

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»
_____ В.Н. Шимов
«27» июня 2014 г.
Регистрационный № УД-1535-14/баз.

ЭТИКА БИЗНЕСА

**Учебная программа для магистрантов по специальности
1-25 81 02 «Экономика»**

2014 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Лаптенюк А.С., заведующий кафедрой философии Института социально-гуманитарного образования Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор философских наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Бобр А.М., заместитель декана факультета философии и социальных наук, Учреждения образования «Белорусский государственный университет», кандидат философских наук, доцент.

Сечко Н.Н., заведующий кафедрой экономической социологии Института социально-гуманитарного образования Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат социологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой философии Института социально-гуманитарного образования Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 10; от «15» мая 2014 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 5 от «18» июня 2014 г.).

Ответственный за редакцию: *А.С. Лаптенюк*

Ответственный за выпуск: *А.С. Лаптенюк*

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа «Этика бизнеса» разработана для второй ступени высшего образования с углубленной подготовкой магистрантов по специальности 1-25 81 02 «Экономика» в соответствии с магистерской программой «Экономика и психология бизнеса» для реализации целей профессиональной подготовки магистрантов.

Общие требования к формированию социально-личностных компетенций магистрантов

Основными целями экономической, социально-гуманитарной и профессиональной подготовки магистрантов в вузе выступают формирование и развитие социально-личностных компетенций, основанных на гуманитарных знаниях, эмоционально-ценностном и социально-творческом опыте и обеспечивающих решение и исполнение гражданских, социально-профессиональных, личностных задач и функций. Сформированность у выпускника социально-личностных компетенций способствует развитию социально-профессиональной компетентности как интегрированного результата образования в вузе.

Общие требования к формированию социально-личностных компетенций выпускника определяются следующими принципами:

- *принцип гуманизации* как приоритетный принцип образования, обеспечивающий личностно-ориентированный характер образовательного процесса и творческую реализацию выпускника;

- *принцип фундаментализации*, способствующий ориентации содержания дисциплин социально-гуманитарного цикла на выявление сущностных оснований и связей между разнообразными процессами окружающего мира, естественнонаучным и гуманитарным знанием;

- *принцип компетентностного подхода*, определяющий систему требований к организации образовательного процесса, направленных на усиление его практикоориентированности, повышение роли самостоятельной работы магистрантов по разрешению задач и ситуаций, моделирующих социально-профессиональные проблемы, и формирование у выпускников способности действовать в изменяющихся жизненных условиях;

- *принцип социально-личностной подготовки*, обеспечивающий формирование у магистрантов социально-личностной компетентности, основанной на единстве приобретённых гуманитарных знаний и умений, эмоционально-ценностных отношений и социально-творческого опыта с учётом интересов, потребностей и возможностей обучающихся;

- *принцип междисциплинарности и интегративности* социально-гуманитарного образования, реализация которого обеспечивает целостность изучения гуманитарного знания и его взаимосвязь с социальным контекстом будущей профессиональной деятельности выпускника.

В соответствии с вышеуказанными целями и принципами социально-гуманитарной подготовки магистрант высшего учебного заведения при

подготовке по образовательной программе первой ступени (специалист) должен приобрести следующие *социально-личностные компетенции*:

- компетенции культурно-ценностной и личностной ориентации,
- компетенции гражданственности и патриотизма,
- компетенции социального взаимодействия,
- компетенции коммуникации,
- компетенции самосовершенствования.

Выпускник в процессе социально-гуманитарной и профессиональной подготовки должен развить следующие *метапредметные компетенции*:

- владение методами системного и сравнительного анализа;
- сформированность критического мышления;
- умение работать в команде;
- владение навыками проектирования и прогнозирования;
- сформированность личностных качеств: самостоятельность, ответственность, организованность, целеустремлённость, а также мотивационно-ценностных ориентаций;
- умение учиться, повышать квалификацию в течение всей жизни.

Цели и задачи учебной дисциплины «Этика бизнеса», ее место в системе гуманитарного знания

Цель программы – дать углубленное представление об основных теоретических подходах к анализу этических аспектов предпринимательской деятельности и эмпирических исследованиях в данной предметной области.

