

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

М.И. Князев
«19» *2020* г. Князев



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ
Этика бизнеса

Код модуля	Модуль
1148321	Этика бизнеса

Екатеринбург, 2020

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа Прикладная этика	Код ОП 47.03.02/33.01
Направление подготовки Прикладная этика	Код направления и уровня подготовки 47.03.02

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Цепелева Надежда Петровна	кандидат филологических наук, доцент	зав. кафедрой	Кафедра философии
2	Радченко Татьяна Евстафьевна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	Кафедра теории, методологии и правового обеспечения государственного и муниципального управления
3	Белоусова Людмила Алексеевна	Кандидат философских наук, доцент	Доцент	Кафедра философии
4	Дороненко Ольга Евгеньевна	кандидат философских наук, доцент	доцент	Кафедра философии

Согласовано:

Учебный отдел



Е.С.Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Этика бизнеса

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль формирует практико-ориентированные компетенции в сфере деловой этики бизнеса, маркетинга, рекламы, PR, стратегических вопросов предпринимательской деятельности.

Модуль формирует практико-ориентированные компетенции в сфере деловой этики бизнеса, социальной политики бизнеса, философии хозяйства, маркетинга, рекламы. Развивает профессиональные компетенции, связанные со способностью понимать и анализировать ценностные основания предпринимательской деятельности; со способностью разрабатывать и внедрять технологии социально ответственного бизнеса; а также со способностью осуществлять проектную, организационно-управленческую, консалтинговую и экспертную деятельность в области нравственных взаимоотношений в сфере бизнеса.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Антикоррупционная этика	2
2	Деловая этика	4
3	Социальная политика бизнеса	3
4	Этика маркетинга и рекламы	3
ИТОГО по модулю:		12

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	М.1.23 Экономические основы профессиональной деятельности
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрено

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
---------------------------	--------------------------------	--

<p>Антикоррупционная этика</p>	<p>ОПК-4 - Способен анализировать информацию и систематизировать знания, с целью выработки профессиональной экспертной оценки</p> <p>ПК-3 - Способен применять понятийно-категориальный аппарат для анализа актуальных моральных проблем и для теоретико-методологического обоснования методов и способов их теоретического и практического разрешения в различных сферах профессиональных и прикладных этик</p>	<p>РО1-3 ОПК-4 Объяснять основные принципы и методы анализа и систематизации информации, критерии оценивания результатов профессиональной деятельности в выбранной области.</p> <p>РО2-3 ОПК-4 Определять подходы к проведению экспертной оценки результатов профессиональной деятельности.</p> <p>РО1-У ОПК-4 Анализировать информацию в области профессиональной деятельности, систематизировать и интерпретировать полученные данные для формулирования экспертной оценки.</p> <p>РО1-ЛК ОПК4 Проявлять аналитические умения и логическое мышление.</p> <p>РО2-У ОПК-4 Оценивать полученные результаты профессиональной деятельности и формировать профессиональную экспертную позицию</p> <p>РО1-В ОПК-4 Формулировать экспертную оценку результатов профессиональной деятельности, используя методы анализа и систематизации информации.</p> <p>РО7-3 ПК-3 Предмет и специфику, структуру и функции, основные концепции этики бизнеса; принципы этики бизнеса и модели решения этических проблем в сфере бизнеса</p> <p>РО7-У ПК-3 Выявлять и определять этические вопросы в практике бизнеса; оценивать риски компании с точки зрения этики и коррупции; определять возможности и альтернативы этического выбора; объяснять важнейшие этические теории и применять их к</p>
--------------------------------	--	---

		<p>практическим ситуациям РО7-В ПК-3</p> <p>Навыки этической оценки в конкретной ситуации морального выбора, поиска эффективной модели урегулирования этических проблем</p>
Деловая этика	<p>ОПК-4 - Способен анализировать информацию и систематизировать знания, с целью выработки профессиональной экспертной оценки</p> <p>ПК-9 - способность осуществлять процедуры этического сопровождения социально-значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ;</p>	<p>РО1-3 ОПК-4</p> <p>Объяснять основные принципы и методы анализа и систематизации информации, критерии оценивания результатов профессиональной деятельности в выбранной области.</p> <p>РО2-3 ОПК-4</p> <p>Определять подходы к проведению экспертной оценки результатов профессиональной деятельности.</p> <p>РО1-У ОПК-4 Анализировать информацию в области профессиональной деятельности, систематизировать и интерпретировать полученные данные для формулирования экспертной оценки.</p> <p>РО1-ЛК ОПК4</p> <p>Проявлять аналитические умения и логическое мышление.</p> <p>РО2-У ОПК-4</p> <p>Оценивать полученные результаты профессиональной деятельности и формировать профессиональную экспертную позицию</p> <p>РО1-В ОПК-4 Формулировать экспертную оценку результатов профессиональной деятельности, используя методы анализа и систематизации информации.</p> <p>РО1-3 ПК-9</p> <p>Теоретические принципы корпоративной и управленческой этики</p> <p>РО1-У ПК-9</p> <p>Регулировать этическое поведение</p>

		<p>сотрудников фирм и корпораций РО1-В ПК-9 Навыки составления корпоративных кодексов и иных инструментов, способствующих развитию этического поведения</p>
<p>Социальная политика бизнеса</p>	<p>ОПК-4 - Способен анализировать информацию и систематизировать знания, с целью выработки профессиональной экспертной оценки</p> <p>ПК-9 - способность осуществлять процедуры этического сопровождения социально-значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ;</p>	<p>РО1-3 ОПК-4 Объяснять основные принципы и методы анализа и систематизации информации, критерии оценивания результатов профессиональной деятельности в выбранной области.</p> <p>РО2-3 ОПК-4 Определять подходы к проведению экспертной оценки результатов профессиональной деятельности.</p> <p>РО1-У ОПК-4 Анализировать информацию в области профессиональной деятельности, систематизировать и интерпретировать полученные данные для формулирования экспертной оценки.</p> <p>РО1-ЛК ОПК4 Проявлять аналитические умения и логическое мышление.</p> <p>РО2-У ОПК-4 Оценивать полученные результаты профессиональной деятельности и формировать профессиональную экспертную позицию</p> <p>РО1-В ОПК-4 Формулировать экспертную оценку результатов профессиональной деятельности, используя методы анализа и систематизации информации.</p> <p>РО3-3 ПК-9 Использовать понятийно-категориальный аппарат для анализа актуальных моральных проблем и для теоретико-методологического обоснования методов и способов их теоретического и практического разрешения в различных сферах</p> <p>РО3-У ПК-9</p>

		<p>Осуществлять мониторинг и исследования в области нравственных взаимоотношений; осуществлять проектную, организационно-управленческую, консалтинговую и экспертную деятельность в области нравственных взаимоотношений</p> <p>РО3-В ПК-9</p> <p>Навыки работы с процедурами и приемами прикладной этики при разрешении вариативных моральных проблем; навыки применения процедур этического сопровождения социально-значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ; навыки внедрения этических практик при принятии и реализации тактических и стратегических решений в управлении обществом, организациями и социальными сообществами</p>
<p>Этика маркетинга и рекламы</p>	<p>ОПК-4 - Способен анализировать информацию и систематизировать знания, с целью выработки профессиональной экспертной оценки</p> <p>ПК-5 - Способен использовать навыки формирования общественного мнения по актуальным этическим проблемам</p> <p>ПК-6 - Способен использовать процедуры этического сопровождения социально-значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ</p> <p>ПК-10 - Способен применять основные технологии формирования индивидуальной, организационной и социальной нравственной культуры</p>	<p>РО1-3 ОПК-4</p> <p>Объяснять основные принципы и методы анализа и систематизации информации, критерии оценивания результатов профессиональной деятельности в выбранной области.</p> <p>РО2-3 ОПК-4</p> <p>Определять подходы к проведению экспертной оценки результатов профессиональной деятельности.</p> <p>РО1-У ОПК-4 Анализировать информацию в области профессиональной деятельности, систематизировать и интерпретировать полученные данные для формулирования экспертной оценки.</p> <p>РО1-ЛК ОПК4</p> <p>Проявлять аналитические умения и логическое мышление.</p> <p>РО2-У ОПК-4</p>

		<p>Оценивать полученные результаты профессиональной деятельности и формировать профессиональную экспертную позицию</p> <p>РО1-В ОПК-4 Формулировать экспертную оценку результатов профессиональной деятельности, используя методы анализа и систематизации информации.</p> <p>РО3-З ПК-5 Методы практического разрешения этических проблем в сфере бизнеса; приемы и методы формирования программ корпоративной социальной ответственности; основные виды и формы рекламы; содержание рекламного процесса; способы и методы организации рекламной деятельности</p> <p>РО3-У ПК-5 Применять процедуры формирования общественного мнения по актуальным этическим проблемам; формировать доверие к компании со стороны внешних референтных групп; составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации рекламных акций и кампаний</p> <p>РО3-В ПК-5 Осуществлять процедуры этического сопровождения социально-значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ; готовностью внедрять нравственные практики в межличностные и социальные взаимодействия сферы бизнеса и в организационно-управленческую деятельность</p> <p>РО4-З ПК-6 Методы практического разрешения этических проблем в сфере бизнеса; приемы и методы формирования</p>
--	--	--

		<p>программ корпоративной социальной ответственности; основные виды и формы рекламы; содержание рекламного процесса; способы и методы организации рекламной деятельности</p> <p>РО4-У ПК-6</p> <p>Применять процедуры формирования общественного мнения по актуальным этическим проблемам; формировать доверие к компании со стороны внешних референтных групп; составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации рекламных акций и кампаний</p> <p>РО4-В ПК-6</p> <p>Осуществлять процедуры этического сопровождения социально-значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ; готовностью внедрять нравственные практики в межличностные и социальные взаимодействия сферы бизнеса и в организационно-управленческую деятельность</p> <p>РО6-З ПК-10</p> <p>Методы практического разрешения этических проблем в сфере бизнеса; приемы и методы формирования программ корпоративной социальной ответственности; основные виды и формы рекламы; содержание рекламного процесса; способы и методы организации рекламной деятельности</p> <p>РО6-У ПК-10</p> <p>Применять процедуры формирования общественного мнения по актуальным этическим проблемам; формировать доверие к компании со стороны внешних референтных групп; составлять рекламные сообщения, выбирать</p>
--	--	---

		<p>носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации рекламных акций и кампаний</p> <p>РО6-В ПК-10</p> <p>Осуществлять процедуры этического сопровождения социально-значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ; готовностью внедрять нравственные практики в межличностные и социальные взаимодействия сферы бизнеса и в организационно-управленческую деятельность</p>
--	--	---

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ЭТИКА**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
	Дороненко Ольга Евгеньевна	кандидат философских наук, доцент	доцент	Кафедра социальной философии

Рекомендовано учебно-методическим советом УГИ

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Продвинутый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р.1	Смысл термина. Контекст понимания.	Этимология слова “коррупция”, онтологически-нравственный смысл этимологических значений. Современное определение термина, Сопутствующие понятия. Богатство и бедность в экономическом и нравственном контексте. Этические аспекты богатства и бедности.
Р.2	Проблема коррупции в контексте понимания природы человека	Антропологические истоки коррупции, Проблема искажений человеческой природы. Деструктивные качества и чувства как почва для развития коррупции. Образы жадности, стяжательства, зависти в мировом искусстве и библейской истории.
Р.3	Формы государственного устройства и общественного уклада в контексте проблемы возникновения коррупции.	Иерархические и экономические “разрывы”, “культура лести и подношений” в укладе государственной и общественной жизни, отчуждение элиты от общества, узурпация власти, богатства и ресурсов как почва возникновения коррупции. Искажение нравственных смыслов государственной службы как оправдание коррупции. Злоупотребление влиянием как основа коррупции.
Р.4	Этический	Содержание и смысл этических категорий:

	инструментарий и этические категории для оценки проблем коррупции.	справедливость, солидарность, ответственность, бескорыстие, нестяжательность, достоинство человека, уважение и взаимопомощь. Этическая критика коррупции.
P.5	Актуальность и необходимость синтеза этики и права для борьбы с коррупцией.	Этическое признание достоинства человека и юридическая защита прав человека как основа и механизм защиты от коррупции. Проблема воплощения справедливости в правовых нормах. Предотвращение несправедливости как задача правовой регуляции. Этический и безусловный смысл верховенства закона и моральное оправдание репрессивной функции правовой системы для защиты от коррупции.
P.6	Этические аспекты международных документов, направленных на борьбу с коррупцией	Национальный план противодействия коррупции в России. Конвенция ООН против коррупции (2003) Партнерство против коррупции (РАСІ. 2005). Конвенции Совета Европы против коррупции
P.7	Этический кодекс как способ предотвращения коррупции.	Профессиональные обязанности как нравственный долг. Нелицеприятие, отсутствие личной заинтересованности и конфликта интересов. Личная скромность, публичность и открытость. Проблемы морального оправдания прозрачности границ частной жизни государственного служащего и ограничения гарантий презумпции невиновности. Неинституциональные способы предотвращения злоупотреблений: солидарность, доверие, моральный климат коллектива. Значение обучающих мероприятий в формировании этической культуры.

