**МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ПЛЕВЕН**

**ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ**

**ФАКУЛТЕТ „ОБЩЕСТВЕНО ЗДРАВЕ”**

ОДОБРЯВАМ: ВЛИЗА В СИЛА

Декан на ФОЗ ОТ УЧЕБНАТА 2019/2020 Г.

(Проф. д-р С. Янкуловска, д.м.н.)

**УЧЕБНА ПРОГРАМА**

**ПО**

**„УПРАВЛЕНСКА И БИЗНЕС ЕТИКА”**

# за ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН

#  „МАГИСТЪР”

СПЕЦИАЛНОСТ:

**„ОБЩЕСТВЕНО ЗДРАВЕ И ЗДРАВЕН МЕНИДЖМЪНТ”**

**ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ**

**ПЛЕВЕН**

**2019**

**По учебен план на МУ - Плевен** - задължителна

**Учебен семестър**: Трети

**Хорариум:** 15 часа: 15 часа лекции

**Брой кредити:** 2

**Преподаватели:**

Проф. д-р Силвия Александрова-Янкуловска, дмн

**1. АНОТАЦИЯ:**

Учебната дисциплина “Управленска и бизнес етика” е от блока избираеми дисциплини на специалността „Управление на здравните грижи” образователно-квалифика­ционната степен “Магистър” по чл. 3 на ЕДИ професионално направление „Обществено здраве“.

Бизнес етиката е сравнително нова област на научно познание, която позволява да се осмислят етичните стандарти и да се разрешават моралните конфликти, характерни за сферата на бизнеса. Тя е особено актуална за сферата на здравеопазването, където здравните мениджъри контролират много и различни дейности и специалисти. Същевременно обществото непрекъснато подлага на преценка здравеопазните дейности и това неминуемо влияе на работата на здравните институции и налага необходимостта от разбиране на бизнес етиката и разпознаване на етичните проблеми. Личните морални ценности са само един фактор във вземането на етични решения и са недостатъчни при комплексността на проблемите, пред които се изправя бизнеса.

Обучението по управленска и бизнес етика има за **основна цел** да подпомогне идентифицирането на етичните проблеми в практиката и разпознаването на наличните подходи за разрешаването им. Обучението има и **допълнителни цели** да запознае студентите с подходите за развиване на етично поведение, както и подпомогне справянето им с конфликтите между личните им ценности и ценностите, наложени на работното място.

Учебното съдържание е обособено в следните раздели:

1. Обща бизнес етика – въведение в бизнес етиката; морална отговорност в организациите; интегритет; ценности и морални норми в организациите.
2. Приложна бизнес етика – отговорности към потребителя; отговорности към служителите; управленска етика; организационна етика.

**2. ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ:**

Обу­че­нието по бизнес етика трябва да постигне следните задачи при студентите-магистри по управление на здравните грижи:

1. Студентите **да придобият знания** за:

* Същността, целите, задачите,  принципите на бизнес етиката;
* Дейностите на управленската и бизнес етиката;
* Прилаганите методи и подходи в бизнес етиката.

2. Студентите **да придобият умения** да:

* Решават оптимално възникнали в колектива проблеми;
* Изграждат оптимална работна среда и трудова атмосфера.
* По-ефективно лидерство и управление.

**3. ФОРМИ НА ОБУЧЕНИЕ:**

* Лекции

**4. Методи на обучение:**

* лекционно изложение
* дискусии на казуси
* учебни задачи

 **Ле­к­ционното изложение** е ос­но­вен ме­тод за да­ва­не на но­ви зна­ния по учебната дисциплина. Те се водят с целия курс/поток студенти и се осигуряват от презентационни, пълнотекстови и други нагледни материали. Презентационните материали се представят чрез видеопроектори в лекционни зали. Чрез ле­к­ци­он­ни­те за­ня­тия се ра­зя­с­ня­ват основните понятия в бизнес етиката, въвеждат се основните термини – интегритет, ценности, морални норми, теория на стейкхолдерите и ключовите положения на отговорностите към потребителя и служителя. В лекционния курс се разглежда също спецификата на рекламната дейност в здравеопазването, разработването на нови медикаменти и взаимоотношенията с фармацевтичните фирми, безопасността на нови медицински технологии.

 Разясняване на материала може да се осъществи:

* в аудитория при присъствени занятия,
* на индивидуални консултации,
* във форума по дисциплината в системата за дистанционно обучение,
* чрез други средства за комуникация (скайп, електронна поща).

 **Дискусиите на казуси** са интегрирани в лекционното изложение и в разработеното от проф. Янкуловска учебно помагало. Те подпомагат усвояването на теоретичните концепции и непосредственото им приложение към практически ситуации от по-широката сфера на бизнеса и конкретно в сферата на здравеопазването.

 **Учебните задачи** подпомагат усвояването на теоретичния материал като позволяват на студентите да упражнят конкретни ключови концепции и им дават възможност да усвоят практически умения в прилагането на познанията по бизнес етика. Целта на всяка учебна задача и подходящия момент на изпълнението й спрямо усвояването на теоретичния учебен материал са разяснени в придружителните общи бележки и насоки за подготовка по дисциплината в дистанционната форма на обучение.

