



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Organizacijų socialinė atsakomybė (OSA) ir etika	

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: Dokt. Marija Norvaišaitė	Ekonomikos ir verslo administravimo fakultetas Saulėtekio al. 9, II rūmai, LT 10222 Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Privalomasis

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinė	Rudens semestras	Lietuvių kalba

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: Nėra	Gretutiniai reikalavimai (jei yra): Nėra

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	48	82

Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos
<p>Šiuo dalyku siekiama, kad studentai/-ės gebėtų analizuoti ir (įsi)vertinti organizacijų ir individų elgesį etiniu aspektu, priimtų vertybėmis grįstus sprendinius ir prisidėtų įgyvendinant Darnaus vystymosi tikslus.</p> <p>Šiuo dalyku taip pat siekiama ugdyti ir bendrąsias kompetencijas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gebėjimą generuoti idėjas ir teikti kūrybiškus bei inovatyvius problemų sprendimo būdus remiantis viešojo gėrio ir naudos visuomenei principais. • Gebėjimą bendradarbiauti ir dirbti komandose. • Gebėjimą savarankiškai planuoti ir organizuoti savo mokymąsi ir darbą.

Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Studentas/-ė žinos bei supras etines teorijas ir gebės jas taikyti analizuodamas/-a bei vertindamas/-a tarptautinių organizacijų praktikas.	Probleminis dėstymas, diskusija, debatai, filmo analizė ir diskusija, informacijos ir literatūros analizė, probleminių situacijų sprendimas, atvejų analizė, analitinio taikomojo darbo ir pranešimo jo pagrindu rengimas	Dalyvavimas seminaruose (užduočių atlikimas), grupinis analitinis taikomasis darbas ir pranešimas jo pagrindu, testas (atvirojo ir uždarojo tipo užduotys, klausimai)
Studentas/-ė gebės identifikuoti, analizuoti ir kritiškai vertinti rinkodaros etikos aspektus.		
Studentas/-ė gebės komandose generuoti idėjas ir teikti kūrybiškus organizacijos problemų sprendinius, kuriančius teigiamą ekonominį, socialinį ir aplinkosauginį poveikį globalaus verslo sąlygomis.		
Studentas/-ė gebės įvertinti savo elgesį etinių vertybių ir Darnaus vystymosi tikslų pagrindu, vadovautis jomis savo veikloje.		

Temos	Kontaktinio darbo valandos						Savarankiškų studijų laikas ir užduotys		
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
1. Įvadas į OSA ir etikos dalyką. Pagrindinės sąvokos. <i>Seminaras:</i> Etinių problemų tipai. Klasikinės etinės dilemos (pvz., tramvajaus problema) ir jų šiuolaikinės formos (pvz., save vairuojančių automobilių programavimas).	2		2				4	4	Mokslinės literatūros analizė, diskusijos, situacijų analizė Skaitinys: Crane, Matten, 2016, p. 3-15
2. Pagrindinės etikos teorijos. deontologija, utilitarizmas, vertybių etika ir kt.	2						2	4	Mokslinės literatūros analizė Skaitinys: Crane, Matten, 2016, p. 85-113
3. Etinis sprendimų priėmimas organizacijoje. Moralės lygmenys. Moralinė kompetencija kaip etinių problemų prevencijos priemonė. Etinių ir/ar teisinių pažeidimų moralinės neutralizacijos būdai. <i>Seminaras:</i> probleminių situacijų sprendimas taikant etines teorijas.	2		2				4	6	Mokslinės literatūros analizė, diskusijos, situacijų analizė Skaitinys: Crane, Matten, 2016, p. 134-156 Skaitinys seminarui: Bandura et al., 2002
4. Socialinis verslas kaip atsakingo verslo forma. Socialinio verslo modeliai ir pavyzdžiai. Pokyčio teorija. Socialinės inovacijos, dizaino mąstymo principai. <i>Seminarai:</i> pasirinktos socialinės problemos analizė ir sprendimo (soc. inovacijos) kūrimas pagal dizaino mąstymo principus.	2		4				6	6	Mokslinės literatūros analizė, diskusijos, situacijų analizė, praktinių užduočių atlikimas Skaitinys: Socialinio verslo gidas, p. 1-58 Skaitinys seminarui: Babich, 2021
5. Organizacijų socialinė atsakomybė. Suinteresuotų šalių teorija. Atsakinga suinteresuotų šalių vadyba.	2						2	4	Mokslinės literatūros analizė Skaitinys: Crane, Matten, 2016, p. 44-67
6. Akademinė, mokslo ir tyrimų etika. Principai, problemos ir jų prevencijos priemonės. Neetiškų tyrimų pavyzdžiai. Plagiavimas. Universitetų socialinė atsakomybė.	2						2	1	Mokslinės literatūros analizė, situacijų analizė Skaitinys: VU akademinės etikos kodeksas
7. Organizacijų socialinio poveikio matavimas.	2						2	3	Mokslinės literatūros analizė Skaitinys: Maas, Liket, 2011
8. Etiniai žmogiškųjų išteklių vadybos (ŽIV) aspektai. Psichologinis kontraktas. Darbuotojų teisės ir pareigos, etika ir darbuotojų elgsena. Diskriminacija, priekabiavimas,	2		2				4	6	Mokslinės literatūros, atvejo analizė Skaitinys: Crane, Matten, 2016, p. 288-317

seksualinis priekabiavimas, mobingas. <i>Seminaras</i> : diskriminacijos formos ir įvairovės vadyba organizacijose.								Skaitinys seminarui: Lamsa et al., 2012
9. Verslo etikos vadyba, etiška lyderystė. Etikos kodeksai organizacijose. Etiškos organizacijos kultūros požymiai. Lyderystė ir organizacijų kultūra kaip (ne)etiško organizacijų elgesio veiksniai.	2					2	2	Mokslinės literatūros analizė, atvejo analizė, diskusija Skaitinys: Crane, Matten, 2016, p. 183-199
10. Neetiško elgesio demaskavimas, informavimas. Demaskavimo procesai organizacijose. <i>Seminaras</i> : diskusija neteisėto ir/ar neetiško elgesio demaskavimo tema.	2		2			4	2	Mokslinės literatūros analizė, atvejo analizė Skaitinys seminarui: Skaitinys: E. Snowden: traitor or hero?
11. Etiniai rinkodaros aspektai. Normatyvinė etika rinkodaroje. Etika ir rinkos tyrimai, kainodara, produktų saugumas, kontraversiški produktai.	2					2	4	Mokslinės literatūros analizė, atvejo analizė Skaitinys: Crane, Matten, 2016, p. 338-367
12. Manipuliavimas rinkodaroje. Vartotojų apgaulė ir pažeidžiamumas. Stereotipai reklamoje, pažeidžiamos grupės kaip tikslinės grupės.	2					2	2	Mokslinės literatūros analizė, atvejo analizė Skaitinys: Jourova, 2016
13. Socialinė rinkodara (apibrėžtis, tikslai, kampanijų pavyzdžiai). Etinės problemos socialinėje rinkodaroje: stigmatizavimas, aukų kaltinimas, finansinių paskatų naudojimas ir kt. <i>Seminaras</i> : socialinio verslo idėjos pristatymai	2		2			4	4	Mokslinės literatūros analizė, atvejo analizė Skaitinys: Eagle, 2009, p. 3-13
14. Etiškas vartojimas kaip organizacijų atsakomybės veiksnys. (Ne)atsakinga/s vartotoja/s ir jo/s elgsenos modeliai.	2					2	4	Mokslinės literatūros analizė, atvejo analizė Skaitinys: Crane, Matten, 2016, p. 367-377
15. Organizacijų tvarumo ir aplinkosaugos etiniai aspektai. Greenwashing. Greitoji mada. <i>Seminaras</i> : suinteresuotųjų vadyba ir bendradarbiavimas tarptautinio verslo kontekste. Botnia atvejais.	2		2			4	4	Mokslinės literatūros, atvejo analizė Skaitinys seminarui: Heikkinen et al., 2013
16. Kartojimas, pasiruošimas egzaminui	2					2	10	Kartojimas, individualus mokymasis, studijų medžiagos refleksija
Socialinės problemos analizė ir socialinio verslo idėjos rengimas pagal dizaino mąstymo principus - sprendinių rengimas, pristatymas, diskusija, grįžtamasis ryšys							16	Rašto darbo ir pranešimo jo rezultatų pagrindu rengimas, informacijos analizė

Iš viso	32	16	48	82
---------	----	----	----	----

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Dalyvavimas seminaruose	20	Semestro metu	Vertinamas seminaro užduočių atlikimas. Pasirengimas kiekvienam seminarui ir aktyvus dalyvavimas jame bus vertinamas kiekvieno seminaro metu. Esant 8 seminarams, studentui/ei surinkus 1,25 balo už kiekvieną, bus surenkamas maksimalus vertinimas už seminarus – 10.
Grupinis analitinis taikomasis darbas ir jo pristatymas	40	14 semestro savaitė	<p>5-tą semestro savaitę studentams/-ėms bus pristatoma socialinio verslo koncepcija ir socialinių inovacijų kūrimo galimybės per dizaino mąstymo principus. Studentai/ės turės suformuoti 4-5 asmenų grupes ir pasirinkti jiems/joms įdomią ir aktualią socialinę problemą, argumentuoti problemos pasirinkimą. Remdamiesi/osis dizaino mąstymo principais, studentai/ės analizuos pasirinktą problemą ir pateiks socialinio verslo, kaip problemos sprendimo, idėją. Socialinio verslo idėją aprašys per nurodytą socialinio verslo modelio drobę.</p> <p>Darbo apimtis 12-14 p. be priešlapių, Times New Roman 12pt šriftas, 1,5 eil. intervalas. Darbe pagrindžiamas problemos pasirinkimas, pateikiama problemos analizė pagal dizaino mąstymo principus, pateikiamos išvalgos ir galutinė problemos formuluotė. Pateikiama socialinio verslo idėjos generavimo kelionė, atlikta remiantis dizaino mąstymo principais; pateikiamos išvalgos ir galutinė socialinio verslo idėja. Pateikiamas socialinio verslo idėjos aprašymas pagal nurodytą socialinio verslo modelio drobę bei išvados.</p> <p>Vertinami šie aspektai: <u>Rašto darbas (90% bendro įvertinimo):</u> analizė išsami, pagrįsta informacijos ir literatūros šaltiniais, aiški ir logiška, atskleidžia problemos dinamiką ir aktualumą; nuosekliai atliekami ir aprašomi dizaino mąstymo žingsniai, aprašoma iš jų išplaukianti socialinio verslo idėja. <u>Pristatymas (10% bendro įvertinimo):</u> argumentuotas ir aiškus nagrinėjamos problemos ir ją atliepančios socialinio verslo idėjos pristatymas; auditorijos dėmesio išlaikymas, klausimų valdymas, laiko valdymas, kalbėjimo aiškumas.</p>
Testas	40	Sesijos metu	<p>Testą sudaro uždarojo ir atvirojo tipo klausimai. Uždarojo tipo klausimai skirti žinių patikrinimui, atvirojo tipo klausimai skirti analitiniam vertinimo ir temos suvokimui patikrinti. Uždarojo tipo klausimai sudarys 50% ir atvirojo tipo klausimai sudarys 50% testo vertinimo.</p> <p>Testas laikomas VMA aplinkoje.</p>
Egzamino vertinimo eksterneu strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Analitinis taikomasis darbas	50	Egzamino metu	<p>Remdamiesi/osis dizaino mąstymo principais, studentai/ės analizuos pasirinktą problemą ir pateiks socialinio verslo, kaip problemos sprendimo, idėją. Socialinio verslo idėją aprašys per nurodytą socialinio verslo modelio drobę.</p> <p>Darbo apimtis 8-10 p. be priešlapių, Times New Roman 12pt šriftas, 1,5 eil. intervalas. Darbe pagrindžiamas problemos</p>

