



<b>Przedmiot:</b> ETYKA W ZARZĄDZANIU				
<b>Forma zajęć:</b> ćwiczenia	<b>Semestr:</b> 3	<b>Rok:</b> 2	<b>Wymiar godzin:</b> 15	<b>Punkty ECTS:</b> 6
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę		<b>Typ przedmiotu:</b> obowiązkowy		<b>Język nauczania:</b> polski
<b>Kierunek:</b> Zarządzanie			<b>Tryb:</b> niestacjonarne	<b>Rodzaj:</b> magisterskie
<b>Specjalność:</b> wszystkie na kierunku				
<b>Katedra:</b> Katedra Mikroekonomii i Ekonomii Instytucjonalnej				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b>		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> dr Izabela Ścibiorska, mgr Karol Fijałkowski, mgr Kacper Mulawa,		

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

--

**Program przedmiotu:**

<ol style="list-style-type: none"><li>1. Przedsiębiorstwo w społecznym otoczeniu / złożoność społecznego otoczenia, relacje przedsiębiorstwa ze społecznym otoczeniem, decyzje menedżerskie a społeczne otoczenie</li><li>2. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa / podstawy SOP, współczesne koncepcje SOP, argumenty za i przeciw SOP</li><li>3. Etyczne aspekty decyzji menedżerskich / znaczenie etyki, dylematy moralne, etyczny proces decyzyjny, rozwój moralny</li><li>4. Etyczne uzasadnienia wyborów menedżerskich / systemy etyczne i ich przesłanki: systemy teleologiczne, deontologiczne, prawa człowieka, teorie sprawiedliwości i odpowiedzialności</li><li>5. Moralny status przedsiębiorstwa a kultura menedżerska</li><li>6. Zastosowanie systemów etycznych do uzasadnienia wyborów menedżerskich / odpowiedzialność pracodawcy a prawa pracowników, zamówienia prywatne i publiczne, korupcja, dyskryminacja</li><li>7. Marketing, reklama i prawda</li><li>8. Odpowiedzialność za produkty i dopuszczalne ryzyko, odpowiedzialność za środowisko naturalne</li><li>9. Koncepcja zarządzania społecznie odpowiedzialnego / program etyczny, kodeksy etyczne przedsiębiorstw, audyt etyczny, zarządzanie konfliktami moralnymi w przedsiębiorstwie</li><li>10. Etyczne aspekty zarządzania przedsiębiorstwami wielonarodowymi, globalne inicjatywy etyczne.</li></ol>
--

**Metody dydaktyczne:**

Metoda podająca i aktywizująca (case study), z wykorzystaniem techniki audiowizualnej (folie - rzutnik pisma, slajdy -projektor multimedialny) .
--

**Cele przedmiotu:**

Celem kształcenia jest poznanie różnych systemów etycznych, nabycie umiejętności dokonywania ocen i wyborów etycznych w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz implementacja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Po zakończeniu kursu student powinien dostrzegać etyczne aspekty decyzji menedżerskich oraz posiadać umiejętność uzasadniania tych decyzji za pomocą różnych kryteriów etycznych.
--

**Warunki zaliczenia:**

Obecność, aktywność, sprawdzian umiejętności analizy etycznej decyzji menedżerskich.
--

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

<ol style="list-style-type: none"><li>1. Beauchamp T.L. , N.E. Bowie, Ethical Theory and Business, New Jersey 2007</li><li>2. Klimczak B., Etyka gospodarcza, Wyd. AE, Wrocław 2006</li></ol>
---

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

<ol style="list-style-type: none"><li>3. Lewicka-Strzałecka A., Etyczne standardy firm i pracowników, Wydawnictwo IFiS PAN, Wrocław 1999.</li><li>4. Lewicka-Strzałecka A., Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2006.</li></ol>
---