Основные темы данного курса связаны с выяснением содержания таких базовых понятий как «профессиональная мораль», «деловая этика», «социальная ответственность» и изучением особенностей их проявления и взаимосвязи в сфере экономических отношений. Значительное место уделено изучению таких проблем как соотношение профессиональной и универсальной морали, основные концепции в этике бизнеса, этика и экономическая наука, прибыль и социальная ответственность компании, причины практики неэтичного поведения в сфере бизнеса, особенности реализации принципа ответственности в современной экономической и социальной политике в Республике Беларусь.

Данный курс ориентирован на решение следующих **основных задач**:

- изучить основные теоретические подходы к анализу этических аспектов экономического поведения;
- получить навыки самостоятельного анализа, интерпретации данных и результатов экономических, философских, психологических, социологических исследований по проблематике курса;
- освоить навыки применения нормативно-прикладных основ этического знания профессионального общения;
- определить базовые понятия по этике деловых отношений и этике бизнеса;

- освоить навыки этической полемики и диалога; разрешения конфликтных ситуаций; адекватной самооценки и толерантной оценки других людей, корректного поведения в сфере профессионального и личного общения.

Изучение дисциплины предусматривает приобретение магистрантами **знания:**

- преемственных связей в развитии этического знания, значимости общечеловеческих ценностей;
- основных тем и направлений исследований в области этики бизнеса;
- современного экономического, правового положения женщин в Республике Беларусь.

Этика бизнеса – активно развивающееся в последнее время направление гуманитарных исследований, которое является одной из разновидностей прикладной этики. Этика бизнеса как область знаний сформировалась в 70-е годы XX в. в США (однако особое внимание этическому поведению в бизнесе начало уделяться в 60-е годы, во время различных социальных потрясений). С этого времени курсы этики деловых отношений, этики бизнеса начали активно включаться в учебные программы ведущих вузов как одна из возможностей формирования широкого гуманитарного кругозора специалистов различных отраслей экономики. Этика бизнеса представляет собой изучение соответствия моральных норм человека деятельности и целям деловой организации. Она не является простым набором определенных моральных стандартов, а представляет собой инструмент анализа и решения проблем, которые встают перед каждым профессионалом, занимающимся бизнесом.

При изучении данного курса этика бизнеса понимается как применение этических принципов к деловым ситуациям. При таком подходе курс этики бизнеса представляет собой синтез теории этики и традиционного обучения ведению дел, таких, как организационное поведение, экономика, стратегическое планирование, финансы, учет, маркетинг. Этика бизнеса представляет собой изучение соответствия моральных норм человека деятельности и целям деловой организации. Она не является простым набором определенных моральных стандартов, а представляет собой инструмент анализа и решения проблем, которые встают перед нравственным человеком, занимающимся бизнесом.

Особую роль этика бизнеса приобретает в период перехода к новой экономической системе. Необходимость создания этической инфраструктуры для экономики переходного периода является важнейшей причиной, по которой изучение этики бизнеса становится крайне важным в процессе трансформации экономики. Эта причина связана также и с взаимосвязью между этическими ценностями и работой экономических институтов. Невозможно четко противопоставить этические аспекты экономическим. Этика и экономика имеют очень много связывающих их между собой особенностей. Если лидеры в сфере бизнеса и крупные политические деятели

игнорируют взаимосвязь между этическими ценностями и работой экономических институтов, то оказывается невозможным вписать экономику переходного периода и ее экономические институты рыночного типа в не соответствующие им исторические и культурные условия и традиции конкретных стран и народов.

Важность изучения этики бизнеса при подготовке профессиональных бизнесменов трудно переоценить. Оно помогает не только сформулировать нужные этические ценности для каждого человека и свободнее ориентироваться профессиональным бизнесменам в сложных проблемах, возникающих при принятии решений, но и создать этическую инфраструктуру, которая должна сделать возможным введение и работу рыночной экономики и рыночных отношений. Более того, освещение взаимосвязи между этими этическими ценностями и деятельностью экономических институтов при изучении курса этики бизнеса может помочь построить более жизнеспособные экономические институты в условиях трансформируемой экономики.

