

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
підприємництва і торгівлі
Протокол № 2 від 01.09.2023 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи



Каріна НЕМАШКАЛО

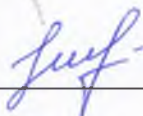
ЕТИКА БІЗНЕСУ

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Освітня програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Статус дисципліни обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання українська

Розробник:
к.е.н., доцент



Дар'я БУТЕНКО

Завідувач кафедри
підприємництва і торгівлі



Марина САЛУН

Гарант програми



Аліна ЛИТВИНЕНКО

Харків
2023

ВСТУП

Наприкінці ХХ століття дисципліна «Етика бізнесу» активно впроваджувалась у вищу освіту різних країн та стали атрибутивним елементів підготовки здобувачів вітчизняних вищих закладів освіти. Цей тренд посилювався на початку ХХІ століття, коли стали особливо актуальними професійні етичні стандарти, такі як адміністративна, корпоративна, господарська, екологічна та ділова етика. Це пов'язано зі зростанням значення моральних цінностей та норм у сучасному суспільстві, а також з усвідомленням їхньої ролі.

Етика стає особливо важливою у контексті зростання технологічного та інтелектуального потенціалу, а також збільшення відповідальності як окремих осіб, так і організаційних структур. Іншим новим фактором є процеси глобалізації, де світ стає все більш взаємозалежним, і тому позитивні цінності та цілі, що об'єднують людей, набувають великого значення.

Важливою метою бізнес-етики є формування покоління фахівців, які спроможні застосовувати сучасні підходи до підвищення ефективності економічної діяльності. Це пов'язано з використанням соціального капіталу співпраці, необхідністю виходу вітчизняних організацій з системної кризи, що виникла через соціальні та моральні витрати процесів модернізації та лібералізації економіки.

Мета навчальної дисципліни – формування загальних та професійних компетентностей щодо організації роботи команди, взаємодії з бізнес-оточенням, контрагентами на засадах верховенства права, цінності громадянського суспільства та соціальної відповідальності бізнесу.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- засвоєння основних методів взаємодії з бізнес-оточенням;
- розробка та запровадження етичних положень в підприємницькій діяльності на засадах моральних норм і стандартів поведінки.

Об'єктом вивчення дисципліни є процес формування та реалізації бізнес-етики.

Предметом навчальної дисципліни є принципи, форми і методи бізнес етики.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН6	ЗК7
РН7	ЗК8, ЗК10, СК7
РН10	ЗК12, СК7
РН17	ЗК8, СК7
РН21	ЗК11, СК6, СК10, СК11

де, РН6 – Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягти професійних цілей.

РН7 – Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

РН10 – Демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства.

РН17 – Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

РН21 – Вміти виділити напрямок сталого розвитку суспільства, за яким доцільно формувати та організовувати соціальне підприємництво, розробляти та реалізовувати соціально значимі проекти регіонального та територіального значення.

ЗК7 – Здатність працювати в команді.

ЗК8 – Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК10 – Здатність діяти відповідально та свідомо.

ЗК11 – 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.

ЗК12 – 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.

СК6 – Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК7 – Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК10 – Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

СК11 – Здатність формувати та реалізовувати бізнес-ідеї соціального підприємництва, організовувати соціально відповідальний бізнес на основі цілей сталого розвитку суспільства.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основні складові формування поняття бізнес-етики

Тема 1. Бізнес-етика та її особливості

1.1. Предмет і завдання курсу «Етика бізнесу». Поняття «етика бізнесу» та «ділова етика». Протиріччя між етикою і бізнесом. Проблеми в етиці бізнесу.

1.2. Поняття «етика», «мораль», структура та функції моралі. Еволюція етики в суспільстві. Значення спілкування в житті людини на підприємця. Морально етичні норми поведінки. Структура моралі. Моральна свідомість. Особистісні моральні якості та сукупність норм суспільної поведінки й оціночних уявлень.

1.3. Сутність етики бізнесу. Ділова етика, як наука. Елементи ділової етики: сутність та зміст. Принципи в сфері ділових відносин. Рекомендації для менеджерів фірми «Дженерал Моторс». Моделі ділового спілкування в бізнесі.

Тема 2. Корпоративна етика

2.1. Корпоративна культура як запорука ефективного бізнесу. Розвиток підприємницької діяльності залежить від ефективності використання наявних ресурсів. Поняття «корпоративна етика». Функції та завдання корпоративної етики. Бізнес-поведінка компаній. Основними ресурсами корпоративної етики.

2.2. Соціальна відповідальність як елемент корпоративної репутації. Еволюція соціальної відповідальності бізнесу. Поняття «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливість», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна добросовісність» та «корпоративне громадянство». Еволюція розуміння соціальної відповідальності бізнесу у концепціях вчених. Концепція Кіта Девіса. Концепція обов'язків А. Керролла. Концепція «корпоративного громадянства». Аргументи на користь соціальної відповідальності. Аргументи проти соціальної відповідальності. Приклади соціально відповідальної поведінки у світі.

