

Formular për SYLLABUS të lëndës

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Ekonomik
Titulli i lëndës:	Etika ne biznesi
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Zgjedhore
Viti i studimeve:	Viti i dytë – semestri i katërt
Numri i orëve në javë:	2+0
Vlera në kredi – ECTS:	4
Koha / lokacioni:	Fakulteti Ekonomik, Universiteti i Prishtinës “Hasan Prishtina”
Mësimdhënësi i lëndës:	Gentrit Berisha
Detajet kontaktuese:	gentrit.berisha@uni-pr.edu
Përshkrimi i lëndës:	
	<p>Kjo lëndë prezanton çështjet etike bashkëkohore dhe kontraverse me të cilat ballafaqohet komuniteti i biznesit. Temat përfshijnë arsyetimin moral, dilemat morale, ligjin dhe moralin, barazinë, drejtësinë dhe paanësinë, standardet etike dhe zhvillimin moral. Vendimmarrja etike është diskutuar tërësisht për të përmirësuar ndërgjegjësimin e çështjeve etike që faksojnë individët në kontekstin e biznesit. Analiza e palëve të interesit është prezantuar për të siguruar pasqyrë në dinamikën e marrëdhënieve dhe çështjeve dhe dilemave etike. Etika në marketing diskutohet në mënyrë fenomenologjike dhe kritike për t'i mësuar problemet qenësore etike që dalin në raportin me klientin në marrëdhënie të drejtpërdrejtë shitës-blerës dhe në promovimin e produkteve përmes mediave.</p> <p>Pas përfundimit, studentët duhet të jenë në gjendje të demonstrojnë një kuptim të përgjegjësive dhe detyrimeve të tyre morale si anëtarë të fuqisë punëtore dhe shoqërisë.</p>
Qëllimet e lëndës:	<p>Etika në biznes pajis studentët me njohuri dhe vegla për të kuptuar më mirë çështjet etike në biznes. Qëllimet kryesore të kësaj lënde përfshijnë: identifikimin e shqetësimeve të palëve të interesuara me sjelljen e biznesit, kuptimin e niveleve të përgjegjësisë sociale, identifikimin e faktorëve individualë dhe organizativë që ndikojnë në arsyetimin etik, dhe ofrimin e mjeteve për të përmirësuar vendimmarrjen etike.</p>

Rezultatet e pritura të nxënies:	Studentët që ndjekin këtë lëndë do të mësojnë të: <ul style="list-style-type: none"> • identifikojnë çështjet morale që aktiviteti i biznesit krijon, në mënyrë specifike dallimin mes vlerave etike dhe të llojeve të tjera; • njohin konsideratat etike dhe vlerat relevante për aktivitetin e biznesit; • kuptojnë rëndësinë e sjelljes etike në biznes; • zbatojnë arsyetimin moral për situata specifike në kontekstin e biznesit; • vlerësojnë etikën e vendimeve të veçanta të biznesit dhe praktikave të përgjithshme në biznes • kryejë analiza të palëve të interesuara • kuptojnë dhe vlerësojnë kodet e etikës • t'i njohin diferencat kulturore dhe kombëtare të lidhura me etikën • t'i njohin problemet etike në marketing 		
Kontributi në ngarkesën e studentit (gjë që duhet të korrespondojë me rezultatet e të nxënit të studentit)			
Aktiviteti	Orë	Ditë/javë	Gjithsej
Ligjërata	15	2	30
Ushtrime teorike/laboratorike	1	15	15
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	5	1	5
Ushtrime në terren	1	2	2
Kollokfiume,seminare	2	1	2
Detyra të shtëpisë	5	1	5
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	3	13	39
Përgatitja përfundimtare për provim			
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	1	1	1
Projektet,prezentimet etj	1	1	1
Totali			100
Metodologjia e mësimdhënies:	Procesi i mësimdhënies organizohet nëpërmjet ligjëratave, duke zbatuar diskutime interaktive - biseda, ushtrime praktike në grupe dhe detyra shtëpie. Studentët punojnë në grupe për të analizuar dhe diskutuar raste studimore të lidhura me etikën në biznes. Studentëve u kërkohet të përgatisin raport ekzekutiv nga publikimet e Harvard Business Review për çështjet etike në organizata.		
Metodat e vlerësimit:	Testi 1 = 45%;		

	Testi 2 = 45%. Prezantimet seminarike = 10% Në rast se studenti dështon të kaloj lëndën përmes ndërtimit të notës, ai/ajo duhet t'i nënshtrohet privimit final (kriteri për kalim = së paku 51%).
Literatura	
Literatura bazë:	Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases; Ferrel, Fraedrich dhe Ferrel, Cenage Learning, 2015
Literatura shtesë:	Ethics in Marketing; Botimi i dytë; Patrick E. Murphy, Gene R. Laczniak dhe Fiona Harris; Routledge; 2016 Business Ethics now; Andrew Ghillyer, The McGraw-Hill, 2012

Plani i dizajnuar i mësimit:	
Java	Ligjërata që do të zhvillohet
Java e parë:	Hyrje në etikën e biznesit
Java e dytë:	Etika e biznesit në një botë në ndryshim
Java e tretë:	Institucionalizimi i Etikës së Biznesit
Java e katërtë:	Morali, Etika dhe Ligjo
Java e pestë:	Analiza e palëve të interesuara
Java e gjashtë:	Testi i parë
Java e shtatë:	Pëgjegjësia sociale
Java e tetë:	Vendimmarrja etike
Java e nëntë:	Faktorët individualë dhe organizativ në etikën e biznesit
Java e dhjetë:	Etika e biznesit në një kontekst ndërkombëtar
Java e njëmbëdhjetë:	Kodet e etikës
Java e dymbëdhjetë:	Etika në marketing
Java e trembëdhjetë:	Problemet etike në reklama
Java e katërbëdhjetë:	Prezantimi i seminareve
Java e pesëmbëdhjetë:	Testi i dytë

Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:
<p>Bartësi i lëndës zotohet për përmbajtje me përpikmëri të deklarimeve në syllabus, përmbushje me rigorozitet të standardeve më të larta të sjelljes etike në kushte të klasës dhe në orët e kontaktit. Studentëve u garantohet e drejta e fjalës, e drejta e opinionit ndryshe, e drejta për të shprehur pakënaqësi dhe për kërkim llogarie. Prej studentëve pritet respektimi i orarit, mbajtja e disiplinës përgjatë orëve dhe përmbushja e kodit të nderit në ligjërata, ushtrime dhe teste.</p>