

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 (РИНД)

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

Статус дисципліни **вибіркова**
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

У ХХІ столітті, етика бізнесу визначає нові стандарти професійної поведінки в контексті глобального розвитку технологій та зростаючої інтелектуалізації. Ця дисципліна виникає на фоні зростання важливості моральних цінностей у сучасному суспільстві та усвідомлення їхньої ключової ролі.

Сучасні професійні етичні стандарти, такі як адміністративна, корпоративна, господарська, екологічна та ділова етика, визначають контури діяльності фахівців у сфері бізнесу. Це обумовлено розширенням глобальних процесів та збільшенням відповідальності як для індивідів, так і для організацій.

У світлі стрімкого технологічного та інтелектуального росту, етика набуває особливого значення. Фахівці повинні розуміти вплив технологій на бізнес та суспільство, а також вміти взаємодіяти з цими викликами, зберігаючи високі стандарти етичної поведінки.

Процеси глобалізації роблять світ більш взаємозалежним, підкреслюючи важливість позитивних цінностей та спільних моральних цілей для об'єднання людей. У цьому контексті бізнес-етика стає ключовим інструментом для забезпечення стійкого розвитку та гармонійної співпраці в умовах глобального ринку.

Мета навчальної дисципліни – формування загальних та професійних компетентностей стосовно організації роботи команди, взаємодії з бізнес-оточенням, а також контрагентами на основі верховенства права, цінностей громадянського суспільства та соціальної відповідальності бізнесу.

Завданнями навчальної дисципліни є:

засвоєння актуальних методів взаємодії з бізнес-середовищем;

розробка та імплементація етичних рамок у підприємницькій сфері;

вивчення та аналіз етичних викликів у глобальному бізнес-середовищі;

розвиток критичного мислення в контексті бізнес-етики;

розробка та запровадження стратегій соціальної відповідальності в бізнесі.

Об'єктом вивчення дисципліни є процес взаємодії учасників бізнес-середовища, включаючи етичні виміри прийняття рішень, ведення бізнесу та його вплив на суспільство та навколишнє середовище.

Предметом навчальної дисципліни є принципи, форми і методи, цінності та принципи, які визначають морально прийнятну поведінку в сфері бізнесу.

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

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН6	ЗК7
РН10	СК6
РН17	СК7
РН21	СК11

де, ЗК7 – Здатність працювати в команді.

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.

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

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

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.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основні складові формування поняття бізнес-етики

Тема 1. Вступ до Бізнес-етики

1.1. Предмет і завдання курсу «Етика бізнесу».

Сутність та об'єкта вивчення бізнес-етики. Ключові завдання курсу та його важливість для підготовки майбутніх підприємців.

1.2. Поняття «етика», «мораль», структура та функції моралі.

Поняття, які лежать в основі етики бізнесу.. Структура та функції моралі в контексті сучасного суспільства. Аналіз еволюції етики та роль спілкування в формуванні моральних цінностей..

1.3. Сутність етики бізнесу.

Ділова етика, як наука. Визначення етики бізнесу та її ролі у сучасному бізнес-середовищі Принципи, які визначають етичні відносини в бізнесі. Моделі ділового спілкування в бізнесі.

1.4. Протиріччя між етикою і бізнесом

Основні протиріччя в сучасному бізнесі, що виникають через розбіжності між етичними принципами та цілями бізнесу. Аналіз проблем в етиці бізнесу та шляхи їхнього вирішення.

1.5. Поняття «етика бізнесу» та «ділова етика»

Розкриття сутності та зв'язку між цими двома поняттями. Визначення їхнього впливу на ведення бізнесу та організаційну культуру.

1.6. Особистісні моральні якості та сукупність норм суспільної поведінки й оціночних уявлень

Аналіз основних моральних якостей, необхідних для успішного функціонування в сфері бізнесу.

Вивчення сукупності норм та уявлень, які визначають етичні стандарти в сучасному суспільстві.

Тема 2. Етичні аспекти управління бізнесом

2.1. Відповідальність та етика у прийнятті управлінських рішень

Аналіз поняття відповідальності в контексті управління бізнесом. Вивчення етичних аспектів процесу прийняття управлінських рішень та їх вплив на всі рівні організації. Розгляд сучасних підходів до вирішення етичних дилем у бізнес-середовищі.