2.3. Етичний кодекс. Кодекси, які визначають міжособистісні стосунки в організації. Види етичних кодексів. Соціальні кодекси. Корпоративні кодекси.

2.4. Поняття професійної етики. Поняття «професійна етика». Витоки професійної етики. Дев'ять етичних принципів «Клятви Гіппократа». Завдання професійної етики. Основні поняття професійної етики: професійний обов'язок; професійна культура, професійна мораль, професійна компетентність, професійний розвиток, професійна совість, професійний такт, професійна таємниця тощо. Вплив професії на особистість: психологічний аспект. Професійне вигорання: сутність, «симптоми» та методи нівелювання.

Професійний стрес. Об'єкти вивчення професійної етики. Види професійні етики.

Тема 3. Імідж та ділова атрибутика підприємця.

3.1. Поняття «імідж», «репутація», «гудвіл». Термін «імідж в бізнесі». Еволюція поняття «імідж». Види іміджу. Важливі якості ділової людини – бізнесмена, які впливають на формування його іміджу. Імідж людини, імідж фірми та імідж товару (бренду): сутність та особливості формування. Класифікація видів іміджу. Ділова репутація та гудвіл: спільне та від'ємне.

3.2. Корпоративний імідж: складові, способи формування та корекції. Імідж організації: поняття та зміст. Існуючі види культури організації. Культурна мережа: поняття, типи та ролі, які виконують співробітники організації. Ознаки слабкої культури в організації. Ознаки сильної культури в організації. Ентропія організації: поняття та сутність. Складові репутації фірми.

3.3. Імідж керівника. Поняття та ознаки позитивного іміджу керівника. Чинники, що впливають на імідж керівника. Організаторські здібності керівника.

3.4. Корпоративна атрибутика. Ринкова атрибутика товару: сутність поняття та функції. Значення використання товарної марки та фірмового ім'я у процесі просування продукції суб'єкту підприємницької діяльності. Використання фірмового (марочного) знаку, товарного знаку та авторського права в процесі здійснення господарської діяльності. Основні вимоги до товарного знаку (товарної марки). Упаковка товару. Візитівки: розробка, вимоги до якості та розповсюдження.

Змістовий модуль 2. Ділові комунікації основа поведінки у бізнес-середовищі

Тема 4. Етичні норми ділового спілкування

4.1. Спілкування як взаємодія, функції спілкування. Значення культури спілкування у житті підприємця та керівника. Функції спілкування та їх зміст. Комутаційний процес.

4.2. Різновиди, форми та рівні ділового спілкування. Рівні спілкування. Міжособистісне, особистісно-групове та міжгрупове спілкування. Види спілкування. Форми спілкування. Писемна форма ділового спілкування. Основні рівні спілкування в бізне-середовищі.

4.3. Бар'єри у спілкуванні та способи їх подолання. Бар'єри спілкування. Види бар'єрів сприйняття і розуміння. Бар'єри взаємодії в бізнес-середовищі. Бар'єри в комунікації. Зовнішність людини, як чинник впливу на формування позитивного іміджу. Невербальні складові формування іміджу: міміка, пропорційність, зміни виразу обличчя тощо. Мотиваційний бар'єр, як перешкода взаємодії у бізнес-середовищі. Моральний бар'єр: сутність та вплив на комунікаційні процеси. Емоційний бар'єр, як перешкода взаємодії у бізнес-середовищі. Концепції людської особистості. Психологічна концепція:

сангвінік, холерик, меланхолік, флегматик. Соціально-суспільна концепція: інтроверт та екстраверт. Фізіологічна концепція.

4.4. Невербальні засоби спілкування. Види спілкування: вербальне (словесне) спілкування (усне та писемне мовлення); невербальне (безсловесне) спілкування. Візуальні засоби спілкування. Системи невербальних засобів спілкування. Територіальні зони спілкування.

Тема 5. Міжкультурні ділові комунікації

5.1. Поняття ділової міжкультурної комунікації. Виникнення поняття «міжкультурної комунікації». Бачення сутності поняття міжкультурної комунікації за Е. Холлом та Д. Грагером. Об'єкт, предмет та завдання міжкультурної комунікації. Окремі етнічні культури і різні суспільні групи. Типи міжнародних комунікацій. Бар'єри міжнародних комунікацій: Мовні бар'єри, Бар'єри сприйняття, Вплив культури, Невербальні комунікації.

5.2. Поняття і сутність вербальної комунікації. Категорія «вербальна комунікація». Основні засоби спілкування між людьми.

