

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финуниверситет)
Калужский филиал Финуниверситета**

Кафедра «Учет и менеджмент»



«УТВЕРЖДАЮ»

**Директор Калужского филиала
Финуниверситета**

В.А. Матчинов
В.А. Матчинов
«30» июня 2025 г.

Акименко В.А.

ЭТИКА БИЗНЕСА И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки:

38.03.02 – Менеджмент

образовательная программа «Управление бизнесом»

очная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Факультета «Высшая школа управления»
(протокол № 30 от 30.06.2025 г.)*


*Одобрено кафедрой «Учет и менеджмент»
Калужского филиала Финуниверситета
(№12 от 26 мая 2025 г.)
Калуга 2025*

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Этика бизнеса и взаимодействие со стейкхолдерами» студентам, обучающимся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», образовательная программа «Управление бизнесом», профиль «Менеджмент и управление бизнесом» по очной форме обучения.

В рабочей программе излагаются планируемые результаты освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематика и содержание семинаров и практических занятий, технологии их проведения. В рабочей программе дисциплины приводится перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, перечень основной и дополнительной литературы, а также ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по учебно-методической работе  /Орловцева О.М./
«30» июня 2025 г.

Начальник учебно-методического отдела  /Толстикова В.С./
«30» июня 2025 г.

Заведующий кафедрой
«Учет и менеджмент»  /Губернаторова Н.Н./
«30» июня 2025 г.

Оглавление

| | |
|--|----|
| 1. Наименование дисциплины. | 4 |
| 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине..... | 4 |
| 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы..... | 5 |
| 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся..... | 6 |
| 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием объемов (в академических часах) и видов учебных занятий | 6 |
| 5.1. Содержание дисциплины..... | 6 |
| 5.2. Учебно – тематический план..... | 8 |
| 5.3. Содержание семинаров, практических занятий..... | 8 |
| 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине | 10 |
| 6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы | 10 |
| 6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю Примерные вопросы тестирования | 11 |
| 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 15 |
| (Калужский филиал)..... | 20 |
| 8.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины | 21 |
| 9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети | 22 |
| «Интернет», необходимых для освоения дисциплины..... | 22 |
| Электронные ресурсы БИК: | 22 |
| 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины | 24 |
| 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)..... | 25 |
| 11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения | 25 |
| 11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы..... | 26 |
| 11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации | 26 |
| 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине | 26 |

1. Наименование дисциплины.

Этика бизнеса и взаимодействие со стейкхолдерами.

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код компетенции | Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотношенные с индикаторами достижения компетенции |
|-----------------|---|--|---|
| УК-14 | Способность формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению, попыткам фальсификации истории противодействовать им профессиональной деятельности к и в | 1. Демонстрирует знание последствий коррупционных действий, экстремизма, терроризма, способов профилактики коррупции формирования нетерпимого отношения к ним. | Знать: действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики этих явлений. Уметь: правильно анализировать, толковать и применять нормы права в сфере противодействия экстремизму, терроризму и коррупции. |
| | | 2. Демонстрирует знание российских духовно-нравственных ценностей, исторического опыта своей страны. | Знать: систему принципов уважительного отношения к нормам законодательства в сфере противодействия проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции. Уметь: выстраивать свою жизненную позицию, основанную на уважительном отношении к действующим нормам законодательства в сфере противодействия проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции. |
| | | 3. Дает оценку событиям и ситуациям, явлениям, оказывающим влияние на политику и общество с учетом исторического опыта своей страны и человечества в целом. | Знать: порядок планирования, организации и проведения мероприятий, обеспечивающих формирование гражданской позиции в области проявлений экстремизма, терроризма, коррупции в профессиональной деятельности. |
| | | | Уметь: проводить мероприятия, направленные на обеспечение предотвращения проявлений экстремизма, терроризма, коррупции в профессиональной деятельности и в социуме. |
| ПKN-8 | Владение методами стратегического маркетингового анализа организации (рынков, продуктов), разработки стратегии осуществления стратегии организации учета | 1. Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария. | Знать: современные методы проведения маркетингового анализа, этапы процесса разработки маркетинговых стратегий и программ для финансовых организаций Уметь: анализировать, интерпретировать и прогнозировать рыночную конъюнктуру, осуществлять разработку маркетинговых стратегий и программ для финансовых организаций. |

| | | | |
|--------|--|---|---|
| | запросов интересы различных заинтересованных сторон | 2. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации | Знать: методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении финансовой компанией Уметь: применять методы стратегических, тактических и оперативных решений в управлении финансовой компанией. |
| | | 3. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании. | Знать: стратегический анализ макро- и микросреды компании, подходы и методы оценки ее конкурентоспособности Уметь: проводить стратегический анализ макро- и микросреды компании, осуществлять оценку ее конкурентоспособности |
| ПКН-11 | Способность анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления организацией | 1. Использует знания инструментария риск-менеджмента для выявления факторов риска внешней и внутренней среды организации и обоснования измерения риска. | Знать: научные основы организационно управленческой деятельности по анализу рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании; Уметь: давать комплексную оценку ключевых факторов кризисного состояния организации. |
| | | 2. Проводит идентификацию рисков по функциям и направлениям деятельности организации. | Знать: особенности анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании. Уметь: проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании. |
| | | 3. Использует механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и качественной оценки рисков. | Знать: механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и качественной оценки рисков. Уметь: применять инструментальный риск-менеджмента для выявления факторов риска внешней и внутренней среды компании |

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Этика бизнеса и взаимодействие со стейкхолдерами» относится к общефакультетскому (предпрофильному) циклу по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент, ОП «Управление бизнесом» очной формы обучения.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

| Вид учебной работы по дисциплине | Всего (в з.е и часах) | Семестр 8 (в часах) |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины | 5/180 | 180 |
| <i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i> | 68 | 68 |
| <i>Лекции</i> | 34 | 34 |
| <i>Семинары, практические занятия</i> | 34 | 34 |
| Самостоятельная работа | 112 | 112 |
| Вид текущего контроля | <i>Домашнее творческое задание</i> | <i>Домашнее творческое задание</i> |
| Вид промежуточной аттестации | Экзамен | Экзамен |

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Этика бизнеса: сущность, проблемы, развитие.

