

Unternehmensethik

Advanced Business Ethics

88-021-ETH20-H | **Veranstaltungsnummer**

MASTER | **Abschluss des Studiengangs**

Sommer | **Semester**

Vorlesung mit Übung | **Kurstyp**

4 SWS | **Unterrichtsstunden**

5 CP | **Leistungspunkte**

Englisch | **Sprache**

Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik | **Lehrstuhl**

Prof. Dr. André Habisch / Cristian R. Loza Aduai | **Referent**

Kompetenzen

- Studierende des Kurses erlernen einen sachgerechten und kritischen Umgang mit grundlegenden Begriffen der Unternehmensethik. Sie richtet sich speziell an Studierende mit geringen Vorkenntnissen aus dem BA.
- Sie entwickeln ein Verständnis für die übergreifenden Zusammenhänge verschiedener Dimensionen verantwortlichen unternehmerischen Handelns im Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen.
- Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden zudem über Grundkenntnisse von Konzepten wie Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, Sustainability etc.
- Zur Erarbeitung dieser Kompetenzen soll die begleitende Übung wesentlich beitragen. In der Übung besteht deshalb Anwesenheitspflicht.

Kursinhalt

- Unternehmensethik als Disziplin angewandter Ethik: Begriffe, Paradigmen, Ansatzpunkte
- Unternehmen als Akteure und Resultat gesellschaftlicher Modernisierung: sozialwissenschaftliche Perspektiven
- Einzelwirtschaftliches Handeln und Dilemmasituationen in der Marktwirtschaft
- Unternehmen und unternehmerische Verantwortung im Kontext der Globalisierung
- Handlungsfelder verantwortlichen Unternehmenshandelns: CSR, Markenmanagement, Qualitätsmanagement, Beruf & Familie, Nachhaltigkeitsmanagement, gesellschaftliches Engagement (Corporate Citizenship), CSR Kommunikation und Nachhaltigkeitsberichterstattung

Lehrmethoden

- Vorlesung
- Übung
- Diskussionen
- Fallstudien
- Kurzreferate
- Hausaufgaben
- Gastdozent

Prüfungsmodalitäten

- Klausur (100 %)

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

Die Veranstaltung wird durch eine Klausur abgeschlossen, die Multiple Choice wie auch Textfragen enthält. In der begleitenden Übung werden Fallstudien bearbeitet und Kurzpräsentationen gehalten. In der Übung besteht deshalb Anwesenheitspflicht.

Durchschnittlicher Arbeitsaufwand

+ Vorlesungsstunden	= 44 Stunden
+ Zeit für Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung	
100% der Lehrveranstaltung	= 44 Stunden
+ Zeit für Klausurvorbereitung und ggf. Kurzreferate	= 44 Stunden
= Durchschnittlicher Arbeitsaufwand	= 132 Stunden

Vorkenntnisse

- Keine oder geringe Vorkenntnisse aus dem BA Studium

Literatur

- Backhaus-Maul, H; Biedermann, C; Nährlich, S. & Polterauer, J. (Eds.) (2010) Corporate Citizenship in Deutschland. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven, 2. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Crane, A. & Matten, D. (2010) Business ethics. Third Edition. Oxford: Oxford University Press.
- Gazdar, K.; Habisch, A., Kirchhoff, K.R. & Vaseghi, S. (Eds.) (2006) Erfolgsfaktor Verantwortung. Corporate Social Responsibility professionell managen, Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A.; Schmidpeter, R. & Neuereiter, M. (Eds.) (2008) Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für manager, Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A; Jonker, J.; Wegner, M. & Schmidpeter, R. (Eds.) (2005) Corporate Social Responsibility Across Europe. Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship. Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A.; Loza Adauí, C. (2012) Entrepreneurial Spirit and the Role of Gratuitousness for Innovation, in D. Melé & C. Dierksmeier (Eds.) Human Development in Business: Values and Humanistic Management in the Encyclical Caritas in Veritate, Hampshire: Palgrave Macmillan, pp. 217-236.
- Habisch, A.; Loza Adauí, C. (2013) Unentgeltlichkeit als Kategorie Sozialen Handelns: Gesellschaftlichen Engagement nach "Caritas in Veritate", in J. Althammer (Ed.) Caritas in Veritate: Katholische Soziallehre im Zeitalter der Globalisierung, Berlin: Duncker & Humblot, pp. 173-188.
- Koths, G.; Holl, F. (2012) Verantwortungsvoller Konsum – Ein Problem asymmetrisch verteilter Information? in A. Schneider & R. Schmidpeter (Eds.) Corporate Social Responsibility, Berlin: Springer, pp. 663-679.
- McLean, B.; Elkind, P. (2004) The smartest guys in the room: The amazing rise and scandalous fall of ENRON, New York: Penguin.
- Melé, D. (2009) Business ethics in action. Seeking human excellence in organizations. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Melé, D. (2012) Management ethics. Placing ethics at the core of good management. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Painter-Morland, M. & ten Bos, R., (Eds.) (2011) Business ethics and continental philosophy, Cambridge: Cambridge University Press.
- Schneider, A. & Schmidpeter, R. (Eds.) Corporate Social Responsibility, Berlin: Springer.
- Spence, L.; Habisch, A. & Schmidpeter, R. (2004) Responsibility and Social Capital. The World of Small and Medium Sized Enterprises, Chippingham-New York: Palgrave Macmillan.
- Visser, W & Tolhurst, N (Eds.) (2010) The World Guide to CSR. A Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility, Sheffield: Greenleaf.

