

TP. Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 02 năm 2024

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

ĐẠO ĐỨC KINH DOANH VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

A. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC

- 1. Tên môn học (tiếng Việt) : Đạo đức kinh doanh và Văn hóa doanh nghiệp**
- 2. Tên môn học (tiếng Anh) : Business Ethics and Corporate Culture**
- 3. Mã số môn học : MAG302**
- 4. Trình độ đào tạo : Đại học**
- 5. Ngành đào tạo áp dụng : Các ngành đào tạo bậc đại học ¹**
- 6. Số tín chỉ : 03 ²**
- 7. Phân bổ thời gian : 150 giờ ³**
 - Trực tiếp : 45 giờ
 - o Lý thuyết : 30 giờ
 - o Thực hành : 15 giờ
 - Trực tuyến : không vượt quá 30% tổng thời gian giảng dạy của môn học.
 - Tự học, tự nghiên cứu : 105 giờ
 - Khác (ghi cụ thể) : 00 giờ
- 8. Khoa quản lý môn học : Quản trị Kinh doanh**
- 9. Môn học trước : Quản trị học ⁴**
- 10. Mô tả môn học**

¹ Ghi tên Ngành đào tạo theo Phụ lục 1 - Quy định Danh mục thống kê ngành đào tạo của giáo dục đại học (ban hành theo Thông tư số 09/2022/TT-BGDĐT của Bộ Giáo dục và Đào tạo ngày 06/06/2022).

² Thực hiện thống nhất số tín chỉ và phân bổ thời gian của môn học dù được giảng dạy cho nhiều chương trình đào tạo ở các ngành khác nhau.

³ Theo Quy chế Tổ chức và Quản lý đào tạo trình độ đại học có hiệu lực hiện hành của Trường; cụ thể 01 tín chỉ được tính tương đương 50 giờ học tập định mức của người học, bao gồm cả thời gian dự giờ giảng, giờ học có hướng dẫn, tự học, nghiên cứu, trải nghiệm, và dự kiểm tra, đánh giá; Đối với hoạt động dạy học trên lớp, 01 tín chỉ yêu cầu thực hiện tối thiểu 15 giờ giảng hoặc 30 giờ thực hành, thí nghiệm, thảo luận trong đó 01 giờ trên lớp được tính bằng 50 phút.

⁴ Chỉ quy định tối đa là 02 môn học liền trước.

Môn học được xây dựng gồm có các cơ sở khoa học về đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp, là học phần thuộc kiến thức cơ sở ngành mang tính chất bổ trợ kiến thức cho sinh viên khối ngành kinh tế nói chung và sinh viên khoa quản trị kinh doanh nói riêng. Môn học cung cấp cho sinh viên những hiểu biết về (1) vấn đề đạo đức trong các lĩnh vực kinh tế như khái niệm, vai trò, sự cần thiết, chuẩn mực và cách thức xây dựng đạo đức kinh doanh trong môi trường kinh doanh hiện nay; (2) vấn đề văn hóa doanh nghiệp như khái niệm, sự cần thiết, các nhân tố hình thành, mô hình và kỹ năng cần thiết để xây dựng, duy trì và thay đổi văn hóa của doanh nghiệp.

11. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của môn học

11.1. Mục tiêu của môn học (COx)

Ký hiệu mục tiêu (COx)	Mô tả mục tiêu	Nội dung CĐR CTĐT phân bổ cho môn học	Ký hiệu CĐR CTĐT (PLOn)
(a)	(b)	(d)	(e)
CO1	Trong khối lượng 3 tín chỉ, môn học cung cấp và thúc đẩy sinh viên làm chủ kiến thức chuyên sâu về bản chất đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp, làm việc trong một tổ chức kinh doanh và các vấn đề cốt lõi liên quan đến đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp.	Có kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, chính trị và pháp luật để vận dụng vào những vấn đề cuộc sống và trong các hoạt động nghề nghiệp.	PLO1
CO2	Áp dụng các lý thuyết về đạo đức và văn hóa doanh nghiệp trong các tình huống cụ thể.	Thể hiện tính chủ động, tích cực trong học tập nghiên cứu và quản lý các nguồn lực cá nhân, đáp ứng yêu cầu học tập suốt đời.	PLO4
		Thể hiện đạo đức, trách nhiệm nghề nghiệp, có thái độ hành xử chuyên nghiệp và trách nhiệm xã hội, cộng đồng	PLO5

11.2. Chuẩn đầu ra của môn học (CĐR MH) và sự đóng góp vào chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (CĐR CTĐT)

Ký hiệu CĐR MH (CLOi)	Nội dung CĐR MH	Mức độ theo thang đo	Đáp ứng mục tiêu môn học (COx)	Ký hiệu CĐR CTĐT (PLOn)
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
CLO1	Hoàn thành học phần, sinh viên giải thích được vai trò, bản chất, đồng thời phân tích và thực hành được các vấn đề về đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp đối với cá nhân/nhóm làm việc trong tổ chức kinh doanh;	3	CO1	PLO1
CLO2	Hoàn thành học phần, sinh viên thực hiện được việc xem xét thấu đáo, tiếp thu tích cực, thảo luận khách quan các quan điểm, tiếp cận đa dạng về đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp; phân tích, đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến việc hình thành đạo đức và văn hóa trong doanh nghiệp;	3	CO1	PLO1
CLO3	Xác định và định hướng giải quyết các tình huống trong thực tiễn về đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp đối với công chúng bên trong và bên ngoài của doanh nghiệp.	3	CO2	PLO5
CLO4	Phát triển năng lực học hỏi, thích nghi với sự thay đổi của môi trường làm việc, phát triển nghề nghiệp và học tập suốt đời.	4	CO2	PLO4
CLO5	Xây dựng ý thức trách nhiệm đối với công việc, chủ động giải quyết vấn đề, có trách nhiệm đối với cộng đồng, có ý thức phục vụ đất nước và có đạo đức nghề nghiệp.	3	CO2	PLO5

Ma trận tích hợp giữa CĐR MH (CLOi), CĐR CTĐT (PLOn) và Chỉ số đánh giá kết quả thực hiện (PI_{n.k}):⁵

	PLO1		PLO4		PLO5		
	PI1.1	PI1.2	PI4.1	PI4.2	PI5.1	PI5.2	PI5.3
CLO1	3						

⁵ Mỗi CLO chỉ đáp ứng cho một PLO, một PLO có thể được đóng góp bởi nhiều CLO.

CLO2	3						
CLO3					3		
CLO4			4				
CLO5						3	

12. Phương pháp và hình thức dạy và học

12.1. Phương pháp dạy và học:

Phương pháp Thuyết giảng (Lecture), Phương pháp Thảo luận có định hướng (Seminar), Phương pháp thảo luận tình huống, Phương pháp giảng dạy thông qua Làm việc/học tập theo nhóm (Teamwork) và Phương pháp tự học.

12.2. Hình thức dạy và học:⁶

Giảng viên có thể chủ động lựa chọn hình thức giảng dạy là giảng dạy trực tiếp cho toàn bộ thời gian của môn học hoặc lựa chọn hình thức giảng dạy trực tuyến kết hợp trực tiếp, nhưng phải đảm bảo tổng thời gian giảng dạy trực tuyến không vượt quá 30% thời gian giảng dạy của cả môn học.

13. Quy định của môn học⁷

- Quy định về nộp bài tập, bài kiểm tra: sinh viên không nộp bài tập và báo cáo đúng hạn được coi như không nộp bài.
- Quy định về chuyên cần: sinh viên được yêu cầu tham dự đầy đủ các buổi học.
- Quy định về liêm chính học thuật: sinh viên tuân thủ Quy chế về liêm chính học thuật hiện hành của Trường trong thực hiện các bài tập của môn học.
- Nội quy lớp học: Sinh viên tham dự lớp học phải tuân thủ quy tắc ứng xử của Nhà Trường; sinh viên phải đến lớp đúng giờ, đảm bảo thời gian học trên lớp, có thái độ nghiêm túc và chủ động, tích cực trong học tập, nghiên cứu. Sinh viên phải có ý thức chuẩn bị giáo trình, học liệu, máy tính cá nhân (khi cần thiết) để phục vụ quá trình học tập.

⁶ Mô tả các hình thức tổ chức dạy học được sử dụng trong học phần.

⁷ Do đơn vị phụ trách chuyên môn học phần quy định tùy đặc thù môn học.

14. Tài liệu học tập⁸

14.1. Tài liệu bắt buộc⁹

[1] Nguyễn Văn Tiên, Hồ Thiện Thông Minh, Hà Văn Dũng (2020). Giáo trình đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp. NXB: Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh

14.2. Tài liệu tham khảo¹⁰

[2]. Nguyễn Mạnh Quân (2015). *Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*. NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

[3]. Shane Green - Mai Lan dịch (2018). *Văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số*. NXB Lao động.