Понятие и значение «этика бизнеса». Истоки этики бизнеса. Основные современные концепции в этике бизнеса. Деловая, трудовая, профессиональная, корпоративная этика. Этика пользы (теория И.Бентама). Этика долга. Этика справедливости (теория Д.Ролза). Этические нормы и поведение в бизнесе. Проблемы этики и бизнеса. Современные направления развития деловой этики. «Этический кодекс» организации. Коммерческая тайна и этика бизнеса. Структура этики бизнеса. Макро – и микроэтика: значение, проблемы. Взаимоотношения организаций, предпринимательство, глобализация и цифровая трансформация. Этический уровень организации.

Тема 2. Взаимодействие с заинтересованными сторонами в системе управления организацией.

Определение понятия «стейкхолдер». Эволюция и содержание теории взаимодействия организации с заинтересованными сторонами. Практика анализа взаимодействия с заинтересованными сторонами в системе управления организацией: сравнительный, критический и исторический. Концепция заинтересованных сторон. Выявление заинтересованных сторон и планирование взаимодействия с ними. Кросс-культурное взаимодействие в менеджменте стратегических проектов. Методы выявления и изучения заинтересованных сторон. Методы планирования взаимодействия со стейкхолдерами. Особенности взаимодействия руководства компании с заинтересованными сторонами.

Тема 3. Управление этикой в организации в условиях цифровой трансформации.

Управление этикой в организации. Регулирование этических вопросов: общепризнанные стандарты, кодексы и иные внутренние документы компаний. Российская практика применения этических стандартов. Способы повышения этического уровня организации (этические кодексы, комитеты по этике, этическая экспертиза и т.д.). Процесс стратегического планирования, при взаимодействии с различными заинтересованными сторонами в условиях цифровой трансформации. Методы планирования взаимодействия организации с заинтересованными сторонами. Организационные, правовые и финансовые вопросы взаимодействия компании с заинтересованными сторонами. Управление социальной ответственностью бизнеса в условиях цифровизации. Ключевые аспекты взаимодействия организации с различными группами заинтересованных сторон. Организация взаимодействия организации с заинтересованными сторонами в условиях цифровой трансформации. Процесс организации и реализации взаимодействия организации с заинтересованными сторонами в условиях цифровой трансформации.

Тема 4. Оценка и совершенствование взаимодействия с заинтересованными сторонами.

Оценка взаимодействия организации с заинтересованными сторонами в условиях цифровой трансформации. Основные этапы оценки взаимодействия организации с заинтересованными сторонами. Методы оценки взаимодействия организации с заинтересованными сторонами. Подходы по совершенствованию взаимодействия организации с различными группами стейкхолдеров. Процесс развития отношений организации с заинтересованными сторонами. Проблемы и пути решений, возникающие при взаимодействии организации с различными группами заинтересованных сторон. Особенности взаимодействия с заинтересованными сторонами международных компаний. Оценка эффективности взаимодействия организации с заинтересованными сторонами: критерии оценки эффективности, особенности, трудности. Направления развития отношений организации с различными заинтересованными сторонами.

5.2. Учебно – тематический план

| № п/ п | Наименование тем (разделов) дисциплины | Трудоемкость в часах | | | | | Формы текущего контроля успеваемости |
|--------------|--|----------------------|---|---------|--|--------------------------------|---|
| | | Всего | *Контактная работа Аудиторная работа | | | Самост оательн ая работа | |
| | | | Общая, в т.ч.: | Лекц ии | Семинары, практическ ие занятия | | |
| 1 | Этика бизнеса: сущность, проблемы, развитие | 44 | 16 | 8 | 8 | 30 | Устный опрос, доклады Подготовка докладов, дискуссия, разбор мини кейсов. |
| 2 | Взаимодействие с заинтересованны ми сторонами в системе управления организацией. | 44 | 16 | 8 | 8 | 30 | Подготовка докладов, дискуссия. Расчетная аналитическая кая сквозная работа Решение задач. |
| 3 | Управление этикой в организации в условиях цифровой трансформации. | 44 | 16 | 8 | 8 | 30 | Устный опрос, подготовка докладов, дискуссия. Аналитическая сквозная работа, разбор мини кейсов. |
| 4 | Оценка и совершенствование взаимодействия с заинтересованными сторонами. | 48 | 20 | 10 | 10 | 22 | Подготовка докладов, дискуссия. Решение задач, решение тестовых заданий |
| | В целом по дисциплине | 180 | 68 | 34 | 34 | 112 | Согласно учебному плану: домашнее творческое задание |

