

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

О.И. Чуприс

(подпись)

24.06.2018

(дата утверждения)

Регистрационный № УД- 5891 /уч.

ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
высшего образования первой ступени
1-21 02 01 философия**

2018 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-21 02 01 2013 г., учебного плана Д21-087/уч. от 30.05.2013 г. и учебного плана Д21з-099/уч. от 30.05.2013 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

И.А. Барсук, доцент кафедры философии и методологии науки Белорусского государственного университета, кандидат философских наук.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой философии и методологии науки факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета (протокол № 12 от «26» июня 2018 г.);

Советом факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета (протокол № 12 от «26» июня 2018 г.).



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Подготовка студентов отделения философии III курса дневной формы обучения и IV курса заочной формы обучения в рамках специализации «Социальная философия» предполагает изучение наиболее актуальных проблем современного философского знания в сфере социальных процессов и явлений. Дисциплины специализации репрезентируют эту проблематику, развивают и конкретизируют содержательно-методологические акценты, которые составляют базовое концептуальное пространство основных курсов специальности. Одной из таких дисциплин специализации является «Философия бизнеса».

Учебная программа по учебной дисциплине специализации «Философия бизнеса» разработана в соответствии с Образовательным стандартом и учебными планами по специальности 1-21 02 01 философия и входит в государственный компонент цикла дисциплин специальной подготовки.

В современной социокультурной ситуации важность такой подготовки в существенной степени определяется теми стратегическими задачами, которые сегодня призвана решать наша страна. Ориентация на инновационное развитие экономики Беларуси, фронтальное внедрение высоких технологий во многие сферы социальной жизни требуют от будущих специалистов не только глубоких профессиональных знаний, но и способности адекватно оценивать роль и влияние научно-технологических инноваций на развитие белорусского социума в целом и жизнь каждого члена общества.

Цель учебной дисциплины — развитие у студентов экономического мышления, способностей к анализу экономических явлений и процессов, выявлению сущности деловой экономики и роли бизнеса в современной экономике, обнаружению противоречий и проблем, связанных с функционированием бизнеса, выявлению человеческих качеств, необходимых для занятия бизнеса, систематизация основных направлений развития современного бизнеса с позиций исследования методологических предпосылок, исследовательских программ и верификации полученных результатов; формирование системного мышления в понимании исторических аспектов становления и развития бизнеса как социокультурного феномена, овладение базовыми принципами интеллектуального и электронного бизнеса с учетом специфики социально-экономического развития Республики Беларусь в условиях модернизации и глобализации.

Задачи учебной дисциплины:

- выявить сущность деловой экономики и раскрыть становление, формирование и развитие бизнеса в современной экономике, а также обозначить противоречия его организации и функционирования;
- изучить новые виды бизнеса (интеллектуальный и электронный бизнес) и показать их значение в век цифровых технологий, а также

взаимосвязь с экономической политикой, принятием стратегических и оперативных решений государства;

– выявить пути совершенствования экономического механизма бизнеса и последовательно раскрыть его элементы – менеджмент, маркетинг с точки зрения повышения экономической эффективности бизнеса;

– сформировать навыки самостоятельной оценки экономической действительности в развитии мировой и отечественной экономики, умения формирования альтернативных вариантов хозяйственной политики.

По завершению изучения учебной дисциплины «Философия бизнеса» студент должен:

знать:

- отличия бизнеса от других видов человеческой деятельности, связанных с получением прибыли;
- основные конкурирующие парадигмы и программы, основные направления критики различных э концепций и школ бизнеса;
- особенности менеджмента и маркетинга и их роль в повышении эффективности бизнеса;
- основные механизмы формирования и структурные элементы корпоративной культуры;
- роль рекламы в современных бизнес-процессах.

уметь:

- применять стратегические бизнес-проекты в анализе социокультурных и профессиональных проблем и ситуаций;
- характеризовать экономические идеи ведущих бизнес-школ и использовать их для понимания современной экономической реальности;
- объяснять различные версии направлений современного бизнеса;
- осуществлять осмысленный ценностный выбор, формулировать и аргументировать аксиологические регулятивы бизнес-деятельности;
- определять смысл, цели, задачи и гуманистические параметры экономической и профессиональной деятельности;

владеть:

- методикой анализа важнейших экономических проблем;
- системой аргументации и верификации бизнес-проектов;
- методикой инновационной деятельности в сфере избранной профессии по оптимальному решению экономических вопросов.
- теоретическими принципами разработки бизнес-программ для решения практических вопросов в своей профессиональной деятельности.