1.3. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации.

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Электронные ресурсы (издания)

1. Кабашов С.Ю. Морально-этические и правовые основы государственного и муниципального управления [Электронный ресурс]: профессиональная этика, кадровая политика, планирование карьеры и противодействие коррупции. Учебное пособие / С.Ю.Кабашев. – Электрон. Текстовые данные. – М., 2014. – 216 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51028.html>
2. Румянцева Е.Е. Противодействие коррупции: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М., 2017. – 267 с. – Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/17DC66C2-52D5-4AE8-ADB4-491D9E767784

3. Чашин А.Н. Коррупция в России. Стратегия, тактика и методика борьбы [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Саратова, 2012. – 171 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9697.html>

Печатные издания

1. Ермаков Ю.А. Коррупция публичной власти. Опыт противоборства. – Екатеринбург, 2017. – 288 с.
2. Коррупция и антикоррупционная политика. Словарь-справочник. - М., 2008. – 192 с.
3. Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: Учебник. – М., 2000. – 472 с.

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Зональная научная библиотека УрФУ: <http://lib.urfu.ru/>
2. ЭБС Лань: <http://e.lanbook.com>
3. Российский антикоррупционный портал: <http://www.anti-cor.ru>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в языкознание

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	

		Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключосение сети Интернет	
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	
4	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Этимология слова и смысл термина “коррупция”. Экономические и этические аспекты оценки богатства и бедности.
2. Антропологические истоки коррупции. Искажение природы человека, антропологические качества, порождающие коррупцию.
3. Истоки коррупции в государственном устройстве и общественном укладе.
4. Экономические истоки коррупции, этические аспекты экономического неравенства и владения ресурсами.
5. Содержание и смысл категории справедливость: история и современность.. Использование понятия справедливости для этической критики коррупции.
6. Этический и правовой аспекты справедливости. Значение этической проработки проблем справедливости для формирования правовых норм.
7. Бескорыстие и нестяжательность, солидарность и ответственность как этические основы недопущения и предотвращения коррупции. Проблема формирования нравственных качеств человека.
8. Этический смысл верховенства закона и моральное оправдание репрессивной функции правовой системы для защиты общества и человека от коррупции.
9. Этические аспекты международных документов по противодействию коррупции (анализ содержания одного документа по выбору студента).
10. Требования этического кодекса государственного служащего, направленный на предотвращение коррупции.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ДЕЛОВАЯ ЭТИКА**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Цепелева Надежда Петровна	кандидат филологических наук, доцент	зав. кафедрой	Кафедра философии

Рекомендовано учебно-методическим советом УГИ

2. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы: Цепелева Надежда Петровна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

– Традиционная (репродуктивная) технология

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Раздел I Этика бизнеса: сущность и специфика, основные концепции	Этика бизнеса в структуре прикладного этического знания и моральной практики. Этика бизнеса или этика в бизнесе? Специфика этического отношения в сфере бизнеса. Основные концепции этики бизнеса. Ориентация на абсолютные нравственные ценности в христианской традиции: проблемы и ограничения. Теория утилитаризма («общественной полезности») И. Бентама. Деонтическая этика («моральное право»). <i>Этика справедливости. Этический релятивизм.</i>
2	Раздел II Этические воззрения на экономическую деятельность	Этические воззрения на экономическую деятельность. Протестантская этика: связь свободы, независимости, самостоятельности личности с богатством. Целерациональная этика в теории М. Вебера. Традиционный менталитет и целерациональная этика. Деловая этика конфуцианства. Современная деловая этика Японии и США. Современная этическая культура хозяйствования, современное моральное отношение к труду и коммерческой деятельности. М.Фридман: «Этика laissez-faire» – теория примирения моральных принципов со стремлением к максимальной выгоде. Доверие как принцип этики бизнеса. Этика маркетинга. Концепция общественного маркетинга Ф.Котлера. Управленческий подход к вопросам этики. Концепция «человеческих отношений». Этика бизнеса и социальная ответственность.
3	Раздел III Модели деловой культуры в	Модели деловой культуры (восточная и западная; японская, американская, европейская, российская).

