

ЕТИКА БІЗНЕСУ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Кафедра економіки

Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій

Анотація: Мета курсу (інтегральна компетентність) — вивчення етичних принципів, моральних норм та концепцій соціальної відповідальності, що визначають поведінку суб'єктів у сучасному діловому середовищі. Навчання використовувати психологічно та етично достовірні передумови в економічному аналізі формує у здобувачів навички прийняття управлінських рішень, що гармонізують інтереси бізнесу, суспільства та довкілля. Дисципліна готує фахівців до впровадження високих стандартів ділової етики як інструменту підвищення конкурентоспроможності та довіри контрагентів.

Міждисциплінарні зв'язки дисципліни: Починаючи вивчати дисципліну «Етика бізнесу та соціальна відповідальність», здобувачі повинні мати певну базу знань з таких дисциплін: Людина і економіка, Психологія, Поведінкова економіка та ухвалення рішень, Бізнес-планування.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- набуття знань про генезу етичних аспектів економіки, починаючи від «теорії моральних почуттів» Адама Сміта;
- оволодіння новітніми управлінськими підходами до формування корпоративної соціальної відповідальності (КСВ);
- навчання методам аналізу впливу етичних драйверів на ринкові реакції та поведінку споживачів;
- набуття вмінь приймати стратегічно обґрунтовані рішення, що враховують девіантні форми поведінки та етичні бар'єри в бізнесі.

Програмні результати навчання:

- уміти критично оцінювати чинники відхилення від етичних норм у процесі економічного вибору;
- вміти застосовувати систему методів пізнання соціально-економічних явищ для оцінки репутаційних ризиків;
- формулювати та синтезувати рішення науково-практичних проблем, базуючись на принципах ділової доброчесності;
- застосовувати розуміння прихованих драйверів людської поведінки для побудови етичних бізнес-сценаріїв.

Короткий зміст курсу:

1. Природа та еволюція етики бізнесу. Адам Сміт та «теорія моральних почуттів» як фундамент економічної етики.

2. Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Сутність стійкої взаємодії суб'єктів для оптимізації власного та суспільного результату.

3. Етика у стосунках із контрагентами та споживачами. Чинники, що впливають на процес прийняття економічних рішень на засадах довіри.

4. Морально-етичні аспекти ухвалення рішень. Подолання бар'єрів та девіантних форм поведінки в управлінській діяльності.

5. Інструменти підштовхування (Nudge) до етичної поведінки. Використання принципів поведінкової економіки для формування соціально відповідального бізнес-середовища.