Advanced Business Ethics

Unternehmensethik

Course Number | 88-021-ETH20-H

Degree | Master

Semester | summer term

Type of Course | Lecture and Tutorial

Contact Hours | 4 hours per week

Number of Credits | 5 cp

Language | English

Chair | Christian Social Ethics and Social Policy

Lecturer | Prof. Dr. André Habisch, Cristian R. Loza Adauí

Learning outcomes

- Students of this course learn a proper and critical approach to basic concepts of business ethics. The course aims specifically at students with limited ethical knowledge from previous courses.
- You will develop an understanding of different dimensions of responsible corporate behaviour in the context of social developments.
- After completing the course, students also possess basic knowledge of concepts such as corporate social responsibility, corporate citizenship, sustainability, etc.
- In order to develop these skills, the accompanying exercises will contribute significantly. Participation in the exercise therefore is obligatory.

Course Content

- Business ethics as a discipline of applied ethics: concepts, paradigms, approaches.
- Companies as promoters and result of social modernization: sociological perspectives.
- Corporate action and dilemmas in the market economy.
- Business and corporate responsibility in the context of globalization.
- Areas of responsible corporate action: CSR, brand management, quality management, Work & Family, sustainability management, community involvement (Corporate Citizenship), CSR communication and sustainability reporting.

Teaching Methods

- Lectures
- Practical exercises
- Discussions
- Case Studies
- Short presentations
- Homework
- Guest lecturer

Grading

- Exam (100 %)

Assessment criteria in detail

The course concludes with a written examination that includes multiple choice as well as essay questions. In the accompanying tutorial case studies will be processed and short presentations held. Therefore participation in the tutorial and exercise sessions is obligatory.

Average Workload

Lecture

= 44 hours

+ Preparation and follow-up of the course	
100% of the course	= 44 hours
+ Time for exam preparation and, if short presentations	= 44 hours
= Average Workload	= 132 hours

Prerequisites

- No or limited ethical knowledge is required from earlier courses.

Readings

- Backhaus-Maul, H; Biedermann, C; Nährlich, S. & Polterauer, J. (Eds.) (2010) Corporate Citizenship in Deutschland. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven, 2. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Crane, A. & Matten, D. (2010) Business ethics. Third Edition. Oxford: Oxford University Press.
- Gazdar, K.; Habisch, A., Kirchhoff, K.R. & Vaseghi, S. (Eds.) (2006) Erfolgsfaktor Verantwortung. Corporate Social Responsibility professionell managen, Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A.; Schmidpeter, R. & Neuereiter, M. (Eds.) (2008) Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für manager, Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A; Jonker, J.; Wegner, M. & Schmidpeter, R. (Eds.) (2005) Corporate Social Responsibility Across Europe. Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship. Berlin-Heidelberg: Springer.
- Habisch, A.; Loza Adauí, C. (2012) Entrepreneurial Spirit and the Role of Gratuitousness for Innovation, in D. Melé & C. Dierksmeier (Eds.) Human Development in Business: Values and Humanistic Management in the Encyclical Caritas in Veritate, Hampshire: Palgrave Macmillan, pp. 217-236.
- Habisch, A.; Loza Adauí, C. (2013) Unentgeltlichkeit als Kategorie Sozialen Handelns: Gesellschaftlichen Engagement nach "Caritas in Veritate", in J. Althammer (Ed.) Caritas in Veritate: Katholische Soziallehre im Zeitalter der Globalisierung, Berlin: Duncker & Humblot, pp. 173-188.
- Koths, G.; Holl, F. (2012) Verantwortungsvoller Konsum – Ein Problem asymmetrisch verteilter Information? in A. Schneider & R. Schmidpeter (Eds.) Corporate Social Responsibility, Berlin: Springer, pp. 663-679.
- McLean, B.; Elkind, P. (2004) The smartest guys in the room: The amazing rise and scandalous fall of ENRON, New York: Penguin.
- Melé, D. (2009) Business ethics in action. Seeking human excellence in organizations. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Melé, D. (2012) Management ethics. Placing ethics at the core of good management. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Painter-Morland, M. & ten Bos, R., (Eds.) (2011) Business ethics and continental philosophy, Cambridge: Cambridge University Press.
- Schneider, A. & Schmidpeter, R. (Eds.) Corporate Social Responsibility, Berlin: Springer.
- Spence, L.; Habisch, A. & Schmidpeter, R. (2004) Responsibility and Social Capital. The World of Small and Medium Sized Enterprises, Chippingham-New York: Palgrave Macmillan.
- Visser, W & Tolhurst, N (Eds.) (2010) The World Guide to CSR. A Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility, Sheffield: Greenleaf.