2.2. Роль лідерства у формуванні етичної корпоративної культури

Визначення важливості ролі лідерства в формуванні етичної корпоративної культури. Аналіз взаємодії лідерства та етики в керівництві організації. Розкриття стратегій та практик лідерства, спрямованих на створення етичного середовища в компанії.

2.3. Вплив управлінських рішень на стейкхолдерів

Аналіз етичних наслідків управлінських рішень для різних груп стейкхолдерів, таких як працівники, клієнти, акціонери та громадськість. Вивчення підходів до збалансованого врахування інтересів різних стейкхолдерів при прийнятті рішень.

2.4. Етичне лідерство та його вплив

Розкриття концепції етичного лідерства та його ключових характеристик. Вивчення впливу етичного лідера на організаційну культуру та результативність бізнесу. Аналіз випадків успішного етичного лідерства в сучасному бізнесі.

2.5. Вирішення етичних дилем в організації

Розгляд типових етичних дилем, які можуть виникати в управлінській діяльності. Розробка стратегій вирішення етичних конфліктів та забезпечення дотримання вищих стандартів бізнес-етики.

Тема 3. Корпоративна етика в глобальному контексті

3.1. Міжнародні стандарти та вимоги у сфері корпоративної етики

Розгляд міжнародних стандартів корпоративної етики, таких як Global Reporting Initiative (GRI), ISO 26000 тощо. Вивчення вимог та стандартів, що регулюють етичну поведінку бізнесу на світовому рівні. Аналіз впровадження та дотримання міжнародних стандартів корпоративної етики у практиці підприємств.

3.2. Етичні виклики при глобалізації та взаємодії з різними культурами

Визначення етичних проблем, що виникають при глобалізації економіки та роботи з різними культурами. Розкриття впливу культурних відмінностей на корпоративну етику та управління. Аналіз відповідних стратегій подолання етичних викликів при взаємодії з міжнародними партнерами та споживачами.

3.3. Етика глобальних підприємств

Вивчення особливостей корпоративної етики в глобальних підприємствах. Аналіз викликів, з якими стикаються глобальні компанії у питаннях етики та відповідальності. Розробка стратегій впровадження та підтримки етичних стандартів у міжнародних корпораціях.

3.4. Міжкультурні аспекти корпоративної етики

Розгляд міжкультурних взаємовідносин та їх вплив на корпоративну етику. Вивчення етичних аспектів комунікації та співпраці в умовах культурних розбіжностей. Аналіз прикладів успішної реалізації міжнародних етичних стратегій у бізнесі.

3.5. Інноваційні підходи до глобальної корпоративної етики

Розробка та аналіз інноваційних підходів до вирішення етичних викликів в глобальному бізнес-середовищі. Вивчення кейсів про успішні ініціативи у сфері глобальної корпоративної етики. Аналіз перспектив розвитку етичних підходів у глобальному бізнесі.

Тема 4. Імідж та ділова атрибутика в сучасному бізнесі

4.1. Формування та управління іміджем підприємства та підприємця

Розгляд важливості іміджу як складової успіху в сучасному бізнесі. Аналіз елементів, що формують позитивний імідж підприємства та підприємця. Вивчення стратегій та інструментів управління іміджем для досягнення позитивних бізнес-результатів.

4.2. Ділова етика у відносинах з партнерами, клієнтами та конкурентами

Розкриття ролі ділової етики у відносинах з бізнес-партнерами та клієнтами. Вивчення принципів та стандартів, які визначають етичні взаємодії у

бізнесі. Аналіз впливу ділової етики на конкурентні взаємини та створення позитивного іміджу в галузі.

4.3. Брендуння та імідж в онлайн-середовищі:

Визначення ролі бренду та іміджу в онлайн-просторі. Розгляд викликів та можливостей управління іміджем у цифровій епохі. Вивчення ефективних стратегій брендуння та формування позитивного іміджу в інтернеті.

4.4. Публічні відносини та комунікації:

Аналіз ролі публічних відносин у формуванні та управлінні іміджем. Вивчення ефективних комунікаційних стратегій для підтримки позитивного іміджу. Розробка практичних навичок ведення комунікацій та спілкування з різними зацікавленими сторонами.

4.5. Репутаційний менеджмент та кризова комунікація:

Визначення ролі репутаційного менеджменту у формуванні іміджу. Аналіз стратегій управління репутацією в кризових ситуаціях. Вивчення кейсів успішного відновлення репутації підприємств після кризових подій.

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

Тема 5. Етика в економічних відносинах

5.1. Поняття справедливості та добросовісності у бізнесі

Розгляд понять справедливості та добросовісності в контексті економічних відносин. Вивчення етичних принципів та стандартів, які визначають справедливу та добросовісну підприємницьку практику. Аналіз ситуацій, де етичне рішення може впливати на рівень справедливості у бізнес-середовищі.

5.2. Відносини з постачальниками, споживачами та іншими учасниками економічного процесу:

Розкриття ролі етики в управлінні відносинами з постачальниками та витісненням неетичних практик у ланцюгу постачання. Вивчення принципів етичного взаємодії зі споживачами та розробка стратегій для підвищення рівня довіри та лояльності. Аналіз відносин з іншими учасниками економічного процесу, такими як інвестори, конкуренти та громадськість.

5.3. Корпоративна соціальна відповідальність (CSR)

Визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності та її ролі в економічних відносинах. Аналіз стратегій впровадження CSR та їх вплив на репутацію та фінансовий результат підприємства. Розробка етичних підходів до соціально відповідального бізнес-ведення.

5.4. Інклюзивний бізнес та економічна справедливість

Розгляд принципів інклюзивного бізнесу та їх відображення на економічній справедливості. Вивчення етичних вимірів розвитку бізнес-моделей, спрямованих на забезпечення рівних можливостей та доступу до ресурсів. Аналіз викликів та можливостей розвитку інклюзивного бізнесу у контексті економічної етики.

Тема 6. Етичні аспекти маркетингу та реклами

6.1. Чесні та етичні практики у маркетингових стратегіях

Розгляд понять чесності та етики в контексті маркетингових стратегій. Вивчення етичних принципів формування та використання маркетингових підходів. Аналіз сучасних випадків та кейсів, де неетичні практики мали негативний вплив на бізнес та споживачів.

6.2. Етика рекламних кампаній та вплив на споживачів

Визначення етичних стандартів у рекламній діяльності та їх важливість. Розгляд впливу рекламних кампаній на поведінку та усвідомлення споживачів. Аналіз рекламних стратегій, які сприяють етичному підходу та відповідальному споживанню.

6.3. Співвідношення маркетингової стратегії та корпоративної соціальної відповідальності (CSR)

Розкриття взаємозв'язку між маркетинговими стратегіями та корпоративною соціальною відповідальністю. Вивчення прикладів успішної інтеграції етичних аспектів у маркетингові підходи. Розробка стратегій, спрямованих на підвищення впливу бізнесу на соціально-етичний прогрес.

6.4. Психологія споживача та етичні виклики

Аналіз психологічних аспектів споживацького поведінки та їх зв'язку з етикою маркетингу. Вивчення викликів, пов'язаних з впливом на психіку споживачів та формуванням етичних маркетингових стратегій. Розробка підходів до забезпечення етичної реклами та маркетингової комунікації.

6.5. Інноваційні підходи до етичного маркетингу

Розгляд інноваційних технологій та підходів, що сприяють етичному маркетингу. Вивчення впливу цифрових інструментів на етичні аспекти взаємодії бізнесу та споживачів. Аналіз етичних аспектів використання штучного інтелекту та персоналізації в маркетингових стратегіях.

Тема 7. Етика в інноваційному бізнесі

7.1. Етичні аспекти розвитку та використання нових технологій

Розгляд впливу нових технологій на сучасне бізнес-середовище. Вивчення етичних аспектів розробки та впровадження інноваційних технологій. Аналіз викликів та можливостей етичного використання штучного інтелекту, автоматизації та інших інноваційних рішень.

7.2. Відповідальне впровадження інновацій у бізнес-процеси

Визначення поняття відповідальності у контексті інноваційного бізнесу. Розгляд етичних питань при прийнятті рішень про впровадження нововведень. Аналіз впливу інновацій на соціальну та екологічну сфери та розробка стратегій їхнього позитивного впливу.

7.3. Етика в області досліджень та розробок

Розгляд етичних принципів у проведенні наукових та дослідницьких робіт. Вивчення етичних вимог до інноваційних досліджень та експериментів. Аналіз етичних викликів у розробках нових продуктів та послуг.

7.4. Інновації та вплив на працівників

Розгляд етичних аспектів впливу інновацій на робоче середовище та працівників. Вивчення принципів справедливості та добросовісності у впровадженні нових технологій. Аналіз відповідального впровадження інновацій для підтримки корпоративного благополуччя та розвитку персоналу.

7.5. Етичне лідерство в інноваційному бізнесі

Визначення ролі етичного лідерства у розвитку інноваційного підприємництва. Розгляд етичних аспектів взаємодії лідерів з командами у контексті інновацій. Аналіз кейсів етичного лідерства в успішних інноваційних компаніях.

Тема 8. Міжкультурні ділові комунікації та етика

8.1. Специфіка взаємодії у міжкультурному середовищі

Розгляд основних характеристик та особливостей міжкультурного середовища. Вивчення впливу культурних різниць на сприйняття інформації та взаємодію. Аналіз різних стилів комунікації у різних культурах та їхніх впливів на ділові відносини.

8.2. Побудова ділових відносин в умовах культурних розбіжностей

Визначення важливості етичних принципів у міжкультурних ділових відносинах. Розгляд стратегій побудови ефективних комунікативних процесів у культурно різних команд. Аналіз культурних розбіжностей у веденні переговорів та прийнятті управлінських рішень.

8.3. Міжнародна етика та стандарти в бізнесі

Вивчення міжнародних етичних стандартів та їх роль у міжкультурних ділових практиках. Розгляд етичних аспектів глобального бізнесу та відповідальності компаній на міжнародному рівні. Аналіз викликів, пов'язаних із забезпеченням етичного ведення бізнесу в різних культурних контекстах.

8.4. Культурна компетентність та навички міжкультурного менеджменту

Розгляд важливості культурної компетентності для ділового успіху в міжнародному бізнесі. Вивчення стратегій розвитку навичок міжкультурного менеджменту. Аналіз кейсів успішної адаптації бізнес-моделей до різних культурних контекстів.

Тема 9. Соціальна відповідальність бізнесу

9.1. Роль бізнесу у суспільстві та його внесок у розв'язання соціальних проблем

Визначення ролі сучасного бізнесу як ключового учасника соціального розвитку. Аналіз впливу підприємств на соціальні проблеми та їхній внесок у покращення суспільства. Розгляд етичних аспектів соціальної відповідальності бізнесу.

9.2. Розвиток та впровадження стратегій соціальної відповідальності підприємства

Вивчення стратегій розвитку соціальної відповідальності на різних етапах життєвого циклу підприємства. Аналіз впливу стратегій соціальної

відповідальності на бізнес-процеси та фінансовий результат компаній. Розробка етичних критеріїв та механізмів вимірювання ефективності соціальних програм.

9.3. Взаємодія зі зацікавленими сторонами в контексті соціальної відповідальності

Розгляд важливості взаємодії з різними зацікавленими сторонами у впровадженні соціально відповідальних стратегій. Вивчення етичних аспектів взаємодії з громадськістю, урядовими органами, акціонерами та іншими стейкхолдерами. Аналіз ролі комунікацій та відкритості в забезпеченні ефективної взаємодії.

9.4. Глобальна соціальна відповідальність

Визначення поняття глобальної соціальної відповідальності та її зв'язок із глобальними етичними питаннями. Аналіз ролі міжнародних компаній у вирішенні глобальних соціальних викликів. Розробка стратегій для підприємств у забезпеченні глобальної соціальної відповідальності.

9.5. Співпраця бізнесу та громадськості для досягнення соціальних цілей

Розгляд принципів партнерства між бізнесом та громадським сектором для вирішення соціальних проблем. Вивчення етичних аспектів співпраці та взаємодії для досягнення соціальних цілей. Аналіз впливу соціальних ініціатив на підприємську репутацію та стосунки зі споживачами.

