

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Tên học phần: Đạo đức kinh doanh và Văn hoá doanh nghiệp (Business ethics and corporate culture)

- Mã số học phần: KT206
- Số tín chỉ học phần: 2 tín chỉ
- Số tiết học phần: 30 tiết lý thuyết, 60 tiết tự học.

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- Bộ môn: Quản trị kinh doanh
- Khoa: Kinh tế

3. Điều kiện:

- Điều kiện tiên quyết: không
- Điều kiện song hành: không

4. Mục tiêu của học phần:

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về đạo đức kinh doanh và văn hoá doanh nghiệp. Cụ thể là khái niệm về đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội và các hành vi chuẩn mực phù hợp với đạo đức trong kinh doanh; khái niệm về văn hoá doanh nghiệp, vai trò và các thành phần của văn hoá doanh nghiệp; cách thức xây dựng và duy trì văn hoá doanh nghiệp; mối liên hệ giữa văn hoá doanh nghiệp và các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp; các mô hình văn hoá doanh nghiệp tiêu biểu.

Mục tiêu	Nội dung mục tiêu	CĐR CTĐT
4.1	Kiến thức về các quy trình, nghiệp vụ liên quan đến văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh	2.1.3a,b
4.2	Khả năng phân tích, đánh giá và xây dựng cũng như triển khai thực hiện các công việc liên quan đến đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp.	2.2.1.a
4.3	Kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng lãnh đạo	2.2.2a
4.4	Trách nhiệm và chuẩn xác với công việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp và đạo đức trong kinh doanh	2.3a,b

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

CĐR HP	Nội dung chuẩn đầu ra	Mục tiêu	CĐR CTĐT
	Kiến thức		
CO1	Hiểu được về văn hoá doanh nghiệp, các cấp độ của văn hoá	4.1	2.1.3a,b

	doanh nghiệp, vai trò của văn hoá doanh nghiệp trong việc hình thành và phát triển của doanh nghiệp, khái niệm về đạo đức trong kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.		
CO2	Hiểu được các yếu tố tác động đến văn hoá doanh nghiệp bao gồm văn hoá quốc gia, văn hoá của người lãnh đạo, ảnh hưởng của ngành nghề kinh doanh đến văn hoá doanh nghiệp.	4.1	2.1.3a,b
CO3	Phân tích được các giai đoạn hình thành và quá trình thay đổi của văn hoá doanh nghiệp cũng như các phương pháp thay đổi văn hoá doanh nghiệp.	4.1	2.1.3a,b
CO4	Ứng dụng được kiến thức về văn hoá ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp, trong xây dựng và phát triển thương hiệu, văn hoá trong hoạt động marketing, trong đàm phán và thương lượng, trong định hướng với khách hàng.	4.1	2.1.3a,b
	Kỹ năng		
CO5	Nâng cao kỹ năng giải quyết các vấn đề trong thực tế trong tổ chức thông qua việc giải quyết các bài tập tình huống.	4.2	2.2.1.a
CO6	Hoàn thiện và nâng cao kỹ năng làm việc nhóm và giao tiếp tốt với mọi người cũng như kỹ năng thuyết trình.	4.3	2.2.2a
CO7	Vận dụng được các kỹ năng tổng hợp và phân tích thông tin để ra quyết định trong kinh doanh.	4.3	2.2.2a
	Mức độ tự chủ và trách nhiệm		
CO8	Phản ứng phù hợp trước những hành vi ứng xử không đúng chuẩn mực trong kinh doanh giữa tổ chức và các bên liên quan.	4.4	2.3b
CO9	Luôn ý thức về văn hoá doanh nghiệp và đạo đức trong kinh doanh	4.4	2.3a
CO10	Tích cực trong làm việc nhóm trong tổ chức.	4.4	2.3a,b
CO11	Ý thức, trách nhiệm đối với công việc được giao trong tổ chức.	4.4	2.3a,b

6. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Các nội dung chính được giảng dạy trong học phần này gồm các kiến thức liên quan đến đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội cũng như là văn hoá doanh nghiệp và các yếu tố tác động đến văn hoá doanh nghiệp. Bên cạnh đó, sinh viên cũng được giới thiệu cách thức xây dựng và duy trì văn hoá doanh nghiệp, tìm hiểu các biểu hiện văn hoá trong các hoạt động kinh doanh và các dạng văn hoá doanh nghiệp tiêu biểu.

