

## عنوان مقاله:

لزوم توسعه، ترویج و الگوسازی اخلاق حرفه ای در مدیریت کسب و کار

## محل انتشار:

چهارمین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسنده:

محمدکاظم محمدی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور، گرمسار، ایران

## خلاصه مقاله:

اخلاق از لحاظ نظری معطوف به این نکته است که تعالی متوجه به کشش و کوشش انسانی میگردد و از نظر عملی ارزش های اخلاقی تعیین کننده استانداردهایی هستند مبنی بر اینکه از نظر رفتار و تصمیم گیری چه چیز خوب یا بد است. پیاده سازی مدیریت اخلاقی در سازمان موجب میگردد بدون کنترل و نظارتهای شدید بهبود، ارتقاء کیفیت و اخلاق سازمانی فراهم شود. در شکل گیری اخلاق سازمانی سه دسته عوامل فردی، سازمانی و فرا سازمانی دخیل هستند. انسان به لحاظ اینکه یک موجود اخلاقی است در صورتی که در بستر مدیریت اخلاقی قرار گیرد در جهت خود شکوفایی و به کمال رسیدن قابلیت های خود گام برمیدارد تا بیشتر اخلاقمند شود. عوامل فردی بعنوان خمیرمایه اصلی مدیریت اخلاقی محسوب و مشتمل بر اخلاق شخصی، خودشناسی و خود کنترلی است و عوامل سازمانی شامل ضوابط و مقررات، استانداردها، فرهنگ سازمانی و ساختار میباشد که به نهادی شدن اخلاق حرفه ای کمک و عوامل فراسازمانی شامل دولت، شرایط اقتصادی، محیط کاری و ..... موجب جهت گیری مدیریت اخلاقی میگردد. اعمال مدیریت اخلاقی دو دسته دستاورد برای سازمان بدنبال دارد یکی داخلی در قالب افزایش بهره وری، رضایت کارکنان، کار جمعی و تحول در فرهنگ سازمان و دیگری برونی شامل رضایت مشتری، توجه به مسیولیت های اجتماعی و کسب حیثیت اجتماعی است. بنابراین با توجه به اهمیت مدیریت اخلاقی در سرآمدی و توسعه پایدار در این مقاله سعی بر آن است مفهوم اخلاق حرفه ای، عناصر مدیریت اخلاقی بیان و به دستاوردهای بنیادی مدیریت اخلاقی در کسب سرآمدی و توسعه پایدار پرداخته شود.

## کلمات کلیدی:

اخلاق، اخلاق مدیریت، مسیولیت های اخلاقی مدیران، رهبری اخلاقی، تکنولوژی اطلاعات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/802117>

