KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	**Z-EKON2-U-315a**
Nazwa przedmiotu	**Społeczna odpowiedzialność biznesu**
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	**Corporate social responsibility**
Obowiązuje od roku akademickiego	**2021/2022**

USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	**EKONOMIA**
Poziom kształcenia	**II stopień**
Profil studiów	**Praktyczny**
Forma i tryb prowadzenia studiów	**Studia niestacjonarne**
Zakres	**Ekonomia menedżerska**
Jednostka prowadząca przedmiot	**Katedra Zarządzania i Marketingu**
Koordynator przedmiotu	**Mgr Katarzyna Kiliańska**
Zatwierdził	**Dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. PŚk**

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	**Przedmiot specjalnościowy**
Status przedmiotu	**Obowiązkowy**
Język prowadzenia zajęć	**Polski**
Usytuowanie modułu w planie studiów - semestr	**Semestr III**
Wymagania wstępne	**Public relations, Ekonomia ochrony środowiska,**
Egzamin (TAK/NIE)	**NIE**
Liczba punktów ECTS	**1**

Forma prowadzenia zajęć	**wykład**	**ćwiczenia**	**laborato-rium**	**projekt**	**inne**
Liczba godzin w semestrze				**12**	

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Student ma elementarną wiedzę o roli przedsiębiorcy w różnych obszarach aktywności społeczno-ekonomicznej, zwłaszcza w aspekcie społecznej odpowiedzialności, etyki i zrównoważonego rozwoju.	EKO2_W02
	W02	Student ma wiedzę o interesariuszach podmiotów gospodarczych, potrafi identyfikować interesariuszy oraz określać relacje między nimi, a przedsiębiorstwem.	EKO2_W03
	W03	Student ma rozszerzoną wiedzę z zakresu etycznego postępowania menedżera, podejmowania działań wpisujących się w koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu oraz wie, jak przestrzegać zasad zrównoważonego rozwoju.	EKO2_W12
Umiejętności	U01	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do zaproponowania konkretnych działań społecznie odpowiedzialnych w przedsiębiorstwach, uwzględniając specyfikę podmiotu gospodarczego.	EKO2_U01
	U02	Student potrafi wykorzystać rozszerzoną wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do analizowania procesów i zjawisk zachodzących gospodarce światowej. Posiada umiejętności posługiwania się narzędziami i technikami zarządzania dla działań menedżerskich związanych z etyką w biznesie i społeczną odpowiedzialnością.	EKO2_U02
	U03	Student posiada umiejętność komunikowania się z różnymi grupami odbiorców w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Wykazuje się swobodą w formułowaniu opinii i poglądów nt. społecznej odpowiedzialności biznesu. Umie wyjaśnić przyczyny i skutki podejmowania działań społecznie odpowiedzialnych przez przedsiębiorstwa.	EKO2_U03
Kompetencje społeczne	K01	Student zwraca uwagę na to, które przedsiębiorstwa dbają o pozytywne relacje z otoczeniem i interesariuszami przez angażowanie swoich zasobów w działania społecznie odpowiedzialne. Zdaje sobie sprawę z konieczności przestrzegania etyki zawodowej w odniesieniu do wszystkich grup interesu.	EKO2_K01
	K02	Student przestrzega i propaguje etyczne postawy, wykazuje wrażliwość społeczną i rozumie potrzebę angażowania się w działalność społecznie odpowiedzialną.	EKO2_K02
	K03	Student potrafi uczestniczyć w różnych projektach społecznie odpowiedzialnych, zaplanować, opracować koncepcję realizacji zadań społecznie odpowiedzialnych oraz określić potencjalny wpływ tych działań na sferę ekonomiczną, społeczną, finansową i ekologiczną.	EKO2_K05

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
projekt	1. Wprowadzenie do przedmiotu. Pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu. Rola przedsiębiorstw w społeczeństwie. Przyczyny rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu.
	2. Założenia koncepcji. Teoria interesariuszy.
	3. Wybrane modele społecznej odpowiedzialności biznesu.
	4. Wewnętrzny i zewnętrzny wymiar odpowiedzialności w biznesie. Charakterystyka kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności w biznesie.
	5. Standaryzacja i normalizacja społecznej odpowiedzialności biznesu.
	6. Omówienie wybranych narzędzi społecznej odpowiedzialności biznesu.
	7. Bariery i korzyści z implementacji założeń społecznej odpowiedzialności w biznesie.
	8. Dobre praktyki w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu – prezentacje efektów pracy studentów. Dyskusja.

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne
W02				X		
W03				X		
W12				X		
U01				X		
U02				X		dyskusja
U03				X		dyskusja
K01				X		
K02				X		dyskusja
K05				X		

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
projekt	zaliczenie z oceną	Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest: • branie czynnego udziału w dyskusjach oraz pracach podczas zajęć, • przygotowanie projektu w formie papierowej dotyczącej problematyki społecznej odpowiedzialności biznesu, • zaprezentowanie najważniejszych kwestii zawartych projekcie. Ocenę bardzo dobrą mogą uzyskać tylko studenci, którzy wykazywali się aktywnością podczas dyskusji prowadzonej na zajęciach.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS								
Lp.	**Rodzaj aktywności**	**Obciążenie studenta**					**Jednostka**
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	W	C	L	P	S	h
					12		
2.	Inne (konsultacje, egzamin)				**2**		h
3.	**Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego**	**14**					h
4.	**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego**	**0,6**					ECTS
5.	**Liczba godzin samodzielnej pracy studenta**	**11**					h
6.	**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy**	**0,4**					ECTS
7.	**Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym**	**25**					h
8.	**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym**	**1**					ECTS
9.	**Sumaryczne obciążenie pracą studenta**	**25**					h
10.	**Punkty ECTS za moduł** *1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta*	**1**					ECTS

LITERATURA

1. Bartkowiak G., *Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Diffin, Warszawa 2011.
2. Jonker J., Rudnicka A., Reichel J., *Nowe horyzonty. Przewodnik po społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonym*, CSR Impact i ODE Źródła, Łódź 2011.
3. Gasparski W., *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012
4. Paliwoda-Matiolańska A., *Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem*, C.H. Beck, 2014.
5. PN-ISO 26000, *Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności, Polski Komitet Normalizacyjny*, PKN, Warszawa 2012.
6. Materiały zamieszczane na platformie odpowiedzialnybiznes.pl