**Nazwa przedmiotu:**

Społeczna odpowiedzialność biznesu

**Koordynator przedmiotu:**

mgr Karolina Kitzman

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2017/2018

**Liczba punktów ECTS:**

1

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

15h ćwiczenia(godziny kontaktowe) = 3h (prezentacja) + 12h aktywne uczestniczenie w dyskusji na temat prezentowanych i analizowanych prezentacjach przypadków oraz prezentowanych strategii CSR
20h pracy własnej = 6h (opracowanie /omówienie w zespole przypadku) + 8h (przygotowanie prezentacji multimedialnej) + 2h (udział w konsultacjach) + 4h (opracowanie strategii CSR)

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

1 ECTS: 15 ćwiczenia + 2h konsultacje

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

1 ECTS: 15 ćwiczenia + 20h pracy własnej

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby po jego zaliczeniu student posiadał pod-stawową wiedzę dotyczącą:
- trendów w strategiach CSR i modeli CSR
- roli kultury organizacyjnej, etyki, zaufania w relacji ze wszystkimi interesariuszami, a także roli przywództwa we wdrażaniu strategii społecznej odpowiedzialności biznesu;
- potrafił zastosować podstawową wiedzę teoretyczną w zakresie wdra-żania modeli CSR;
- potrafił postępować odpowiedzialnie w obszarach dbania o zasoby i ochronę środowiska naturalnego, zauważać i reagować na problemy społeczne występujące w gospodarce zarówno na poziomie lokalnym jak i globalnym, wpływać na tworzenie odpowiedzialnych rozwiązań ekonomicznych (np. fair trade, zrównoważony łańcuch dostaw).

**Treści kształcenia:**

1. Modele społecznej odpowiedzialności biznesu;
2. Podstawy etyki biznesu;
3. Zarządzanie zaufaniem;
4. Wpływ przywódcy na społeczną odpowiedzialność biznesu;
5. Zmiany definicji przedsiębiorstwa;
6. Zarządzanie odpowiedzialne w organizacjach publicznych, prywatnych i pozarządowych;
7. Relacje między organizacjami publicznymi, prywatnymi i społecznymi;

**Metody oceny:**

A.Ćwiczenia:
1.Ocena formatywna: ocena poprawności ćwiczeń wykonanych przez studentów podczas zajęć, interaktywna forma prowadzenia zajęć: podczas zajęć omawiane i rozwiązywane są przypadki (case study) a następnie prezentowane przez zespoły 3-4 osobowe. Ocena w zakresie 2-5, do za-liczenia >=3
2.Ocena sumatywna: przygotowanie w formie pisemnej strategii odpowiedzialnego działania (strategii CSR) dla wybranej organizacji i zaprezentowanie jej z wykorzystaniem technik multimedialnych. Ocena w zakresie 2-5, do zaliczenia >=3
Ocena końcowa: przedmiot uznaje się za zaliczony, jeśli z obu części student otrzyma ocenę >=3, ocena przedmiotu jest obliczona zgodnie z formułą 50/50.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
Grudzewski W., Hejduk I., Sankowska A. Wańtuchowicz M.: Sustaina-bility w biznesie, czyli PRZEDSIĘBIORSTWO PRZYSZŁOŚCI, Poltext, Warszawa 2010.
Gasparski W., Biznes, etyka, odpowiedzialność:, Wydawnictwo Nauko-we PWN SA, Warszawa 2012.
Kuraszko I., Augustyniak Sz.: 15 polskich przykładów społecznej odpo-wiedzialności biznesu, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa, 2009.
Visser W., The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business, RandomHouse Digital, 2011
Philip Kotler, Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, John Wiley and Sons, 2005
Uzupełniająca:
Gasparski W. Europejskie standardy etyki biznesu, dostępny w Interne-cie: http://www.ipsir.uw.edu.pl/UserFiles/File/Katedra\_Socjologii\_Norm/TEKSTY/WGasparskiEuropStandEtykiBiznesu.pdf
Kotler P., Hermawan K., Iwan S.: Marketing 3.0: from Products to Cus-tomers to the Human Spirit, John Wiley & Sons, Inc. Hoboken New Jersey 2010.
Zoeteman K., Sustainable Development Drivers: The Role of Leadership in Government, Business and NGO Performance, Edward Elgar, North-amton, 2012

**Witryna www przedmiotu:**

www.electurer.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe