**Nazwa przedmiotu:**

Społeczna odpowiedzialność biznesu

**Koordynator przedmiotu:**

dr Agnieszka Krzętowska

**Status przedmiotu:**

Fakultatywny ograniczonego wyboru

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Ekonomia

**Grupa przedmiotów:**

Obieralne

**Kod przedmiotu:**

ZFR 38.1/2

**Semestr nominalny:**

4 / rok ak. 2016/2017

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

50 h w tym 16 h - wykład, 4h - konsultacje, 9 h - przygotowanie do kolokwium,12 h-przygotowanie do zaliczenia, 6 h - przygotowanie do zajęć w tym zapoznanie z literaturą, 3h - inne.

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

 I. 0,64 ECTS - wykłady
II.0,28 ECTS - konsultacje i dodatkowe zaliczenia

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

0

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 240h |
| Ćwiczenia:  | 0h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

brak

**Limit liczby studentów:**

min. 15

**Cel przedmiotu:**

Celem zajęć ze społecznej odpowiedzialności biznesu jest zapoznanie studentów z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. Corporate Social Responsibility – CSR), przedstawienie zbioru norm (także etycznych), które określają relację między przedsiębiorcą a otoczeniem jego działalności gospodarczej (zarówno tym najbliższym np. pracownikami, jak i dalszym np. kontrahentami czy lokalną społecznością).

**Treści kształcenia:**

Geneza, definicja i zakres społecznej odpowiedzialności biznesu. Instrumenty i prawodawstwo międzynarodowe. Zachowania nieetyczne w kontekście zarządzania. Patologie życia gospodarczego m.in.: nepotyzm, mobbing, korupcja, niegospodarność i inne. Promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu. Firmy CSR w Polsce i na świecie - firmy społecznie odpowiedzialne i obszar ich społecznej aktywności (krajowe i zagraniczne). Wpływ społecznej odpowiedzialności firmy na jej konkurencyjną pozycję na rynku Dobre praktyki CSR – analiza przypadków.

**Metody oceny:**

Kolokwium pisemne.
Prezentacja na wybrany temat.
Aktywność studenta w trakcie zajęć.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Literatura podstawowa:
1. Bernatt M., Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wymiar konstytucyjny i międzynarodowy. Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2009
2. Grudzewski W.M., Hejduk I.K., Sankowska A., Wańtuchowicz M. „Sustainability w biznesie czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania”; Poltext; 2010
3. Kietliński K., Reyes V., Oleksyn T., Etyka w biznesie i zarządzaniu, Wolters Kluwer, Kraków 2005
Literatura uzupełniająca:
4. Dietl J., Gasparski W., Etyka biznesu, WN PWN, Warszawa 1999
5. Najder-Stefaniak K., Wstęp do etyki biznesu, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2007

**Witryna www przedmiotu:**

www.knes.pw.plock.pl

**Uwagi:**

brak

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt W08:**

definiuje podstawowe idee i koncepcje społecznej odpowiedzialności biznesu

Weryfikacja:

kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W08

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_W07

**Efekt W10:**

zna podstawowe pojęcia z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu

Weryfikacja:

kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W10

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_W08

**Efekt W22:**

rozumie znaczenie obszaru zainteresowań społecznej odpowiedzialności biznesu.

Weryfikacja:

kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W22

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_W07

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt U12:**

potrafi ocenić przydatnośc zastosowanych modeli CSR w praktyce gospodarczej

Weryfikacja:

kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U12

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_U05

**Efekt U32:**

analizuje zachowania ludzi na wszystkich szczeblach wybranej organizacji iposiada umiejętność doceniania znaczenia obszaru zainteresowań społecznej odpowiedzialności biznesu.

Weryfikacja:

kolokwium

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_U32

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_U07

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt K14:**

student zachowuje krytycyzm wobec przyczyn powstawania konfliktów i jest zorientowany na ich rozstrzyganie sporów poprzez wspólne porozumienie

Weryfikacja:

aktywność na zajęciach

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_K14

**Powiązane efekty obszarowe:** S1A\_K04