7. Cấu trúc nội dung học phần:

7.1. Lý thuyết

	Nội dung	Số tiết	CĐR HP
Chương 1.	Đạo đức trong kinh doanh	4	
1.1.	Khái niệm về đạo đức		CO1

	Nội dung	Số tiết	CDR HP
1.2.	Khái niệm về đạo đức kinh doanh		CO1, CO9
1.3.	Vai trò của đạo đức kinh doanh đối với doanh nghiệp		CO1, CO9
1.4.	Các triết lý cơ bản vận dụng trong đạo đức kinh doanh		CO1, CO4
Chương 2.	Các khía cạnh thể hiện đạo đức trong kinh doanh và Trách nhiệm xã hội	4	
2.1.	Các khía cạnh thể hiện đạo đức trong kinh doanh.		CO5, CO6, CO8, CO10
2.2.	Xây dựng đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp		CO4, CO7, CO8
2.3.	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp		CO1, CO9, CO11
Chương 3.	Giới thiệu tổng quan về văn hóa doanh nghiệp	4	
3.1.	Khái niệm về văn hóa		CO1
3.2.	Khái niệm doanh nghiệp		CO1
3.3.	Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp		CO1
3.4.	Các cấp độ của văn hóa doanh nghiệp		CO1, CO6, CO10
3.5.	Vai trò của văn hóa doanh nghiệp trong việc hình thành và phát triển của doanh nghiệp		CO2, CO9
Chương 4.	Các yếu tố tác động đến văn hóa doanh nghiệp	4	
4.1.	Ảnh hưởng của văn hóa quốc gia đến văn hóa doanh nghiệp		CO2, CO4, CO5
4.2.	Ảnh hưởng của nhà lãnh đạo đến văn hóa doanh nghiệp		CO2, CO4
4.3.	Ảnh hưởng của chủ thể và loại hình kinh doanh đến văn hóa doanh nghiệp		CO2
Chương 5.	Các dạng văn hóa doanh nghiệp	2	
5.1.	Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Harrison/Handy		CO2, CO4
5.2.	Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Deal và Kennedy		CO2, CO4
5.3.	Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Scholz		CO1, CO4
5.4.	Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Denison		CO1, CO4
5.5.	Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Daft		CO2, CO4
5.6.	Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Cameron và Quinn		CO1, CO2
Chương 6.	Xây dựng và duy trì văn hóa doanh nghiệp	6	
6.1.	Phân tích các giai đoạn hình thành văn hóa doanh nghiệp		CO3
6.2.	Quy trình xây dựng và thay đổi văn hóa doanh nghiệp		CO3, CO4

	Nội dung	Số tiết	CĐR HP
6.3.	Các phương pháp duy trì văn hóa doanh nghiệp		CO3, CO4
6.4.	Triển khai văn hóa doanh nghiệp		CO4, CO9
Chương 7.	Văn hóa trong các hoạt động kinh doanh	6	
7.1.	Văn hóa ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp		CO4, CO6, CO9, CO11
7.2.	Văn hóa trong xây dựng và phát triển thương hiệu		CO4, CO5, CO9
7.3.	Văn hóa trong hoạt động Marketing		CO4, CO7
7.4.	Văn hóa ứng xử trong đàm phán và thương lượng		CO4, CO7
7.5.	Văn hóa trong định hướng với khách hàng		CO4, CO7

7.2. Thực hành: không có

8. Phương pháp giảng dạy:

- Phương pháp thuyết trình: Diễn giải các kiến thức mới cho sinh viên.
- Phương pháp thảo luận: Thảo luận nhóm theo sự hướng dẫn của giáo viên.
- Hướng dẫn sinh viên học tập bằng tìm tòi, tra cứu thông tin: Cung cấp công thức, cách thức để sinh viên tự thu thập số liệu cần thiết, có thể tư duy và tự học.
- Phương pháp hỏi đáp: Kết hợp đặt các câu hỏi mở, câu hỏi cho kiến thức mới với các câu hỏi ôn tập các kiến thức đã học.
- Phương pháp thuyết trình nhóm: Chia nhóm để làm bài tập nhóm (mỗi nhóm từ 5 - 8 sinh viên). Cho các nhóm thảo luận để chuẩn bị cho bài tập nhóm và báo cáo trên lớp. Mỗi nhóm sẽ có 2 thành viên thuyết trình (do Giảng viên chọn), các thành viên còn lại sẽ trả lời các câu hỏi của giáo viên và các nhóm khác.

9. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 80% số tiết học lý thuyết.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/ bài tập và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự thi kết thúc học phần.
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

10. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên:

10.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	CĐR HP
1	Điểm chuyên cần	- Tham gia lớp học đầy đủ và tích cực hoạt động trên lớp	10%	CO1, CO4, CO5, CO10,
2	Điểm bài tập nhóm	- Hoàn thành tốt bài tập nhóm bao gồm nội dung, báo cáo và phản biện.	30%	CO2, CO3, CO6, CO7, CO9, CO8, CO10, CO11
3	Điểm thi kết thúc học phần	- Thi trắc nghiệm hoặc tự luận. - Tham dự đủ 80% tiết lý thuyết.	60%	CO1, CO2, CO3, CO4 CO5, CO8,

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	CĐR HP
		- Bắt buộc dự thi		CO9

10.2. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.
- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó chuyển thành điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định về công tác học vụ của Trường.

11. Tài liệu giảng dạy:

Thông tin về tài liệu	Số đăng ký cá biệt
[1] Giáo trình đạo đức Kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp / Châu Thị Lệ Duyên (Chủ biên), Huỳnh Hữu Thọ, Ong Quốc Cường, Nguyễn Minh Cảnh, Ngô Mỹ Trân, Nguyễn Phạm Tuyết Anh, Lê Trung Ngọc Phát.- Cần Thơ: Nxb. Đại học Cần Thơ, 2021.- vi, 191 tr.: minh họa; 24 cm, 9786049654978.- 174.4/ D527	MOL.091369, MOL.091366, MON.065560, MOL.091368, MOL.091367
[2] Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp / Nguyễn Mạnh Quân.- Thành phố Hồ Chí Minh: Đại học Kinh tế quốc dân, 2007.- 538 tr.: minh họa; 21 cm.- 174/ Qu121	MOL.085430, MOL.085434
[3] Đạo đức kinh doanh & văn hóa doanh nghiệp / Luật gia Phạm Quốc Toàn.- Hà Nội: Lao động - Xã hội, 2007.- 514 tr.; 21 cm.- 174.4/ T406	MOL.057578, MON.035927, MOL.057579
[4] Văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số = Culture hacker / Shane Green ; Mai Lan dịch = Culture hacker.- Hà Nội: Lao động, 2018.- 415 tr.; 21 cm, 9786049716171.- 658.3/ G795	MOL.089277, MOL.089276, MON.062881

12. Hướng dẫn sinh viên tự học:

Tuần	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
1	Chương 1: Đạo đức trong kinh doanh 1.1. Khái niệm đạo đức 1.2. Khái niệm về đạo đức kinh doanh	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung từ mục 1.1 đến 1.2 Chương 1 + Tham khảo thêm nội dung chương 1, 2 trong tài liệu [2]
2	1.3. Vai trò của đạo đức kinh doanh đối với doanh nghiệp 1.4. Các triết lý cơ bản vận dụng trong đạo đức kinh doanh	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung từ mục 1.3 đến 1.4 Chương 1 + Giải quyết tình huống cuối chương 1
3	Chương 2: Các khía cạnh thể hiện đạo đức trong kinh doanh và Trách nhiệm xã hội 2.1. Các khía cạnh thể hiện đạo đức trong kinh doanh.	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung từ mục 2.1 đến 2.2 Chương 2 + Bài tập nhóm: Tìm hiểu và thảo luận về một vài hành vi

