**KARTA PRZEDMIOTU**

* **Dane podstawowe**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw |
| Nazwa przedmiotu w języku angielskim | Corporate social responsibility |
| Kierunek studiów | Zarządzanie |
| Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie) | Studia I stopnia |
| Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne) | Studia stacjonarne |
| Dyscyplina | Nauki o zarządzaniu |
| Język wykładowy | Język polski |

|  |  |
| --- | --- |
| Koordynator przedmiotu/osoba odpowiedzialna | Dr hab. Grzegorz Zasuwa |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Forma zajęć*(katalog zamknięty ze słownika)* | Liczba godzin | semestr | Punkty ECTS |
| wykład | 30 godzin | IV semestr | 4 punkty ECTS |
| konwersatorium |  |  |
| ćwiczenia |  |  |
| laboratorium |  |  |
| warsztaty |  |  |
| seminarium |  |  |
| proseminarium |  |  |
| lektorat |  |  |
| praktyki |  |  |
| zajęcia terenowe |  |  |
| pracownia dyplomowa |  |  |
| translatorium |  |  |
| wizyta studyjna |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Wymagania wstępne | Wiedza z podstaw zarządzania |

* **Cele kształcenia dla przedmiotu**

|  |
| --- |
| C1 - Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi problematyki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw |

* **Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol | Opis efektu przedmiotowego | Odniesienie do efektu kierunkowego |
| WIEDZA | | |
| W\_01 | Absolwent zna i rozumie podstawowe zagadnienia z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw | K\_W03, K\_W04 |
| Kompetencje społeczne | | |
| K\_01 | Absolwent jest gotów do proponowania rozwiązań podnoszących poziom społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw | K\_K04, K\_K06 |

* **Opis przedmiotu/ treści programowe**

|  |
| --- |
| **Treści programowe wykładu**  1. Wprowadzenie do problematyki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw  2. „Pionierzy” społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw  3. Rodzaje społecznej odpowiedzialności  4. Argumenty za i przeciw społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw  5. Filantropia przedsiębiorstw  6. Teoria interesariuszy a społeczna odpowiedzialność  7. Teoria zrównoważonego rozwoju a społeczna odpowiedzialność  8. Społeczna odpowiedzialność w zarządzaniu strategicznym  9. Społeczna odpowiedzialność w marketingu  10. Społeczna odpowiedzialność w rachunkowości  11. Społeczna odpowiedzialność zarządzaniu zasobami ludzkimi  12. Społeczna odpowiedzialność handlu  13. Systemy zarządzania społeczną odpowiedzialnością  14. Komunikowanie społecznego zaangażowania firmy  15. Nowe trendy w społecznej odpowiedzialności |

* **Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody dydaktyczne  *(lista wyboru)* | Metody weryfikacji  *(lista wyboru)* | Sposoby dokumentacji  *(lista wyboru)* |
| WIEDZA | | | |
| W\_01 | Wykład | Egzamin ustny | Wydruk protokołu egzaminacyjnego |

|  |
| --- |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| K\_01 | Wykład konwersatoryjny, dyskusja | Obserwacja | Raport z aktywności podczas zajęć |

* **Kryteria oceny, wagi**

**Kryteria oceny dla wykładu**

Weryfikacja poziomu wiedzy zostanie dokonane podczas egzaminu ustnego. Kompetencje społeczne zostaną ocenione na podstawie aktywności podczas zajęć. Ocena za kompetencje społeczne ma charakter opcji dla najaktywniejszych studentów podczas zajęć – uzyskają oni możliwość podwyższenia oceny za widzę o pół stopnia. Ocena z egzaminu zostanie wystawione według następującej skali:

Ocena niedostateczna

(W) - Student nie zna żadnych zagadnień z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Ocena dostateczna

(W) - Student zna wybrane zagadnienia z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Ocena dobra

(W) - Student zna większość zagadnień z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Ocena bardzo dobra

(W) - Student zna wszystkie zagadnienia z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

* **Obciążenie pracą studenta**

|  |  |
| --- | --- |
| Forma aktywności studenta | Liczba godzin |
| Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem | 30 godzin |
| Liczba godzin indywidualnej pracy studenta | 60 godzin |

* **Literatura**

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa |
| * Biznes, etyka, odpowiedzialność, red. W. Gasparski, Wydawnictwo Profesjonalne PWN, Warszawa 2018. * Rybak M., Etyka menedżera społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Profesjonalne PWN, Warszawa 2018. |
| Literatura uzupełniająca |
| * Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance, Rasche A. (Editor), Morsing M. (Editor), Moon J.(Editor), Cambridge University Press, Cambridge 2017. * Crane, A., & Matten, D., Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. Oxford University Press, Oxford 2016. |