

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR) (konwersatorium) - 2019/2020

Opis zajęć

Informacje ogólne

Prowadzący: dr hab. Grzegorz Zasuwa

Organizator: Wydział Nauk Społecznych - Instytut Socjologii

Liczba godzin tydzień/semestr: 1/15

Język wykładowy: Język polski

Cele przedmiotu

C1- Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

C2 - Kształtowanie umiejętności dokonywania krytycznej analizy inicjatyw społecznych przedsiębiorstw

Wymagania wstępne

Brak

Efekty kształcenia dla przedmiotu

WIEDZA

1. Student zna podstawowe zagadnienia z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw - K_W04

UMIEJĘTNOŚCI

1. Student potrafi analizować inicjatywy społeczne przedsiębiorstw przy wykorzystaniu internetowych baz danych K_U01

2. Student potrafi w sposób podstawowy wykorzystywać wiedzę z zakresu społecznej odpowiedzialności do opisu wybranych praktyk przedsiębiorstw, a także formułować na tej podstawie własne opinie i krytyczne sądy K_U02

KOMPETENCJE SPOŁECZNE (POSTAWY)

1. Student potrafi samodzielnie poszerzać wiedzę z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i korzystać z różnych form jej zdobywania K_K05

Metody dydaktyczne

W celu zapoznania studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (C1) wykorzystana zostanie metoda wykładu konwersatoryjnego połączonego z prezentacją multimedialną.

Dążąc do wykształcenia u studentów umiejętności dokonywania krytycznej analizy praktyk społecznie odpowiedzialnych przedsiębiorstw (C2) zostanie wykorzystana technika analizy przypadków opracowywanych przez studentów na podstawie niefinansowych raportów przedsiębiorstw z internetowej bazy Global Reporting Initiative (GRI). Wyniki pracy studentów będą przedstawiane podczas prezentacji multimedialnych, połączonych z dyskusją.

Treści programowe przedmiotu

1. Pojęcie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i jej rodzaje
2. \"Pionierzy\" społecznej odpowiedzialności
3. Społeczna odpowiedzialność w zarządzaniu strategicznym
4. Społeczna odpowiedzialność w zarządzaniu zasobami ludzkimi
5. Społeczna odpowiedzialność w marketingu
5. Społeczna odpowiedzialność w sprawozdawczości
6. Systemy zarządzania społeczną odpowiedzialnością
7. Nowe trendy w społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Kryteria oceny i sposoby weryfikacji zakładanych efektów kształcenia

Ocena niedostateczna

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

(U) - Student nie potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu społecznej odpowiedzialności podczas analizowania inicjatyw społecznych przedsiębiorstw

(K) - Student nie chce poszerzać wiedzy z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i korzystać z różnych form jej zdobywania

Ocena dostateczna

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

(U) - Student potrafi posługiwać się niektórymi pojęciami z zakresu społecznej odpowiedzialności podczas analizowania inicjatyw społecznych przedsiębiorstw

(K) - Student rozumie potrzebę poszerzania wiedzy z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i korzystania z różnych form jej zdobywania

Ocena dobra

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

(U) - Student potrafi posługiwać się większością pojęć z zakresu społecznej odpowiedzialności podczas analizowania inicjatyw społecznych przedsiębiorstw

(K) - Student potrafi samodzielnie uzupełnić wiedzę na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Ocena bardzo dobra

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

(U) - Student potrafi posługiwać się wszystkimi wymaganymi pojęciami z zakresu społecznej odpowiedzialności oraz analizuje i krytycznie ocenia inicjatywy społeczne przedsiębiorstw

(K) - Student samodzielnie uzupełnia wiedzę na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i korzysta z różnych form jej zdobywania.

Weryfikacja zakładanych efektów kształcenia zostanie przeprowadzona na podstawie prezentacji przygotowywanych przez studentów. Przedmiotem prezentacji będą praktyki społecznie odpowiedzialne wybranych przedsiębiorstw.

Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. Biznes, etyka, odpowiedzialność, red. W. Gasparski, Wydawnictwo Profesjonalne PWN, Warszawa 2018.

2. Rybak M., Etyka menedżera społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Profesjonalne PWN, Warszawa 2018.
3. Smith, C. N., Lenssen, G. (2010). Odpowiedzialność biznesu, teoria i praktyka. Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa.
4. Społeczna odpowiedzialność gospodarki. Perspektywa interdyscyplinarna, red. S. Fel, Wydawnictwo KUL, Lublin 2014.

Literatura uzupełniająca:

1. Zasuwa G. (2015), Raporty przedsiębiorstw jako źródła informacji o społecznej odpowiedzialności [w:] K. Machowicz, G. Zasuwa (red.), Praktyka ochrony praw człowieka. Tom III, Wydawnictwo KUL: Lublin, 89-106.
2. Zasuwa, G. (2017), Społeczna nieodpowiedzialność przedsiębiorstw a zagrożenie bojkotem konsumenckim, Przegląd Organizacji, nr 1, 22-28.

Kierunek studiów: Socjologia (stacjonarne I stopnia)

Lokalizacja w planach rocznych:

Etap: [Rok II - Semestr 3](#)

Punkty ECTS: 1

Forma zaliczenia: Zal. na ocenę