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	Зміст
Тема 2. Етичні аспекти управління бізнесом. Практичне завдання 1. Кейс «Бізнес-етика в підприємницькій діяльності»	Формування уявлення про місце бізнес-етики в підприємницькій діяльності
Тема 3. Корпоративна етика в глобальному контексті. Практичне завдання 2. Семінар – практикум «Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу»	Обґрунтування доцільності впровадження соціальної відповідальності в сучасній моделі бізнесу
Тема 3. Корпоративна етика в глобальному контексті. Семінарське заняття 1. Круглий стіл «Корпоративна етика відомих компаній»	Опанування основних теоретичних та практичних засад формування корпоративної етики
Тема 4. Імідж та ділова атрибутика в сучасному бізнесі. Тренінг «Імідж сучасного підприємця»	Формування уявлення про основні вимоги до зовнішнього вигляду ділової людини

Тема 5. Етика в економічних відносинах. Практичне завдання 3. «Вісім принципів корпоративної культури Apple».	Обґрунтування доцільності дотримання принципів корпоративної культури
Тема 5. Етика в економічних відносинах. Тренінг. Розвиток моральної свідомості майбутнього підприємця	Формування моральної свідомості майбутнього підприємця
Тема 5. Етика в економічних відносинах. Практичне завдання 4. «Етичні норми ділового спілкування майбутнього підприємця».	Практичне застосування норм ділового спілкування майбутнього підприємця
Тема 8. Міжкультурні ділові комунікації та етика. Тренінг на тему: «Відмінність східного і західного підходів до життя»	Прийняття рішень щодо побудови лінії поведінки у міжкультурному середовищі
Тема 8. Міжкультурні ділові комунікації та етика. 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	Зміст
Тема 1 – 9	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою
Тема 2 – 5, 8	Виконання практичних та самостійних завдань
Тема 6 – 7	Написання есе
Тема 3	Підготовка до круглого столу «Корпоративна етика відомих компаній»
Тема 1 – 9	Підготовка до іспиту

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, 4, 5, 8, 9), проблемна лекція (Тема 6 – 7), лекція-дискусія (Тема 3)).

Наочні (демонстрація (Тема 1 – 9)).

Практичні (кейс-метод (Тема 2), практична робота (Тема 3, 5, 8), есе (Тема 6, 7), тренінг (Тема 3, 5, 8)).

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 екзамен (іспит): максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту), диференційованого заліку або заліку. Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається:

для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит) – сумуванням балів за поточний та підсумковий контроль

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: вирішення кейсів (10 балів), виконання практичних завдань (25 балів), есе (10 балів), тренінг (15 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів)

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

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність «Підприємництво та торгівля»

Освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Завдання 1 (тести). (10 балів)

Які елементи моралі визначаються в контексті бізнес-етики?

- a) лише особистісні якості
- b) фізичний розвиток
- c) особистісні, соціальні, етичні норми та стандарти

Які відповідальності та етичні аспекти враховуються при прийнятті управлінських рішень?

- a) тільки фінансова відповідальність
- b) екологічна відповідальність та ділова етика
- c) виключно фінансові аспекти

Яку роль відіграє лідерство в формуванні етичної корпоративної культури?

- a) лише контроль
- b) стимулювання та утвердження етичних цінностей
- c) виключно власний інтерес

Які етичні аспекти важливі у відносинах з партнерами, клієнтами та конкурентами?

- a) жоден аспект етики не важливий
- b) чесність та взаєморозуміння
- c) виключно конкурентна боротьба

Які поняття справедливості та добросовісності важливі у бізнесі?

- a) тільки економічні аспекти
- b) жодне поняття не важливе
- c) поняття справедливості та добросовісності важливі у всіх відносинах

Які є чесні та етичні практики у маркетингових стратегіях?

- a) використання маніпуляцій для залучення клієнтів
- b) розповсюдження недостовірної інформації
- c) забезпечення чесного та достовірного представлення товарів та послуг

Як етика впливає на рекламні кампанії та споживачів?

- a) етика не має значення в рекламі
- b) рекламні кампанії повинні враховувати моральні та етичні стандарти
- c) лише фінансовий аспект важливий в рекламі

Які етичні аспекти пов'язані з розвитком та використанням нових технологій?

- a) всі аспекти технологій є етично прийнятними
- b) забезпечення конфіденційності та безпеки даних
- c) етика не застосовується до нових технологій

Які стратегії можна використовувати для побудови ефективних комунікативних процесів у міжнародному бізнесі?

- a) ігнорування культурних відмінностей
- b) адаптація до культурних особливостей та встановлення взаєморозуміння
- c) використання лише власної культурної моделі

Як бізнес може внести внесок у розв'язання соціальних проблем?

- a) тільки через високі фінансові внески
- b) за допомогою розвитку та впровадження соціально відповідальних стратегій
- c) спільно з іншими підприємствами виключно

Завдання 2 (стереотипне). (10 балів)

Корпорація "ТехноПрогрес" планує впровадження нового технологічного рішення, яке може значно полегшити виробництво та збільшити прибутковість. Однак виникають етичні аспекти, пов'язані з можливим впливом на навколишнє середовище та робочі умови праці. Яким чином керівництво має врахувати ці аспекти перед впровадженням технології? Надайте конкретні рекомендації та аргументуйте їх, враховуючи етичні принципи та відповідальність перед суспільством та природою.

Відповідь слід будувати на основі знань щодо етичних аспектів в інноваційному бізнесі, здатності аналізувати етичні ситуації та визначати відповідальні стратегії в умовах впровадження нових технологій.

Завдання 3 (діагностичне). (10 балів)

Опишіть, що ви розумієте під поняттям "ділова етика" та як вона відрізняється від загальних етичних принципів. Зазначте приклади конкретних ситуацій, де може виникнути протиріччя між етикою та бізнесом.

Завдання 4 (евристичне). (10 балів)

Розробіть маркетингову стратегію для продажу екологічно чистого товару. Врахуйте етичні аспекти усіх етапів впровадження продукту на ринок, включаючи рекламу та комунікацію зі споживачами. Виправдайте свої вибори, пояснюючи, як вони відповідають вимогам етичності в маркетингу та враховують інтереси споживачів та природи.

Затверджено на засіданні кафедри підприємництва і торгівлі протокол № _____
від «___» _____ 20__ р.

Екзаменатор

к.е.н., доц. Заславська К. А.

Зав. кафедрою

д.е.н., проф. Салун М. М.

+

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (тести). (10 балів)

1 – кожна правильна відповідь.

Завдання 2 (стереотипне). (10 балів)

4 – проведено глибокий аналіз етичних викликів, пов'язаних з впровадженням нових технологій в корпорації.

4 – наведено конкретні та обгрунтовані рекомендації для керівництва щодо врахування етичних аспектів.

2 – відповідь структурована та логічно викладена; ідеї висловлені чітко та виразно.

Завдання 3 (діагностичне). (10 балів)

4 – чітко та повно визначено поняття "ділова етика", не втрачаючи основного змісту.

4 – наведено конкретні та ілюстративні приклади ситуацій, де може виникнути протиріччя між етикою та бізнесом.

2 – відповідь структурована та логічно викладена; ідеї висловлені чітко та виразно.

Завдання 4 (евристичне). (10 балів)

4 – розроблено комплексну та реалістичну стратегію маркетингу для екологічно чистого товару, вказано конкретні етичні аспекти на кожному етапі стратегії та пояснено, як вони враховані..

4 – обгрунтовано, як запропонована стратегія враховує інтереси споживачів та як взаємодіє з природою.

2 – відповідь структурована та логічно викладена; ідеї висловлені чітко та виразно.

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.

Додаткова

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>

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. Константиновський Л. Л. Систематизація індикаторів корпоративної соціальної відповідальності для ритейлу, як виду економічної діяльності / Л. Л. Константиновський // Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти: зб. тез за матер. II Всеукр. наук.- практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих учених, м. Дніпро, 25-26 лист. 2021 р. : тези допов. – Дніпро: НМетАУ, 2021. – С. 252-255. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26943>.

8. Салун М. М. Сингулярність соціального підприємництва / М. М. Салун, Г. К. Панаєтов / Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали XVII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 25 листопада 2022 р. : тези допов. - Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2022. – С. 849- 852. Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28727>.

9. Чепель І. В. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: теорія і практика / І. В. Чепель // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 03-04 бер. 2020 р. – м. Харків - м. Торунь : Видавець ФОП Панов А. М., 2020. – С. 196–198. Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26940>.