B. PHƯƠNG THỨC ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC

1. Cơ cấu phương thức đánh giá môn học¹¹

Loại hình đánh giá	Phương pháp đánh giá	Số lượng bài đánh giá	CĐR MH được đánh giá ¹²	Trọng số
1. Đánh giá quá trình	1.1. Đánh giá tính chuyên cần	02 (Đánh giá mức độ tham gia theo thời khóa biểu và mức độ tham gia các hoạt động học tập)	CLO1, CLO2, CLO5	10%
	1.2. Đánh giá quá trình 1	01 (Bài tiểu luận cá nhân)	CLO2, CO3, CLO4, CLO5	20%
	1.3. Đánh giá quá trình 2	01 (Thảo luận, làm việc nhóm)	CLO2, CLO4, CLO5	20%
2. Đánh giá cuối kỳ	2.1. Bài đánh giá cuối kỳ	Trắc nghiệm (60 phút)	CLO1, CLO2, CLO3	50%

2. Phương pháp và công cụ đánh giá¹³

2.1. Đánh giá quá trình

⁸ Tài liệu học tập khi lựa chọn phải được phê duyệt theo quy định của Trường bởi cấp có thẩm quyền (Hiệu trưởng phê duyệt, Thư viện tham mưu về nguồn sách hiện có và khả năng trang bị)

⁹ Mỗi môn học chọn 01 tài liệu bắt buộc

¹⁰ Mỗi môn học chọn tối đa 02 tài liệu tham khảo

¹¹ Khoa/Bộ môn phụ trách học phần cần thống nhất quy định về số lượng bài đánh giá trong mỗi phương thức đánh giá. Ví dụ: **1.2. Đánh giá quá trình 1 : 02 bài.**

¹² Mỗi bài đánh giá chỉ nên đáp ứng cho một CĐR môn học (ngoại trừ bài đánh giá cuối kỳ); rubric của mỗi bài đánh giá đều phải thể hiện (các) CĐR môn học mà bài đánh giá đó đảm nhận.

¹³ Xây dựng rubric đánh giá đi kèm theo từng bài đánh giá (tham khảo hướng dẫn xây dựng rubric đính kèm)

2.1.1. Đánh giá tính chuyên cần

Rubrics đánh giá chuyên cần (thang điểm 10)

Tiêu chí	CDR (CLO)	Tỷ lệ	Mức chất lượng				Điểm
			Rất tốt	Tốt	Đạt yêu cầu	Không đạt	
			10 – 8.5	8.4 – 7.0	6.9 – 5.0	4.9 – 0	
Mức độ tham dự theo thời khóa biểu	CLO5	70	Tham dự > 95% -100% buổi học	Tham dự 80% - 90% buổi học	Tham dự 70% - 80% buổi học	Tham dự < 70% buổi học	
Mức độ tham gia các hoạt động học tập	CLO5	30	Nhiệt tình trao đổi, phát biểu, trả lời nhiều câu hỏi	Có đặt/trả lời > 2 câu hỏi	Có đặt/trả lời ít nhất 1 câu hỏi	Không tham gia thảo luận, trả lời, đóng góp	

2.1.2. Đánh giá quá trình 1

- Hình thức đánh giá: Bài tiểu luận cá nhân
- Thời điểm, cách thức thực hiện: Bài tiểu luận cá nhân được sinh viên thực hiện từng phần theo tiến độ môn học và nộp bài vào buổi học cuối cùng của học phần
- Nội dung, kết cấu bài đánh giá: Giảng viên thông báo về nội dung của bài tiểu luận vào buổi học đầu tiên, cấu trúc bài tiểu luận được phân thành 3 chương bao hàm các nội dung cơ bản của môn học và nhận định, đánh giá của cá nhân của người học.
- Tỷ trọng: 20%

d. Rubrics đánh giá Bài tiểu luận cá nhân

Rubrics đánh giá (Bài kiểm tra cá nhân giữa kỳ)

Rubrics đánh giá bài tiểu luận cá nhân

Tiêu chí đánh giá	CDR	Trọng số	Mô tả mức chất lượng				Điểm
			Giỏi	Khá	Trung bình	Yếu	
			10 – 8.5	8.4 – 7.0	6.9 – 5.0	4.9 – 0.0	
Hình thức báo cáo	CLO1	10%	Đẹp, rõ, không lỗi chính tả	Đẹp, có vài lỗi chính tả.	Đơn điệu, chữ nhỏ, nhiều lỗi chính tả	Đơn điệu, chữ nhỏ, nhiều lỗi chính tả	
	CLO2	10%					
Nội dung báo cáo	CLO2	10%	Đáp ứng 80%- 100% yêu cầu	Đáp ứng từ 70% - 80% yêu cầu	Đáp ứng từ 50% - 70% yêu cầu	Đáp ứng dưới 50%	
	CLO3	10%					
	CLO4	10%					
	CLO5	10%					
Chất lượng sản phẩm	CLO2	10%	Đáp ứng 80%- 100% yêu cầu	Đáp ứng từ 70% - 80% yêu cầu	Đáp ứng từ 50% - 70% yêu cầu	Đáp ứng dưới 50%	
	CLO3	10%					
	CLO4	10%					
	CLO5	10%					

2.1.3. Đánh giá quá trình 2

- a. Hình thức đánh giá: Thảo luận nhóm giải quyết Case Study kết hợp bài kiểm tra giữa kỳ
- b. Thời điểm, cách thức thực hiện bài đánh giá: Trong quá trình học, sinh viên có thể lựa chọn những tình huống (case study) trong thực tiễn; từ chủ đề được chọn, các thành viên nhóm tiến hành trao đổi, làm việc theo nhóm để hoàn thành nội dung, đồng thời phân công các thành viên nhóm đảm nhiệm trình bày tại lớp học theo hình thức thảo luận nhóm.
- c. Nội dung, kết cấu bài đánh giá: Tình huống thảo luận, làm việc nhóm được sinh viên tự lựa chọn với sự tư vấn của giảng viên.
- d. Tỷ trọng: 20%
- e. Rubric đánh giá: Thảo luận, làm việc nhóm

Tiêu chí đánh giá	CĐR	Trọng số	Mô tả mức chất lượng				Điểm
			Giỏi	Khá	Trung bình	Yếu	
			10 – 8.5	8.4 – 7.0	6.9 – 5.0	4.9 – 0.0	
Hình thức báo cáo	CLO3 CLO4	5% 5%	Đẹp, rõ, không lỗi chính tả	Đẹp, có vài lỗi chính tả.	Đơn điệu, chữ nhỏ, nhiều lỗi chính tả	Đơn điệu, chữ nhỏ, nhiều lỗi chính tả	
Kỹ năng trình bày	CLO5	10%	Nói rõ, tự tin, thuyết phục, giao lưu người nghe	Nói khá rõ ràng, giao lưu người nghe	Nói nhỏ, thiếu tự tin, ít giao lưu người nghe	Nói nhỏ, không tự tin, không giao lưu người nghe	
Nội dung báo cáo/Chất lượng sản phẩm	CLO3 CLO4	20% 20%	Đáp ứng 80%- 100% yêu cầu	Đáp ứng từ 70% - 80% yêu cầu	Đáp ứng từ 50% - 70% yêu cầu	Đáp ứng dưới 50%	
Trả lời câu hỏi	CLO5	20%	Trả lời đúng tất cả các câu hỏi	Trả lời đúng trên 2/3 số câu hỏi	Trả lời đúng trên 1/2 số câu hỏi	Trả lời đúng Dưới 1/2 số câu hỏi	
Tham gia thực hiện	CLO4	20%	100% thành viên tham gia thực hiện/trình bày	~ 80% thành viên tham gia thực hiện/trình bày	~ 60% thành viên tham gia thực hiện/trình bày	< 40% thành viên tham gia thực hiện/trình bày	

2.2. Đánh giá cuối kỳ

- Đề thi do Khoa/Bộ môn quản lý học phân ra đề hoặc trích xuất từ Ngân hàng câu hỏi thi/Ngân hàng đề thi của Trường (nếu có). Cụ thể:

- + Thời gian làm bài: 60 phút
- + Nội dung đề thi đánh giá nội dung các chương từ chương 1 đến chương 9
- + Kết cấu đề thi gồm 50 câu trắc nghiệm, mỗi câu 0,2 điểm.

Rubrics đánh giá bài thi cuối kỳ

Tên các nội dung/chủ đề/mạch kiến thức	Các mức độ nhận thức				Tổng cộng
	Mức 1 (biết)	Mức 2 (hiểu)	Mức 3 (áp dụng)	Mức 4 (phân tích)	
<i>Chương 1</i> Số câu: 5 Số điểm: 1 Tỷ lệ: 10%			CLO1 Số câu: 5 Số điểm: 0,2 Tỷ lệ: 20%		5 câu = 1 điểm = 100%
<i>Chương 2</i> Số câu: 5 Số điểm: 1 Tỷ lệ: 10%			CLO1 Số câu: 5 Số điểm: 1 Tỷ lệ: 100%		5 câu = 1 điểm = 100%
<i>Chương 3</i> Số câu: 10 Số điểm: 1 Tỷ lệ: 20%			CLO2 Số câu: 10 Số điểm: 2 Tỷ lệ: 100%		10 câu = 2 điểm = 100%
<i>Chương 4</i> Số câu: 10 Số điểm: 1 Tỷ lệ: 20%			CLO3 Số câu: 10 Số điểm: 2 Tỷ lệ: 100%		10 câu = 2 điểm = 100%
<i>Chương 5</i> Số câu: 10 Số điểm: 2 Tỷ lệ: 10%			CLO2 Số câu: 10 Số điểm: 2 Tỷ lệ: 100%		10 câu = 2 điểm = 100%
<i>Chương 6</i> Số câu: 10 Số điểm: 1 Tỷ lệ: 10%			CLO3 Số câu: 10 Số điểm: 2 Tỷ lệ: 100%		10 câu = 2 điểm = 100%
Tổng số câu			50		50
Tổng số điểm			10		10
Tỷ lệ			100%		100%

