

ISPITNA PITANJA iz predmeta POSLOVNA ETIKA
Master akademske studije, školska godina 2021/2022.

1. Poslovna etika: oksimoron ili realna potreba?
2. Moral kao predmet izučavanja etike
3. Elementi morala
4. Dimenzije etike
5. Teorijske postavke etike
6. Etički relativizam i etički univerzalizam
7. Etika i poslovna etika
8. Pristupi poslovnoj etici: Moralno, nemoralno i amoralno ponašanje
9. Problemi i mitovi vezani za poslovnu etiku
10. Pravci u razvoju poslovne etike
11. Lična, radna i profesionalna etika
12. Poslovna etika i poslovna kultura
13. Etička poslovna kultura
14. Poslovna etika i poslovna komunikacija
15. Etika poslovnog komuniciranja
16. Norme etičkog ponašanja
17. Globalizacija: Novi kontekst poslovne etike
18. Održivost: Ključni domen poslovne etike
19. Oblici ispoljavanja neetičkog ponašanja zaposlenih i značaj upravljanja ljudskim resursima radi podsticanja etičkog ponašanja zaposlenih
20. HRM aktivnosti usmerene ka povećanju sposobnosti zaposlenih
21. HRM aktivnosti usmerene ka povećanju mogućnosti za zaposlene
22. HRM aktivnosti usmerene ka povećanju motivacije zaposlenih
23. Etičko liderstvo
24. Komuniciranje poslovne etike
25. Emocionalna inteligencija
26. Priroda društvene odgovornosti preduzeća
27. Koncept društvene odgovornosti preduzeća koji je usvojila Evropska Unija
28. Razvoj društvene odgovornosti preduzeća u svetu
29. Razvoj društvene odgovornosti preduzeća u Srbiji
30. Društveno odgovorno poslovanje preduzeća u Srbiji
31. Etičko i društveno odgovorno ponašanje preduzeća prema stakeholderima
32. Ne(etičke) prakse vezane za odnos preduzeća prema vlasnicima
33. Mere društveno odgovornog ponašanja prema vlasnicima
34. Ne(etičke) prakse preduzeća prema zaposlenima
35. Mere društveno odgovornog ponašanja prema zaposlenima
36. Ne(etičke) prakse preduzeća prema potrošačima u oblasti proizvodnje
37. Ne(etičke) prakse preduzeća u oblasti komuniciranja sa potrošačima
38. Ne(etičke) prakse preduzeća prilikom formiranja cena
39. Ne(etičko) ponašanje pri plaćanju i informisanju
40. Društveno odgovorno ponašanje preduzeća prema potrošačima
41. Neetičke prakse preduzeća prema dobavljačima

42. Mere društveno odgovornog ponašanja prema dobavljačima
43. Ne(etičke) prakse preduzeća prema društvenoj zajednici
44. Volontiranje za društvenu zajednicu
45. Korporativna filantropija
46. Socijalni marketing
47. Promovisanje društvenih ciljeva
48. Prednosti strateškog pristupa društvenoj odgovornosti preduzeća
49. Formulisanje strategije društvene odgovornosti preduzeća
50. Implementacija strategije društvene odgovornosti preduzeća