

WYDZIAŁ INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu w języku polskim: Społeczna odpowiedzialność biznesu

Nazwa przedmiotu w języku angielskim: Corporate Social Responsibility

Kierunek studiów (jeśli dotyczy): Zarządzanie

Specjalność (jeśli dotyczy): Przedsiębiorczość ,innowacje, projekty (PIP)

Poziom i forma studiów: II stopień / stacjonarna

Rodzaj przedmiotu: obowiązkowy

Kod przedmiotu: ZMZ1604

Grupa kursów NIE

	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
Liczba godzin zajęć zorganizowanych w Uczelni (ZZU)					15
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta (CNPS)					30
Forma zaliczenia					Zaliczenie na ocenę
Dla grupy kursów zaznaczyć kurs końcowy (X)					
Liczba punktów ECTS					2
w tym liczba punktów odpowiadająca zajęciom o charakterze praktycznym (P)					2
w tym liczba punktów ECTS odpowiadająca zajęciom wymagającym bezpośredniego kontaktu (BK)					1

*niepotrzebne skreślić

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH

1. Zaliczenie przedmiotów ; Zarządzanie strategiczne, Koncepcje zarządzania

CELE PRZEDMIOTU

- C1. Uformowanie poglądu na temat CSR jako motywu strategicznego współczesnego przedsiębiorstwa
- C2. Poznanie kluczowych determinant kształtujących zastosowanie CSR w praktyce.

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ

Z zakresu wiedzy:

PEK_W01 Potrafi scharakteryzować istotę społecznej odpowiedzialności biznesu

PEK_W02 Potrafi wskazać instrumentarium związane z stosowaniem CSR w praktyce gospodarczej

Z zakresu umiejętności:

PEK_U01 Umie korzystać z dorobku i narzędzi w sytuacji pojawienia się potrzeb wprowadzenia strategii nachylonej na realizację CSR

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEK_K01 Świadomość istnienia barier i zagrożeń w strategicznym ujmowaniu CSR

S2_PIP_W01 Ma pogłębioną wiedzę o zmianach zachodzących w organizacjach i w jej otoczeniu i o metodach zarządzania zmianami

S2_PIP_W08 Rozumie istotę, zasady i instrumenty społecznej odpowiedzialności biznesu i wskazuje na jej przejawy w praktyce.

S2_PIP_U01 Potrafi interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne oraz ich oddziaływanie na innowacyjność organizacji, z uwzględnieniem norm etycznych, prawnych, społecznych.

S2_PIP_U03 Potrafi w sposób kreatywny analizować konkretny problem organizacyjny oraz sformułować różne warianty rozwiązania problemu, potrafi je zweryfikować stawiając proste hipotezy badawcze w zakresie ich skutków

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć - wykład		Liczba godzin
Wy1		
Wy2		
Wy3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - ćwiczenia		Liczba godzin
Ćw1		
Ćw2		
Ćw3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - laboratorium		Liczba godzin
La1		
La2		
La3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - projekt		Liczba godzin
Pr1		
Pr2		
Pr3		
	Suma godzin	

Forma zajęć - seminarium		Liczba godzin
Se1	Zarys problematyki związanej z odpowiedzialnością społeczną biznesu. Omówienia organizacji zajęć i zasad oceniania.	1
Se2	Ewolucja poglądów na CSR, CSR a koncepcja zrównoważonego rozwoju.	2
Se3	Współczesne poglądy na CSR, znaczenie dokumentów programowych stworzonych przez instytucje społeczne	2
Se4	Normy, standardy i narzędzia CSR (marketing społeczny, marketing zaangażowany społecznie, programy etyczne, eko-znakowanie, znakowanie społeczne, inwestycje odpowiedzialne społecznie i inne)	2
Se5	Mierzenie efektów związanych z odpowiedzialnością społeczną przedsiębiorstwa	2
Se6	Postawy wobec CSR na świecie. Perspektywy rozwoju.	2
Se7	Postawy wobec CSR w Polsce. Perspektywy rozwoju.	2
Se8	Współczesne wyzwania i dylematy CSR. Podsumowanie zajęć	2
	Suma godzin	15

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE
N1 Prezentacja multimedialna wybranego tematu seminaryjnego N2 Case studies N3 Pytania kontrolne (dyskusyjne) N4 Aktywność bieżąca i obecność

OCENA OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Oceny (F – formująca (w trakcie semestru), P – podsumowująca (na koniec semestru))	Numer efektu uczenia się	Sposób oceny osiągnięcia efektu uczenia się
F1	PEK_W01	Przygotowanie prezentacji i studium przypadku dla wybranego tematu (problemu)
F1	PEK_K01	Przygotowanie prezentacji i studium przypadku dla wybranego tematu (problemu)
F2	PEK_W01	Przygotowanie się do dyskusji
F2	PEK_W02	Przygotowanie się do dyskusji
F2	PEK_U01	Przygotowanie się do dyskusji
F2	PEK_K01	Przygotowanie się do dyskusji
F3	PEK_W01	Ocena aktywności i obecności
F3	PEK_W01	Ocena aktywności i obecności
$P = 0,4 * F1 + 0,4 * F2 + 0,2 * F3$		

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

LITERATURA PODSTAWOWA:

- [1] Rybak M., Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność Przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2004.
- [2] Kopycińska D., Koncepcja społecznej odpowiedzialności firmy. Etyka Biznesu, PWN, Warszawa 2000.
- [3] Żemigala M., Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Budowanie zdrowej, efektywnej organizacji, Wolters Kluwer Business, Warszawa 2007.
- [4] Harvard Business School Press, Społeczna odpowiedzialność Przedsiębiorstw, Wydawnictwo Onepress, Warszawa 2007.
- [5] Koneczna R., CSR i jego narzędzia jako element strategii firm- praktyczny przewodnik, Wydawnictwo IGSMiE, Kraków 2014.
- [6] Raport "US Sustainable, Responsible and Impact Investing Trends 2014"
- [7] Paliwoda-Matiolańska Adriana, Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem, C.H. Beck, 2014.

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- [1] Odpowiedzialność społeczna biznesu, Wyd. HRB Polska, 2010, 2011 i 2012 r.
- [2] Jonker J., Rudnicka A., Reichel J., Nowe horyzonty. Przewodnik po społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonym. CSR Impact i ODE Źródła, Łódź 2011

OPIEKUN PRZEDMIOTU (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Jagoda Mrzygłocka-Chojnacka; jagoda.mrzyglocka-chojnacka@pwr.edu.pl