	России и в мире	<p>Проблема создания цивилизованных условий для ведения бизнеса. Конкуренция и этичное поведение.</p> <p>Особенности деловой сферы в России. Традиции деловых отношений в России. Морально-этические нормы купечества. Деловая этика социализма. Этический парадокс современного российского бизнеса</p>
4	<i>Раздел IV. Проблемы макроэтики и микроэтики в бизнесе</i>	<p>Проблемы макроэтики. Принципы ведения современного бизнеса: строгое соблюдение всех договоренностей с партнером, высокое качество работы. Этика отношений между корпорациями.</p> <p>Этические нормы и их роль. Этические нормы и экономическая конкуренция. Сбор информации о конкуренте: моральный аспект.</p> <p>Отношения между корпорациями и потребителем. Ответственность перед инвесторами. «Моральный долг филантропии» крупных корпораций.</p> <p>Государство и бизнес: «система партнерства». Взаимное влияние бизнеса и государства и формирование этической среды.</p> <p>Проблемы микроэтики. Этические принципы в деятельности современной корпорации. Корпоративная этика и принятие решений: сочетание этических и коммерческих стандартов. Факторы, способствующие принятию этически неправильных управленческих решений. Этические особенности отношений «власть – подчинение». Проблема служебных разоблачений.</p>
5	<i>Раздел V. Профессиональная этика бизнес деятельности</i>	<p>Этические проблемы деловой жизни. Мораль делового человека: становление и исторические типы. Общие механизмы внедрения этических принципов и правил в практику деловых отношений. Кодексы профессиональной этики. Принципы и нормы. Моральные требования и дилеммы.</p> <p>Ценностно-ориентированное лидерство. Лидерство в бизнесе с позиций современной теории управления (Карлоф, 1996). Типы эффективных руководителей. Деловая этика и права человека. Активная социальная позиция и моральный выбор бизнесмена.</p> <p>Этика деловых коммуникаций: деловое общение, этика выгодных связей, способы достижения компромиссов, управления конфликтами. Влияние конфликта на этические нормы в бизнесе. Медиация как инструмент цивилизованного урегулирования проблем в сфере предпринимательской деятельности.</p> <p>Национальные стили деловых коммуникаций. Этические нормы деловых коммуникаций. Порядок и техника ведения переговорного процесса. Этикет в практике деловых коммуникаций.</p>
6	<i>Раздел VI Бизнес этика в структуре управления</i>	<p>Администрирование и этические нормы бизнеса. Моральный кодекс бизнес-администрирования. Регулирование этических вопросов в управлении организацией: общепризнанные стандарты, кодексы и иные внутренние документы компаний. Корпоративная культура и этический климат организации. Этические нормы в отношениях корпораций и потребителей.</p>

		<p>Модели <i>compliance</i> в практике деятельности компании: <i>compliance</i> как программа компании, <i>compliance</i> как принцип «соответствия нормам и актам», <i>compliance</i> как система мероприятий по приведению существующей в компании практики в соответствие с принятыми стандартами, законами, нормами. Концепция, программа и практика <i>integrity</i> (честности, добросовестности): понимание сотрудниками основополагающих ценностей компании, развитие их личной приверженности конкретным корпоративным ценностям, процесс принятия решений, соответствующих этим ценностям.</p> <p>«Этические риски» и их трактовка: проблемы межличностных конфликтов и вопросы лояльности сотрудников (российские компании); риски, связанные с принятием решений, проблемы доверия и ответственности, отклонения от корпоративных стандартов и юридических норм (иностранная компания). Оценка этических рисков: коррупция (соответствие нормам <i>FCPA</i>); потенциальный конфликт интересов; взаимоотношения с бизнес-партнерами; правила общения с прессой и аналитиками; правила хранения документов и др. Организационная культура в организации (модели управления и модели коммуникаций) как фактор этических рисков. Этические дилеммы как фактор риска. Культура диалога.</p> <p>Мониторинг и экспертная оценка уровня этической культуры организации и уровня этических рисков.</p>
7	Раздел VII Этика бизнеса и корпоративная социальная ответственность	<p>Социальная ответственность как составляющая этики бизнеса. Современные подходы к КСО. Корпоративная социальная ответственность в России. Концепция устойчивого развития и корпоративная социальная ответственность. Корпоративное волонтерство. Благотворительность и этические нормы бизнеса. Этика социального партнерства государства, бизнеса и общества. Социальная миссия компании. Социальная ответственность бизнеса. Социальная отчетность: международный опыт и российская практика.</p> <p>Проблемы экологии и деятельность транснациональных корпораций. Корпоративно-этические нормы и экология.</p>
8	Раздел VIII Противодействие коррупции и мошенничеству в бизнесе	<p>Противодействие коррупции и мошенничеству в бизнесе. Потенциал этики в противодействии коррупции и «теневым» формам деятельности. Коррупция в России: типичные признаки и способы выявления. Последние изменения в международном законодательстве о противодействии коррупции и их значение для российских компаний. Антимонопольная служба.</p>

Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Деловая этика

Электронные ресурсы (издания)

1. *Апресян Р.Г.* Профессиональная, прикладная и практическая этики / Режим доступа: <http://www.ethicscenter.ru/>
2. Глобальный форум по корпоративному управлению. Фокус 7. Джон Салливан. Нравственный компас бизнеса: деловая этика и корпоративное управление как средства борьбы с коррупцией. – М., 2009 / http://www.cipeeurasia.org/articles/Focus7_AntiCorruption_ru.pdf
3. *Гусейнов А. А., Апресян Р. Г.* Этика: Учебник. – М.: Гардарики, 2013. – 472 с. // URL: http://www.intelros.ru/pdf/Reyting/Ethics_Gusseinov_Apressyan.pdf.
4. *Захарова Т.И.* Организационное поведение. Учебно-методический комплекс / Т.И. Захарова. - М. : Евразийский открытый институт, 2010. - 344 с. То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90823> (07.11.2014)
5. *Липатов Б., Красникова Е.В.* Не всякий риск – благородное дело // Советник. №8. 2011 / http://www.sovetnik.ru/journal/archive/article_5795.html
6. *Подопригора М.Г.* Деловая этика. Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с. / Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m243/>
7. Стандарты и социальная ответственность бизнеса // http://www.intalev.ru/aggregator/quality/id_56035/
8. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. Айвазян С.А., Балкинд О.Я., Баснина Т.Д. и др. / Под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 1998. <http://www.aup.ru/books/m71/>
9. Business Ethics. – Stanford Encyclopedia of Philosophy. 2008 // <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>
10. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер // Избранные произведения / М. Вебер. – М.: Прогресс, 1990. – С. 61-208 / Режим доступа: <http://www.karamurza.ru/books/Veber/index.html>
11. Герасимова К. Бизнес с человеческим лицом // http://www.iteam.ru/publications/corporation/section_95/article_4173/
12. Горяева Е. Социальный маркетинг, или как продвигать общественную организацию / Режим доступа: <http://www.cip.nsk.su>, <http://db.ngo.ru>.
13. Гусейнов А.А. Размышления о прикладной этике / Режим доступа: <http://www.ethicscenter.ru/ed/kaunas/gus.html>
14. *Зельдович Б.З.* Деловое общение: учебное пособие. – М: Издательство «Альфа-Пресс», 2007 / Режим доступа: http://bestbook.ru/userfiles/books/pdf/Pages%20from%20zeldovich_Delovoe.pdf
15. Кибанов А.Я. Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2006. / Режим доступа: http://electrobook.info/index.php?option=com_phocadownload&view=category&download=28:2011-01-15-20-59-03&id=1:2010-12-05-13-31-31
16. Психология и этика делового общения: учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 / Режим доступа: http://www.vib33.ru/upload/information_system_19/7/4/6/item_746/Psihologiya_i_etika_delovogo_obscheniya_uchebnik_dlya_vuzov_pod_redakciei_prof_Lavrinenko_V_N.pdf

