

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

NAZWA PRZEDMIOTU:

Etyka w zarządzaniu / Ethics in management

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Instytut Zarządzania I Nauk Technicznych
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie II stopień
Profil kształcenia:	ogólnoakademicki
Nazwa specjalności:	-
Rodzaj modułu uczenia się:	podstawowy
Rok / Semestr:	Rok 1 semestr 1
Osoba koordynująca przedmiot:	Dr Aleksandra Chyc
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Wiedza, umiejętności i kompetencje nabyte w wyniku nauczania dotychczasowych przedmiotów pokrewnych na studiach I stopnia

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	24							4	2	30
Studia niestacjonarne	24							4	2	30

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne
Wykład	Prezentacje multimedialne, dyskusje, burza mózgów, case-study, metody problemowe, praca z literaturą, ćwiczenia zakładające hipotetyczno-dedukcyjne myślenie słuchaczy
Ćwiczenia	

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego
Wiedza:		
1.	Student zna w pogłębionym stopniu – wybrane fakty i procesy toczące się w gospodarce i społeczeństwie oraz dotyczące ich teorie stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu nauk ekonomicznych i społecznych – tworzące fundament teoretyczny kluczowych oraz innych wybranych zagadnień z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej na kierunkach studiów oferowanych w WSM	ZO2_W01
2.	Student zna i rozumie złożoność procesów i zjawisk zachodzących w organizacjach i ich otoczeniu	ZO2_W09
3.	Student zna i rozumie treści współczesnych doktryn ekonomicznych i teorii przedsiębiorstwa	ZO2_W14
4.	Student zna i rozumie problemy i uwarunkowania marketingu na tle procesów umiędzynarodowienia przedsiębiorstw	ZO2_W20

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

5.	Student zna i rozumie rozpoznawanie, diagnozowanie i rozwiązywanie problemów związanych z funkcjami i procesami zarządzania	ZO2_W24
6.	Student zna i rozumie podstawowe zjawiska społeczne i zachowania ludzkie w organizacji oraz czynniki powodujące te zjawiska i zachowania	ZO2_W26
7.	Student zna i rozumie istotę i znaczenie komunikowania się i negocjacji	ZO2_W27
8.	Student zna i rozumie zasady etyczne w zarządzaniu	ZO2_W28
9.	Student zna i rozumie zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu i jej wybranych przejawów i dysfunkcji w praktyce gospodarczej	ZO2_W30
10.	Student zna i rozumie zagadnienia wybranych obszarów dorobku psychologii biznesu, etyki oraz socjologii organizacji i możliwości ich odniesienia do realnych problemów zarządczych	ZO2_W31
Umiejętności:		
1	Potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę w działalności zawodowej, w tym dla innowacyjnego wykonywania zadań zawodowych, jak i w prowadzeniu działalności gospodarczej na własny rachunek	ZO2_U02
2.	Potrafi integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań problemów	ZO2_U08
3.	Potrafi stosować współczesne koncepcje zarządzania w opisie i wyjaśnianiu zjawiska z zakresu zarządzania	ZO2_U15
4.	Potrafi dokonywać obserwacji zjawisk i procesów w organizacji oraz ich analizy i interpretacji przy zastosowaniu zaawansowanych ujęć teoretycznych i paradygmatów badawczych	ZO2_U21
5.	Potrafi podejmować decyzje i planować w skali organizacji	ZO2_U26
6.	Potrafi organizować pracę zespołową i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać	ZO2_U27
7.	Potrafi krytycznie analizować, interpretować i oceniać zjawiska i procesy zarządzania	ZO2_U28
8.	Potrafi stosować w pracy i nauce wiedzę z określonego obszaru nauk o zarządzaniu	ZO2_U33
Kompetencje społeczne:		
1	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	ZO2_K02
2.	Jest gotów do formułowania sądów w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych	ZO2_K03
3	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	ZO2_K06
4	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: rozwijania dorobku zawodu, podtrzymywania etosu zawodu, przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad	ZO2_K07
5	Jest gotów do postępowania etycznego w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	ZO2_K10
6	Jest gotów do adaptacji i działania w nowych warunkach i sytuacjach np. związanych z odmiennością kulturową, innowacjami	ZO2_K12
7	Jest gotów do pracy w zespole, przyjmując różne role i funkcje m.in. lidera, przywódcy, innowatora	ZO2_K18