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 | Формы проведения занятий |
|---|---|---|
| Тема 1. Этика бизнеса: сущность, проблемы, развитие | 1. Современные черты этики бизнеса. 2. Влияние цифровой трансформации на этику бизнеса. 3. Взаимосвязь этики и бизнеса. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-3, 4, 5, раздел 9, №№ 1-15. | Устный опрос, доклады Подготовка докладов, дискуссия, разбор мини-кейсов. |

| | | |
|--|---|--|
| Тема 2. Взаимодействие с заинтересованными сторонами в системе управления организацией. | 1. Взаимосвязь между организацией, ее заинтересованными сторонами и обществом. 2. Типы заинтересованных сторон и их особенности. 3. Методы и инструменты взаимодействия с заинтересованными сторонами. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-3, 5, 6; раздел 9, №№ 1-18. | Подготовка докладов, дискуссия. Расчетная аналитическая сквозная работа Решение задач. |
| Тема 3. Управление этикой в организации в | 1. Выгоды для бизнеса от взаимодействия с заинтересованными сторонами. 2. Применение бенчмаркинга управления взаимодействием со стейкхолдерами Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 5,6, 7, 9; раздел 9, №№ 1-14, 24-26. | Устный опрос, подготовка докладов, дискуссия. |
| условиях цифровой трансформации. | 3. Фасилитатор в процессе взаимодействия со стейкхолдерами. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 5,6, 7, 9; раздел 9, №№ 1-14, 24-26. | Аналитическая сквозная работа, разбор миникейсов. |
| Тема 4. Оценка и совершенствование взаимодействия с заинтересованными сторонами. | 1. Принципы и методы оценки взаимодействия со стейкхолдерами 2. Направления совершенствования взаимодействия со стейкхолдерами. 3. Этические проблемы, связанные с властью и подчинением. Возможности оценки качества руководителя с этической точки зрения. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 5 - 9; раздел 9, №№ 1-15, 24-26. | Подготовка докладов, дискуссия. Решение задач, решение тестовых заданий |

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение | Формы внеаудиторной самостоятельной работы |
|---|--|--|
| Тема 1. Этика бизнеса: сущность, проблемы, развитие | Понятийный аппарат «этика бизнеса». Примеры целей этики бизнеса российских и зарубежных компаний. Охарактеризуйте роль этики бизнеса в деятельности компании. Факторы способствующие усилению этики бизнеса в деятельности компании. | работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; подготовка докладов и мультимедийных презентаций; подготовка к участию в дискуссии; подготовка к решению кейса подготовка и выполнение ДТЗ |
| Тема 2. Взаимодействие с заинтересованными сторонами в системе управления организацией. | Проанализировать модели и подходы к взаимодействию со стейкхолдерами. Факторы, влияющие на взаимодействия со стейкхолдерами. Алгоритм взаимодействия со стейкхолдерами. | работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; подготовка докладов и мультимедийных презентаций; подготовка к участию в дискуссии; подготовка к решению кейса подготовка и выполнение ДТЗ |
| Тема 3. Управление этикой организации в условиях цифровой трансформации. | Современные инструменты управления этикой бизнеса. Кодекса корпоративной этики в цифровой среде. | работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; подготовка докладов и мультимедийных презентаций; подготовка к участию в дискуссии; подготовка к решению кейса подготовка и выполнение ДТЗ |
| Тема 4. Оценка совершенствование взаимодействия заинтересованными сторонами. | Адресная работа со стейкхолдерами в организации. Социальный аудит в условиях цифровизации. | работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; подготовка докладов и мультимедийных презентаций; подготовка к участию в дискуссии; подготовка к решению кейса подготовка и выполнение ДТЗ |

6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные вопросы тестирования

В рамках западной европейской культуры каким этическим нормам уделяется внимание:

- а) польза, выгода, трудолюбие;
- б) справедливость, добро, благо;
- в) честь, свобода, вера.
- г) выгода, благо, вера.

Определите принцип, на котором деловое общение не может быть основано:

- а) доброжелательность;
- б) порядочность;
- в) тактичность;
- г) уважительность;
- д) эгоизм

Ведение деловой беседы предполагает:

- а) использование лести;
- б) использование литературного языка;
- в) комплементарное воздействие;
- г) чрезмерное использование иностранных слов и профессионального жаргона

Высказывание «Все равны перед законом и судом» относится к этической категории:

- а) долг;
- б) достоинство;
- в) ответственность;
- г) справедливость;
- д) честь

К невербальным средствам делового общения не относятся:

- а) деловая переписка;
- б) мимика; жесты;
- в) профессиональный жаргон;
- г) речевые конструкции;

Желание помочь другим относится к моральному принципу:

- а) альтруизм;
- б) толерантность;
- в) честолюбие;
- г) эмпатия

Сформированные организацией ценности определяющие поведения и действия людей в компании:

- а) должностные обязанности;
- б) кодекс чести;
- в) корпоративная культура;
- г) правила внутреннего распорядка

Служебные контакты должны основываться на?

- а) взаимный интерес;
- б) интересы дела;
- в) личная выгода;
- г) собственные амбиции;
- д) социальные и политические проблемы

Этика бизнеса как наука появилась в:

- а) конце XIX века;
- б) конце XX века;
- в) период формирования буржуазных отношений;
- г) середине XX века

Под этикой понимается:

- а) учение о боге;
- б) учение о морали;
- в) учение о правилах хорошего тона;
- г) учение о традициях и обычаях

Примерная тематика для докладов

1. Динамика развития этики бизнеса
2. Развитие этики бизнеса в условиях цифровой трансформации.
3. Особенности взаимодействия государства и бизнеса в условиях цифровой трансформации.
4. Управление социальной ответственностью бизнеса в условиях цифровизации.
5. Влияние цифровых платформ на этику бизнеса.
6. Предпосылки возникновения этики бизнеса
7. Соотношение понятий: «мораль», «нравственность», «этика», «ответственность».
8. Подходы к изучению этики бизнеса.
9. Подходы и методы к управлению этикой бизнеса
10. Нравственное поведение индивида, факторы на него влияющие.
11. Проблемы профессиональной этики и способы их урегулирования.
12. Основные концепции в этике бизнеса.
13. Влияния религиозной этики на современное управление этикой бизнеса.
14. Этика справедливости.
15. Корпоративная культура и этический климат организации.

Примерная тематика для домашнего творческого задания

1. Стратегическая роль Кодекса деловой этики для финансовой организации.