C. NỘI DUNG CHI TIẾT GIẢNG DẠY

Thời lượng (giờ)	Nội dung giảng dạy	CDR MH	Hoạt động phương pháp dạy và học	Bài đánh giá	Học liệu
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
08	<p>CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH</p> <p>1.1. KHÁI NIỆM</p> <p>1.1.1. Đạo đức</p> <p>1.1.1.1. Khái niệm</p> <p>1.1.1.2. Đặc điểm</p> <p>1.1.1.3. Bản chất</p> <p>1.1.1.4. Các phạm trù đạo đức cơ bản</p> <p>1.1.2. Đạo đức kinh doanh</p> <p>1.1.2.1. Khái niệm</p> <p>1.1.2.2. Nguyên tắc và chuẩn mực đạo đức kinh doanh</p> <p>1.2. SỰ CẢN THIẾT CỦA ĐẠO ĐỨC KINH DOANH</p> <p>1.2.1. Các vấn đề đạo đức trong kinh doanh</p>	<p>CLO1</p> <p>CLO2</p> <p>CLO3</p>	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu mục tiêu môn học - Giới thiệu nội dung môn học và tài liệu tham khảo của môn học - Thông báo về phương pháp đánh giá kết quả học tập - Tổ chức phân nhóm - Tổ chức chọn chủ đề theo định hướng của giảng viên cho các nhóm <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chủ động lựa chọn thành viên, thành lập nhóm. - Chủ động lựa chọn chủ đề bài tập nhóm dưới sự tư vấn của giảng viên 	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.3</p> <p>2.1</p>	<p>[1]. Chương 1</p> <p>[2]. Chương 1</p> <p>[3]. Chương 1</p>

	<p>1.2.2. Nguồn gốc của vấn đề đạo đức kinh doanh</p> <p>1.2.2.1. Các khía cạnh của mâu thuẫn</p> <p>1.2.2.2. Các lĩnh vực thường xảy ra mâu thuẫn</p> <p>1.2.3. Nhận diện các vấn đề đạo đức kinh doanh</p> <p>1.3. VAI TRÒ CỦA ĐẠO ĐỨC KINH DOANH</p> <p>1.3.1. Góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh</p> <p>1.3.2. Góp phần khẳng định chất lượng doanh nghiệp</p> <p>1.3.3. Góp phần vào sự cam kết và tận tâm của nhân viên</p> <p>1.3.4. Góp phần làm hài lòng khách hàng</p> <p>1.3.5. Góp phần tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp</p> <p>1.4. 1.4. KHÁI NIỆM VÀ CÁC KHÍA CẠNH CỦA NGHĨA VỤ TRONG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP</p> <p>1.4.1. Khái niệm trách nhiệm xã hội</p>		<p>- Nghe giảng; tham gia thảo luận</p> <p>- Sinh viên đọc chương 1 và chương 2 ở nhà để chủ động trao đổi, đặt câu hỏi cho buổi học tiếp theo.</p> <p>- Các nhóm được phân công tìm kiếm các tình huống liên quan đến đạo đức kinh doanh để thảo luận ở lớp cho buổi học tiếp.</p>		
--	---	--	---	--	--

	<p>1.4.2. Các khía cạnh của nghĩa vụ</p> <p>1.4.2.1. Nghĩa vụ về kinh tế</p> <p>1.4.2.2. Nghĩa vụ về pháp lý</p> <p>1.4.2.3. Nghĩa vụ về đạo đức</p> <p>1.4.2.4. Nghĩa vụ về nhân văn</p> <p>1.4.3. Quan điểm và cách tiếp cận trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội trong đạo đức kinh doanh</p> <p>1.4.3.1. Quan điểm</p> <p>1.4.3.2. Các cách tiếp cận</p>				
08	<p>CHƯƠNG 2. NGHIÊN CỨU, TIẾP CẬN HÀNH VI ĐẠO ĐỨC KINH DOANH</p> <p>2.1. CÁC KHÓA CẠNH THỂ HIỆN CỦA ĐẠO ĐỨC KINH DOANH TRONG DOANH NGHIỆP</p> <p>2.1.1. Xét trong chức năng của doanh nghiệp</p> <p>2.1.1.1. Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực</p> <p>2.1.1.2. Đạo đức trong hoạt động marketing</p>	<p>CLO1</p> <p>CLO2</p> <p>CLO3</p>	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <p>- Giảng các vấn đề lý thuyết của chương 2, kết hợp trình bày các tình huống trong thực tiễn để làm tiền đề cho sinh viên thảo luận tại lớp</p> <p>SINH VIÊN:</p> <p>- Đọc chương 1 và chương 2 trong 2 giáo trình.</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.3</p> <p>2.1</p>	<p>[1]. Chương 2, Chương 3</p> <p>[2]. Chương 2; Chương 3</p> <p>[3]. Chương 2; Chương 3</p>

