



<b>Przedmiot:</b> Etyka biznesu				
<b>Forma zajęć:</b> wykład	<b>Semestr:</b> 9	<b>Rok:</b> 5	<b>Wymiar godzin:</b> 14	<b>Punkty ECTS:</b> 5
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę		<b>Typ przedmiotu:</b> obowiązkowy		<b>Język nauczania:</b> polski
<b>Kierunek:</b> Zarządzanie i Marketing			<b>Tryb:</b> niestacjonarne zaoczne	<b>Rodzaj:</b> jednolite magisterskie
<b>Specjalność:</b>				
<b>Katedra:</b> Katedra Mikroekonomii i Ekonomii Instytucjonalnej				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b> mgr		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> Karol Fjałkowski		

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

Filozofia, Mikroekonomia, Podstawy zarządzania, Podstawy marketingu

**Program przedmiotu:**

1. Wprowadzenie do Etyki biznesu: Moralny wymiar działalności gospodarczej, Etyka normatywna - istota, cele i metoda.
2. Wybrane narzędzia dokonywania ocen i podejmowania decyzji moralnych: utylitaryzm, etyka I. Kanta, personalizm katolicki, koncepcje odpowiedzialności moralnej i sprawiedliwości R. Ingardena, rozwiązywanie dylematów moralnych przy pomocy zasady podwójnego skutku.
3. Etyka w praktyce osobistej. Elementy psychologii ocen i decyzji moralnych.
4. Etyka celów działalności gospodarczej. Spór wokół koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. Etyka menedżerska.
5. Etyka prac i zatrudnienia. Prawa i obowiązki pracodawców i pracowników.
6. Etyczne aspekty kontraktu. Relacje z dostawcami, odbiorcami i klientami. Etyczne aspekty informacji i komunikacji w relacjach biznesowych.
7. Etyka marketingu i reklamy.
8. Etyka konkurencji. Pojęcie i zasady uczciwej konkurencji.
9. Etyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Insytucjonalizacja etyki w zarządzaniu. Wdrażanie standardów etycznych w przedsiębiorstwie.

**Metody dydaktyczne:**

Wykład konwersatoryjny, Metoda przypadków

**Cele przedmiotu:**

1. Przekazanie wiedzy o celach, metodzie i głównych koncepcjach z zakresu etyki normatywnej, a także o głównych moralnych problemach biznesu.
2. Wykształcenie praktycznych umiejętności podejmowania decyzji moralnych na drodze konsekwentnego rozumowania i krytycznego namysłu nad zagadnieniami moralnymi.
3. Podnoszenie osobistej wrażliwości na etyczne aspekty decyzji, zjawisk i procesów charakteryzujących współczesny biznes.

**Warunki zaliczenia:**

Kolokwium zaliczeniowe na ocenę obejmujące: pytania sprawdzające wiedzę teoretyczną, studium przypadku służące ocenie sprawności stosowania zdobytej wiedzy i umiejętności, krytyczną analizę wybranego tekstu dotyczącego moralności życia gospodarczego.

**Literatura podstawowa (do 4 pozycji):**

1. B. Klimczak, "Etyka gospodarcza", Wyd. AE we Wrocławiu 2006
2. G.D. Chryssides, J. Kaler (red.), "Wprowadzenie do etyki biznesu", PWN, Warszawa 1999
3. J. Dietl, W. Gasparski (red.), "Etyka biznesu", PWN, Warszawa 1997
4. J. Majka, "Etyka życia gospodarczego", Wyd. TUM, Wrocław 1982

**Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):**

1. P. Singer (red.), "Przewodnik po etyce", Książka i Wiedza, Warszawa 2002
2. K. Wojtyła, "Elementarz etyczny", Wyd. TUM, Wrocław 2000
3. J.S. Mill, "Utylitaryzm", w: Tenże "Utylitaryzm; O wolności", PWN, Warszawa 2006
4. I. Kant, "Uzasadnienie metafizyki moralności", PWN, Warszawa 1984