Печатные издания

1. *Красникова Е.А.* Материалы экспертного опроса для проекта «Парадигмы прикладной этики» // Ведомости НИИ П. Вып. 35. Специальный. Парадигмы прикладной этики / Под ред. В.И. Бакштановского, Н.Н. Карнаухова. – Тюмень: НИИ ПЭ, 2009. – 201-203 с.
2. *Одинцова О.В.* Профессиональная этика: учебник для бакалавриата / О. В. Одинцова. – 3-е изд., стер.. – М.: Академия, 2014. – 144 с.

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Этика бизнеса <http://www.businessodessa.ru/>
2. Этика: образовательный ресурсный центр <http://www.ethicscenter.ru/biblio.html>
3. Портал НКО <http://portal-nko.ru/>
4. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» <http://www.ecsocman.edu.ru/text/19186648/>
5. Информационный ресурс «Социальная ответственность бизнеса» <http://www.soc-otvet.ru/>
6. Административно-управленческий портал <http://www.aup.ru/>
7. Harvard Business Review on Corporate Ethics (The Harvard Business Review Paperback Series). – HBS Press // <http://cwer.ws/tag/17741/>
8. International Business Ethics Review.
9. Journal of Business Systems, Governance & Ethics. 2014 // <http://jbsge.vu.edu.au/>
10. Ethics practicing focus areas business conference presentations history (история и статьи по этике бизнеса университета Санта Клапа) // www.scu.edu
11. http://l.facebook.com/l/gAQFKsiRYAQGYBafSKwtpX5SbSOh7hi04jR0MoQlOe9DAhQ/www.iblfrussia.org/upload/iblock/3f1/ethics_business.pdf
12. http://l.facebook.com/l/5AQGbbabUAQHktarpZNXNHrf7bT9W8cqjZiwwYCuZLbcngw/www.iblfrussia.org/upload/iblock/2f6/PRME_study.pdf
13. ЭБС <http://padaread.com/>
14. ЭБС <http://e.lanbook.com/>
15. ЭБС <http://biblioclub.ru/>
16. ЭБС <http://www.vlibrary.ru/>
17. ЭБС <http://elibrary.ru/>
18. <http://www.youtube.com/watch?v=PbV6vXkoVmw>
19. Этическая энциклопедия: <http://www.ethicscenter.ru/en/content/66.htm>
20. Профессиональный PR-портал <http://www.sovetnik.ru>
21. Режимы доступа к электронно-библиотечной системе:
Зональная научная библиотека <http://library.urfu.ru/>
Каталоги библиотеки <http://library.urfu.ru/about/department/catalog/rescatalog/>
Электронный каталог <http://library.urfu.ru/resources/ec/>
Ресурсы <http://library.urfu.ru/resources>
Поиск <http://library.urfu.ru/search;>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Деловая этика

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№	Виды занятий	Оснащённость специальных	Перечень лицензионного
---	--------------	--------------------------	------------------------

п/п		помещений и помещений для самостоятельной работы	программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Мультимедийная аудитория Подключение к сети Интернет	Не требуется
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Не требуется

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Этика бизнеса в структуре прикладного этического знания и моральной практики.
2. Этика бизнеса (деловая этика): предмет и специфика.
3. Основные концепции этики бизнеса: утилитаризм, деонтическая этика, этика справедливости. Этический релятивизм.
4. Современная этическая культура хозяйствования и предпринимательской деятельности.
5. Принципы ведения современного бизнеса: строгое соблюдение всех договоренностей с партнером, высокое качество работы. Этические нормы и их роль.
6. М.Фридман: «Этика laissez-faire» – теория примирения моральных принципов со стремлением к максимальной выгоде.
7. Доверие как принцип этики бизнеса.
8. Концепция «человеческих отношений»: этика бизнеса как феномен профессиональной морали.
9. Этика бизнеса и корпоративная социальная ответственность. Этические принципы в деятельности современной корпорации.
10. Этика маркетинга. Концепция общественного маркетинга Ф. Котлера.
11. Государство и бизнес: «система партнерства».
12. Этика бизнеса и этика религии. Христианская основа деловой этики.
13. Модели деловой культуры: восточная и западная; японская, американская, европейская.
14. Культурно - исторические типы морали делового человека.
15. Традиции деловых отношений в России. Морально-этические нормы купечества. Деловая этика социализма.
16. Этический парадокс современного российского бизнеса. Проблема создания цивилизованных условий для ведения бизнеса. Конкуренция и этическое поведение.
17. Лидерство в бизнесе с позиций современной теории управления (Карлоф, 1996). Типы эффективных руководителей.
18. Этика бизнеса в структуре управления компаниями.
19. Модели compliance в практике деятельности компании.
20. Модели integrity в практике деятельности компании.
21. Международный форум лидеров бизнеса (IBLF) и распространение принципов и практики ответственного бизнеса.
22. Этические риски в практике деятельности компании.
23. Специфика деловых коммуникаций в сфере бизнеса.
24. Профессиональная этика в сфере предпринимательской деятельности. Моральные требования и дилеммы.
25. Общие механизмы внедрения этических принципов и правил в практику деловых отношений.
26. Мониторинг и экспертная оценка уровня этической культуры организации.
27. Мониторинг и экспертная оценка уровня этических рисков организации.
28. Этикет в практике деловых отношений.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА БИЗНЕСА**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Белоусова Людмила Алексеевна	Кандидат философских наук, доцент	Доцент	Кафедра философии

Рекомендовано учебно-методическим советом УГИ

3. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

– Традиционная (репродуктивная) технология

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины	Содержание
I.	Социальные проблемы как источник рисков для бизнеса и устойчивого развития общества	Методики изучения и определения социальных проблем. Характеристика общества: его социальной структуры, социально-трудовой сферы, общественной нравственности, качества жизни, «теневых» сторон общества. Характеристика и типология социальных проблем в качестве рисков для бизнес-деятельности и устойчивого развития общества.
II.	Теоретические основы социальной политики и стратегий бизнеса	Социальная политика государства и бизнеса: цели и задачи. Система управления и организационная структура социальной политики бизнес-компаний. Основные понятия в области социальной политики: социальные потребности и нужды, социальные стандарты (индексы) качества жизни и развития, стратегии социальной ответственности, социальная эффективность бизнеса, человеческий и социальный капитал и др. Взаимное влияние рынка и общества. Мораль бизнеса и общества. Маркетинг и социальная политика. Теория и стратегии социально-ответственного маркетинга о продвижении товаров и услуг, организаций, идей,

		ценностей, личностей, социальных программ. Международные соглашения в области устойчивого развития. Теоретические основы стратегии партнерства. Социальная компетентность и её формирование.
III.	Социальные технологии бизнеса	<p>Социальные технологии бизнеса. Способы и методы реализации социальной политики бизнеса в социально-трудовой сфере. Социальный мониторинг потребностей, уровня и качества жизни. Социальная экспертиза. Система социальной защиты и социального страхования.</p> <p>Социальные услуги. Маркетинговые технологии продвижения товаров и услуг. Маркетинговые исследования рынка и потребителей. Корпоративная культура, корпоративная солидарность и корпоративные кодексы этики. Способы реализации социальной компетентности. Социальные проекты бизнеса: планирование, организация, управление и контроль. Оценка социальной эффективности проектов. Консалтинг в области социальной политики. Социальное партнерство бизнеса, власти и общества в реализации национальных программ. Социальные стандарты и отчетность. Социальные инициативы бизнеса в России и за рубежом. Социальные инновации: тенденции и перспективы.</p>
IV.	Разработка социально-значимых мероприятий, проектов и программ бизнеса	<p>Разработка мероприятий в области благотворительности и спонсорства. Разработка программ и проектов в области организации социально-трудовой сферы, безопасности труда, профессиональной переподготовки и социальной защиты, улучшения условий жизни и труда. Программы социального страхования и их реализация в коммерческих компаниях. Экологические программы. Подготовка и реализация проектов бизнеса в области здравоохранения, спорта и отдыха. Социальные и гуманитарные проекты в области образования, культуры, духовного развития общества. Разработка предложений для этической экспертизы социальных бизнес-проектов.</p>

Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ДИСЦИПЛИНЫ

Социальная политика бизнеса

Электронные ресурсы (издания)

1. Белоусова Л.А. Маркетинг в социальной сфере. Методические указания. Екатеринбург, 2005, 53 с./<http://bookre.org/reader?file=529598>; <http://studentam.net/content/view/498/27/>
2. Бобуа З.Б. Корпоративно - социальная ответственность: рабочая учебная программа.– М.: МГУТУ, 2012. – 13 с./http://mgu-tu.ru/obp/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=1504&cf_id=24

Печатные издания

1. Евсеев В.О. Человеческие ресурсы в системе социоэкономических уравнений. Учеб. пособие. – М., Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2013 – 361 с.
2. Переверзев М.П., Калинина З.Н. Менеджмент в молодежной политике: Учебное пособие / Под общ. ред. М.П. Переверзева. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 238 с., ЭБС
3. Тавокин Е.П. Социальная политика: Учебное пособие. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013, ЭБС
4. Белоусова Л.А., Кашперский В.И., Мокроносов Г.В. Маркетинг в социальной сфере: учебное пособие/Л.А. Белоусова, В.И. Кашперский, Г.В. Мокроносов. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2008 – 218 с.
5. Холостова Е.И., Дашкина А.Н., Малофеев И.В. Зарубежный опыт социальной работы. М.: «Дашков и Ко», 2012.
6. Холостова Е.И. Социальная политика и социальная работа. М.: «Дашков и Ко», 2011.
7. Зобнин А.В. Информационно-аналитическая работа в государственном и муниципальном управлении. Учеб. Пособие. – М., Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2014. - 120 с.
8. Евсеев В.О. Методы исследовательской работы в молодежной среде. Учеб. пособие. – М., Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. 237 с.
9. Ильина О.Н. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие. Монография. – М., Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2011. - 208 с.
10. Уродовских В.Н. Управление рисками предприятия. Учеб. пособие. – М., Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2014 - 168 с.
11. Каменева Н.Г., Поляков В.А. Маркетинговые исследования. Учеб. пособие. – 2-е изд. – М., Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2013 - 368 с.
12. Бабаев Ю.А., Петров А.М. Международные стандарты финансовой отчетности. Учеб. пособие. – М., Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2014 - 405 с.
13. Зуев К.А., Кротков Е.А. Диагностическое познание. Монография. – М., Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2011 - 120 с.
14. Смехнова Г.П. Основы прикладной социологии. Учеб. пособие. – изд. испр. и доп. – М., Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012 - 252 с.
15. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Этика деловых отношений: Учебное пособие. — М.: Форум, 2012. — 224 с.
16. Доклад о развитии человека 2010: Реальное богатство народов: пути к развитию человека: Пер. с англ. / Программа развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). — М.: Весь Мир, 2010. — 244 с.

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. EBSCOhost. Базы данных компании ЭБСКО
2. Elsevier. Журналы издательства «Эльзевир»
3. JSTOR
4. Carl Beck Papers
5. Oxford University Press
6. Project MUSE
7. Springer
8. e-Library. Российская научная электронная библиотека
9. Проект "Полпред"
Поисковые системы:
 1. Google Scholar
 2. Сигла

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Социальная политика бизнеса

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Мультимедийная аудитория Подключение к сети Интернет	Не требуется
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется

		Доска аудиторная	
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Не требуется

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Методики изучения и определения социальных проблем.
2. Характеристика общества: его социальной структуры, социально-трудовой сферы, общественной нравственности, качества жизни, «теневых» сторон общества.
3. Характеристика и типология социальных проблем в качестве рисков для бизнес-деятельности и устойчивого развития общества.
4. Социальная политика государства и бизнеса: цели и задачи. Система управления и организационная структура социальной политики бизнес-компании.
5. Основные понятия в области социальной политики: социальные потребности и нужды, социальные стандарты (индексы) качества жизни и развития, человеческий и социальный капитал.
6. Стратегии социальной ответственности, социальная эффективность бизнеса.
7. Взаимное влияние рынка и общества. Мораль бизнеса и общества.
8. Маркетинг и социальная политика.
9. Теория и стратегии социально-ответственного маркетинга о продвижении товаров и услуг, организаций, идей, ценностей, личностей, социальных программ.
10. Международные соглашения в области устойчивого развития.
11. Теоретические основы стратегии партнерства.
12. Социальная компетентность и её формирование.
13. Социальные технологии бизнеса.
14. Способы и методы реализации социальной политики бизнеса в социально-трудовой сфере.
15. Социальный мониторинг потребностей, уровня и качества жизни. Социальная экспертиза.
16. Система социальной защиты и социального страхования.
17. Социальные услуги. Маркетинговые технологии продвижения товаров и услуг.
18. Маркетинговые исследования рынка и потребителей.
19. Корпоративная культура, корпоративная солидарность и корпоративные кодексы этики.
20. Способы реализации социальной компетентности.
21. Социальные проекты бизнеса: планирование, организация, управление и контроль. Оценка социальной эффективности проектов.
22. Консалтинг в области социальной политики.
23. Социальное партнерство бизнеса, власти и общества в реализации национальных программ.
24. Социальные стандарты и отчетность.
25. Социальные инициативы бизнеса в России и за рубежом. Социальные инновации: тенденции и перспективы.
26. Разработка мероприятий в области благотворительности и спонсорства.
27. Разработка программ и проектов в области организации социально-трудовой сферы и безопасности труда.
28. Разработка программ и проектов в области профессиональной переподготовки и социальной защиты.
29. Разработка программ и проектов в области улучшения условий жизни и труда.
30. Программы социального страхования и их реализация в коммерческих компаниях.
31. Экологические программы бизнеса: их разработка и реализация.
32. Подготовка и реализация проектов бизнеса в области здравоохранения и продвижения здорового образа жизни.
33. Подготовка и реализация социальных проектов бизнеса в области туризма, спорта и отдыха.

34. Социальные и гуманитарные проекты бизнеса в области образования и науки.
35. Социальные и гуманитарные проекты бизнеса в области культуры, духовного развития и нравственности.
36. Этическая экспертиза социальных бизнес-проектов.

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Цепелева Надежда Петровна	кандидат филологических наук, доцент	зав. кафедрой	Кафедра философии
2	Радченко Татьяна Евстафьевна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	Кафедра теории, методологии и правового обеспечения государственного и муниципального управления

Рекомендовано учебно-методическим советом УГИ

4. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы: Цепелева Надежда Петровна, Радченко Татьяна Евстафьевна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

– Традиционная (репродуктивная) технология

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

1. Т

Код раздела, темы дисциплины	Раздел, тема дисциплины	Содержание разделов, тем дисциплин
Р1		<i>Сущность и характеристики этики маркетинга</i>
Р1 .Т 1	Специфика и сущность этики маркетинга	Понятие и свойства этики маркетинга. Нормативная этика, мета-этика, дескриптивный подход. Понятие и сущность маркетинга. Модели маркетинга: традиционная и этическая. Модель Филиппа Котлера. Маркетинг 3.0. Основные этапы развития маркетинга и этические проблемы каждого этапа. Функции и подфункции маркетинга Некоммерческий маркетинг. Основные подходы к этике маркетинга: нейтральный подход, подход «хороший бизнес – хорошая этика», подход «хорошая этика – хороший бизнес». Актуальные проблемы этики маркетинга в России.
Р1 .Т	Социал	Понятие социально-ответственного маркетинга и КСО. Механизмы КСО. Стэйкхолдеры их роль в формировании ответственного маркетинга. Консюмеризм как

2	бно- отве тств енн ый мар кет инг	механизм социально- ответственного маркетинга. Социальный маркетинг и маркетинг социальной сферы. Социальный маркетинг как маркетинг идей и инноваций. И н с т р у к
P2	<i>Проблемы этики в маркетинге</i>	
P2 .Т 1	Эти ческ ие про бле мы това рно й пол ити ки	Понятие товара и маркетинговая модель товара. Поддержание качества товара. Система сертификации качества. Контрафактная продукция. Товары вредные для здоровья. Товары близнецы. Этические проблемы жизненного цикла товара. Запланированное устаревание товара и произвольное снятие товара с производства. Этические проблемы ассортиментной политики. Марочные стратегии. Подделка товарного знака. Концепция упаковки. Вводящая в заблуждение упаковка.
P2 .Т 2	Эти ческ ие про бле мы цен ово й пол ити ки	Этапы и методы ценообразования. Этические аспекты целей и стратегий ценообразования. Вытесняющее ценообразование, стратегия дискриминационных цен, завлекающее ценообразование. Незаконные методы ценообразования: вертикальное или горизонтальное фиксирование цен, ценовая дискриминация, искусственное, занижение цены рассчитанное на конкурентов, мошенническое завышение цены. Государственное регулирование ценообразования.
P2 .Т 3	Эти ческ ие про бле мы мар кет инг овы х ком мун ика	Понятие маркетинговых коммуникаций их виды. Понятие рекламы и социальный вред рекламы. Манипуляции в маркетинге и рекламе. Неэтичная реклама, Нечестная реклама, недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Рекламные войны. Приемы неэтичной рекламы. Социальная и некоммерческая реклама.

	ций	
P2 .Т 4	Эти ческ ие про бле мы мар кет инг овы х исс лед ова ний	Понятие и этапы проведения маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований, их этические особенности. Кодекс Европейской ассоциации исследователей рынка и общественного мнения (<i>ESOMAR</i>). Объекты Регламентация ответственности исследователей по отношению к клиентам. Проявления неэтичного поведения в отношении исследователей.
Р. 3.	«Зе лен ый» мар кет инг	Понятие и история экологического маркетинга. Методы реализации концепции экологического маркетинга. Источники давления в зеленом маркетинге и маркетинговый аудит. Подходы к зеленому маркетингу на основе цены и индивидуальной или общественной выгоды. Ответные и упреждающие стратегии в зеленом маркетинге. Гринвошинг. Состояние экологического маркетинга в России и зарубежном.

Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Этика маркетинга и рекламы

Электронные ресурсы (издания)

1. Апресян, Р.Г. История этики нового времени : лекции и статьи / Р.Г. Апресян. – М. : Директ-Медиа, 2014. ISBN 978-5-4458-3539-4. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230530> – 08.05.2014.
2. Гладких, И.В. Маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : СПбГУ, 2010. — 340 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/47498> — Загл. с экрана.
3. Гусейнов А. А., Апресян Р. Г. Этика: Учебник. – М.: Гардарики, 2013. [Электронный ресурс]. URL: http://www.intelros.ru/pdf/Reyting/Ethics_Gusseinov_Apressyan.pdf – 09.11.2014.
4. Маркетинг : общий курс. Учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Омега-Л, 2010. — 476 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/5532> — Загл. с экрана.
5. Новаторов, В.Е. Культура маркетинга: учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2011. — 244 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/12919> — Загл. с экрана.
6. Роуз, Р. Управление контент-маркетингом. Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса. [Электронный ресурс] / Р. Роуз, Д. Пулицци. —

- Электрон. дан. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 240 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/62240> — Загл. с экрана.
7. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Моральный феномен: от элементарного нравственного порядка к сложной нормативно-ценностной системе Этическая мысль. Вып. 8. М., 2008. С. 21–41. [Электронный ресурс]. URL: <https://iph.ras.ru/uplfile/root/biblio/em/em8/10.pdf> – 16.11.2014.
 8. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Прикладная этика // Новая философская энциклопедия: в 4 т. – М., 2010 // URL: <http://iph.ras.ru/elib/2438.html> – 09.11.2014.
 9. Благо и истина: классические и неклассические регулятивы. М. : ИФ РАН, 1998. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=63026> – 08.05.2014.
 10. Жариков, Г.А. Маркетинг и его особенности в России. [Электронный ресурс] / Г.А. Жариков, С.К. Становкин. — Электрон. дан. — Бишкек : Издательство "Прометей", 2014. — 142 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/64226> — Загл. с экрана.
 11. Котлер, Ф. Десять смертных грехов маркетинга. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Альпина Паблишер, 2010. — 157 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/32197> — Загл. с экрана.
 12. Лукашевич, Н.С. Современные аспекты маркетинга. [Электронный ресурс] / Н.С. Лукашевич, В.Н. Череватенко, А.И. Климин, Д.А. Гаранин. — Электрон. дан. — СПб. : СПбГПУ, 2014. — 439 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/64810> — Загл. с экрана.
 13. Сафонов К.Б. Этика профессии и корпоративный этос // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. 2011. № 8 (103). Выпуск 16. С. 253–258. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etika-professiy-i-korporativnyy-etos> – 09.11.2014.
 14. Тарандо Е. Е. Распределительная справедливость: к вопросу о социально-экономических особенностях принципов распределения // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2012. № 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/raspredelitel'naya-spravedlivost-k-voprosu-o-sotsialno-ekonomicheskikh-osobennostyah-printsipov-raspredeleniya> – 16.11.2014.
 15. Этика и психология деловых отношений : хрестоматия / сост. Ю.В. Бажданова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 463 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90896> – 09.11.2014.
 16. Journal of Business Systems, Governance & Ethics. 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://jbsge.vu.edu.au/> – 09.11.2014.
 - 17.

Печатные издания

1. Гладких, И.В. Маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : СПбГУ, 2010. — 340 с
2. Лисаускене М.В. Поколение Next – прагматичные перфекционисты или романтики потребления / М.В. Лисаускене // Социологические исследования. 2006. № 4. С. 111–115
3. Этика и психология деловых отношений : хрестоматия / сост. Ю.В. Бажданова. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 463 с.

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Ф
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. – Режим доступа http://window.edu.ru/library?p_rubr=2.1
3. Библиотека РГИУ/spiblio.com
4. Бизнес класс /www.class.ru
5. <http://managment-study.ru/eticheskie-osnovy-marketingovyx-issledovaniij.html>
6. <https://web-likbez.com/posts/etika-marketinga-sohranyaem-chelovecheskii-oblik/>
7. Modern marketing: https://www.slideshare.net/Eloqua/eloqua-social-media-ethics-syracuse-6938696?next_slideshow=1

ы
й

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

п

Этика маркетинга и рекламы

р

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

л

Таблица 3.1

№ [«] п/п о с к	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1 а ч е с т в Н У Р Е Р	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Мультимедийная аудитория Подключение к сети Интернет	Не требуется
2 L I N K h t r	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
3 о s к	Текущий контроль и промежуточная	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Не требуется

к

а

с

h

с

	аттестация	соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	
4	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Не требуется

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Основные понятия этики маркетинга.
2. Модели маркетинга. Маркетинг традиционный и современный.
3. Маркетинг 3.0
4. Три подхода к этике маркетинга.
5. Актуальные этические модели маркетинга
6. Этапы развития маркетинга
7. Маркетинговая модель товара
8. Концепция упаковки и ее этические аспекты.
9. Запланированное устаревание, произвольное снятие товара с производства, товары близнецы и другие нарушения этики товарной политики.
10. Этические аспекты качества товара
11. Этические аспекты этапов целей ценообразования
12. Незаконные методы ценообразования
13. Этика стратегий ценообразования
14. Этика маркетинговых коммуникаций
15. Социальный вред рекламы
16. Неэтичная и недобросовестная реклама
17. Нечестная реклама
18. Основные положения Закона о Рекламе
19. Рекламные войны
20. Этические проблемы методов проведения маркетинговых исследований
21. Проявления неэтичного поведения к респондентам
22. Проведение неэтичного поведения к клиентам
23. Проведение неэтичного поведения к исследователям
24. Понятие и актуальность социального маркетинга
25. Проблемы социального маркетинга в России
26. Фандрайзинг и краудсорсинг
27. . Основные инструменты социального маркетинга
28. Социальная реклама
29. Манипулирование в маркетинге
30. Определение и история эко маркетинга.
31. Методы реализации экологического маркетинга
32. Подходы к зеленому маркетингу
33. Маркетинговый аудит и источники давления
34. Стратегическое планирование в зеленом маркетинге
35. Стратегии зеленого маркетинга
36. Гринвошинг