Tuần	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
				vi phạm đạo đức kinh doanh của một số doanh nghiệp.
4	2.2. Xây dựng đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp 2.3. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung 2.3 Chương 2 + Tham khảo thêm nội dung chương 4 trong tài liệu [2] + Giải quyết tình huống cuối chương 2
5	Chương 3: Giới thiệu tổng quan về văn hóa doanh nghiệp 3.1. Khái niệm về văn hóa 3.2. Khái niệm doanh nghiệp 3.3. Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung từ mục 3.1 đến 3.3 Chương 3 + Tham khảo thêm nội dung chương 5 trong tài liệu [2]
6	3.4. Các cấp độ của văn hóa doanh nghiệp 3.5. Vai trò của văn hóa doanh nghiệp trong việc hình thành và phát triển của doanh nghiệp	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung từ mục 3.4 đến 3.5 Chương 3 + Bài tập nhóm: Tìm hiểu các biểu hiện văn hóa đặc trưng của một doanh nghiệp bất kỳ.
7	Chương 4: Các yếu tố tác động đến văn hóa doanh nghiệp 4.1. Ảnh hưởng của văn hóa quốc gia đến văn hóa doanh nghiệp	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung mục 4.1 Chương 4 + Tham khảo thêm nội dung chương 4 trong tài liệu [3]
8	4.2. Ảnh hưởng của nhà lãnh đạo đến văn hóa doanh nghiệp 4.3 Ảnh hưởng của chủ thể và loại hình kinh doanh đến văn hóa doanh nghiệp	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung từ mục 4.2 đến 4.3 Chương 4 + Giải quyết tình huống cuối chương 4
9	Chương 5: Các dạng văn hóa doanh nghiệp 5.1. Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Harrison/Handy 5.2. Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Deal và Kennedy 5.3. Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Scholz 5.4. Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Denison 5.5. Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Daft 5.6. Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Cameron và Quinn	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung từ mục 5.1 đến 5.6 Chương 5 + Tham khảo thêm nội dung chương 5 trong tài liệu [2]
10	Chương 6: Xây dựng và duy trì văn hóa doanh nghiệp 6.1. Phân tích các giai đoạn hình thành văn hóa doanh nghiệp 6.2. Quy trình xây dựng và thay đổi	2		-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung từ mục 6.1 đến 6.2 Chương 6 + Tham khảo thêm nội dung chương 5 trong tài liệu [2]

Tuần	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
	văn hóa doanh nghiệp			
11	6.3. Các phương pháp duy trì văn hóa doanh nghiệp	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung mục 6.3 Chương 6
12	6.4. Triển khai văn hóa doanh nghiệp	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung mục 6.4 Chương 6 + Giải quyết tình huống cuối chương 6
13	Chương 7: Văn hóa trong các hoạt động kinh doanh 7.1. Văn hóa ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung mục 7.1 Chương 7 + Tham khảo thêm nội dung tài liệu [4]
14	7.2. Văn hóa trong xây dựng và phát triển thương hiệu 7.3. Văn hóa trong hoạt động Marketing	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung mục 7.2 đến 7.3 Chương 7
15	7.4. Văn hóa ứng xử trong đàm phán và thương lượng 7.5. Văn hóa trong định hướng với khách hàng	2	0	-Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1]: Nội dung mục 7.4 đến 7.5 Chương 7 + Giải quyết tình huống cuối chương 7
16	Thi kết thúc học phần.			Xem lại toàn bộ nội dung đã được học.

Cần Thơ, ngày 01 tháng 09 năm 2022

TRƯỞNG BỘ MÔN



Lê Tấn Nghiêm