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)				
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to bussines ethics, 2. history of ethics/morality, ancient ethics (Socrates, Plato, Aritoteles, Stoicism, Academic Skepticism, Epicureanism, Pyrrhonism + Modern ethics/morality (Jewish ethics, Christian ethics, Natural law ethics, Kantian ethics, Utilitarianism, Twentieth century) 3. Law, political and social aspects of bussines ethics 4. Cultural-ethical determinants of business 5. Business ethics – idea/history, 6. CSR – Corporate Social Responsibility 7. Codes of Ethics (ethical codes) and professional conduct- examples 	P7S_WG P7S_WK P7S_UW P7S_UK P7S_UO P7S_KK P7S_KO P7S_KR		
Lp.	Ćwiczenia/warsztaty:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)		
Wiedza:				
P7S_WG P7S_WK	prezentacja, aktywność w dyskusji	wykład		
Umiejętności:				
P7S_UW P7S_UK P7S_UO	prezentacja, aktywność w dyskusji	wykład		
Kompetencje społeczne:				
P7S_KK P7S_KO P7S_KR	prezentacja, aktywność w dyskusji	wykład		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 59% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3 oraz Student uzyskuje od 60 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 3,5	Student uzyskuje od 70 do 79% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4 oraz Student uzyskuje od 80 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5	od 80 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu na ocenę 4,5

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS		
Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	24	24
Egzamin/zaliczenie	2	2
Udział w konsultacjach	4	4
Projekt / esej		
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych	25	25
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	20	20
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS	3 pkt ECTS/ 75 h	3pkt ECTS/ 75 h
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	30	30
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Becker, Lawrence C.; Charlotte B. Becker (2003). A History of Western Ethics. New York: Routledge. 2. Cory, Jacques (2004). Activist Business Ethics. Boston: Springer. ISBN 0-387-22848-9. 3. Crisp, Roger (2013). Oxford Handbook of the History of Ethics. Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-954597-1. 4. Duska, R. (2007). Contemporary Reflections on Business Ethics. Boston: Springer. ISBN 1-4020-4983-8. 5. Irwin, Terence (2007). The Development of Ethics. New York: Oxford University Press. ISBN 0-415-96824-0. 6. Jones, C.; Parker, M.; et al. (2005). For Business Ethics: A Critical Text. London: Routledge. ISBN 0-415-31135-7. 7. Machan, T. R. (2007). The Morality of Business: A Profession for Human Wealthcare. Boston: Springer. 		
Literatura uzupełniająca przedmiotu:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Andersen, B. (2006). Intellectual property rights: innovation, governance and the institutional environment. Edward Elgar Publishing. ISBN 1-84542-269-4. 2. Boldrin, M.; Levine, D. K. (2008). Against Intellectual Monopoly. Cambridge: Cambridge University Press. 3. Cullather, N.; Gleijeses, P. (2006). Secret History: The CIA's Classified Account of Its Operations in Guatemala, 1952–1954. California: Stanford University Press. ISBN 0-8047-5468-3. 4. Davies, M. (2007). Property: Meanings, histories, theories. Oxon: Routledge-Cavendish. ISBN 0-415-42933-1. 5. Elliott, C.; Turnbull, S. (2005). Critical Thinking in Human Resource Development. London: Routledge. pp. 141–154. ISBN 0-415-32917-5. 6. Frederic, R. E. (2002). A Companion to Business Ethics. Massachusetts: Blackwell. ISBN 1-4051-0102-4. 7. Hasnas, J. (2005). Trapped: When acting ethically is against the law. Washington DC: Cato Institute. 8. Murphy, P. E. (2002). Marketing Ethics at the Millennium: Review, Reflections and Recommendations. Blackwell Guide to Business Ethics. N. E. Bowie. Oxford: Blackwell. 9. Robertson, L. G. (2005). Conquest by Law: How the Discovery of America Dispossessed Indigenous Peoples of Their Lands. Oxford: Oxford University Press. ISBN 0-19-514869-X. 		
Inne materiały dydaktyczne: Moodle, MS Teams		