Актуальность и новизна данного курса заключается в том, что в нем представлена этическая составляющая предпринимательской активности, показывается органическая целостность современной экономики и этики, характеризуется степень социальной ответственности бизнеса.

Необходимость разработки подобного курса связана с тем, что, несмотря на очевидную социальную значимость становления этичного бизнеса, у части представителей бизнеса отсутствует четкие и устойчивые представления о приверженности этическим стандартам.

Знание основ этики бизнеса и практических ситуаций, требующих этических решений оказывается высоко востребованным в реальной практике управления социальными и экономическими процессами. Включение данного курса в систему подготовки экономистов, специализирующихся в области политики и социологии бизнеса значительно восполнит пробел в данной области знаний.

Структура содержания учебной дисциплины

Изучение дисциплины «Этика бизнеса» рассчитано на 66 часов, из них 30 аудиторных. Их примерное распределение по видам занятий включает 16 лекционных часов, 14 часов практических занятий.

В числе наиболее перспективных и эффективных современных инновационных образовательных систем и технологий следует выделить: учебно-методические комплексы; вариативные модели самостоятельной деятельности магистрантов; информационные технологии; методики активного обучения.

Структура содержания учебной дисциплины включает пояснительную записку, примерный тематический план, содержание учебного материала, список рекомендуемой литературы.

Методы (технологии) обучения

Логика курса заключается в том, чтобы рассмотреть различные формы этического поведения в сфере современного бизнеса.

Методы обучения в рамках данной дисциплины соответствуют общим требованиям к формированию социально-личностных компетенций магистранта и определяются такими методами как принципы гуманизации, фундаментализации, компетентности подхода, социально-личностной подготовки и междисциплинарности.

В числе эффективных педагогических методик и технологий, рекомендуемых к использованию в ходе преподавания дисциплины и способствующих вовлечению магистрантов в поиск и управление знаниями, приобретению опыта самостоятельного решения разнообразных задач, следует выделить:

- технологии проблемно-модульного обучения;
- технология учебно-исследовательской деятельности;
- проектные технологии;
- коммуникативные технологии дискуссия, пресс-конференция, мозговой штурм, учебные дебаты и другие активные формы и методы;
- метод кейсов (анализ ситуации);
- игровые технологии, в рамках которых магистранты участвуют в деловых, ролевых, имитационных играх и др.

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговые, кредитно-модульные системы оценки учебной и исследовательской деятельности магистрантов, вариативные модели управляемой самостоятельной работы, учебно-методические комплексы.

Целесообразно внедрять в практику проведения семинарских и практических занятий методики активного обучения, дискуссионные формы, в целях формирования современных социально-личностных и социально-профессиональных компетенций выпускника вуза.

Самостоятельная деятельность магистрантов

Самостоятельная работа магистрантов организуется в соответствии с Положением о самостоятельной работе магистрантов. Компетентностный подход предполагает усиление практикоориентированности образовательного процесса и роли управляемой самостоятельной деятельности магистрантов по разрешению задач и ситуаций, имитирующих социально-профессиональные проблемы. Самостоятельная работа магистрантов предусматривает, подготовку рефератов, ознакомление с научной, научно-популярной, учебной, хрестоматийной литературой, написание эссе, анализ конкретных ситуаций и др.

Диагностика социально-личностных компетенций магистранта

Учебной программой определяется следующая процедура диагностики социально-личностных компетенций магистранта.

Требования к осуществлению диагностики:

- определение объекта диагностики;
- выявление факта учебных достижений магистранта с помощью критериально-ориентированных тестов и других средств диагностики;
- измерение степени соответствия учебных достижений магистранта требованиям учебной программы;
- оценивание результатов выявления и измерения соответствия учебных достижений магистранта требованиям учебной программы.

Шкалы оценок

Оценка учебных достижений магистрантов на экзаменах и зачетах по дисциплине производится по десятибалльной шкале (1,2,...9, 10).

Оценка учебных достижений магистрантов, выполняемая поэтапно по конкретным темам учебной дисциплины, осуществляется преподавателем в соответствии с избранной шкалой оценок.

