

OBSAH

ÚVOD.....	4
1. POSTAVENIE ETIKY V SÚČASNEJ SPOLOČNOSTI	6
1.1 ETIKA A MORÁLKA.....	7
1.2 PODNIKATEĽSKÁ ETIKA.....	11
1.2.1 Definície podnikateľskej etiky.....	11
1.2.2 Funkcie podnikateľskej etiky.....	14
1.2.3 Predmet podnikateľskej etiky.....	14
1.2.4 História a hlavné smery v podnikateľskej etike.....	15
1.3 MANAŽÉRSKA ETIKA.....	17
1.4 ETICKÉ ŠTANDARDY.....	20
2. ETIKA V MARKETINGU	21
2.1 PODSTATA A VÝZNAM REKLAMY V MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIÍ.....	21
2.1.1 Základy a definície reklamy.....	22
2.1.2 Funkcie reklamy.....	23
2.1.3 Druhy reklamy.....	24
2.1.4 Prostriedky reklamnej komunikácie.....	25
2.2 ETIKA V REKLAME.....	29
2.2.1 Základné etické požiadavky.....	30
2.2.2 Subjekty zodpovedné za etiku v reklame.....	31
2.2.2.1 Etická zodpovednosť producentov.....	31
2.2.2.2 Zodpovednosť reklamných agentúr.....	32
2.2.2.3 Zodpovednosť médií.....	32
2.2.2.4 Zodpovednosť verejnosti.....	33
2.2.2.5 Zodpovednosť vlády a vládnych orgánov.....	33
2.2.3 Samoregulácia reklamy.....	34
3. ETIKA V PERSONÁLNO M ANAŽMENTE	36
3.1 ETICKÉ MINIMUM V PRACOVNÝCH VZŤAHOCH.....	36
3.2 DISKRIMINÁCIA V PERSONÁLNYCH VZŤAHOCH.....	39
3.2.1 Typy diskriminácie.....	39
3.2.2 Opatrenia proti diskriminácii.....	40
3.2.3 Prepúšťanie - etický problém.....	40
4. PRAKTICKÉ METÓDY VÝUČBY PODNIKATEĽSKEJ ETIKY	43
4.1 METÓDA LAURY NASHOVEJ.....	43
4.2 ANALÝZA NA ZÁKLADE SYSTEMATICKÉHO PRÍSTUPU.....	44
4.3 MODELOVÝ PRÍSTUP ANDERSEN & CO, SC.....	45
4.4 PRÍPADOVÉ ŠTÚDIE.....	46
5. PREDPOKLADY INTEGRÁCIE ETIKY DO ORGANIZAČNEJ KULTÚRY	50
5.1 VÝZNAM ETICKÝCH KÓDEXOV.....	50
5.2 ETICKÝ PROGRAM FIRMY.....	52
5.3 ETICKÝ AUDIT.....	53
POUŽITÉ BIBLIOGRAFICKÉ ZDROJE	55
ELEKTRONICKÉ ZDROJE	55
SLOVNÍK POUŽITÝCH VÝRAZOV	56
Príloha č. 1.....	57
Príloha č. 2.....	71
Príloha č. 3.....	73