2. Взаимодействие с заинтересованными сторонами в системе управления организацией.
3. Выявление и изучение заинтересованных сторон.
4. Планирование взаимодействия с заинтересованными сторонами в антикризисном управлении.
5. Стрессы и стрессоустойчивость в деловом общении
6. Этика и этикет
7. Этика делового общения «сверху-вниз» и «снизу-вверх»
8. Деловой этикет общения менеджера с клиентами
9. Профессиональная интуиция
10. Выработка стиля поведения в общении менеджера
11. Критика в деловой коммуникации
12. Социально-психологические проблемы деловых отношений
13. Структура и механизм построения деловой коммуникации
14. Методы учета интересов различных сторон при принятии решений.
15. Бенчмаркинг управления взаимодействием со стейкхолдерами.

Пример кейса:

«Светить всегда: нужны ли компаниям медийные сотрудники?»

Ссылка на источник: <https://www.sostav.ru/publication/svetit-vsegdanuzhny-li-kompaniyam-medijnye-sotrudniki-69770.html> В 44% российских компаний есть сотрудники, выступающие в качестве публичных экспертов.

Методология исследования

Чаще всего сотрудники проводят публичные выступления и презентации (61%), вебинары (52%), мастер-классы (49%), ведут блог или влог (38%), пишут статьи в СМИ (34%), дают интервью (31%). 3% опрошенных уже являются медийными экспертами в своей отрасли.

По данным открытого опроса, роль публичного эксперта привлекает респондентов:

| | |
|---|-----|
| возможностью поделиться опытом и знаниями | 22% |
| это интересно | 7% |
| дополнительный заработок | 6% |
| нравится выступать | 5% |
| саморазвитие/самореализация | 4% |
| возможность быть полезным | 4% |
| получить внимание | 4% |

Прокрастинация и страхи сотрудников:

Наличие медийного эксперта повышает рост узнаваемости компании — 77%.

Экспертный сотрудник способен привлечь дополнительную прибыль компании — 77%.

Экспертные сотрудники повышают уровень доверия клиентов ко всей компании — 76%.

Наличие экспертных сотрудников выгодно выделяет компанию среди конкурентов — 75%.

Экспертный сотрудник дает клиентам обоснованность более высокой стоимости продукта/услуг компании — 69%.

При этом есть и обратная сторона медали: медийный эксперт способен испортить впечатление обо всей компании в целом.

Вопросы для решения:

1. Как Вы считаете руководство компании должно поощрять взаимодействие сотрудников с PR-отделом?

2. Предложите принципы и методы по формированию эффективных взаимоотношений с медийным экспертом.

3. Если бы перед Вами стояла задача стать публичным экспертом, то какими принципами деловой этики бы вы руководствовались?

Пример ситуационной задачи

С 2024 года этика в бизнесе становится важнейшим аспектом для компаний, стремящихся к устойчивому развитию и долгосрочным отношениям с клиентами и партнёрами. Современные потребители всё больше ценят социальную ответственность и прозрачность. Рассмотрим, как компании адаптируются к новым социальным стандартам и какие изменения они внедряют.

Важность этики для бизнеса

Современный бизнес сталкивается с растущими требованиями со стороны общества к социальной ответственности. Компании, игнорирующие этические нормы, рискуют потерять доверие клиентов и инвесторов. В 2024 году компании должны учитывать мнения заинтересованных сторон и быть готовыми к открытой коммуникации. Этика становится не просто дополнительным элементом, а частью стратегии компании, определяющей её имидж и успех.

Адаптация к новым стандартам

В ответ на требования общества, компании внедряют этические стандарты в свою практику. Это включает создание кодексов поведения, обучение сотрудников и формирование культуры ответственности. Примеры таких инициатив могут быть разнообразными — от устойчивого развития и охраны окружающей среды до обеспечения равных возможностей для всех сотрудников. В 2024 году компании активно работают над тем, чтобы этические принципы стали частью их корпоративной культуры.

Примеры успешных практик

Некоторые компании уже успешно адаптировались к новым социальным стандартам. Например, крупные бренды начали сотрудничать с

некоммерческими организациями для решения социальных проблем и поддержания общественных инициатив. Также наблюдается рост числа компаний, занимающихся благотворительностью и волонтерством. Эти практики не только помогают улучшить имидж компании, но и создают положительное воздействие на общество в целом.

В условиях меняющегося мира этика в бизнесе становится неотъемлемой частью успешной стратегии. Компании, которые понимают важность социальной ответственности и активно внедряют этические стандарты, имеют все шансы на успех и развитие. Адаптация к новым социальным стандартам поможет им не только сохранить репутацию, но и стать лидерами в своей отрасли.

Проанализируйте перспективы применения принципов и стратегий деловой этики для финансовой организации. Определите методы и ключевые аспекты деловой этики для финансового рынка России. Решения представьте в графическом виде (схема, таблица и т.д.) с последующим их обоснованием.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (выполнение обсуждения вопросов и тем в соответствии с планами семинарских занятий; обсуждение заданий для самостоятельной работы; опрос студентов по пройденному материалу; участие в дискуссиях по проблемным темам дисциплины; выполнение студентом практикоориентированных и ситуационных задач; выполнение ДТЗ.

«Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры».

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе 2.