* Учебна задача 1 се прилага след преминаване на глава 1 и 5 от учебното пособие и презентации на лекция 1 и 5. Упражнява се прилагането на основните теории в бизнес етиката към класически учебен казус по Фишер и Ловел. Задачата подпомага разбирането на същността на деонтологичните и консеквенциални теории в бизнес етиката.
* Учебна задача 2 упражнява явлението разобличаване в хипотетична забавна ситуация и предлага въпроси за разсъждаване кога разобличаването е допустимо и при каква етична ориентация на служителя е най-вероятно да се случи. Задачата подпомага разбирането на явлението разобличаване и подготвя обучаемите за такива ситуации от професионалната им практика.
* Учебна задача 3 представя казус на взаимоотношения с фармацевтична компания с конкретни въпроси за разсъждение. Задачата развива умения за морално разсъждаване.
* Учебна задача 4 е в сферата на етика на рекламата и изисква от студентите да намерят в заобикалящата ги действителност примери за реклами, които представляват манипулация на потребителя от познавателен тип, манипулация от афективен тип, използване на негативна емоция, реклама към уязвима група потребители и реклама на нездравословен продукт.
* Учебна задача 5 предлага на студентите реален казус от бизнес етиката намерил отражение в известно художествено произведение и изисква от тях да анализират ситуацията чрез приложение на представения в учебното помагало метод за етичен анализ на казуси в бизнес етиката.

**5. ТЕМАТИЧНО РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЧЕБНИЯ МАТЕРИАЛ**

*Табл. 1.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **ТЕМАТИЧЕН ПЛАН НА** **ЛЕКЦИИТЕ ПО „УПРАВЛЕНСКА И БИЗНЕС ЕТИКА“** | **Часове** |
|  | Въведение в бизнес етиката. Морална отговорност в организациите. | 2 |
|  | Интегритет. Ценности и морални норми в организациите. | 2 |
|  | Отговорности към потребителя и служителите. | 2 |
|  | Управленска етика. | 2 |
|  | Организационна етика. | 2 |
|  | Стъпки на етичния анализ в бизнес етиката.  | 2 |
|  | Морални аспекти на рекламата. Бебешкото мляко на „Нестле“.  | 1 |
|  | Разработване на нови медикаменти. Случаят с Талидомида. | 1 |
|  | Безопасност на медицинските технологии. Случаят с диализните мембрани. | 1 |
|  | **ОБЩО** | **15** |

**6. ТЕЗИСИ НА ЛЕКЦИИТЕ ПО „УПРАВЛЕНСКА И БИЗНЕС ЕТИКА”**

1. **Въведение в бизнес етиката. Морална отговорност в организациите. /2 ч./**

Необходимост от изучаване на бизнес етика. Същност и развитие на бизнес етиката. Ползи от бизнес етиката. Отличителни черти и функции на бизнес етиката. Структура на бизнес етиката.

Дефиниция за морална отговорност. Фактори, повлияващи моралната отговорност в организацията. Управление на моралната отговорност. Явлението whistleblowing.

1. **Интегритет. Ценности и морални норми в организациите.** **/2 ч./**

Същност на понятието. Значение на интегритета в корпоративния свят. Морално-етични изисквания към мениджъра. Как може да се насърчи и засили интегритета на служителите? Ценности, добродетели и морални норми. Разлика между ценности и принципи. Морални принципи в бизнес етиката.

1. **Отговорности към потребителя и служителите. /2 ч./**

Права на потребителя. Безопасност на продуктите. Морални аспекти на рекламата.

Права на служителите. Отговорности на мениджъра и служителите.

Механизми на регулиране на етичните стандарти в бизнеса – механизъм на „естествения подбор“, юридически механизми, граждански натиск.

1. **Управленска етика.** **/2 ч./**

Мотивация на персонала. Справяне с организационния стрес.

1. **Организационна етика. /2 ч./**

Същност на организационната етика. Особености на етичното поведение в организацията – личностни фактори за етично поведение в организацията; фактори на социализацията; лични стратегии за вземане на етично решение; организационни фактори (фирмена култура, взаимоотношения, морални конфликти). Стратегия и стилове за справяне с конфликти.

1. **Подходи за етичен анализ в бизнес етиката. Стъпки на етичния анализ. /2 ч./**

Прескриптивен подход. Консеквентен подход. Деонтологичен подход. Ценностен подход.

Основни стъпки – 1)Определяне на основния проблем в казуса; 2)Кои са засегнатите страни? 3)Кои правила и норми са приложими в случая? 4)Какви аргументи могат да бъдат изтъкнати? 5)Какво е заключението? 6)Ще бъде ли подкрепено заключението?

1. **Морални аспекти на рекламата. Бебешкото мляко на „Нестле“. /1 ч./**

Рекламата в социално-етична перспектива. Специфика и етика на рекламата в областта на медицината. Представяне и анализ на казуса с адаптираното бебешко мляко. Реклама на продукти, носещи вреда или предизвикващи зависимост.

