

**Білоцерківський національний аграрний університет**  
**Економічний факультет**  
**Кафедра менеджменту**

	<p><b>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>  <b>«ДІЛОВА ЕТИКА У БІЗНЕСІ»</b></p> <p>Галузь знань – D Бізнес, адміністрування та право          Спеціальність – D5 Маркетинг          Освітня програма – Маркетинг</p>
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Компонент освітньої програми</b>	вибірковий
<b>Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин</b>	4 кредити / 120 годин
<b>Семестр</b>	3
<b>Форма контролю</b>	залік
<b>Мова викладання</b>	українська
<p><b>Профайл викладача</b></p> 	<p><b>Утеченко Дар'я Миколаївна</b>  <b>Посада:</b> доцент кафедри менеджменту  <b>Вчене звання:</b> – доцент  <b>Науковий ступінь:</b> - доктор філософії з економіки  <b>Робоче місце:</b> навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 69 ауд. (кафедра менеджменту).  <b>E-mail:</b> <a href="mailto:dasha.utechenko@btsau.edu.ua">dasha.utechenko@btsau.edu.ua</a>  <b>Зв'язок з викладачем:</b> відповідно до графіку консультацій  <a href="https://sites.google.com/view/econombc/структура-факультету/кафедра-менеджменту?authuser=0">https://sites.google.com/view/econombc/структура-факультету/кафедра-менеджменту?authuser=0</a></p>
<b>Опис дисципліни</b>	<p>Навчальна дисципліна «Ділова етика у бізнесі» є складовою комплексної підготовки фахівців спеціальності «Маркетинг», оскільки спрямована на формування у здобувачів етико-комунікативної компетентності, культури ділових відносин на підставі морально-ціннісних орієнтирів сучасного соціо-культурного середовища, що сприяє розвитку креативних здібностей, спонукає до самореалізації майбутніх фахівців та забезпечує їх діловий імідж. Предметом вивчення дисципліни «Ділова етика у бізнесі» є вивчення етичних основ бізнесової діяльності, особливостей професійної діяльності маркетолога, усвідомлення світоглядних підвалин ділової ініціативи та принципів її мотивації, ключових принципів ділового спілкування та ділових відносин, зустрічей та переговорів, етичних норм, вимог етикету, що склалися в ході історичної практики. Об'єктом дослідження є професійна діяльність фахівця з маркетингу та її особливості в сучасних умовах.</p>

<b>Передумови для вивчення дисципліни</b>	Вибіркова навчальна дисципліна «Ділова етика у бізнесі» базується на знаннях з дисципліни «Українська мова та література», отриманих в загальноосвітній школі, та знаннях з дисципліни «Українська мова (професійного спрямування)», «Соціологія», «Вступ до спеціальності».
<b>Мета вивчення дисципліни</b>	Метою вивчення дисципліни «Ділова етика у бізнесі» є підготовка майбутніх фахівців у сфері маркетингу до професійної діяльності шляхом оволодіння знаннями про принципи бізнес-етики та правила ділової поведінки, формування навичок ефективних ділових комунікацій, а також засвоєння сучасних концепцій і методів управління бізнесом, що забезпечують успішну взаємодію та співпрацю в умовах динамічного ринкового середовища.
<b>Формат дисципліни</b>	Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі із застосуванням мультимедійних засобів. У разі дистанційного і змішаного навчання використовуються навчальна платформа Moodle Білоцерківського НАУ, онлайн-платформи Zoom, Google Meet, e-mail, мобільні додатки Viber, Telegram. Здобувачі отримують індивідуальні консультації у засвоєнні навчального матеріалу.
<b>Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)</b>	<p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>Очікувані результати навчання</b>	<p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>

<b>Структура курсу</b>	<p><i>Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи ділової етики</i></p> <p>Тема 1.1. Теоретико-методологічні засади етики ділових відносин. Основні концепції ділової етики. Формування етики підприємництва</p> <p>Тема 1.2. Професійна етика</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Особливості етики ділової людини.</i></p> <p><b>Правила ділового спілкування</b></p> <p>Тема 2.1. Особливості працевлаштування та риси ділової етики в різних країнах світу</p> <p>Тема 2.2. Сучасні етичні відносини фірми та найманого працівника</p> <p>Тема 2.3. Етика ділового спілкування</p> <p>Тема 2.4. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес середовищі</p> <p>Тема 2.5. Імідж фірми та ділова атрибутика підприємства</p>
<b>Методи навчання</b>	<p>У процесі вивчення дисципліни «Ділова етика у бізнесі» застосовуються як традиційні методи, так і інноваційні освітні технології, зокрема: пояснювально-ілюстративний (лекції-візуалізації), проблемного навчання (лекції-бесіди), розвивального навчання (дискусії, дискусії із запрошенням фахівців), колективного та групового способу навчання (обговорення проблеми в загальному колі, мозковий штурм), розвитку критичного мислення, інтерактивного навчання (робота в міні-групах, ділові ігри, мозковий штурм), кейс-технологія. При виконанні індивідуальних навчально-дослідних завдань (підготовці презентацій), а також при виконанні самостійної роботи використовується дослідницький метод із додержанням вимог академічної доброчесності.</p>
<b>Політика</b>	<p><b>Політика щодо академічної доброчесності:</b> очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем. Положення про академічну доброчесність у Білоцерківському національному аграрному університеті розміщене на сайті університету <a href="http://surl.li/pesg">http://surl.li/pesg</a>.</p> <p><b>Політика щодо відвідування занять:</b> очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p><b>Політика щодо дедлайнів і перескладання:</b> студенти мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p><b>Політика щодо виконання завдань:</b> позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p><b>Політика щодо оцінювання:</b> засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеній на платформі Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>

**Рекомендовані  
джерела інформації**

**Основна література**

1. Дученко М. М., Шевчук О. А. Бізнес-етика: конспект лекцій: навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка» за освітньою програмою «Управління персоналом та економіка праці». Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 56 с. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/39693/1/Posibnyk\\_Biznes-etyka.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/39693/1/Posibnyk_Biznes-etyka.pdf)
2. Діловий етикет. Етика ділового спілкування. 2-ге вид. перероб і доп. К: Альтерпрес. 2016. 368 с.
3. Чистіліна Т. О. Етика та естетика: навч. посібник. Київ : Центр учб. л-ри, 2017. 304 с.
4. Етика ділового спілкування: навч. посібник / Т. Гриценко, С. Гриценко, Т. Іщенко та ін. Центр навчальної літератури, 2019. 344 с.
5. Етика та психологія ділових відносин / Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбська О. Б. та ін. Вінниця: ВНТУ, 2011. 309 с.
6. Максимець О., Адамович А. Переговори як складова частина ділової комунікації. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 36. Т. 2. С. 124-128.
7. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Етика та психологія ділових відносин: навч. посібник. Вінниця: ВНТУ. 2016. 151 с.
8. Пентиліюк М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посібник. Київ: Центр учб. л-ри, 2017. 224 с.
9. Долинська Л. В., Матяш-Заяц Л. П. Психологія конфлікту: навч. посібник. 2019. 304 с.

**Додаткова література**

1. Шевчук С. В. Ділове мовлення: Модульний курс: Підручник. 5-те вид., випр. та доп. Київ: Алерта, 2015. 400 с.
2. V. van Ruler Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests. *International Journal of Strategic Communication*. 2018. Vol. 12 (4). pp. 367-381.
3. Elizabeth A. Colombo Why Better Business Communication Matters and How to Improve It. 2020. URL: <https://www.accdocket.com/why-better-business-communication-matters-and-how-improve-it>
4. Markovic M. R., Salamzadeh A. The Importance of Communication in Business Management. *The 7th International Scientific Conference on Employment, Education and Entrepreneurship*. Belgrade, Serbia. 2018. pp. 11-28.
5. Reboulet A., Jackson R. Effective Communication Approaches for Decision Analytics: An Exploration of Strategies. *Effective Strategies for Communicating Insights in Business*. 2021. doi: 10.4018/978-1-7998-3964-4.ch002
6. Stacho Z., Stachová K., Papula J. , Papulová Z. , Kohnová L. Effective communication in organisations increases their competitiveness. *Polish Journal of Management Studies*. 2019. Vol. 19 (1). pp. 391-403.

**Інформаційні ресурси**

1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Бібліотека Білоцерківського національного аграрного університету. Біла Церква. URL: <https://library.btsau.edu.ua/>