Отдельные примеры тестовых, практико-ориентированных (ситуационных) заданий, в рамках освоения компетенций

| Наименование компетенции | Наименование индикаторов достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции | Типовые контрольные задания |
|--|--|---|---|
| УК-14 Способность формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционно му поведению, попыткам фальсификации истории и | Демонстрирует знание последствий коррупционных действий, экстремизма, терроризма, способов профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ним | Знать: действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики этих явлений Уметь: правильно анализировать, толковать и применять нормы права в сфере противодействия экстремизму, терроризму и коррупции. | Задание 1 Сформируйте нормы деловой этики бизнеса и проранжируйте их по важности с представлением развернутого ответа. Задание 2 Рассмотреть термин «этика бизнеса» изучив понятия экономистов разных стран. |

| | | | |
|---|--|---|--|
| противодействовать им в профессиональной деятельности | Демонстрирует знание российских духовно-нравственных ценностей, исторического опыта своей страны | <p>Знать: систему принципов уважительного отношения к нормам законодательства в сфере противодействия проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции.</p> <p>Уметь: выстраивать свою жизненную позицию, основанную на уважительном отношении к действующим нормам законодательства в сфере противодействия проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции.</p> | <p>Задание 1 Сформируйте главные правила деловой этики</p> <p>Задание 2 Представьте в таблице информацию по анализу этических проблем деловых отношений</p> <p>Задание 3 Изучите принципы этики деловых отношений. Применимы ли они в современных условиях. Обоснуйте свой ответ на практических примерах.</p> <p>Задание 4 Назовите основной принцип этики деловых отношений финансовой организации.</p> |
| | Дает оценку событиям, ситуациям, явлениям, оказывающим влияние на политику общества с учетом исторического опыта своей страны и человечества в целом | <p>Знать: порядок планирования, организации и проведения мероприятий, обеспечивающих формирование гражданской позиции в области проявления экстремизма, терроризма, коррупции в профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: проводить мероприятия, направленные на обеспечение предотвращения проявлений экстремизма, терроризма, коррупции в профессиональной деятельности и в социуме.</p> | <p>Задание 1 Базовое предприятие: Выбор финансовой компании студент осуществляет самостоятельно. Проблемная ситуация: Компания решила разработать Корпоративный кодекс и сформировала рабочую группу. Перед рабочей группой компании поставлена задача в короткий срок предоставить документ на согласование руководству. Задача: дать краткую характеристику Корпоративного кодекса бизнеса; сформировать современную концепцию этики бизнеса предложить применение современных принципов этики бизнеса. Задание: решение представить в графическом виде с обоснованием</p> <p>Задание 2 Подготовить 7 аргументов «ЗА» то, что этика бизнеса есть и 7 аргументов «ПРОТИВ» того, что этика бизнеса в России существует</p> <p>Задание 3 Изучите и проанализируйте явление «компьютерная этика». Рассмотрите: понятие, кодекс, принципы. Информацию представьте в табличной форме.</p> |

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>ПKN-8 Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон</p> | <p>Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария.</p> | <p>Знать: современные методы проведения маркетингового анализа, этапы процесса разработки маркетинговых стратегий и программ для финансовых организаций</p> <p>Уметь: анализировать, интерпретировать и прогнозировать рыночную конъюнктуру, осуществлять разработку маркетинговых стратегий и программ для финансовых организаций.</p> | <p>Задание 1 Маркетинговая стратегическая матрица – это а) методический инструмент ситуационного анализа для оценки стратегического положения компании на основе учета взаимовлияния внешних и внутренних факторов б) модель выбора фирмой определенной стратегии в зависимости от конкретной рыночной конъюнктуры и собственных возможностей или других факторов в) метод исследования экономики и производства, в основе которого лежит анализ воздействия разнообразных факторов на результаты экономической деятельности, ее эффективность г) метод, позволяющий строить модели, учитывающие время выполнения функций. Полученную модель можно “проиграть” во времени и получить статистику происходящих</p> <p>Задание 2 К принципам организации, ориентированной на стратегию не относится а) перевод стратегии на операционный уровень б) использование комплекса маркетинга для решения стратегических задач в) стратегия, как повседневная работа каждого сотрудника г) активизация изменений, как результат активного руководства топ-менеджеров. Задание 3 Как называется технология в маркетинге, согласно которой рынок разбивается на отдельные части с целью более эффективного воздействия на потребителей: а) сегментирование б) позиционирование в) семантический дифференциал</p> <p>Задание 4 Рассмотрев рисунок «Правила цифрового этикета», предложите управленческие решения для финансовой организации.</p> <div data-bbox="1098 1294 1560 1653" data-label="Image"> </div> <p>Рисунок 1 – Правила цифрового этикета Проанализируйте сформированные правила цифрового этикета, покажите динамику развития правил, а именно как это отразится на процессе управления компанией на финансовом рынке.</p> |
|---|--|---|---|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | Владет методами принятия стратегических , тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации | Знать: методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении финансовой компанией Уметь: Применять методы стратегических, тактических и оперативных решений в управлении финансовой компанией | Задание 1 GAP – анализ - это а) метод, позволяющий строить модели, учитывающие время выполнения функций. Полученную модель можно “проиграть” во времени и получить статистику происходящих процессов б) методический инструмент четырехэлементного анализа внешней среды в) методический инструмент анализа отклонений фактического развития ситуации от запланированного г) метод, позволяющий получать оценку различных вариантов развития ситуаций - сценариев, предоставляет информацию о возможных отклонениях. Задание 2 Основными задачами стратегического анализа являются: а) обоснование стратегических планов б) прогноз реализации стратегических планов в) качество информации для принятия управленческих решений г) все ответы верны цифровой этики в финансовой организации применяющей технологии будущего. 2. Определите какую роль цифровая этика должна занимать в деятельности компании? |
| | Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании. | Знать: стратегический анализ макро- и микросреды компании, подходы и методы оценки ее конкурентоспособности Уметь: Проводить стратегический анализ макро- и микросреды компании, осуществлять оценку ее конкурентоспособности | Задание 1 Рассмотрите стратегии взаимодействия со стейкхолдерами по двум показателям «степень интереса» и «уровень власти стейкхолдера». Задание 2 Раскройте содержание этического аудита: виды, содержание, задачи. В чем особенность и важность этического аудита? Раскройте и обоснуйте свой ответ Задание 3 Рассмотрите рисунок 1 и приведите примеры этического аудита в финансовой или страховой компании. Рассмотрите этический аудит на примере конкретной практической ситуации и покажите его применение на этапе планирования и реализации деятельности на финансовом рынке. Проанализируйте полученные результаты |
| ПКН-11 Способность анализировать рыночные и | Использует знания инструментария риск-менеджмента для выявления | Знать: научные основы организационно-управленческой деятельности по анализу | Задание 1 На рисунке 1 представлен механизм взаимодействия организации со стейкхолдерами. Рассмотрите |

