

Opis przedmiotu

Kod przedmiotu	ZGP 32		
Nazwa przedmiotu	Społeczna odpowiedzialność biznesu		
Wersja przedmiotu	1		
A. Usytuowanie przedmiotu w systemie studiów			
Poziom kształcenia	Studia I stopnia		
Forma i tryb prowadzenia studiów	Niestacjonarne		
Kierunek studiów	Ekonomia		
Profil studiów	Profil ogólnoakademicki		
Specjalność	-		
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych w Płocku		
Jednostka realizująca	KNEiS, Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych		
Koordinator przedmiotu	dr Agnieszka Krzętowska		
B. Ogólna charakterystyka przedmiotu			
Blok przedmiotów	Specjalnościowe Gospodarka przemysłowa		
Grupa przedmiotów	Obowiązkowe		
Status przedmiotu	Obowiązkowy		
Język prowadzenia zajęć	polski		
Semestr nominalny	5 (r.a. 2016/2017)		
Usytuowanie realizacji w roku akademickim	semestr zimowy		
Wymagania wstępne	Podstawy organizacji i zarządzania, Marketing, Podstawy Socjologii,		
Limit liczby studentów	Wykład min. 15		
C. Efekty kształcenia i sposób prowadzenia zajęć			
Cel przedmiotu	Celem zajęć ze społecznej odpowiedzialności biznesu jest zapoznanie studentów z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. Corporate Social Responsibility – CSR), przedstawienie zbioru norm (także etycznych), które określają relację między przedsiębiorcą a otoczeniem jego działalności gospodarczej (zarówno tym najbliższym np. pracownikami, jak i dalszym np. kontrahentami czy lokalną społecznością).		
Efekty kształcenia	Patrz tabela 1.		
Formy zajęć i ich wymiar	Wykład	16	
	Ćwiczenia	0	
	Laboratorium	0	
	Projekt	0	
	Lekcje komputerowe	0	
Treści kształcenia	Geneza, definicja i zakres społecznej odpowiedzialności biznesu. Instrumenty i prawodawstwo międzynarodowe. Zachowania nieetyczne w kontekście zarządzania. Patologie życia gospodarczego m.in.: nepotyzm, mobbing, korupcja, niegospodarność i inne. Promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu. Firmy CSR w Polsce i na świecie - firmy społecznie odpowiedzialne i obszar ich społecznej aktywności (krajowe i zagraniczne). Wpływ społecznej odpowiedzialności firmy na jej konkurencyjną		

Opis przedmiotu

	pozycję na rynku Dobre praktyki CSR – analiza przypadków.
Metody oceny	Kolokwium pisemne. Prezentacja na wybrany temat. Aktywność studenta w trakcie zajęć.
Metody sprawdzania efektów kształcenia	Patrz tabela 1.
Egzamin	nie
Literatura	1. Bernatt M., Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wymiar konstytucyjny i międzynarodowy. Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2009 2. Grudzewski W.M., Hejduk I.K., Sankowska A., Wańtuchowicz M. „Sustainability w biznesie czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania”; Poltext; 2010 3. Kietliński K., Reyes V., Oleksyn T., Etyka w biznesie i zarządzaniu, Wolters Kluwer, Kraków 2005 Literatura uzupełniająca: 4. Dietl J., Gasparski W., Etyka biznesu, WN PWN, Warszawa 1999 5. Najder-Stefaniak K., Wstęp do etyki biznesu, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2007
Witryna www przedmiotu	www.knes.pw.plock.pl
D. Nakład pracy studenta	
Liczba punktów ECTS	3
Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów kształcenia	50 h w tym 16 h - wykład, 4h - konsultacje, 12 h - przygotowanie do kolokwium, 15 h - przygotowanie do zaliczenia, 15 h - przygotowanie do zajęć w tym zapoznanie z literaturą, 10h - przygotowanie eseju, 3h -inne.
Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:	I. 0,64 ECTS - wykłady II.0,28 ECTS - konsultacje, dodatkowe zaliczenia
Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	0
E. Informacje dodatkowe	
Uwagi	brak
Data ostatniej aktualizacji	2018-01-12 10:35:14

Tabela 1. Efekty przedmiotowe

Profil ogólnoakademicki - wiedza

Efekt:	definiuje podstawowe idee i koncepcje społecznej odpowiedzialności biznesu
Kod:	W08
Weryfikacja:	kolokwium
Powiązane efekty kierunkowe	K_W08
Powiązane efekty obszarowe	S1A_W07
Efekt:	zna podstawowe pojęcia z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu
Kod:	W10
Weryfikacja:	kolokwium
Powiązane efekty kierunkowe	K_W10
Powiązane efekty obszarowe	S1A_W08
Efekt:	rozumie znaczenie obszaru zainteresowań społecznej odpowiedzialności biznesu.

Tabela 1. Efekty przedmiotowe	
Kod:	W17
Weryfikacja:	kolokwium
Powiązane efekty kierunkowe	K_W17
Powiązane efekty obszarowe	S1A_W07
Profil ogólnoakademicki - umiejętności	
Efekt:	analizuje zachowania ludzi na wszystkich szczeblach wybranej organizacji i potrafi ocenić przydatność zastosowanych modeli CSR w praktyce gospodarczej
Kod:	U25
Weryfikacja:	kolokwium
Powiązane efekty kierunkowe	K_U25
Powiązane efekty obszarowe	S1A_U05
Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne	
Efekt:	ma świadomość konieczności permanentnego uzupełniania wiedzy i umiejętności w wyniku zmian dynamicznego otoczenia
Kod:	K01
Weryfikacja:	aktywność na zajęciach
Powiązane efekty kierunkowe	K_K01
Powiązane efekty obszarowe	S1A_K01
Efekt:	student zachowuje krytycyzm wobec przyczyn powstawania konfliktów i jest zorientowany na ich rozstrzyganie sporów poprzez wspólne porozumienie
Kod:	K09
Weryfikacja:	aktywność na zajęciach
Powiązane efekty kierunkowe	K_K09
Powiązane efekty obszarowe	S1A_K03