Критерии оценок

Для оценки учебных достижений магистрантов используются критерии, утверждённые Министерством образования Республики Беларусь (письмо Министерства образования Республики Беларусь № 21-04-1/105 от 22.12.2003 г.

Диагностический инструментарий

Для диагностики компетенций магистрантов при итоговом оценивании рекомендуется использовать педагогические тесты и тестовые задания по отдельным темам дисциплины и дисциплине в целом; разноуровневые контрольные задания; зачёт.

Всего часов по дисциплине 66, из них часов аудиторных – 30, в том числе лекции – 16 часов, семинарские занятия – 14 часов. Рекомендуемая форма контроля – зачет

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Название разделов и тем	Общий объем часов	В том числе		
			Лекции	семинарские занятия	самостоя- тельная работа
1.	Этика бизнеса в системе профессиональной этики: понятие, категории, нормы	4	2		2
2.	Этика и экономика	6	2		4
3.	Становление нового этоса профессионального призвания	8	2	2	4
4.	Основные теории в этике бизнеса	8	2	2	4
5.	Социальное государство и социальная этика	6	2	2	2
6.	Социальная ответственность в бизнесе	8	2	2	4
7.	Корпоративная культура и корпоративная этика. Управленческая этика	8	2	2	4
8.	Этика профессии экономиста: миссия, кодекс, ценности, нормы, поступки.	10	2	2	6
	Основные нарушения в этике бизнеса и их социальные последствия	8		2	6
Всего:		66	16	14	36

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Этика бизнеса в системе профессиональной этики: понятие, категории, нормы

Этика бизнеса в системе профессиональной этики: понятие, категории, нормы. Становление этики бизнеса как научной дисциплины. Причины повышения внимания к этике бизнеса. Структура этики бизнеса. Макроэтика и микроэтика. Возрастание роли этики бизнеса в современных условиях.

Тема 2. Этика и экономика

Актуальность этики в условиях модернизации экономики. Этические проблемы деловой жизни. «Этика порядка»: рамочный порядок как условие и предпосылка экономической этики. Этика конкурентной борьбы: Соотношение экономической и предпринимательской этики. Основные концепции предпринимательской этики. Этика «моральной легитимизации предпринимательской деятельности» (Ф. Бломе-Дрез). Дилеммы этики бизнеса. Этика прав человека как достижение современной цивилизации. Этика прав человека и моральные стандарты разных культур. Этика бизнеса как этика прав покупателя. Моральное качество конкуренции. Право на информацию. Право на компенсацию причиненного вреда. Покупательское поведение потребителей. Основные факторы, влияющие на покупательское поведение потребителей. Основные этапы принятия решений о покупке товара. Мотивация покупательского спроса. Права потребителя и проблема социальной ответственности бизнеса. Закон «О правах потребителя». Этика прав человека и моральные стандарты разных культур. Право на информацию. Право на компенсацию причиненного вреда. Безопасность бизнеса и качество жизни. Права бизнесменов и предпринимателей. Этика прав человека как основа межкультурного взаимодействия. Права человека как гипернормы. Этика прав человека как основа межкультурного взаимодействия.

Тема 3. Становление нового этоса профессионального призвания

Понятие предопределения и понятие нравственного долга в протестантизме. Этика протестантизма и дух капитализма. Аскетизм и любовь к деньгам. Отношение к труду в традиционной культуре и в протестантизме. Отношение к богатству в традиционной культуре и в протестантизме. Концепция предопределения в традиционной культуре и в протестантизме. Концепция долга в традиционной культуре и в протестантизме. Идея личности как субъекта морали в западной цивилизации. Православие и протестантизм. Отношение к богатству в мировых религиях. Отношение к труду в православии.

Тема 4. Основные теории в этике бизнеса

Религиозная этика в бизнесе. Теория утилитаризма: критерии эффективности И. Бентама, принцип утилитаризма, количественное измерение общественного полезного эффекта, утилитаризм и мораль. Теория утилитаризма и развитие экономических наук. Идеи утилитаризма и их критика. Утилитаризм и справедливость. Норм-утилитаризм. Деонтическая этика: особенности моральных прав, сфера их применения в бизнесе, этическая теория Канта, универсальность и обратимость в деонтикей оценке этичности. Этика справедливости: эгалитаризм, капиталистическая и коммунистическая справедливость, концепция Д. Ролза.

