



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Etyka biznesu

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność Marketing online		Kod zajęć 14DKSMON.12S.13451.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia pierwszego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia niestacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Bartłomiej Secler		
Prowadzący zajęcia	Bartłomiej Secler		
Okres Rok 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Wykład: 10, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 1

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przekazanie studentom wiedzy na temat zasad etyki biznesu.
C2	Wyuczenie studentów umiejętności posługiwania się zasadami etyki oraz kodeksami etyki w pracy zawodowej.
C3	Nabycie przez studentów umiejętności rozwiązywania problemów i dylematów etycznych w pracy zawodowej.

Wymagania wstępne

- studenci mają podstawową wiedzę z zakresu filozofii, w tym zwłaszcza z etyki, jak również z podstaw z zarządzania i organizacji w biznesie
- studenci potrafią wyszukiwać informacje w różnych źródłach, opracowaniach, literaturze oraz w internecie
- studenci mają potrzebę poszerzania wiedzy i umiejętności praktycznych z zakresu etycznego wymiaru biznesu w pracy zawodowej

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Definiuje pojęcia z zakresu etyki biznesu.	DKS_K1_W04, DKS_K1_W05	Kolokwium pisemne
W2	Zna normy etyczne w biznesie oraz czynniki wpływające na etyczność organizacji.	DKS_K1_W04, DKS_K1_W08, DKS_K1_W11	Kolokwium pisemne
W3	Rozumie znaczenie norm etycznych w biznesie.	DKS_K1_W04, DKS_K1_W05, DKS_K1_W07, DKS_K1_W08, DKS_K1_W11	Kolokwium pisemne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Ma świadomość znaczenia norm etycznych w biznesie.	DKS_K1_U07	Kolokwium pisemne
U2	Potrafi posługiwać się normami etycznymi w działalności biznesowej.	DKS_K1_U01, DKS_K1_U05, DKS_K1_U06, DKS_K1_U07	Kolokwium pisemne
U3	Ma umiejętność wyjaśniania problemów etycznych w biznesie.	DKS_K1_U06, DKS_K1_U07	Kolokwium pisemne
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Dbą o przestrzeganie norm etycznych w biznesie.	DKS_K1_K03, DKS_K1_K05, DKS_K1_K06	Kolokwium pisemne
K2	Szanuje podstawowe zasady etyczne w biznesie i dąży do poszerzania wiedzy w tym zakresie w obliczu wyzwań cywilizacyjnych, społecznych i rynkowych.	DKS_K1_K03, DKS_K1_K05, DKS_K1_K06	Kolokwium pisemne

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Definicje, istota, cele i funkcje etyki.	W1, W2, W3	Wykład
2.	Etyka biznesu - pojęcia, teorie, normy, rys historyczny.	W1, W2, W3, U1	Wykład
3.	Problemy etyczne w biznesie.	W3, U1, U2, U3, K1, K2	Wykład
4.	Etyczne aspekty konkurencji rynkowej.	W3, U1, U2, U3, K1, K2	Wykład

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
5.	Etyka w praktyce marketingowej.	W3, U1, U2, U3, K1, K2	Wykład

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Wykład problemowy, Dyskusja

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Warunkiem zaliczenia zajęć jest pozytywny wynik kolokwium w formie pisemnej - test z pytaniami otwartymi (problemowymi) i zamkniętymi (testowymi). Obowiązują omówione podczas zajęć problemy oraz zalecana literatura przedmiotu.

Literatura

Obowiązkowa

1. W. Gasparski, Biznes, etyka, odpowiedzialność, Warszawa 2020.
2. J. Klimek, Etyka biznesu. Teoretyczne założenia, praktyka zastosowań, Warszawa 2014.

Dodatkowa

1. J. Filek (red.), Etyka biznesu. Studia przypadków, Kraków 2012.
2. J. Filek, Wprowadzenie do etyki biznesu, Kraków 2011.
3. K. Klincewicz, Etyka marketingu i marketing w etyce biznesu – metaforyczność, konwencjonalizm i zakorzenienie, w: Zarządzanie i rozwój, Warszawa 2007.
4. R. Sroka, Nieodkryci przywódcy współczesnej etyki biznesu, Warszawa 2021.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	10
Czytanie wskazanej literatury	10
Przygotowanie do zaliczenia	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30
Liczba punktów ECTS	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K1_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do przestrzegania zasad etyki i dbania o dorobek i tradycje zawodowe w pracy, w tym redakcjach, agencjach promocyjno-reklamowych oraz komórkach instytucji odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne
DKS_K1_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uczestniczenia w życiu społecznym korzystając z różnych mediów i sposobów komunikowania
DKS_K1_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwiązywania konfliktów przy wykorzystaniu etycznych metod i środków
DKS_K1_U01	Absolwent/ka potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do opisywania, interpretowania, oceniania, analizowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów społecznych dotyczących komunikacji społecznej i mediów
DKS_K1_U05	Absolwent/ka potrafi prognozować procesy i zjawiska społeczne (polityczne, prawne, ekonomiczne) z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi właściwych dla nauk o komunikacji społecznej i mediach
DKS_K1_U06	Absolwent/ka potrafi przygotowywać wystąpienia ustne i brać udział w debacie, w języku polskim i języku obcym o tematyce medioznawczej, w trakcie których potrafi omówić zagadnienie szczegółowe z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także przedstawiać i oceniać różne stanowiska
DKS_K1_U07	Absolwent/ka potrafi prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania konkretnego problemu w życiu publicznym
DKS_K1_W04	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe determinanty i wyzwania związane z konstytuowaniem organizacji i instytucji medialnych, kierowaniem nimi, w tym pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego
DKS_K1_W05	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w systemie medialnym
DKS_K1_W07	Absolwent/ka zna i rozumie w stopniu zaawansowanym normy i przepisy prawa regulujące funkcjonowanie organizacji i instytucji medialnych oraz sposoby ich stanowienia
DKS_K1_W08	Absolwent/ka zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji i wynikające z nich konsekwencje i wyzwania dla funkcjonowania człowieka w systemie społecznym, ze szczególnym uwzględnieniem systemu medialnego
DKS_K1_W11	Absolwent/ka zna i rozumie w stopniu zaawansowanym wyzwania związane z ekonomicznymi, prawnymi i etycznymi uwarunkowaniami działalności zawodowej typowej dla pracy specjalisty z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach