

Inhoud

Hoofdstuk 1	Wat is ethiek?	11
Paragraaf 1	Introductie	11
Paragraaf 2	Optieken	12
Paragraaf 3	De eigen aard van de ethische optiek	14
Paragraaf 4	Ethisch handelen: verantwoordelijkheid nemen en dragen	16
Paragraaf 5	Cases en debatstellingen	21
Hoofdstuk 2	Waarden en normen	25
Paragraaf 1	Introductie	25
Paragraaf 2	Moraal	26
Paragraaf 3	Moraal en levensbeschouwing	30
Paragraaf 4	Moraal en belang	31
Paragraaf 5	De functie van moraal	33
Paragraaf 6	De ontwikkeling van de moraal bij het individu	34
Paragraaf 7	Veranderingen in de moraal	38
Paragraaf 8	Cases en debatstellingen	38
Hoofdstuk 3	Ethische theorieën	43
Paragraaf 1	Inleiding	43
Paragraaf 2	Gevolgenethiek	44
Paragraaf 3	Beginslethiek	47
Paragraaf 4	Discussie tussen gevolgen- en beginslethiek	50
Paragraaf 5	Deugdenethiek	51
Paragraaf 6	Keuzestof: christelijke rechtvaardigheidsethiek	53
Paragraaf 7	Cases en debatstellingen	56
Hoofdstuk 4	Ethiek als proces	59
Paragraaf 1	Inleiding	59
Paragraaf 2	Ethische gevoeligheid	60
Paragraaf 3	Ethische analyse	62
Paragraaf 4	Ethisch oordeel	63
Paragraaf 5	Ethische motivatie	64
Paragraaf 6	Ethisch handelen	67
Paragraaf 7	Ethische communicatie	68
Paragraaf 8	Cases en debatstellingen	71
Hoofdstuk 5	Beroepsethiek	75
Paragraaf 1	Inleiding	75
Paragraaf 2	Wat is beroepsethiek?	76
Paragraaf 3	Beroepscodes	79
Paragraaf 4	Hoe te handelen bij onoverkomelijke gewetensbezwaren?	84
Paragraaf 5	Cases en debatstellingen	92

Hoofdstuk 6	Bedrijfsethiek en MVO	97
Paragraaf 1	Inleiding	97
Paragraaf 2	Wat is bedrijfsethiek?	97
Paragraaf 3	Waar speelt bedrijfsethiek zich af?	100
Paragraaf 4	Het belang van bedrijfsethiek	101
Paragraaf 5	Wat mogen we van een bedrijf verlangen op ethisch gebied?	107
Paragraaf 6	Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen? (MVO)	109
Paragraaf 7	Cases en debatstellingen	116
Hoofdstuk 7	De bedrijfscode en de integere manager	121
Paragraaf 1	Inleiding	121
Paragraaf 2	De bedrijfscode	121
Paragraaf 3	Moreel leiderschap: de integere manager	128
Paragraaf 4	Cases en debatstellingen	138
Hoofdstuk 8	Ethiek en marketing	143
Paragraaf 1	Inleiding	143
Paragraaf 2	Strategisch marketingmanagement en ethiek	143
Paragraaf 3	Tactische marketing en ethiek	151
Paragraaf 4	Cases en debatstellingen	159
Hoofdstuk 9	Ethiek en reclame	163
Paragraaf 1	Inleiding	163
Paragraaf 2	Reclame en het individu	164
Paragraaf 3	Reclame en de samenleving	169
Paragraaf 4	Choqueren en inspireren	173
Paragraaf 5	Cases en debatstellingen	179
Hoofdstuk 10	Ethiek en HRM/Personeelsmanagement	181
Paragraaf 1	Inleiding	181
Paragraaf 2	Gedragscodes in het personeelsbeleid	183
Paragraaf 3	Een genenpaspoort bij personeelswerving?	186
Paragraaf 4	Arbeidsbemiddeling en discriminatie	188
Paragraaf 5	Ethiek en de filosofie van Human Resources Management	192
Paragraaf 6	Cases en debatstellingen	197
Hoofdstuk 11	Ethiek en horeca	207
Paragraaf 1	Inleiding	207
Paragraaf 2	Gastvrijheid en kwaliteit in de horeca	209
Paragraaf 3	Sociale hygiëne en ethische codes in de horeca	211
Paragraaf 4	Cases en debatstellingen	215

Hoofdstuk 12 Ethiek en toerisme	225
Paragraaf 1 Inleiding	225
Paragraaf 2 Wat is toerisme?	227
Paragraaf 3 Wat is duurzaam toerisme?	230
Paragraaf 4 Gedragscodes in de toeristische sector	238
Paragraaf 5 Cases en debatstellingen	242
Hoofdstuk 13 Mensenrechten en bedrijfsleven	251
Paragraaf 1 Inleiding	251
Paragraaf 2 Mensenrechten	252
Paragraaf 3 Mensenrechten en het (internationale) bedrijfsleven	254
Paragraaf 4 Verantwoordelijkheid van bedrijven	255
Paragraaf 4 Wat moet een bedrijf doen volgens Amnesty International?	257
Paragraaf 5 Cases en debatstellingen	258
Hoofdstuk 14 Stappenplan ethiek	263
Paragraaf 1 Inleiding	263
Paragraaf 2 Uitleg stappenplan aan de hand van een case	263
Paragraaf 3 Het stappenplan in een schema	269
Paragraaf 4 Cases	270
Hoofdstuk 15 Debatteren over ethiek	273
Paragraaf 1 Inleiding	273
Paragraaf 2 Wat is debatteren?	273
Paragraaf 3 Strategie en tactiek bij debatteren	275
Paragraaf 4 Argumenteren	278
Paragraaf 5 Argumentatiefouten	279
Paragraaf 6 De rollen in een debat	281
Paragraaf 7 Oefenstellingen	283
Noten	287
Index	295