			<p>pasirinkimas, pateikiama problemos analizė pagal dizaino mąstymo principus, pateikiamos įžvalgos ir galutinė problemos formuluotė. Pateikiama socialinio verslo idėjos generavimo kelionė, atlikta remiantis dizaino mąstymo principais; pateikiamos įžvalgos ir galutinė socialinio verslo idėja. Pateikiamas socialinio verslo idėjos aprašymas pagal nurodytą socialinio verslo modelio drobę bei išvados.</p> <p>Vertinami šie aspektai: <u>Rašto darbas</u>: analizė išsami, pagrįsta informacijos ir literatūros šaltiniais, aiški ir logiška, atskleidžia problemos dinamiką ir aktualumą; nuosekliai atliekami ir aprašomi dizaino mąstymo žingsniai, aprašoma iš jų išplaukianti socialinio verslo idėja.</p>
Testas	50	Egzamino metu	<p>Testą sudaro uždarojo ir atvirojo tipo klausimai. Uždarojo tipo klausimai skirti žinių patikrinimui, atvirojo tipo klausimai skirti analitiniam vertinimo ir temos suvokimui patikrinti. Uždarojo tipo klausimai sudarys 50% ir atvirojo tipo klausimai sudarys 50% testo vertinimo.</p> <p>Testas laikomas VMA aplinkoje.</p>

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Crane, Matten	2016	Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization	4 leid.	Oxford University Press
Stropūtė, N., Kairytė, M.		Socialinio verslo gidas, p. 1-58		http://www.partneryste.org/wp-content/uploads/2016/10/Socialinio-verslo-gidas.pdf
Maas, K., Liket. K.	2011	Social Impact Measurement: Classification of Methods	In Environmental management accounting and supply chain management, p. 171-202	
Eagle, L.	2009	Social marketing ethics: report prepared for the National Social Marketing Centre. Technical Report.		National Social Marketing Centre
Jourova, V.	2013	Understanding consumer vulnerability in the EU's key markets	Factsheet, Justice and Consumers,	https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/consumer-vulnerability-factsheet_en.pdf
	2018	Vilniaus universiteto akademinės etikos kodeksas		https://www.vu.lt/site_files/Vaiklos_dokumentai/Akademinės_etikos_kodeksas_VU_2018.pdf

Seminarams				
Babich, N.	2021	Design Thinking Process and Its Phases		https://xd.adobe.com/ideas/principles/design-systems/design-thinking-process/
	2021	Edward Snowden: traitor or hero (case study)		https://ethicsunwrapped.utexas.edu/case-study/edward-snowden-traitor-hero
Lamsa, A.-M., Jyrkinen, M., Heikkinen, S.	2010	Women in managerial careers. "Why is she getting annoyed with minor issues?" The Nina Case	In Pučėtaitė, R. (sud.) Cases in Organizational Ethics, p. 17-22	Vilnius: VUKHF
Bandura, A., Caprara, G.V., Zsolnai, L.	2002	Corporate transgressions.	In Zsolnai, L. (ed.) Ethics in the Economy. Oxford, p. 151-164	Bern: Peter Lang
Heikkinen, A., Kujala, J., Lehtimäki, H.	2013	Managing stakeholder dialogue: The case of Botnia in Uruguay	South Asian Journal for Business and Management Cases, 2(1): 25-37.	
Papildoma literatūra				
Enderle, G.	2015	Exploring and Conceptualizing International Business Ethics	Journal of Business Ethics, 127 (4): 723-735	
Pučėtaitė R., Novelskaitė A., Pušinaitė R.	2015	Organizacijų etika, novatoriškumas ir darniosios inovacijos		VU Kauno humanitarinis fakultetas
Rusteikienė, A., Pučėtaitė, R.	2015	Socialinis verslas kaip darniųjų inovacijų kūrimo laukas	In Pučėtaitė, R. et al. Organizacijų etika, novatoriškumas ir darniosios inovacijos, p. 148-163.	Vilnius: Akademinė leidyba