	<p>2.1.1.3. Đạo đức trong hoạt động kế toán tài chính</p> <p>2.1.2. Xét trong quan hệ của các đối tượng hữu quan và vấn đề đạo đức</p> <p>2.1.2.1. Khái niệm đối tượng hữu quan</p> <p>2.1.2.2. Các đối tượng hữu quan với vấn đề đạo đức (chủ sở hữu, người lao động, khách hàng, đối thủ cạnh tranh)</p> <p>2.2. QUÁ TRÌNH RA QUYẾT ĐỊNH MANG HÀNH VI ĐẠO ĐỨC KINH DOANH</p> <p>2.2.1. Ra quyết định về các vấn đề liên quan đến đạo đức trong kinh doanh</p> <p>2.2.1.1. Các cách tiếp cận quá trình ra quyết định</p> <p>2.2.1.2. Quá trình ra quyết định mang hành vi đạo đức kinh doanh</p> <p>2.2.2. Các nhân tố đưa ra quyết định</p> <p>2.2.2.1. Tình trạng bức xúc của vấn đề đạo đức</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Tìm hiểu các tình huống thực tiễn để đặt câu hỏi, nêu vấn đề tại lớp. - Nhắc nhở các nhóm chuẩn bị, phân công các thành viên trong nhóm thực hiện các công việc liên quan đến bài thuyết trình. - Các nội dung của bài thuyết trình lựa chọn ở buổi đầu tiên tiếp tục hoàn thiện dần qua các phần lý thuyết. - Đọc Chương 3, chương 4 (giáo trình) ở nhà. 	
--	--	--	--	--

	<p>2.2.2.2. Trạng thái ý thức đạo đức của cá nhân</p> <p>2.2.2.3. Nhân tố “đạo đức kinh doanh” và “văn hóa tổ chức”</p>				
08	<p>CHƯƠNG 3. XÂY DỰNG HÀNH VI ĐẠO ĐỨC KINH DOANH</p> <p>3.1. CÁC HÀNH VI ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH</p> <p>3.3.1. Động cơ, động lực</p> <p>3.3.2. Mục đích, mục tiêu</p> <p>3.3.3. Phương tiện</p> <p>3.3.4. Hệ quả</p> <p>3.2. XÂY DỰNG ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH</p> <p>3.2.1. Xây dựng chương trình tuân thủ đạo đức hiệu quả</p> <p>3.2.2. Xây dựng và truyền đạt dựa trên phổ biến hiệu quả các tiêu chuẩn đạo đức</p> <p>3.2.3. Thiết lập hệ thống điều hành, thực hiện, kiểm tra tuân thủ đạo đức</p> <p>3.2.3. Cải thiện liên tục chương trình tuân thủ đạo đức</p>	<p>CLO1</p> <p>CLO2</p> <p>CLO3</p>	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giảng và giải thích nội dung các vấn đề chương 3. - Tổ chức cho Nhóm 1 và Nhóm 2 thuyết trình. <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia thảo luận, phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. - Bắt đầu phần thuyết trình của 2 nhóm đầu tiên (Nhóm 1 và Nhóm 2). - Đọc chương 5; chương 6 của giáo trình. 	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.3</p> <p>2.1</p>	<p>[1]. Chương 3; Chương 4</p> <p>[2]. Chương 3; Chương 4</p> <p>[3]. Chương 4</p>

	3.3. Tình huống		- Đọc chương 1; chương 2; chương 3 của tài liệu tham khảo.		
08	<p>CHƯƠNG 4: VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP</p> <p>4.1. KHÁI NIỆM VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP</p> <p>4.1.1. Khái niệm</p> <p>4.1.2. Đặc điểm</p> <p>4.2. BIỂU TRƯNG CỦA VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP</p> <p>4.2.1. Biểu trưng trực quan (đặc điểm, nghi lễ, giai thoại, biểu tượng, ngôn ngữ, ấn phẩm điển hình)</p> <p>4.2.2. Biểu trưng phi trực quan (lý tưởng, giá trị, niềm tin và thái độ)</p> <p>4.3. CÁC DẠNG VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP</p> <p>4.3.1. Các dạng văn hoá doanh nghiệp của Harrison/Handy</p>	<p>CLO1</p> <p>CLO2</p> <p>CLO3</p>	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <p>- Giảng và giải thích nội dung các vấn đề chương 4.</p> <p>- Tổ chức cho Nhóm 3 và Nhóm 4 thuyết trình.</p> <p>SINH VIÊN:</p> <p>- Nghe giảng, tham gia thảo luận, phát biểu ý kiến xây dựng bài.</p> <p>- Trả lời câu hỏi của giảng viên.</p> <p>- Bắt đầu phần thuyết trình của 2 nhóm tiếp theo (Nhóm 3 và Nhóm 4).</p> <p>- Đọc chương 5; chương 6 của giáo trình.</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.3</p> <p>2.1</p>	<p>[1]. Chương 5</p> <p>[2]. Chương 5; Chương 6</p> <p>[3]. Chương 4; Chương 5;</p>

<p>4.3.2. Các dạng văn hoá doanh nghiệp của Deal và Kennedy</p> <p>4.3.3. Các dạng văn hoá doanh nghiệp của Quinn và McGrath</p> <p>4.3.4. Các dạng văn hoá doanh nghiệp của Scholz</p> <p>4.3.5. Các dạng văn hoá doanh nghiệp của Daft</p> <p>4.3.6. Các dạng văn hoá doanh nghiệp của Sethia và Klinow</p> <p>4.4. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP</p> <p>4.4.1. Phong cách lãnh đạo</p> <p>4.4.1.1. Bản chất hình thành của văn hóa doanh nghiệp</p> <p>4.4.1.2. Định hình phong cách lãnh đạo</p> <p>4.4.2. Quản lý hình tượng</p> <p>4.4.3. Các hệ thống trong tổ chức</p> <p>4.4.3.1 Các hệ thống tổ chức chung</p> <p>4.4.3.2. Các hệ thống chính thức về đạo đức</p> <p>4.4.3.3. Hệ thống giá trị đạo đức chính thức của tổ chức</p> <p>4.4.3.4. Hệ thống các nhóm trong doanh nghiệp</p>		<p>- Đọc các chương tiếp theo của tài liệu tham khảo.</p>		
--	--	---	--	--

08	<p>CHƯƠNG 5: TẠO LẬP VÀ XÂY DỰNG VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP</p> <p>5.1. TẠO LẬP BẢN SẮC VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP</p> <p>5.1.1. Khái niệm</p> <p>5.1.2. Bản chất của văn hoá doanh nghiệp</p> <p>5.1.3. Tạo lập bản sắc văn hoá doanh nghiệp</p> <p>5.2. HOÀN THIỆN HỆ THỐNG TỔ CHỨC</p> <p>5.2.1 Khái niệm hình thái tổ chức, hệ thống tổ chức</p> <p>5.2.2. Quan điểm thiết kế, lựa chọn mô hình tổ chức</p> <p>5.2.3. Quan điểm tổ chức định hướng môi trường</p> <p>5.2.3.1. Tổ chức là một “cơ thể sống”</p> <p>5.2.3.2. Tổ chức như một “rãnh mòn tâm lý”</p> <p>5.2.3.3. Tổ chức như một “dòng chảy biến hóa”</p> <p>5.2.4. Quan điểm tổ chức định hướng con người</p> <p>5.2.4.1. Tổ chức là một “cỗ máy”</p> <p>5.2.4.2 . Tổ chức là một “bộ não”</p> <p>5.2.4.3. Tổ chức như một “nền văn hóa”</p>	CLO1 CLO2 CLO3	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giảng và giải thích nội dung các vấn đề chương 5. - Tổ chức cho Nhóm 5 và Nhóm 6 thuyết trình. <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia thảo luận, phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. - Bắt đầu phần thuyết trình của 2 nhóm tiếp theo (Nhóm 5 và Nhóm 6). - Đọc chương 6 của giáo trình. - Đọc các chương tiếp theo của tài liệu tham khảo. 	1.1 1.2 1.3 2.1	<p>[1]. Chương 5; Chương 6</p> <p>[2]. Chương 5; Chương 6</p> <p>[3]. Chương 4, Chương 5</p>
----	--	----------------------	--	--------------------------	--

<p>5.2.4.4. Tổ chức như một “hệ thống chính trị”</p> <p>5.2.4.5. Tổ chức như một “công cụ thống trị”</p> <p>5.2.4.6. Quan điểm tổ chức - con người</p> <p>5.2.5. Các hệ thống cơ bản trong cơ cấu tổ chức</p> <p>5.2.5.1. Hệ thống tổ chức chung</p> <p>5.2.5.2. Hệ thống chính thức về đạo đức</p> <p>5.2.5.3. Hệ thống giá trị đạo đức chính thức của tổ chức</p> <p>5.2.5.4. Hệ thống các nhóm trong doanh nghiệp</p> <p>5.3. XÂY DỰNG PHONG CÁCH QUẢN LÝ ĐỊNH HƯỚNG VĂN HÓA</p> <p>5.3.1. Quan điểm về vai trò của quản lý</p> <p>5.3.1.1. Quan điểm “quyền năng vô hạn” của quản lý</p> <p>5.3.1.2. Quan điểm “trọng trung” của quản lý</p> <p>5.3.2. Năng lực lãnh đạo và quyền lực của người quản lý</p> <p>5.3.2.1. Năng lực lãnh đạo</p> <p>5.3.2.2. Quyền lực</p> <p>5.3.3. Phong cách lãnh đạo</p> <p>5.3.4. Vận dụng trong quản lý</p>				
---	--	--	--	--

	<p>5.3.4.1. Phân quyền</p> <p>5.3.4.2. Định hình phong cách lãnh đạo</p> <p>5.3.4.3. Quản lý hình tượng</p> <p>5.4. XÂY DỰNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP</p> <p>5.4.1. Nội dung xây dựng văn hóa doanh nghiệp</p> <p>5.4.2. Quy trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp</p>				
5	<p>CHƯƠNG 6: DUY TRÌ VÀ THAY ĐỔI VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP</p> <p>6.1.DUY TRÌ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP</p> <p>6.1.1. Khái niệm và ý nghĩa của việc duy trì văn hóa doanh nghiệp</p> <p>6.1.1.1. Khái niệm</p> <p>6.1.1.2. Vai trò và ý nghĩa</p> <p>6.1.2. Cách thức thực hiện duy trì văn hóa doanh nghiệp (tuyển chọn, huấn luyện, đào tạo, đánh giá, củng cố giá trị truyền thống?)</p> <p>6.2.THAY ĐỔI VĂN HÓA DOANH NGHIỆP</p>	<p>CLO1</p> <p>CLO2</p> <p>CLO3</p>	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giảng và giải thích nội dung các vấn đề chương 6. - Đặt các câu hỏi, các vấn đề mang tính tổng quát để hệ thống lại toàn bộ kiến thức của môn học. - Đặt ra các tình huống thực tiễn và yêu cầu sinh viên nêu lên quan điểm, chủ kiến, cách thức giải quyết vấn đề. - Thông báo cho sinh viên các cột điểm đã tích lũy trong quá trình 	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.3</p> <p>2.1</p>	<p>[1]. Chương 6</p> <p>[2]. Chương 6; Các phần còn lại</p> <p>[3]. Các phần còn lại</p>

<p>6.2.1. Các khái niệm, hình thức và mô hình thay đổi và quản lý sự thay đổi</p> <p>6.2.1.1. Khái niệm thay đổi, quản lý sự thay đổi</p> <p>6.2.1.2. Các hình thức thay đổi, thời điểm thay đổi, phương thức thay đổi</p> <p>6.2.1.3. Các mô hình lý thuyết và thay đổi và quản lý thay đổi</p> <p>6.2.2. Cách thức thay đổi văn hóa doanh nghiệp</p> <p>6.2.2.1. Những biểu hiện không lành mạnh của văn hóa doanh nghiệp</p> <p>6.2.2.2. Những vấn đề cần nhắc khi thay đổi văn hóa doanh nghiệp</p> <p>6.2.2.3. Những thách thức khi thay đổi văn hóa doanh nghiệp</p> <p>6.2.2.4. Cách thức thay đổi văn hóa doanh nghiệp</p> <p>6.3. MỘT SỐ TÌNH HUỐNG THỰC TẾ THÀNH CÔNG VÀ THẤT BẠI KHI</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Thông báo cho sinh viên các cột điểm đã tích lũy trong quá trình học và thu nhận phản hồi từ sinh viên. - Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Tổ chức thực hiện bài kiểm tra. <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia phát biểu ý kiến xây dựng bài, - Trả lời câu hỏi của giảng viên. - Xem điểm, đề nghị điều chỉnh sai sót (nếu có) và xác nhận điểm. 		
--	--	--	--	--

THAY ĐỔI VĂN HÓA DOANH NGHIỆP				
--	--	--	--	--

TRƯỞNG BỘ MÔN

(ký trực tiếp và ghi rõ họ tên)



Đặng Trùng Thanh Nam

NGƯỜI BIÊN SOẠN

(ký trực tiếp và ghi rõ họ tên)



Trương Đình Thái

HIỆU TRƯỞNG¹⁵

TRƯỞNG KHOA/BỘ MÔN¹⁴

(ký trực tiếp và ghi rõ họ tên)



Nguyễn Văn Tiên



Nguyễn Đức Trung

¹⁴ Áp dụng cho Bộ môn trực thuộc Trường

¹⁵ Các chữ ký không được tách rời khỏi phần nội dung của đề cương.