

1	<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Grundlagen der Wirtschafts- und Unternehmensethik</b> (Business Ethics and the Ethics of Competitive Markets)	<b>5 ECTS</b>
2	Lehrveranstaltungen	V: Wirtschafts- und Unternehmensethik	5 ECTS
3	Dozenten	Prof. Markus Beckmann	

4	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Markus Beckmann
5	<b>Inhalt</b>	<p>Unternehmen agieren auf wettbewerblich verfassten Märkten. Aber welche moralische Qualität haben derartige Wettbewerbsstrukturen? Welches Verhältnis besteht hier zwischen Eigeninteresse und Moral, zwischen Gewinnstreben und gesellschaftlichem Gemeinwohl? Welche gesellschaftliche Funktion spielen Unternehmen in einer Marktwirtschaft? Welchen Herausforderungen müssen sie sich stellen, um ihre soziale „licence to operate“ nicht zu verlieren?</p> <p>Mit Blick auf diese Fragen vermittelt die Veranstaltung ausgewählte Grundlagen der Wirtschaftsethik und Unternehmensethik. Die <b>Wirtschaftsethik</b> beschäftigt sich mit der Frage, wie moralische Anliegen und Ideale unter den Bedingungen – insbesondere den <i>Wettbewerbsbedingungen</i> – einer modernen Gesellschaft zur Geltung gebracht sind bzw. zur Geltung gebracht werden können. Bei der Beantwortung dieser Frage kommt den Institutionen einer demokratisch verfassten Marktwirtschaft eine besondere Bedeutung zu. Denn diese institutionellen „Spielregeln“ koordinieren die „Spielzüge“ gesellschaftlicher Akteure und bestimmen damit wesentlich die Ergebnisse des sozialen Zusammen-„Spiels“ – und folglich dessen moralische Qualität. Ein besonderer Fokus wird zudem auf die Grundlagen des Konzepts der „<b>Sozialen Marktwirtschaft</b>“ gelegt.</p> <p>In der <b>Unternehmensethik</b> geht es um die Frage, wie Unternehmen durch die Berücksichtigung gesellschaftlicher und moralischer Anliegen die Grundlagen ihrer Wertschöpfungstätigkeit erhalten und erweitern können. Welche Verantwortung tragen Unternehmen gegenüber ihren Stakeholdern? Warum werden Vertrauen und Legitimität in einer komplexen Wirtschaft immer wichtiger? Unter dem Stichwort <b>Corporate Social Responsibility</b> werden Themen und Konzepte behandelt, wie Unternehmen auf wachsende gesellschaftliche Erwartungen reagieren, Verantwortung übernehmen und die Bedingungen für langfristige Wertschöpfung aktiv gestalten können.</p> <p>Der konzeptionelle Rahmen für beide Veranstaltungsteile ist die institutionenethische Perspektive einer ordonomischen Wirtschafts- und Unternehmensethik. Eine besondere Bedeutung weist diese Denkschule der <b>Analyse sozialer Dilemmata</b> zu. Diese Perspektive wird im Laufe der Veranstaltung auch mit alternativen Denkschulen der Wirtschafts- und Unternehmensethik verglichen und deren jeweilige Vorteile und Restriktionen erörtert.</p>
6	<b>Lernziele und Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erwerben Argumentationskompetenz und kritische Reflexion gesellschaftlich relevanter Fragen</li> <li>• erwerben analytisches Vorgehen und pragmatische</li> </ul>

		<p>Entscheidungsfähigkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen Konzepte, um kritisch über die gesellschaftliche Rolle von Unternehmen zu reflektieren</li> <li>• verstehen Errungenschaften und Herausforderung der sozialen Marktwirtschaft</li> <li>• erwerben Analysekompetenz sozialer Dilemmastrukturen und der Bewertung deren normativer Ambivalenz</li> <li>• kennen Beispiele für die gelungene bzw. gescheiterte Übernahme unternehmerischer Verantwortung</li> </ul>
7	<b>Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	Keine
8	<b>Einpassung in Musterstudienplan</b>	Ab 2. Studiensemester
9	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modul im Studienbereich „Nachhaltigkeitsmanagement“ (Wahlpflichtveranstaltung)</li> <li>• Modul im Vertiefungsbereich des Bachelor WiWi</li> <li>• Modul im Vertiefungsbereich des Bachelor International Business Studies</li> <li>• Modul im Vertiefungsbereich des Bachelor Sozialökonomik</li> <li>• Modul in der Vertiefungsmodulgruppe „Nachhaltigkeitsmanagement“ (Wahlveranstaltung) des Bachelor WING</li> </ul> <p><i>Anmeldung via StudOn; Anzahl Teilnehmende: 150</i></p>
10	<b>Studien- und Prüfungsleistungen</b>	E-Klausur
11	<b>Berechnung Modulnote</b>	Klausur (60min.): 100%
12	<b>Turnus des Angebots</b>	Jährlich im Sommersemester
13	<b>Arbeitsaufwand</b>	Präsenzzeit: 28h Vorlesung + 4-8h Übungstermine (freiwillig) Selbststudium: 114h
14	<b>Dauer des Moduls</b>	1 Semester
15	<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
16	<b>Vorbereitende Literatur</b>	<p>Pies, Ingo (2009): Moral als Produktionsfaktor. Ordonomische Schriften zur Unternehmensethik. Berlin: wvb.</p> <p>Pies, Ingo, Markus Beckmann und Stefan Hielscher (2011): Was müssen Führungskräfte können? Zur ordonomischen Kompetenzvermittlung für Manager, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft ZfB, Special Issue (1): Unternehmensethik in Forschung und Lehre, S. 15-38.</p> <p>Suchanek, Andreas (2001): Ökonomische Ethik. Tübingen: Mohr Siebeck.</p>