1. **Разработване на нови медикаменти. Случаят с Талидомида. /1 ч./**

Фази на разработване на нови медикаменти. Взаимоотношения фармацевтични компании-клинична практика. Представяне и анализ на Случая с Талидомида.

1. **Безопасност на медицинските технологии. /1 ч./**

**7. МЕТОДИ ЗА КОНТРОЛ:**

**7.1. ТЕКУЩ КОНТРОЛ:**

Текущият контрол включва полагане на тестове за самоподготовка в ЕСДО. Всеки студент има право на пет теста като в системата се регистрира най-високата постигната оценка. Всеки тест се генерира от системата в момента на започването му и включва 30 въпроса от затворен тип. Времето за решаване на теста е предварително зададено на 30 минути. За успешно преминаване студентът трябва да даде минимум 60% верни отговори. Всеки верен отговор над поставената бариера носи по 0,25 към оценката.

**7.2. ЗАКЛЮЧИТЕЛЕН КОНТРОЛ:**

Изпитът по управленска и бизнес етика е писмен под формата на тест от 30 въпроса и се полага в ЕСДО в определената по график изпитна дата на место в компютърната зала на Факултет „Обществено здраве“. Всеки студент полага уникално генериран от базата с въпроси тест. Всеки тест се генерира от системата в момента на започването му и включва 30 въпроса от затворен тип. Времето за решаване на теста е предварително зададено на 30 минути. За успешно преминаване студентът трябва да даде минимум 60% верни отговори. Всеки верен отговор над поставената бариера носи по 0,25 към оценката.

**7.3. ФОРМИРАНЕ НА КРАЙНА ОЦЕНКА:**

Крайната изпитна оценка се изчислява по формулата:

**Крайна изпитна оценка = 0,2 х текущ контрол + 0,8 х оценка от тест,**

при условие, че оценките от текущия контрол и теста са различни от слаб (2).

Крайната оценка е по шестобалната система и се закръглява с точност до единица и се вписва в учебната документация.

**8. СИСТЕМА ЗА НАБИРАНЕ НА КРЕДИТИ:**

Общ брой кредити: **2**

Сумарната кредитна оценка се формира от:

* Кредити от присъствие на лекции
* Кредити от решаване на учебни задачи
* Кредити от самостоятелна подготовка за текущ контрол
* Кредити от самостоятелна подготовка за семестриален изпит

**9. Изпитен конспект:**

1. **Въведение в бизнес етиката.**Същност и развитие на бизнес етиката. Ползи от бизнес етиката. Отличителни черти и функции на бизнес етиката. Структура на бизнес етиката.
2. **Морална отговорност в организациите.** Дефиниция за морална отговорност. Фактори, повлияващи моралната отговорност в организацията. Управление на моралната отговорност. Явлението whistleblowing.
3. **Интегритет.** Същност на понятието. Значение на интегритета.
4. Морално-етични изисквания към мениджъра.
5. **Ценности и морални норми в организациите.**Ценности, добродетели и морални норми. Разлика между ценности и принципи. Морални принципи в бизнес етиката.
6. **Отговорности към потребителя.** Права на потребителя. Безопасност на продуктите.
7. **Морални аспекти на рекламата.** Рекламата в социално-етична перспектива. Специфика и етика на рекламата в областта на медицината. Реклама на продукти, носещи вреда или предизвикващи зависимост.
8. Права и отговорности на служителите. Отговорности на мениджъра.
9. Механизми на регулиране на етичните стандарти в бизнеса – механизъм на „естествения подбор“, юридически механизми, граждански натиск.
10. **Управленска етика.** Мотивация на персонала.
11. **Управленска етика.** Справяне с организационния стрес.
12. **Организационна етика.** Същност на организационната етика. Личностни фактори за етично поведение в организацията. Фактори на социализацията. Лични стратегии за вземане на етично решение.
13. **Организационна етика.** Организационни фактори (фирмена култура, взаимоотношения, морални конфликти). Стратегия и стилове за справяне с конфликти.

**10. Препоръчвана литература:**

* 1. Александрова-Янкуловска, С. Управленска и бизнес етика. Издателски център на МУ-Плевен, 2014 – в електронен вариант в сайта на системата за ДО при МУ-Плевен
	2. Презентации по учебната дисциплина – сайт на системата за ДО при МУ – Плевен.
	3. Александрова-Янкуловска, С. Компендиум по бизнес етика. Издателски център на МУ-Плевен, 2014, стр.151.

**11. АВТОР НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА:**

Проф. д-р Силвия Александрова-Янкуловска, магистър по медицина, доктор на медицинските науки, магистър по биоетика

Учебната програмата е разгледана на катедрен съвет на катедра „Общественоздравни науки“, приета е на заседание на Програмния съвет на Факултет Обществено здраве и е утвърдена от факултетен съвет на факултет „Обществено здраве“.