**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** 2018-2021

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE/MODULE

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu/ modułu | Społeczna odpowiedzialność biznesu |
| Kod przedmiotu/ modułu\* | FiR/I/A.17 |
| Wydział (nazwa jednostki prowadzącej kierunek) | Wydział Ekonomii |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Katedra Marketingu i Przedsiębiorczości |
| Kierunek studiów | Finanse i rachunkowość |
| Poziom kształcenia | I stopień |
| Profil | ogólnoakademicki |
| Forma studiów | stacjonarne |
| Rok i semestr studiów | II/4 |
| Rodzaj przedmiotu | podstawowy |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | dr Sławomir Dybka |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr Sławomir Dybka |

\* *- zgodnie z ustaleniami na Wydziale*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt ECTS** |
| 4 | 15 |  |  |  |  |  |  |  | 2 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

x zajęcia w formie tradycyjnej

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu /modułu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

zaliczenie z oceną

2.WYMAGANIA WSTĘPNE

|  |
| --- |
| Podstawowa wiedza z zakresu przedsiębiorczości i zarządzania organizacjami. |

3. CELE, EFEKTY KSZTAŁCENIA , TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu/modułu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Przekazanie studentom wiedzy dotyczącej wyzwań stojących przed współczesnym biznesem w kontekście etycznym, społecznym i ekologicznym. |
| C2 | Zapoznanie z koncepcją, narzędziami i modelami związanymi ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. |
| C3 | Charakterystyka obszarów zastosowań oraz uzyskiwanych efektów CSR w organizacjach. |

**3.2 Efekty kształcenia dla przedmiotu/ modułu** (*wypełnia koordynator*)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt kształcenia) | Treść efektu kształcenia zdefiniowanego dla przedmiotu (modułu) | Odniesienie do efektów kierunkowych (KEK) |
| EK\_01 | Identyfikuje zasady i koncepcje teorii ekonomii, finansów i zarządzania w tym koncepcję Corporate Social Responsibility, wymienia i wyjaśnia rodzaje powiązań między elementami systemu finansowego, ekonomicznego i społecznego oraz rządzące nimi prawidłowości, procesy zachodzące w organizacjach gospodarczych oraz konsekwencje podejmowanych przez nie decyzji (związane z ochroną własności intelektualnej , odpowiedzialnością społeczną, ekologiczną czy odpowiedzialnością w łańcuchu dostaw). | K\_W03  K\_W05  K\_W08 |
| EK\_02 | Potrafi analizować i interpretować przyczyny i konsekwencje stosowania CSR w biznesie, identyfikować przebieg zjawisk społeczno-ekonomicznych determinujących sytuację ekonomiczno-finansową organizacji w kontekście zastosowania CSR, potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole | K\_U03  K\_U12 |
| EK\_03 | Jest gotów do prezentowania aktywnej postawy wobec zmieniających się uwarunkowań społeczno-ekonomicznych oraz myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i przestrzegania zasad etyki zawodowej przejawiającej się we wszystkich aspektach działalności. | K\_K03  K\_K04 |

**3.3 Treści programowe** (*wypełnia koordynator)*

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Biznes a społeczeństwo, organizacje w kontekście jakości życia współczesnego społeczeństwa. (analiza relacji przedsiębiorstwa i otoczenia). |
| Społeczna odpowiedzialność biznesu (m.in. geneza i rozwój koncepcji, modele after profit obligation, before profit obligation). |
| Społeczna odpowiedzialność biznesu a teoria interesariuszy (omówienie, miejsca i roli interesariuszy dla przedsiębiorstwa, „mapowanie” interesariuszy). |
| Obszary odpowiedzialności przedsiębiorstwa (miejsce pracy, środowisko naturalne, społeczność lokalna, otoczenie konkurencyjne, kooperanci w łańcuchu dostaw). |
| Marketing społeczny i społecznie zaangażowany (charakterystyka technik marketingowych wykorzystywanych w promowaniu prospołecznych przedsięwzięć). |
| Wskaźniki odpowiedzialnego biznesu (ekonomiczne, ekologiczne, pracownicze, bezpieczeństwa pracy, zaangażowania społecznego, dotyczące relacji z partnerami biznesowymi). |
| Znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce i na świecie. Studium przypadków. |

3.4 Metody dydaktyczne

Wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, esej

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów kształcenia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów kształcenia | Forma zajęć dydaktycznych |
| ek\_01 | kolokwium | wykład |
| ek\_02 | kolokwium, esej | wykład |
| ek\_03 | esej, obserwacja w trakcie zajęć | wykład |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie oceny pozytywnej dla następujących aktywności:   * kolokwium (70% wartości końcowej oceny), * esej (30% wartości końcowej oceny).   Przy ustalaniu oceny stosuje się następującą skalę przeliczania punktów na oceny:  ocena bdb - od 90% - do 100%,  ocena db plus - od 80% - do 89%,  ocena db - od 70% - do 79%,  ocena dst plus - od 60% - do 69%,  ocena dst - od 51% - do 59%. |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z planu studiów | 15 |
| Inne z udziałem nauczyciela  (udział w konsultacjach) | 2 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, kolokwium, napisanie eseju) | 33 |
| SUMA GODZIN | **50** |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | **2** |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU/ MODUŁU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy | - |
| zasady i formy odbywania praktyk | - |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:   1. Bartkowiak G., Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym, Difin, Warszawa 2011. 2. Paliwoda-Matiolańska A., Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa2014. |
| Literatura uzupełniająca:   1. Piskalski G., Społeczna odpowiedzialność biznesu w polskich realiach: teoria i praktyka: Raport z monitoringu społecznej odpowiedzialności największych polskich firm, Fundacja CentrumCSR.PL, Warszawa 2015. 2. Krasodomska J., Społeczna odpowiedzialność biznesu w rachunkowości - teoria i praktyka, Difin,Warszawa 2017. |