Тема 5. Социальное государство и социальная этика

Идеи либерализма и социальное государство. Социальное государство как идея и как реальность. Возникновение социальных государств и их социальная политика. Отличия социального государства от тоталитарного и либерального. Ценности либерализма и современный рынок. Функции социального государства. Социальная этика как элемент социального государства. Соотношение социальной и индивидуальной этики. Этика как элемент социальной интеграции. Механизмы социальной интеграции в традиционном и современном обществе. Социальная этика в Беларуси. Социальные функции современного бизнеса. Доверие как элемент социального капитала. Кризис доверия и пути выхода.

Тема 6. Социальная ответственность в бизнесе

Эволюция концепции социальной ответственности бизнеса. Дискуссии о социальной ответственности. Основные подходы к корпоративной социальной ответственности. Рыночный подход. Подход с позиции государственного регулирования. Подход с позиции «корпоративной совести». Подход с позиции «заинтересованного лица». Этические, культурно-исторические и социально-психологические особенности бизнеса зарубежных стран.

Тема 7. Корпоративная культура и корпоративная этика. Управленческая этика

Типология корпоративных культур. Культура торговли. Культура выгодных сделок (спекулятивная культура). Административная культура. Инвестиционная культура. Организация и моральные стандарты. Способы повышения этического уровня организации. Взаимоотношения между корпорациями: материнские и дочерние компании, допустимые средства конкурентной борьбы. Корпорации и государство: обоснование государственного регулирования и его направления, Отношения между корпорациями и потребителями: условия эффективности отношений между потребителями и бизнесом, права

потребителей, моральные нормы в рекламе. Корпорации и группы интересов (инвесторы, локальные сообщества, меньшинства). Корпорации и окружающая среда. Роль менеджеров в организации. Корпоративная этика и принятие решений. Власть и подчинение. Проблема служебных разоблачений. Проблемы работающих женщин. Этика выгодных связей. Доверие как коммерческая ценность. Профессионализм и его составляющие. Имидж и идентичность. Имидж руководителя как социальный капитал.

Тема 8. Этика профессии экономиста: миссия, кодекс, ценности, нормы, поступки

Этика деятельности организаций. Этические кодексы и этические программы корпораций. Международный Кодекс профессиональной этики бухгалтеров. Кодексы Международной торговой палаты. Этическая программа Всемирного банка. Этическая программа Международного валютного фонда.

Тема 9. Основные нарушения в этике бизнеса и их социальные последствия

Основные нарушения в этике бизнеса (коррупция, воровство, несправедливая дискриминация, обман, мошенничество, использование служебного положения), их причины и социально-экономические последствия. Дискриминация как моральная и социальная проблема. Последствия неэтичного поведения на макро и микроуровне.

Проблемы модернизации российской экономики и понятие структурного зла. Структурное зло как порождение социальных институтов. Социальные институты современного общества. Социальные институты современного общества, их отличие от традиционных. Разрушение морали абстрактных принципов и антинормативистская установка. Коррупция как структурное зло. Воровство как структурное зло.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Петрунин, Ю. Ю. Этика бизнеса: учебное пособие. – 3-е изд., переработанное и дополненное / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов // М.: Изд-во МГУ. – 2010.
2. Де Джордж, Р. Деловая этика / Р.Де Джордж // М.: Прогресс. – 2003.
3. Назаров, В.Н. Прикладная этика / В.Н. Назаров // М.: Гардарики. – 2005.
4. Рюттингер, Р. Культура предпринимательства / Р. Рюттингер // М.: Эком. – 1992.
5. Гурова, И. П. Этика международных экономических отношений / И.П. Гурова // М.: Дело. – 2004.

Дополнительная:

6. Ботавина, Р. Н. Этика менеджмента / Р.Н. Ботавина // М.: Финансы и статистика. – 2001.
7. Бакштановский, В.И., Честная игра: нравственная философия и этика предпринимательства. – Т.1. – Игры рынка // В.И. Бакштановский, Ю.В. Согомонов // Томск: Изд-во Томск. ун-та, 1992.
8. Бакштановский, В.И., Честная игра: нравственная философия и этика предпринимательства. – Т.2. – Торговец во Храме // В.И. Бакштановский, Ю.В. Согомонов // Томск: Изд-во Томск. ун-та, 1992.
9. Симхович, В.А. Социальная ответственность современного белорусского бизнеса / В.А. Симхович, Е.А. Данилова, С.П. Романова // Минск, 2012.
10. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма. Протестантские секты и дух капитализма // М. Вебер. Избр. произведения. – М., 2009.
11. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалов // М.: ИНФРА-М. – 2002.
12. Козловски, П. Этика капитализма / П. Козловски // СПб.: Экон. школа. – 1996.
13. Фритцше, Д. Этика бизнеса / Д. Фритцше // М., 2002.
14. Уткин, Э. А. Этика бизнеса / Э.А. Уткин // М.: Зерцало. – 2003.
15. Теория морали и этика бизнеса / под ред. В. А. Гвозданного // М.: РЭА им. Г.В. Плеханова. – 2005.
16. Цаплин, А.В. Коррупция. Тенденции в мире и России / А.В. Цаплин. – М., 2000.
17. Чьюнинг, Р.К. Бизнес сквозь призму веры / Р.К. Чьюнинг, Д.У. Эби, Ш.Дж. Роэлс. – М., 2003. .

Рекомендуемый диагностический инструментарий

Для осуществления контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать инструментарий, предусматривающий разноуровневый характер обучения и применяемый комплексно. В качестве одного из элементов, рекомендуемого для выявления уровня учебных достижений студента, используются критериально-ориентированные тесты. Они представляют собой совокупность тестовых заданий закрытой формы с одним или несколькими вариантами правильных ответов; заданий на установление соответствия между элементами двух множеств с одним или несколькими соотношениями и равным или разным количеством элементов в множествах; заданий открытой формы с формализованным ответом; заданий на установление правильной последовательности.

Для измерения степени соответствия учебных достижений студента требованиям учебной программы также рекомендуется использовать проблемные, творческие задачи, предполагающие эвристическую деятельность и неформализованный ответ.

Особое внимание при диагностике учебных достижений студента следует уделять оценке степени сформированности социально-личностных и профессиональных компетенций, которые обеспечивают самоопределение выпускников высшей школы как граждан Республики Беларусь в условиях современного общества. Данные компетенции представлены следующими способами деятельности:

- компетенции культурно-ценностной и личностной ориентации связаны с умением формулировать собственные мировоззренческие принципы с учётом системы ценностей, общепринятых в современном белорусском обществе; соотносить перспективы личностной жизнедеятельности с перспективами развития белорусского общества;

- компетенции гражданственности и патриотизма проявляются в готовности своей профессиональной деятельностью содействовать укреплению Республики Беларусь; оценивать актуальные проблемы развития белорусского общества на основе знания эволюции исторических явлений и соотнесения их с современностью; осуществлять мировоззренческий выбор с учётом знания основ идеологии белорусского государства;

- компетенции социального взаимодействия предусматривают умение обосновать своё отношение к социальным нормам и ценностям на основе ориентации в социокультурном опыте белорусского общества.

Кафедра вуза имеет право определять виды и периодичность осуществления контрольно-оценочной деятельности с учётом построения учебной программы.