На изучение учебной дисциплины «Философия бизнеса» учебным планом отводится 160 часов, из них для очного отделения 69 – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает 34 лекционных, 30 семинарских, 5 УСР часов; для заочного – 8 аудиторных часов, из них 4 лекционных и 4 семинарских.

Дневная форма получения образования 3 курс, 6 семестр. Заочная форма получения образования 4 курс, 7 семестр. Рекомендуемая форма отчетности – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Бизнес как вид экономической деятельности

Сущность и формы экономической деятельности (предпринимательская деятельность, коммерческая деятельность, торговая деятельность). Новейшие формы экономической деятельности: лизинг, факторинг, франчайзинг, менеджмент, маркетинг. Субъекты экономической деятельности. Признаки экономического агента. Классификация субъектов хозяйствования. Государство как экономический субъект. Объект экономической деятельности.

Современные социально-философские трактовки бизнеса. Сущность и признаки бизнеса. Агенты бизнеса. Интеллектуальный и электронный бизнес.

Предмет и основные проблемы философии бизнеса. Функции философии в бизнесе.

Тема 2. «Человек экономический» как субъект философии бизнеса

Понятия «экономическая рациональность» и «экономический человек». Классические трактовки «экономического человека». Экономическое поведение. «Экономический принцип» мотивации субъекта. Маржиналистская модель «рационального максимизатора». Модель REMM «экономического человека» (изобретательного, оценивающего, максимизирующего). Социологическая модель SRSМ. Современная модель экономического человека. Модели рационального поведения.

Тема 3. Философия собственности.

Философское понимание сущности, структуры и форм собственности. Отношения собственности. Имущественные отношения. Объект и субъект собственности. Формы собственности и хозяйствования в рыночной экономике. Интеллектуально-духовная собственность.

Форма общественного производства. Натуральное хозяйство. Возникновение и важнейшие черты товарного (рыночного) хозяйства. Общие черты и различия товарного и товарно-капиталистического производства.

Исторический процесс формирования рынка. Фритредерство и протекционизм.

Тема 4. Предпринимательство и предприниматель как социальные феномены

Теоретические подходы к анализу предпринимательства. Современные теории предпринимательства: «радикальный субъективизм» Дж. Шэкла, неоавстрийская школа, психологическая школа, теория человеческого капитала.

Предприниматель как социальный феномен. Основные качества предпринимателя. Физические и юридические лица. Организационно-правовые и организационно-экономические формы предпринимательской деятельности.

Социальная ответственность предпринимательства.

Тема 5. Культура бизнеса

Сущность культуры бизнеса. Культура дисциплины. Корпоративный дух. Корпоративная традиция. Репутационный капитал. Понятие и структура корпоративной культуры. Лидерство и командообразование. «Фирмы, несущие любовь».

Качества менеджера и специфика его работы. Модель современного менеджера. Лидерство, влияние, власть и авторитет менеджера.

Стиль руководства.

Тема 6. Этика бизнеса

Прикладная этика. Предмет и проблемы этики бизнеса. Структура этики бизнеса. Макроэтика и микроэтика. Роль этики бизнеса в современных условиях.

Исторические и теоретические предпосылки этики бизнеса. Институализация этики бизнеса. Моральные дилеммы субъектов экономических отношений. Морально-этические парадигмы современной этики бизнеса: этика долга, этика пользы и этика ответственности.

Тема 7. Маркетинг как философия бизнеса

Сущность понятия «маркетинг». История возникновения и развития маркетинга. Маркетинг как академическая дисциплина. Американская и европейская школы маркетинга. Институциональное оформление маркетинга. Основные категории маркетинга. Основные положения Британской конференции по проблемам маркетинга. Практический маркетинг. Маркетинг как управленческая деятельность. Маркетинг как учебная и научная дисциплина.

Основные концепции маркетинга: маркетинг-микс; жизненного цикла товара; имиджа товара; сегментации рынка; маркетинга; маркетинговых ревизий маркетинговой «близорукости». Маркетинговая информационная система. Система маркетинговых коммуникаций.