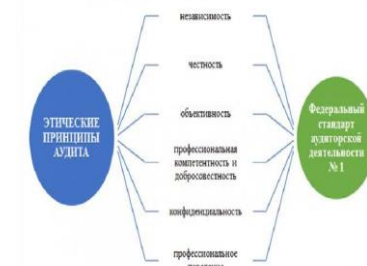




Рисунок 1 Этические принципы аудита

| специфически е риски при решении задач управления организацией | факторов риска внешней и внутренней среды организации и обоснования измерения риска. | рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании Уметь: давать комплексную оценку ключевых факторов кризисного состояния организации. | <p>рисунок внимательно и опишите:</p> <p>1.Цели и задачи</p> <p>2.Принципы этики бизнеса</p> <div><p>Взаимодействие с заинтересованными сторонами</p></div> <div><p>МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ</p><table><tr><td>Оценка воздействия</td><td>Требуемая система коммуникации</td><td>Механизмы рассмотрения жалоб</td><td>Партнерства</td></tr></table></div> <p>3.Влияние этики бизнеса на эффективность взаимодействия со стейкхолдерами</p> <p>Задание 2</p> <p>Проведите сравнительный анализ форм взаимодействия и применяемых инструментов взаимодействия. Выбор компании студент осуществляет самостоятельно.</p> <p>Проанализируйте Механизмы взаимодействия с заинтересованными сторонами представленные в таблице 1 и ответ представьте в графическом виде.</p> <p>Таблица 1 – Механизмы взаимодействия с заинтересованными сторонами</p> <table><tr><th>Стейкхолдер</th><th>Формы взаимодействия</th><th>Инструмент взаимодействия</th></tr><tr><td rowspan="3">1. Сопредельные</td><td>Регулярное информирование</td><td>Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д.</td></tr><tr><td>Общая информация</td><td>Конференции, собрания, семинары, круглые столы, общественные слушания</td></tr><tr><td>Выявление жалоб и запросов заинтересованных сторон</td><td>Сервисы, мониторинговые, фото-курсы, интернет-сайты и другие информационные ресурсы</td></tr><tr><td rowspan="2">2. Партнеры</td><td>Посредство обсуждения</td><td>Консультационные и экспертные комиссии, рабочие группы</td></tr><tr><td>Регулярное информирование</td><td>Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д.</td></tr><tr><td rowspan="2">3. Общественность</td><td>Выявление жалоб и запросов заинтересованных сторон</td><td>Сервисы, мониторинговые, фото-курсы, интернет-сайты и другие информационные ресурсы</td></tr><tr><td>Регулярное информирование</td><td>Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д.</td></tr><tr><td rowspan="3">4. Бизнес-партнеры</td><td>Общая информация</td><td>Конференции, собрания, семинары, круглые столы, общественные слушания</td></tr><tr><td>Участие в мероприятиях, проведение конференций</td><td>Диспуты, участие в дискуссиях</td></tr><tr><td>Совместная деятельность</td><td>Партнерства, проекты, инициативы, выборы общих лидеров по осуществлению проектов</td></tr></table> | Оценка воздействия | Требуемая система коммуникации | Механизмы рассмотрения жалоб | Партнерства | Стейкхолдер | Формы взаимодействия | Инструмент взаимодействия | 1. Сопредельные | Регулярное информирование | Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д. | Общая информация | Конференции, собрания, семинары, круглые столы, общественные слушания | Выявление жалоб и запросов заинтересованных сторон | Сервисы, мониторинговые, фото-курсы, интернет-сайты и другие информационные ресурсы | 2. Партнеры | Посредство обсуждения | Консультационные и экспертные комиссии, рабочие группы | Регулярное информирование | Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д. | 3. Общественность | Выявление жалоб и запросов заинтересованных сторон | Сервисы, мониторинговые, фото-курсы, интернет-сайты и другие информационные ресурсы | Регулярное информирование | Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д. | 4. Бизнес-партнеры | Общая информация | Конференции, собрания, семинары, круглые столы, общественные слушания | Участие в мероприятиях, проведение конференций | Диспуты, участие в дискуссиях | Совместная деятельность | Партнерства, проекты, инициативы, выборы общих лидеров по осуществлению проектов |
|---|---|--|---|--------------------|--------------------------------|------------------------------|-----------------|-------------|----------------------|---------------------------|-----------------|---------------------------|--|------------------|---|--|---|-------------|-----------------------|--|---------------------------|--|-------------------|--|---|---------------------------|--|--------------------|------------------|---|--|-------------------------------|-------------------------|--|
| Оценка воздействия | Требуемая система коммуникации | Механизмы рассмотрения жалоб | Партнерства | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Стейкхолдер | Формы взаимодействия | Инструмент взаимодействия | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Сопредельные | Регулярное информирование | Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Общая информация | Конференции, собрания, семинары, круглые столы, общественные слушания | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Выявление жалоб и запросов заинтересованных сторон | Сервисы, мониторинговые, фото-курсы, интернет-сайты и другие информационные ресурсы | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Партнеры | Посредство обсуждения | Консультационные и экспертные комиссии, рабочие группы | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Регулярное информирование | Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Общественность | Выявление жалоб и запросов заинтересованных сторон | Сервисы, мониторинговые, фото-курсы, интернет-сайты и другие информационные ресурсы | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Регулярное информирование | Прото-решения, отчеты, раздачи корпоративного сайта, информационные листки, справочные статьи и т.д. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Бизнес-партнеры | Общая информация | Конференции, собрания, семинары, круглые столы, общественные слушания | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Участие в мероприятиях, проведение конференций | Диспуты, участие в дискуссиях | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Совместная деятельность | Партнерства, проекты, инициативы, выборы общих лидеров по осуществлению проектов | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Проводит идентификацию рисков по функциям и направлениям деятельности организации. | Знать: особенности анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании. Уметь: проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании | <p>Задание 1</p> <p>Таблица 1. Матрица оценки вовлечения стейкхолдеров. Охарактеризуйте процесс вовлечения стейкхолдеров. Заполните матрицу оценки вовлечения стейкхолдеров. Ответ представить на практических примерах.</p> <table><tr><th>Стейкхолдеры</th><th>A</th><th>B</th><th>C</th></tr><tr><td>Несовместимость</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Сопротивление</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Нейтральность</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Поддержка</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Лидирование</td><td></td><td></td><td></td></tr></table> | Стейкхолдеры | A | B | C | Несовместимость | | | | Сопротивление | | | | Нейтральность | | | | Поддержка | | | | Лидирование | | | | | | | | | | | |
| Стейкхолдеры | A | B | C | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Несовместимость | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Сопротивление | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Нейтральность | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Поддержка | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Лидирование | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Использует механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и | Знать: механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и качественной оценки рисков. Уметь: применять | <p>Задание 1</p> <p>Подробно опишите модель взаимоотношений со стейкхолдерами. Компанию студент выбирает самостоятельно. Для предоставления полного ответа модель взаимоотношений со стейкхолдерами необходимо представить графически с последующим ее описанием.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | |
|--|-----------------------------|--|---|
| | качественной оценки рисков. | инструментарий риск-менеджмента для выявления факторов риска внешней и внутренней компании среды | <p>Задание 2</p> <p>Рассмотрите рисунок 1 матрицу стейкхолдеров. Проведите оценку эффективного взаимодействия организации с приоритетными группами стейкхолдеров. Выбор финансовой компании и критериев оценки студент выбирает самостоятельно. Ответ представить в развернутом виде.</p>  |
|--|-----------------------------|--|---|

Пример экзаменационного билета

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(Калужский филиал)

Кафедра «Учет и менеджмент»

Дисциплина «Этика бизнеса и взаимодействие со стейкхолдерами»

Форма обучения очная

Направление 38.03.02 – Менеджмент

ОП «Управление бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №

- Охарактеризуйте взаимосвязь цифровых платформ и этики бизнеса. Проанализируйте особенности современного подхода к этике бизнеса финансовых организаций и раскройте важность понимания этики бизнеса в условиях цифровой трансформации финансовой организации. **(15 баллов)**
- Охарактеризуйте и представьте взаимосвязь Концепция заинтересованных сторон (стейкхолдеров) и концепции КСО. **(15 баллов)**
- Практико-ориентированное задание **(30 баллов)**
Проанализируйте Механизмы взаимодействия с заинтересованными сторонами, представленные в таблице 1 и ответ представьте в графическом виде. Формы и инструменты взаимодействия со стейкхолдерами студент может расширять. Таблица 1 – Механизмы взаимодействия с заинтересованными сторонами

| Стейкхолдер | Формы взаимодействия | Инструмент взаимодействия |
|------------------------------|--|--|
| 5. Инвесторы | Регулярное информирование | Пресс-релизы, отчеты, разделы корпоративного сайта, информативные письма, социальные отчеты и тд |
| | Обмен мнениями | Конференции, собеседования, консультации, круглые столы, общественные слушания |
| | Участие в мероприятиях, проводимых стейкхолдером | Доклады, участие в дискуссиях |
| | Совместная деятельность | Программы, проекты, акции, мероприятия, выборка общих позиций по существенным вопросам |
| 6. Общее собрание акционеров | Регулярное информирование | Пресс-релизы, отчеты, разделы корпоративного сайта, информативные письма, социальные отчеты и тд |
| | Экспертные обсуждения | Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы |
| | Обмен мнениями | Конференции, собеседования, консультации, круглые столы, общественные слушания |
| 7. Конкуренты | Обмен мнениями | Конференции, собеседования, консультации, круглые столы, общественные слушания |
| 8. Совет директоров | Регулярное информирование | Пресс-релизы, отчеты, разделы корпоративного сайта, информативные письма, социальные отчеты и тд |
| | Обмен мнениями | Конференции, собеседования, консультации, круглые столы, общественные слушания |
| | Экспертные обсуждения | Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы |

Подготовил:

Утверждаю:

Заместитель заведующего кафедрой

«Учет и менеджмент»,

к.э.н., доцент

Дата

8.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные акты

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1. (в ред. Федерального закона от 09.01.1996, № 2-ФЗ) (с изм. и доп.)
2. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изм. и доп.).
3. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с учетом дополнений и изменений) (с изм. и доп.).

Основная литература:

4. Спивак, В. А. Деловая этика: учебник и практикум для вузов / В. А. Спивак. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11895-7. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560102> (дата обращения: 24.01.2025). — Текст: электронный.
5. Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения: учебное пособие для вузов / Л. И. Чернышова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 158 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16621-7. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

<https://urait.ru/bcode/537058> (дата обращения: 28.01.2025). —

Текст: электронный.

6. GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти: учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская [и др.]; под редакцией Е. И. Марковской. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19006-9. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561276> (дата обращения: 24.01.2025). — Текст: электронный.