Вопросы
для самоконтроля и подготовки контрольных работ
по дисциплине «Этика бизнеса»

1. Актуальность этики бизнеса
2. Макс Вебер о хозяйственной этике мировых религий.
3. Этика американского утилитаризма (И. Бентам, Д. С. Милль).
4. Справедливость как моральная ценность. Справедливость в экономике, её оценка.
5. Теория справедливости Д. Ролза.
6. Понятие нравственности в истории этики.
7. Проблема морального фактора в экономике: история и современность.
8. Этика деловых отношений в рабочей группе.
9. Этикет делового общения, его различные виды и нормы.
10. Этика руководителя, её основные принципы.
11. Этика сотрудника, её основные принципы.
12. Права и обязанности рабочих и персонала фирм: их этический аспект.
13. Моральные проблемы в международном бизнесе.
14. Нравственные качества бизнесмена.
15. Корпорации и нравственность.
16. Информационная технология, этика и бизнес.
17. Влияние различных религиозных учений на формирование деловой этики.
18. Основные общечеловеческие принципы общения, формы их проявления среди работников в сфере культуры и искусства.
19. Этика бизнеса как учение о целях и ценностях бизнеса.
20. Качество жизни как фактор счастья
21. Моральный кризиса эпохи модернизации в разных культурных регионах
22. Культурное значение протестантизма.
23. Отношение к труду в традиционной культуре и в протестантизме.
24. Отношение к богатству в традиционной культуре и в протестантизме.
25. Экономическая рентабельность и социальная ответственность.
26. Структура потребностей. Материальные потребности и их роль в современном обществе.
27. Экономическая этика как этика порядка.
28. Проблема легальности и легитимности бизнеса.
29. Основные нарушения в этике бизнеса и их последствия.
30. Понятие социального государства. Социальное государство как идея, как конституционный принцип и как исторический факт.

31. Теории справедливости и их место в социальном государстве. Справедливость как честность. Два принципа справедливости.
32. Инфляция, системная бедность, криминальность как структурное зло.
33. Структурное зло. Коррупция как структурное зло.
34. Бедность как структурное зло.
35. Воровство как структурное зло.
36. Социальные функции рекламы.
37. Основные нарушения этики рекламной деятельности: недобросовестная, недостоверная, заведомо ложная, скрытая.
38. Какая реклама является не этичной?
39. Социальная реклама ее цели и ограничения.
40. Особенности рекламы отдельных видов товаров (табака, алкоголя, медицинских и детских товаров, оружия).
41. Моральная ответственность внутри корпорации. Корпоративные кодексы.
42. Безопасность бизнеса и качество жизни.
43. Позитивный деловой имидж и деловой этикет как слагаемые успеха менеджера и бизнес-организации в целом.
44. Невербальный имидж сотрудника. Мимика как важнейший передатчик информации о личности. Жесты и позы, формирующие позитивный имидж.

Примерный перечень вопросов к зачету «Этика бизнеса»

1. Принцип ответственности в современной корпоративной социальной ответственности.
2. Основания профессиональных кодексов морали.
3. Генезис профессиональной этики.
4. Профессиональная мораль в социальной системе.
5. Профессиональная и универсальная мораль.
6. Основные концепции в этике бизнеса: религия и бизнес.
7. Основные концепции в этике бизнеса: теория утилитаризма.
8. Основные концепции в этике бизнеса: деонтическая этика.
9. Основные концепции в этике бизнеса: этика справедливости.
10. Становление этики бизнеса как научной дисциплины.
11. Этика бизнеса и социальная ответственность.
12. Типология корпоративных культур.
13. Соотношение этики бизнеса и административной этики.
14. Становление и развитие этического знания в изучении нравственных особенностей деловой активности.
15. Место этики деловых отношений в структуре профессиональной этики.
16. Этика и экономическая наука.
17. Задачи этики деловых отношений.
18. Общие этические принципы и характер деловых отношений.
19. Этика деловых отношений традиционного общества: общая характеристика.
20. Православие и предпринимательство.
21. Особенности этики деловых отношений в западноевропейской культурной традиции.
22. М. Вебер о становлении “духа капитализма”. Роль протестантизма в этом процессе.
23. Деловая этика в Америке.
24. Деловая этика Японии.
25. Ислам и этические проблемы деловой жизни.
26. Ментальность белорусов и их традиции в деловой жизни.
27. Прибыль и социальная ответственность компании.
28. Причины практики неэтичного поведения в сфере бизнеса.
29. Состояние деловой этики в государствах с формирующимися рыночными отношениями.
30. Этические проблемы международного бизнеса.
31. Этические программы международных финансовых организаций.
32. Становление делового этикета.