Тема 8. Философия рекламы.

Понятие и сущность рекламы. Основные подходы к феномену рекламы. Классификация рекламы. Основные рекламные теории. Рекламные стили.

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Традиционная и нетрадиционная реклама. ATL-, BTL-, TTL- рекламы. Паблик рилейшнз, паблисити, сейлз промоушн, директ-маркетинг, брендинг, мерчандайзинг.

Фирменный стиль и его функции. Основные элементы фирменного стиля. товарный знак, логотип, фирменный блок, фирменная база цветов, фирменный комплекс шрифтов.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ. ОЧНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Кол-во часов УСП	Формы контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные	Иное		
1.	Бизнес как вид экономической деятельности	6		4				кейс-технология
2.	«Человек экономический» как субъект философии бизнеса	4		4			2	реферат
3.	Философия собственности	4		4				
4.	Предпринимательство и предприниматель как социальные феномены	4		4				
5.	Культура бизнеса	4		4				
6.	Этика бизнеса	4		4				
7.	Маркетинг как философия бизнеса	4		4				
8.	Философия рекламы	4		6			3	презентация портфолио
Итого		34		30			5	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ. ЗАОЧНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Кол-во часов УСП	Формы контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные	Иное		
1.	Бизнес как вид экономической деятельности	2						
2.	«Человек экономический» как субъект философии бизнеса			2				реферат
3.	Философия собственности	2						
4.	Предпринимательство и предприниматель как социальные феномены							
5.	Культура бизнеса							
6.	Этика бизнеса							
7.	Маркетинг как философия бизнеса			2				реферат
8.	Философия рекламы							
Итого		4		4				

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Бехар, Г. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks / Говард Бехар при участии Джанет Голдстейн ; пер. с англ. – 10-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 186 с.
2. Жукова, С.П. Этика бизнеса / С.П. Жукова // Прикладная этика : пособие / Е. В. Беляева, Т. И. Врублевская-Токер, С. П. Жукова ; под общ. ред. Е. В. Беляевой. – Минск : БГУ, 2016. – 135 с.
3. Кови, С. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности. – М.: 2018, - 396 с.
4. Коллинз, Джим. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... / Джим Коллинз ; пер. с англ. Павла Павловского ; под ред. Василия Дерманова. – 18-е изд. – М. : Манн, Иванов, Фербер, 2017. – 368 с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. – 9-изд. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 211 с.
6. Курегян, С.В. Бизнес: экономика, организация и управление / С.В. Курегян. – Минск, 2018. – 173 с.
7. Ромат, Е. Реклама: учебник для вузов / Е. Ромат, Д. Сендеров. – 8-е изд. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.
8. Сисодиа, Раджендра С. Фирмы, несущие любовь: Как компаниям с мировым именем удастся завоевывать сердца; пер. с англ. В. А. Сомило / Раджендра С. Сисодиа, Дэвид Б. Вольф, Джагдиш Н. Шет. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2011. – 336 с.
9. Туркин, Сергей. Зачем бизнесу социальная ответственность / Сергей Туркин // Управление компанией : практический журнал для профессионалов [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zhuk.net/page.php?id=95>.
10. Хомич, Е. В. Корпоративная традиция: структура и механизмы развития / Е. В. Хомич, П. Вольферт // Философия и социальные науки. – 2015. – №3. – С. 65-75.
11. Чан Ким, В. Стратегия голубого океана / В. Чан Ким, Рене Моборн. Пер. с англ. – М.: НІРРО, 2005. – 272 с.
12. Шихирев, П. Н. Возможна ли этика бизнеса? П. Н. Шихирев // Образование для бизнеса: качество и компетентность: Сборник трудов по материалам VI межрегиональной конференции. Академия Пастухова. – Ярославль : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Государственная академия промышленного менеджмента имени Н. П. Пастухова», 2006. – С. 34-47.
13. Эпштайн, Эдвин М. Этика бизнеса / Эдвин М. Эпштайн // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Сер.8. – Вып. 3 (№24). – 2002. – С. 27-50.

Перечень дополнительной литературы

1. Антология современной философии хозяйства / под ред. Ю. М. Осипова: В 2 т. – Т. 1. – М.: Магистр, 2008. – 832 с.

2. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования / Д. Белл; перевод с английского. – 2-е изд, испр. и доп. – М.: Academia, 2004. – 940 с.
3. Баумоль, У. Чего не знал А. Маршалл: вклад XX столетия в экономическую теорию / У. Баумоль // Вопросы экономики. – 2001. – № 2.
4. Беккер, Г. // Человеческое поведение: экономический подход. Избр. труды по экономической теории / Г. Беккер. – М. : «ГУ ВШЭ», 2003. – 672 с.
5. Дракер, П. Посткапиталистическое общество / П. Дракер // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 640 с.
6. Ильенков, Э.В. Философия и культура / Э.В. Ильенков. – М.: Политиздат., 1991. – 464 с.
7. Ильенков, Э.В. Диалектика абстрактного и конкретного в научно-теоретическом мышлении / Э.В. Ильенков. – М. : Российская политическая энциклопедия, 1997. – 256 с.
8. Иноземцев, В.Л. За пределами экономического общества / В.Л. Иноземцев. – М.: Academia : Наука, 1998. – 639 с.
9. Иноземцев, В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В.Л. Иноземцев. – М.: Логос, 2000 – 304 с.
10. Иноземцев, В.Л. Расколота цивилизация: Наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции / В.Л. Иноземцев. – М. : Academia. – Наука, 1999. - 740 с.
11. Лайонел, Роббинс. История экономической мысли: лекции в Лондонской школе экономики / Роббинс Лайонел. – М. : Издательство Института Гайдара, 2013. – 296 с.
12. Пигу, Ф. Экономическая теория благосостояния: В 2 т. / Ф. Пигу. – М. : Прогресс, 1985.
13. Хикс, Дж. Р. Теория экономической истории / Джон Ричард Хикс; пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Р.М. Нуреева — М. : НП «Журнал Вопросы экономики», 2003. – 224 с.
14. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер. – М. : ЭКСМО, 2007. – 401 с.

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Занятие 1. Голубые океаны бизнеса (по методике Blue Ocean Strategy) (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Каким должен быть бизнес, чтобы не было конкуренции и были минимальные издержки?
2. Новое рыночное пространство.
3. Воздействие голубых океанов.
4. Необходимость создания голубых океанов.
5. Инновация ценности.
6. 6 принципов стратегии голубого океана.

Литература

1. Чан Ким, В. Стратегия голубого океана / В. Чан Ким, Рене Моборн. Пер. с англ. – М.: НИРРО, 2005. – 272 с.

Занятие 2. Этика бизнеса и корпоративная культура (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Причины возникновения этики бизнеса.
2. Основные парадигмы этики бизнеса.

3. Культура дисциплины и корпоративная культура.
4. Корпоративный стиль (айдентика, «brand ID», «corporate ID»).

Литература

1. Эпштайн, Эдвин М. Этика бизнеса / Эдвин М. Эпштайн // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Сер.8. – Вып. 3 (№24). – 2002. – С. 27-50.
2. Жукова, С.П. Этика бизнеса / С.П. Жукова // Прикладная этика : пособие / Е. В. Беляева, Т. И. Врублевская-Токер, С. П. Жукова ; под общ. ред. Е. В. Беляевой. – Минск : БГУ, 2016. – 135 с.
3. Коллинз, Джим. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... / Джим Коллинз ; пер. с англ. Павла Павловского ; под ред. Василия Дерманова. – 18-е изд. – М. : Манн, Иванов, Фербер, 2017. – 368 с.
4. Бехар, Г. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks / Говард Бехар при участии Джанет Голдстейн ; пер. с англ. – 10-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 186 с.

Занятие 3. Предпринимательские навыки и таланты (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Система ценностей в развитии предпринимательских навыков.
2. Личная интуиция и развитие таланта управлять.

Литература

1. Коллинз, Джим. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... / Джим Коллинз ; пер. с англ. Павла Павловского ; под ред. Василия Дерманова. – 18-е изд. – М. : Манн, Иванов, Фербер, 2017. – 368 с.
2. Курегян, С.В. Бизнес: экономика, организация и управление / С.В. Курегян. – Минск, 2018. – 173 с.

