

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Факультет/інститут психології

Кафедра філософії, соціології та релігієзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Етика бізнесу

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 2_ від “23” вересня 2020 р.

м. Івано-Франківськ – 2020 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Етика бізнесу
Викладач (-і)	Рохман Богдан Михайлович
Контактний телефон викладача	0957037492
Е-mail викладача	bogdan.rokhman@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	180 (6 кредитів)
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOnlineCourse&id_cat=208&id_cou=6064
Консультації	https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOnlineCourse&id_cat=208&id_cou=6064
2. Анотація до курсу	
<p>Предмет „Етика бізнесу” читається студентам другого курсу спеціальності 075 Маркетинг. В межах лекційного викладу та семінарської практики з „Етики бізнесу” акцент робиться на історико-філософській складовій напрямів думки, а також на опрацюванні ключових ідей та понять, аналізі сучасних підходів до найважливіших етичних проблем.</p> <p>Курс лекцій присвячено основним тенденціям, характерним для розвитку етики бізнесу новітнього часу, поєднання етики і теорії бізнесу, теорії моделей підприємства і бізнесу, етичні погляди на підприємництво, етика бізнесу і мораль людини, соціологія і етика підприємництва, управлінська етика. Зміст семінарських занять цілком корелює з лекційним матеріалом, оскільки їхня мета полягає у поглибленому вивченні матеріалу, що, як передбачається, дозволить студентам виробити власну світоглядну позицію. Завдання, які покликані вирішити пропонована дисципліна, включають не лише засвоєння певних знань з таких галузей етики та менеджменту, як історія етики та моралі, комунікативна етика, але й набуття студентами вмінь опрацьовувати самостійно навчальну літературу, критично мислити та висловлювати свою точку зору на світоглядні питання. Курс зорієнтовано на творче осмислення досягнень сучасної етики бізнесу, виховання у студентів мислення і вміння наукового аналізу стосовно до потреб сучасного життя та змін у суспільній свідомості.</p> <p>Курс спрямовано на забезпечення логіко-методологічного рівня досліджень, ознайомлення студентів з правилами і законами ведення морально ґрунтовного підприємництва, враховуючи особливості підготовки бакалаврів, забезпечити глибоке засвоєння специфіки етико-філософського осягнення дійсності, високу світоглядно-методологічну та моральну культуру студентів. В бізнесі дилетант або некомпетентна особа не можуть жити в згоді ні з вимогами бізнесу, ні з вимогами етики</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Метою викладання дисципліни «Етика бізнесу» є формування у студентів сучасного мислення та спеціальних знань у галузі менеджменту підприємницької діяльності в цілому та етики бізнесу зокрема, розкриття сучасних наукових концепцій, понять, методів та технологій підвищення ефективності управління бізнесом завдяки правильному використанню менеджерами різних рівнів філософських та етичних принципів ведення бізнесу та створення цілісної системи соціально-психологічного управління бізнес-процесами конкретного підприємства. Допомогти студентам ґрунтовно, на основі реальних прикладів з історії функціонування підприємницької діяльності, осмислити усю палітру етико-бізнесових концепцій сучасності, окреслити визначальні риси сучасного філософсько-комерційного мислення, методології, усвідомити місце і роль етики бізнесу у контексті світоглядного знання, засвоїти її найбільш значущі ідеї.</p>	

4. Компетентності та результати навчання

Програмні компетентності

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу 180 год

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	32
семінарські заняття	28
самостійна робота	120

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
3	075 Маркетинг	2	Вибірковий

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завданн я, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1 Предмет етики бізнесу, її значення та основні поняття	Лк/Сем	1.Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. — М.: Финансы и статистика, 2001. —184 с.	2/2	5	4 міс.
Тема 2. Етика бізнесу новітнього	Лк/Сем	2. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник -К.: Кондор, 2007 - 160с.	2/2	5	

часу	Лк/Сем	3. Зубов В. Філософія підприємництва / В. Зубов, Л. Кривега, А. Косих. – Запоріжжя: Дінас, 2000. – 189 с.			4 міс.
Тема 3 Поєднання етики і теорії бізнесу	Лк/Сем		2/2	5	4 міс.
Тема 4 Теорії моделей підприємства і бізнесу	Лк/Сем	4. Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным / Туркин С. —М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. —381с.	2/2	5	4 міс.
Тема 5. Етичні погляди на підприємництво	Лк/Сем	5. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність. — К.: Агенція «Стандарт», 2005. – 560 с.	2/4	5	4 міс.
Тема 6. Етика бізнесу і мораль людини	Лк/Сем	6. Організаційна культура та корпоративний імідж підприємства: навч. посібник / Т.О. Дяченко, Л. І. Скібіцька – К.: Освіта України, 2011. — 248 с.	2/2	5	4 міс.
Тема 7. Соціологія і етика підприємництва	Лк/Сем	7. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин. Навчальний посібник -К.: Кондор, 2007 - 356с.	2/2	5	4 міс.
Тема 8. Управлінська етика як психологія бізнесу	Лк/Сем	8. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Скібіцька Л. І. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності / Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2011. — 912 с.	2/2	5	4 міс.
Тема 9. Економічна етика	Лк/Сем	9. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Жаворонков В. О. Соціально психологічні аспекти. Менеджмент підприємницької діяльності / Навчальний посібник.—К.: Кондор, 2011.—786 с	2/2	5	4 міс.
Тема 10. Етика реклами	Лк/Сем		2/2	5	4 міс.
Тема 11. Соціальна реклама та її роль у формуванні моральних норм і стереотипів	Лк/Сем		2/2	5	4 міс.
Тема 12. Законодавча база рекламної діяльності в Україні	Лк/Сем		2/2	5	4 міс.
Тема 13. Вплив філософії прагматизму та об'єктивізму в США на етику капіталізму	Лк/Сем		2/2	5	4 міс.
Тема 14. Епоха споживацького суспільства у контексті сучасного капіталізму	Колоквіум у письмовій формі		2/2	5	4 міс.

Знання термінологічного словника	У вигляді тестува ння		2/2	10	4 міс.
Залік				50	

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	Із максимальних 100 балів загального оцінювання предмету, які може набрати студент у ході засвоєння дисципліни максимум 50 балів відводиться на роботу на семінарських заняттях (максимум 20 балів), написання контрольної роботи (максимум 10 балів), колоквиум (на знання термінів) – максимум 10 балів, захист презентацій на обрані студентами теми (10 балів). «Других» 50 балів – це залікове тестування складене на основі, передусім, лекційних занять.
Вимоги до письмової роботи	Напередодні письмової (контрольної) роботи (подається 5 запитань) студенти отримують заготовки на самостійну роботу – уміщується глосарій, найважливіша хронологія подій, персоналістика. Окремі завдання із пропонуванних потрапляють студентам під час написання письмової роботи. Крім конкретних питань пропонуються також два розлогих.
Семінарські заняття	Семінарські заняття покликані утвердити у студентів конкретні знання з дисципліни, розвивати мислення, формувати навички розробок презентацій з обраних тем, публічних виступів, умінню проводити дискусії на актуальні теми з етики бізнесу, займати чітку громадянську позицію
Умови допуску до підсумкового контролю	Для допуску до підсумкового контролю (заліку) студент мусить захистити презентацію з обраної теми на відмінну/добру/задовільну оцінку – мінімум 5 балів; отримати мінімальний задовільний бал за колоквиум – мінімум 5 балів, отримати мінімальний задовільний бал за написання контрольної роботи – мінімум 5 балів, а також засвоїти матеріали семінарських занять – мінімум 10 балів. Мінімальний сумарний бал для допуску до підсумкового контролю з дисципліни – 25 балів.

7. Політика курсу

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу

8. Рекомендована література

Основна

1. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. — М.: Финансы и статистика, 2001. —184 с.
2. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник -К.: Кондор, 2007 - 160с.
3. Зубов В. Філософія підприємництва / В. Зубов, Л. Кривега, А. Косих. – Запоріжжя: Дінас, 2000. – 189 с.
4. Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным / Туркин С. —М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. —381с.
5. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність. — К.: Агенція «Стандарт», 2005. – 560 с.

6. Організаційна культура та корпоративний імідж підприємства: навч. посібник / Т.О. Дяченко, Л. І. Скібіцька – К.: Освіта України, 2011. — 248 с.
7. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин. Навчальний посібник -К.: Кондор, 2007 - 356с.
8. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Скібіцька Л. І . Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності / Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2011. — 912 с.
9. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Жаворонков В. О. Соціально психологічні аспекти. Менеджмент підприємницької діяльності / Навчальний посібник.—К.: Кондор, 2011.— 786 с
10. Этика бизнеса : учебное пособие / Седова Л.Н., Лепейко Т. И., Авраменко Е. В., Сорокина А. С. – Х. : ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2015 – 455 с.
11. Этика бизнеса : учебное пособие / Седова Л.Н., Малюкына А. А. – Х. : ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2014 – 490 с.
12. Седова Л.Н. Могущество имиджа: Учебное пособие Ч.2. - Харьков: Изд. ХГЭУ, 2005. -400 с.
13. Персональный брендинг / Ф. Котлер, И. Рейн, М. Хэмлин и др. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 400 с.
14. Ястремська, О. М. Бренд-менеджмент / О. М. Ястремська; Харківський національний економічний університет. – Х. : ХНЕУ, 2010. – 163 с

Додаткова

6. Методические рекомендации по самостоятельной подготовке к семинарским и практическим занятиям по учебной дисциплине «Этика бизнеса» для студентов подготовки 6.030601 «Менеджмент» / Сост. Л.Н. Седова – Харьков: ХНЭУ, 2013. – 55 с.
7. Статінова Н. П., Радченко С. Г. Етика бізнесу: навчальний посібник. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
8. Барановський В. Ф., Скворцова Т. Г. Етика бізнесу: навчальний посібник. – К.: Видавець Паливода А. В., 2008. – 200 с.

Інформаційні ресурси

9. Інтернет-портал: Етика сьогодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.etica.in.ua>
10. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=600>

Викладач

Рохман Богдан Михайлович