



Kod przedmiotu	B2.15	Nazwa przedmiotu	Społeczna odpowiedzialność w biznesie	
Kierunek			Administracja - studia pierwszego stopnia	
Rodzaj przedmiotu lub modułu			B. Moduł do wyboru, B2. Administracja w biznesie	
Profil kształcenia (studiów)		praktyczny		
Specjalność		2. Administracja w biznesie		
Semestr		5		
Język prowadzenia zajęć		Język polski		
<b>Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta</b>				
			Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			15	9
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			15	9
3. Konsultacje z nauczycielem			10	10
<b>Razem 1+2+3</b>			<b>40</b>	<b>28</b>
4. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)			-	-
5. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)			35	47
<b>Razem 4+5</b>			<b>35</b>	<b>47</b>
<b>SUMA 1+2+3+4+5</b>			<b>75</b>	<b>75</b>
<b>Łącznie punktów ECTS wg planu studiów</b>			<b>3</b>	
<b>Opis efektów uczenia się dla przedmiotu</b>				
	OPIS PRZEDMIOTOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ		SYMBOL EKK (odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się)	
<b>ma wiedzę – zna i rozumie:</b>				
<b>K_W01</b>	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu aspekty społecznego wymiaru odpowiedzialności biznesu,		<b>K_W01</b>	

<b>K_W02</b>	Zna i rozumie wartości moralne i ich relacje z codzienną praktyką gospodarczą	<b>K_W09</b>
<b>ma następujące umiejętności – potrafi, umie:</b>		
<b>K_U03</b>	Potrafi samodzielnie identyfikować i interpretować czynniki w procesie podejmowania decyzji biznesowych, mających skutki praktyczne dla społeczeństwa	<b>K_U03</b>
<b>K_U04</b>	Potrafi samodzielnie identyfikować i interpretować instrumenty, pozwalające menedżerom poruszać się w sieci współzależności, partnerstw międzysektorowych czy dialogu z interesariuszami	<b>K_U05</b>
<b>posiada następujące kompetencje społeczne – ma świadomość i jest gotów do:</b>		
<b>K_K05</b>	Jest gotów uczestniczyć w pracach grupy przygotowującej strategię rynkowe, zgodnie z zasadami etyki zawodowej i społeczną odpowiedzialnością biznesu.	<b>K_K03</b>
<b>Cele kształcenia</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie słuchaczy z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)</li> <li>• poznanie nowych, istotnych zmiennych determinujących otoczenie przedsiębiorstw, takich jak potrzeba ochrony środowiska, czy presja na coraz niższe koszty wytwarzania</li> <li>• uświadomienie, że presja na obniżenie kosztów może prowadzić do łamania praw człowieka i CSR ma na celu przededefiniowanie pojęcia sukcesu w biznesie</li> </ul>		
<b>Treści kształcenia</b>		
<b>WYKŁADY:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. CSR – definicja Komisji Europejskiej</li> <li>2. Aspekty społecznego wymiaru odpowiedzialności biznesu.</li> <li>3. Globalizujące się rynki a kształtowanie postaw przedsiębiorczości u młodych ludzi.</li> <li>4. Strategie rynkowe – założenia, historia, przyszłość.</li> <li>5. Modele kierowania ludźmi w kierunku społecznej odpowiedzialność.</li> <li>6. Wartości moralne a codzienna praktyka gospodarcza.</li> <li>7. Inicjatywy stymulujące CSR. Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB) – promocja, edukacja, analiza.</li> </ol>		
<b>ĆWICZENIA:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prezentacja rozwiązań firm w zakresie CSR</li> <li>2. Opracowanie projektu odnośnie zasad CSR dla wybranego przedsiębiorstwa</li> <li>3. Prezentacja projektów</li> <li>4. zaliczenie</li> </ol>		
<b>Zalecana literatura</b>		
1. Augustyniak Sz., Kuraszko I., 15 polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu, Wydawnictwo FOB		

2. Robbins S., Zasady zachowania w organizacji, Wydawnictwo Zysk i S-ka, 2001
3. Żemigala M., Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Budowanie zdrowej, efektywnej organizacji, Wolters Kluwer Business, Warszawa 2001
4. Bloom W., Pieniądze, serce i umysł, Wydawnictwo Jacek Santorski, 1995
5. Hofstede G., Hofstede G.J., Kultury i organizacje, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2007
6. Rybak M., Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2004.
7. Sieradzki A., Vademecum managera, Wydawnictwo Astrum, 1997
8. Społeczna odpowiedzialność biznesu a bezpieczeństwo i higiena pracy, Europejska Agencja Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy, 2006

<b>Metody i formy prowadzenia zajęć</b>	<b>Tak (X) / nie</b>
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	X
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	
Wykład informacyjny	X
Dyskusja	X
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	X
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Metoda ćwiczeniowa	X
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	
Prezentacja multimedialna	X
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Praca w grupach	
Inne (jakie?) – .....	
<b>Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się</b>	<b>Tak (X) / nie</b>
Egzamin pisemny	
Egzamin ustny	
Zaliczenie pisemne na zakończenie zajęć	
Zaliczenie ustne na zakończenie zajęć	X
Kolokwium pisemne śródsesemtralne	X

Kollokwium ustne śródsesestralne	
Test	
Praca pisemna	
Raport	
Prezentacja multimedialna	X
Inne (jakie?) - .....	
<b>Uwagi prowadzącego</b>	
<b>Skala ocen i sposób ustalania ocen</b>	
Skala ocen:	Ocena ustalana jest na podstawie następującej skali:
niedostateczny (2)	Poniżej 55.00 % - ocena 2
dostateczny (3)	55.00 % i więcej - ocena 3
dostateczny plus (3,5)	60.00 % i więcej - ocena 3,5
dobry (4)	70.00 % i więcej - ocena 4
dobry plus (4,5)	80.00 % i więcej - ocena 4,5
bardzo dobry (5)	90.00 % i więcej - ocena 5