Занятие 4. Идея «конца истории» в социальной философии Ф. Фукуямы (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. О каком итоге исторического развития человечества пишет Ф. Фукуяма? Что является главной движущей силой истории, по мнению автора? Чем объясняется «триумф» Запада в конце XX в.?
2. Какие теории Ф. Фукуяма считает «предтечей» своей идеи «конца истории»?
3. Почему материалистические теории экономического развития оказались несостоятельными по мысли автора. Почему он критикует К. Маркса и школу материалистического детерминизма журнала "Уолл стрит джорнэл"? Признает ли Ф. Фукуяма значение материальных факторов в развитии общества?
4. Какие главные вызовы для либерализма в XX в. называет Ф. Фукуяма?
5. Какую интерпретацию экономического либерализма дает Ф. Фукуяма?
6. Почему Китай не является страной либеральной демократии?
7. Какие возможности у СССР для перехода к либеральной демократии?
8. Какую интерпретацию «конца истории» дает автор для сферы международных отношений?

Литература

Фукуяма, Ф. Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма; Пер. с англ. МБ. Левина. — М.: ООО «Издательство АСТ: ЗАО НПП «Ермак», 2004. — 588, [4] с. — (Philosophy)

Занятие 5. Концепция «посткапиталистического общества» Питера Дракера (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Каким образом знание превратилось в общественный товар?
2. Почему современное общество следует характеризовать как «посткапиталистическое»? Какие изобретения с момента их появления квалифицируют как «технологии»?

3. Каковы этапы становления современного посткапиталистического общества?
4. Каким образом Фредерик Уинслоу Тейлор оказал влияние на формирование «общества знаний»? Что понимается под революцией в сфере управления?
5. Каковы основные противоречия современного общества?
6. Почему знание стало основным фактором производства?

Литература

Дракер, П. Посткапиталистическое общество / П. Дракер // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 640 с.

Занятие 6. Зачем нужен бизнес современной экономике: презентация портфолио (6 часов)

Экспериментальная проверка системы организации УСР позволяет представить в качестве интерактивной формы проведения УСР *презентацию портфолио*. Портфолио как одна из форм работы с результатами учебно-познавательной деятельности студентов используется для демонстрации, анализа и оценки образовательных результатов, развития рефлексии, повышения уровня самооценки результатов учебной деятельности. Портфолио студента можно рассматривать как коллекцию его работ за определенный период времени (обычно за семестр). Это своего рода «папка достижений и успехов», которая презентуется студентом на занятии.

Каждый отдельный материал, включенный в портфолио, датируется. Определенной формы составления портфолио не существует, так как оно сугубо индивидуальное и имеет лишь единые правила оформления. Создание портфолио предполагает организацию поэтапной деятельности студента: 1) разработка структуры; 2) сбор материалов; 3) оформление; 4) презентация; 5) публичная оценка материалов в студенческой группе. Каждый отдельный материал, включенный в портфолио, датируется.

На первой странице либо титульном листе – «визитной карточке» – указываются личные данные студента (Ф.И.О., фото, год поступления в ВУЗ, курс, факультет, специальность, дисциплина, по которой ведется портфолио).

Затем указываются личные достижения по учебной дисциплине, так называемая «индивидуальная образовательная карта», которая включает: а) самообразование – название прочитанных источников, фиксируется дата и результат; б) уровень знаний и умений по дисциплине – тема контрольной работы или тестирования, дата и полученная оценка; в) участие в мероприятиях (конкурсы, научные семинары и конференции).

Следующий компонент – «отзывы и пожелания» – включает: а) отзывы о своей проделанной работе; б) пожелания о методике преподавания дисциплины преподавателю; в) итоги личной работы по дисциплине.

Важно, чтобы студент проанализировал свою работу, собственные успехи, обобщил и систематизировал достижения, объективно оценил свои возможности и увидел способы преодоления трудностей и достижения более высоких результатов. В этом случае портфолио позволит студенту сформировать адекватную оценку о себе и сделать вывод: «ЧТО я могу сделать и ЧТО я сделал»?

Занятие 7. Феномен «американского превосходства» (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Почему Дж. Сорос критикует внешнеполитический курс президента Дж.У.Буша и «идеологию превосходства», проповедуемую его администрацией?
2. В чем заключается «миссия» США по мнению администрации Буша?
3. Что Сорос понимает под «глобализацией»? Каковы особенности глобальной политической системы?

4. Когда начинает формироваться глобальный капитализм? Каковы предпосылки появления финансовых рынков в историческом прошлом?
5. Почему Сорос считает, что опасно только полагаться на рыночные механизмы?
6. В чем проявляется асимметрия глобальной капиталистической системы?

Литература

Сорос, Дж. Мыльный пузырь американского превосходства / Дж. Сорос. – М., 2004.

Занятие 8. Проблемы реформирования современного общества в работе П.Кеннеди «Вступая в двадцать первый век» (4 часа)

Вопросы для обсуждения

1. Какие противоречия современного социального и экономического развития характеризуют исторический момент перехода к XXI в.? В чем состоит опасность для человечества со стороны глобализации и средств коммуникации? Какие из государств подготовились к вступлению в XXI в. наилучшим образом, и в чем это проявляется?
2. Какие реформы, с точки зрения П. Кеннеди, являются наиважнейшими для развития человеческого сообщества, и в чём состоят трудности реформирования?
3. Почему повышение роли образования является фактором, снижающим возможность реализации катастрофического сценария развития общества?
4. В чём состоит потенциал политики и политического руководства в решении проблем глобализирующегося человеческого сообщества?
5. В чем проявляется неспособность современных государств и сообществ направлять ход социального и экономического развития.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Для диагностики компетенций студентов в рамках промежуточного и итогового контроля по дисциплине специализированный модуль «Философия бизнеса» по выбору в рамках интегрированного модуля «Философия» рекомендуется использовать кейс-технологии, портфолио, презентацию, рефераты.

ВОПРОСЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

1. Понятие «деятельность», её основные компоненты и виды. Экономическая деятельность.
2. Субъекты экономической деятельности. Признаки экономического субъекта. Государство как экономический субъект.
3. Классификация субъектов хозяйствования. Объект экономической деятельности. Производственные отношения.
4. Предпринимательская деятельность. Формы предпринимательства.
5. Предпринимательская и коммерческая деятельность. Торговая деятельность.
6. Новейшие формы современной экономической деятельности.
7. Бизнес как вид экономической деятельности. Классификация участников бизнеса.
8. Основные концепции бизнеса. Функции философии в бизнесе.
9. Происхождение понятия «маркетинг»: основные трактовки. Эволюция маркетинга. Маркетинг как академическая дисциплина.
10. Маркетинг как научная дисциплина. Основные школы маркетинга.
11. Институциональное оформление маркетинга.
12. Сущность и типология маркетинга.
13. Практический маркетинг. Маркетинг как управленческая дисциплина.

14. Концепция совершенствования производства.
 15. Концепция совершенствования товара.
 16. Концепция интенсификации коммерческих усилий.
 17. Концепция «чистого» маркетинга.
 18. Социально-этический маркетинг.
 19. Концепция маркетинг-микс.
 20. Концепция жизненного цикла товара.
 21. Концепция имиджа товара.
 22. Этика бизнеса. Практическая и теоретическая стороны этики бизнеса.
 23. Предмет и проблемы (на макро- и микроуровне) этики бизнеса. Моральные дилеммы субъектов деловых отношений.
 24. Институциональное оформление этики бизнеса.
 25. Исторические предпосылки этики бизнеса (представления античных и средневековых мыслителей о роли нравственных начал в хозяйственной жизни).
 26. Исторические предпосылки этики бизнеса (этика Нового времени и Просвещения; проблема взаимодействия нравственного и экономического в XIX в.)
 27. Парадигма деонтологии и этика утилитаризма.
 28. Этика ответственности. Категорический императив Ханса Йонаса.
 29. Культура дисциплины как ключевой принцип этики бизнеса.
 30. Корпоративная культура, её принципы (по работе Говарда Бехара). ФНЛ.
 31. Основные подходы к феномену рекламы.
 32. Классификация рекламы.
 33. Основные рекламные теории.
 34. КМК. Традиционная и нетрадиционная реклама.
 35. ATL-, BTL-, TTL- рекламы.
 36. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля.
- .

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Средствами диагностики результатов учебной деятельности является: 1. кейс-технология, 2. портфолио, 3. презентация, 4. реферат.

**ПРОТОКОЛ
СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО ИЗУЧАЕМОЙ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*
Социальная философия	Кафедра философии и методологии науки	Предложений нет	Рекомендовать к утверждению учебную программу в представленном варианте Прот. №12 от 26.06.2018 г.

* При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине