

Etyka biznesu

Sylabus dla Jednolitych Magisterskich Studiów Zaoczných, Semestr 9, zimowy 2008/2009
Kierunek studiów: Zarządzanie i marketing

Prowadzący: mgr Karol Fijałkowski

Autorzy kursu: prof. dr hab. Bożena Klimczak, mgr Karol Fijałkowski

Forma zajęć: Wykład (14 godzin)

Forma zaliczenia: Pisemne kolokwium zaliczeniowe na ocenę

Cele nauczania przedmiotu:

- Wyposażenie studentów w wiedzę z dziedziny etyki normatywnej,
- Przygotowanie do konkretnych sytuacji biznesowych – nabycie umiejętności dokonywania ocen oraz podejmowania decyzji moralnych,
- Podnoszenie wrażliwości na etyczne aspekty wyborów gospodarczych.

Tematyka kolejnych godzin zajęć:

I Wprowadzenie do etyki biznesu

1. Moralny wymiar działalności gospodarczej

Moralny wymiar wyborów gospodarczych. Zagadnienia etyczne w gospodarce i myśli ekonomicznej – rys historyczny. Argumenty na rzecz amoralności biznesu i ich krytyka. Ekonomiczna teoria instytucji. Moralność wobec obyczajów i prawa. Źródła wiedzy o moralności.

2. Etyka biznesu jako działy etyki

Koncepcja rozwoju rozumowania moralnego L. Kohlberga. Definicja etyki. Etyka normatywna ogólna a etyki szczegółowe (stosowane). Etyka gospodarcza jako etyka szczegółowa. Poziomy analizy w etyce gospodarczej. Etyka biznesu jako działy etyki gospodarczej. Systemy etyczne. Podstawowa klasyfikacja systemów etycznych: konsekwencjalizm a deontologizm. Uzasadnienie pluralistycznej akademickiej etyki biznesu.

3. Wybrane systemy etyczne i ich zastosowania: Utylitaryzm i etyka obowiązku I. Kanta

Koncepcja społecznego otoczenia firmy oparta na pojęciu interesariuszy (*stakeholders*). Utylitaryzm. Zastosowania utylitaryzmu w biznesie a teoria ekonomii na przykładzie praktyk monopolistycznych.

Etyka obowiązku Kanta. Kapitalizm menedżerski a kapitalizm Kantowski. Dotrzymanie umów jako obowiązek moralny.

4. Wybrane systemy etyczne i ich zastosowania: Etyka odpowiedzialności i personalizm

Etyka odpowiedzialności R. Ingardena. Moralna odpowiedzialność w biznesie.

Personalizm katolicki. Katolicka Nauka Społeczna. Art. 23 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka ONZ. Przedsiębiorstwo i praca z punktu widzenia personalizmu.

5. Rozwijanie konfliktów moralnych w biznesie

Dodatkowe kryteria klasyfikacji systemów etycznych. Korzystanie z systemów etycznych. Konflikt pomiędzy odpowiedzialnością społeczną a lojalnością wobec firmy. *Whistle-blowing*. Konflikt pomiędzy obowiązkiem informacji a tajemnicą firmową. Prawo do informacji i jego formy jego łamania.

II Etyczne problemy działalności gospodarczej

6. Etyka celów działalności gospodarczej

Rodzaje przedsiębiorczości, rola i cele przedsiębiorcy w świetle systemów etycznych. Istota i cele działalności gospodarczej według Arystotelesa, T.B. Veblena, J.K. Galbraitha, Jana Pawła II. Irracjonalność konsumenta i rzeczywistość użyteczności towarów i usług – aspekty etyczne.

7. Etyka konkurencji

Konkurencja pozytywna. Konkurencja uczciwa. Wybrane sposoby konkurencji moralnie niedopuszczalne. Utrudnianie dostępu do rynku. Korupcja. Praktyki monopolistyczne.

8. Etyka marketingu i reklamy

Etyczne aspekty narzędzi marketingowych. Etyka reklamy. Elementy oceny moralnej reklamy: funkcja, przedmiot, forma.

9. Etyka finansów przedsiębiorstw, rynków finansowych i bankowości
„Kreatywna księgowość”. Etyka zawodowa biegłego rewidenta. Etyczne aspekty działalności banków. Ocena moralna kredytu. Etyka a funkcjonowanie rynku kapitałowego. Etyka zawodowa maklerów i doradców finansowych. Odpowiedzialność powiernicza instytucji finansowych i etyczne aspekty ryzyka. Informacje a stopień efektywności rynku finansowego. Problem poufności informacji. Odpowiedzialność moralna inwestora.
10. Etyka w biznesie międzynarodowym
Etyka zarządzania i stosunków biznesowych w warunkach wielokulturowości. Obszary specjalnej odpowiedzialności firm globalnych: walka z ubóstwem, globalne problemy klimatyczne, uczciwa konkurencja na rynkach światowych, rozmieszczenie elementów łańcucha tworzenia wartości. Stosunki z rządami państw innych niż własne, szczególnie z rządami państw niedemokratycznych. Korupcja zagranicznych osób publicznych. Etyczna ocena cen transferowych. Zasady prowadzenia działalności gospodarczej przyjęte podczas obrad Okręgowego Stołu w Caux.
11. Etyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem
Etyka menedżera. Etyka osobista a etyka organizacji. Przywództwo etyczne. Normy i wartości moralne w kulturze organizacyjnej.
12. Instytucjonalizacja etyki w przedsiębiorstwie
Rozwiązywanie problemów moralnych w firmie. Struktury i procedury organizacyjne. Kodeksy i standardy etyczne. Kontrola etyczna.

III Dodatek i Kolokwium

13. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa (CSR)
Moralna i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw – rys historyczny i kontrowersje. CSR jako koncepcja zarządzania przedsiębiorstwem. Podstawowe modele CSR. Zarządzanie interesariuszami w systemie zarządzania strategicznego.
14. Kolokwium zaliczeniowe

Literatura podstawowa:

- B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, Wyd. AE we Wrocławiu
- G.D. Chryssides, J.H. Kaler, *Wprowadzenie do etyki biznesu*, PWN
- M. Rybak, *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, PWN
- B. Klimczak, *Etyczne otoczenie rynku kapitałowego*, Wyd. AE we Wrocławiu

Literatura uzupełniająca:

- J. Filek, *Wprowadzenie do etyki gospodarczej*, Wyd. AE w Krakowie
- R. Ingarden, *Książeczka o człowieku*, Wyd. Literackie
- I. Kant, *Uzasadnienie metafizyki moralności*, Wyd. Antyk
- A. MacIntyre, *Krótką historia etyki*, PWN
- J. Majka, *Etyka życia gospodarczego*, Wyd. TUM
- J.S. Mill, *Utylitaryzm*, w: „Utylitaryzm, O wolności”, PWN
- J.A.F. Stoner, R.E. Freeman, D.R. Gilbert, *Kierowanie*, PWE
- K. Wojtyła, *Elementarz etyczny*, Wyd. TUM
- S. Young, *Etyczny kapitalizm*, Wyd. Metamorfoza