5.3. Сутність та значення невербальних засобів комунікації в міжкультурному середовищі. Особливості невербальної комунікації в міжкультурному середовищі. Невербальні засоби спілкування в міжкультурному середовищі.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Бізнес-етика та її особливості. Практичне завдання 1. Кейс «Бізнес-етика в підприємницькій діяльності»	Формування уявлення про місце бізнес-етики в підприємницькій діяльності
Тема 2. Корпоративна етика. Практичне завдання 2. Семінар – практикум «Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу»	Обґрунтування доцільності впровадження соціальної відповідальності в сучасній моделі бізнесу
Тема 2. Корпоративна етика. Семінарське заняття 1. Круглий стіл «Корпоративна етика відомих компаній»	Опанування основних теоретичних та практичних засад формування корпоративної етики
Тема 3. Імідж та ділова атрибутика підприємця. Тренінг «Імідж сучасного підприємця»	Формування уявлення про основні вимоги до зовнішнього вигляду ділової людини
Тема 3. Імідж та ділова атрибутика підприємця. Практичне завдання 3. «Вісім принципів корпоративної культури Apple».	Обґрунтування доцільності дотримання принципів корпоративної культури
Тема 3. Імідж та ділова атрибутика підприємця. Тренінг. Розвиток моральної свідомості майбутнього підприємця	Формування моральної свідомості майбутнього підприємця

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 4. Етичні норми ділового спілкування. Практичне завдання 4. «Етичні норми ділового спілкування майбутнього підприємця».	Практичне застосування норм ділового спілкування майбутнього підприємця
Тема 5. Міжкультурні ділові комунікації. Тренінг на тему: «Відмінність східного і західного підходів до життя»	Прийняття рішень щодо побудови лінії поведінки у міжкультурному середовищі
Тема 5. Міжкультурні ділові комунікації. Практичне завдання 5. «Правила етикету телефонної розмови»	Практичне застосування навичок ведення ділових переговорів у телефонному режимі

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3
Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Бізнес-етика та її особливості Тема 2. Корпоративна етика Тема 3. Імідж та ділова атрибутика підприємця Тема 4. Етичні норми ділового спілкування Тема 5. Міжкультурні ділові комунікації	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою
Тема 1. Бізнес-етика та її особливості Тема 2. Корпоративна етика Тема 3. Імідж та ділова атрибутика підприємця Тема 4. Етичні норми ділового спілкування Тема 5. Міжкультурні ділові комунікації	Виконання практичних та самостійних завдань
Тема 1. Бізнес-етика та її особливості; Тема 4. Етичні норми ділового спілкування	Написання есе
Тема 1. Бізнес-етика та її особливості Тема 2. Корпоративна етика Тема 3. Імідж та ділова атрибутика підприємця Тема 4. Етичні норми ділового спілкування Тема 5. Міжкультурні ділові комунікації	Підготовка до заліку

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та / або лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1, 2), проблемна лекція (Тема 5), лекція-дискусія (Тема 4)).

Наочні (демонстрація (Тема 1-5)).

Практичні (практична робота (Тема 1 – 5), есе (Тема 1, 4), кейс-метод (Тема 1)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту), диференційованого заліку або заліку. **Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною** визначається:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік – сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (25 балів), письмова контрольна робота (10 балів), колоквіум (20 балів), презентації (20 балів), есе (10 балів), залікова контрольна робота (15 балів).

Семестровий контроль: залік

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Сушик І.В. Етика бізнесу: навч. посіб./ І.В. Сушик, О.Г. Сушик, Я.М. Мартинюк, В.В. Вісин – Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. – 268 с.
2. Балджи М.Д. Етика бізнесу: навчальний посібник – К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. – 332 с.
3. Бутенко Д. С. Пошук шляхів розвитку підприємницької діяльності в Україні / Д. С. Бутенко // Міжнародні економічні та суспільні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку : монографія / за ред. Л. М. Савчук, М. В. Корнеєва. – Дніпро : Пороги, 2021. – С. 69-110. - Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26940>

Додаткова

4. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника, д.е.н., проф. О.І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. – 316 с.

5. Близнюк Т.П. Бізнес-етика та ділові комунікації в контексті теорії поколінь / Т.П. Близнюк, О.В. Майстренко, Ж.О. Андрійченко // Науковий погляд: економіка та управління. – 2022. – №1 (77). – С. 44-50. - Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27653>

6. Кицюк І.В. Корпоративна соціальна відповідальність та конкурентні переваги бізнесу в глобальному економічному середовищі / І. Кицюк // Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Економіка та підприємництво. – № 2 (113). – Класичний приватний університет, 2020. – С. 15–20.

Інформаційні ресурси

7. Бутенко Д.С. ТРЕНІНГ-КУРС «Етика та ділові комунікації» : методичні рекомендації до виконання практичних завдань для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого (бакалаврського) рівня. – Харків ім. С. Кузнеця: ХНЕУ, 2022. – 31 с. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28154>