Дополнительная литература:

7. Савинова, С. Ю. Лидерство в бизнесе: учебник и практикум для вузов / С. Ю. Савинова, Е. Н. Васильева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 9785-534-11445-4. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566231> (дата обращения: 24.01.2025). — Текст: электронный.

8. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум для вузов / Г. Л. Тульчинский. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03469-1. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536060> (дата обращения: 24.01.2025). — Текст: электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Электронные ресурсы БИК:

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.ru>
5. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
6. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
7. Справочно-образовательная система Актион 360 <https://action360.ru/>
8. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
9. Электронная библиотека издательства «МИФ» («Манн, Иванов и Фербер») <https://fa.miflib.ru/auth/#/registration>
10. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
11. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
12. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
13. Финансовая справочная система «Финансовый директор»

<http://www.lfd.ru/>

14. Ресурсы информационно-аналитического агентства по финансовым рынкам Cbonds.ru <https://cbonds.ru/>
15. СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
16. STATISTA <https://www.statista.com/>
17. Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
18. Henry Stewart Talks: Библиотека Онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу <https://hstalks.com/business/>
19. Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
20. Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
21. Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
22. JSTOR. Arts & Sciences I Collection <https://www.jstor.org/>
23. Библиотека электронных публикаций Организации экономического сотрудничества и развития OECD iLibrary <https://www.oecd-ilibrary.org/>
24. Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» <http://eduvideo.online/>
25. База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
26. Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>
 - Annual Reviews
 - Cambridge University Press
 - The Institute of Physics (IOP) Publishing
 - Nature
 - Oxford University Press
 - Royal Society of Chemistry
 - SAGE Publications
 - Science
 - Taylor & Francis Group

Периодические издания

1. Компания.
2. Маркетинг в России и за рубежом.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования.
4. Менеджмент в России и за рубежом.
5. Маркетинговые коммуникации.
6. Реклама. Теория и практика.
7. Секрет фирмы.
8. Управление каналами дистрибуции.
9. Управление продажами.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся в рамках самостоятельной работы следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные Приказом ректора №1040/о от 11.05.2021 г.

Самостоятельная работа студентов проходит внеаудиторно. Организации самостоятельной работы служит учебно-тематический план изучения дисциплины. В данном плане указана тематика лекций, семинаров, вопросы и задания для самостоятельного изучения. Во время лекций необходимо конспектировать содержание лекции. После лекции необходимо отредактировать записи, оформить конспект, дополняя его содержание дополнительной информацией. При оформлении конспекта целесообразно выделять названия тем и формулировки вопросов, основные определения, примеры.

При подготовке к семинару необходимо изучить вопросы семинара, соответствующий теоретический материал, делая для себя необходимые записи в рабочей тетради. После занятий необходимо просмотреть записанные решения и восстановить в решениях имеющиеся пробелы.

При затруднении в решении практических вопросов (задач), можно обратиться за консультацией (помощью) к преподавателю. Семинары проходят, как правило, в интерактивной форме и преподаватель учитывает активность обучающихся, направленную на решение предложенных вопросов (вариантов задач), а также вариантов ответов на решаемые вопросы (проблемы).

Не следует бояться дать неверный ответ или допустить иную ошибку: исправление и анализ ошибок в режиме общения с преподавателем и сокурсниками в ходе семинара способствует более глубокому освоению учебного материала и предупреждает возникновение ошибок в дальнейшем. Домашние задания (подготовку к занятиям) следует осуществлять регулярно. Если то или иное задание, при подготовке к семинару вызвало затруднение, необходимо обратиться к преподавателю за консультацией. Регулярность в выполнении домашних заданий (подготовке к занятиям) - важный фактор качественного освоения дисциплины.

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных

материалов производятся с учётом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем. Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ. Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей.

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения). Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы.

Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Методические рекомендации по выполнению домашнего творческого задания (ДТЗ)

Методические рекомендации по выполнению дтз предусмотрены в «Методических рекомендациях по подготовке написанию и оформлению дтз», разрабатываемой преподавателем кафедры на учебный год, в котором реализуется учебная дисциплины

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Антивирусная защита Windows defender
2. Astra Linux, Libre Office

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»;
2. Информационно-правовая система «Гарант»;

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, доской меловой/интерактивной;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет
- компьютерные классы с набором лицензионного базового программного обеспечения для проведения практических занятий и выходом в глобальную сеть Internet;

Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Этика бизнеса и взаимодействие со стейкхолдерами» предполагается:

- сопровождение курса лекций наглядной презентацией, включающей практические примеры, схемы, графики, табличный материал;
- рассмотрение на семинарских занятиях интерактивных ситуационных задач по проблематике дисциплины;
- деловые игры;
- разбор конкретных ситуаций, коллективное обсуждение проблем российской и зарубежной практики по изучаемым темам;
- виртуальное общение в течение срока изучения курса в целях обеспечения лекций и практических занятий необходимым материалом и также контроля самостоятельной работа

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, доской меловой/интерактивной;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет
- компьютерные классы с набором лицензионного базового программного обеспечения для проведения практических занятий и выходом в глобальную сеть Internet;

Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Этика бизнеса и взаимодействие со стейкхолдерами» предполагается:

- сопровождение курса лекций наглядной презентацией, включающей практические примеры, схемы, графики, табличный материал;
- рассмотрение на семинарских занятиях интерактивных ситуационных задач по проблематике дисциплины;
 - деловые игры;
 - разбор конкретных ситуаций, коллективное обсуждение проблем российской и зарубежной практики по изучаемым темам;
 - виртуальное общение в течение срока изучения курса в целях обеспечения лекций и практических занятий необходимым материалом и также контроля самостоятельной работы студентов.