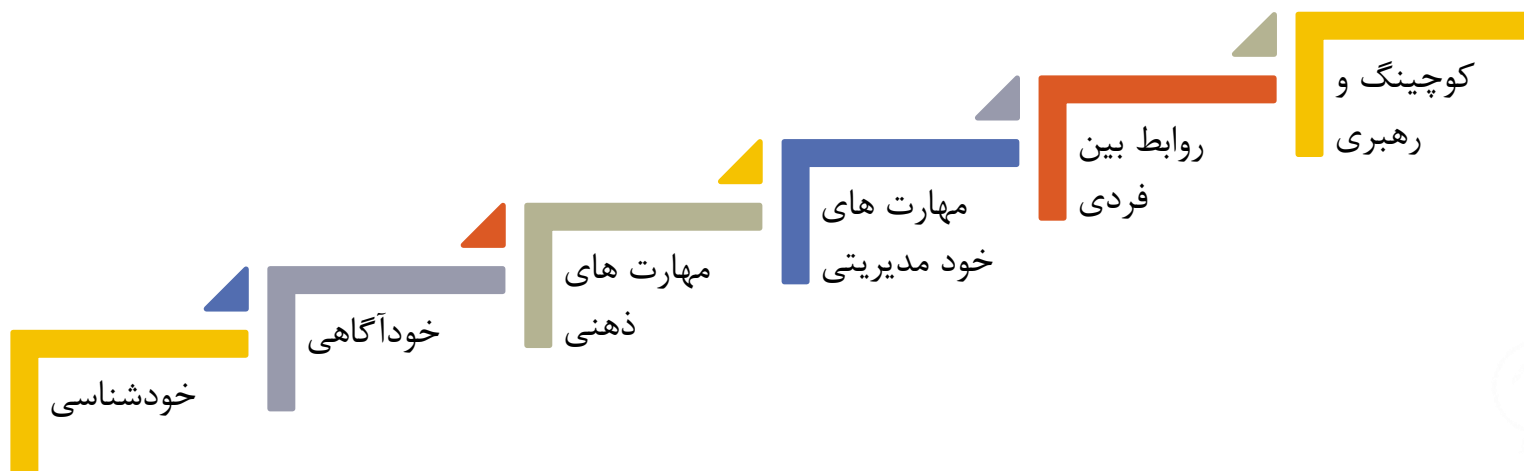




بخش هفتم

هوشهای : اخلاقی، احساسی، معنوی

مراحل زیربنایی اخلاق رهبری با هوش هیجانی JEEQ



هوش هیجانی JEEQ زیربنای هوش معنوی

