*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** 2020-2022

Rok akademicki: 2021/2022

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw |
| Kod przedmiotu\* | E/II/EUB/C-1.5b |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Ekonomii i Finansów KNS |
| Kierunek studiów | Ekonomia |
| Poziom studiów | Drugiego stopnia |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Niestacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | II/3 |
| Rodzaj przedmiotu | Specjalnościowy do wyboru |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | Dr Sławomir Dybka |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | Dr Sławomir Dybka |

\* *opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| 3 |  | 9 |  |  |  |  |  |  | 1 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

 zajęcia w formie tradycyjnej lub z wykorzystaniem platformy Ms Teams

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (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 uczenia się , treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| 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 uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK­\_01 | Zna zróżnicowane uwarunkowania ekonomiczne, prawne, instytucjonalne, kulturowe i etyczne związane z prowadzeniem działalności w sektorze prywatnym i publicznym. | K\_W09 |
| EK\_02 | Rozpoznaje różne rodzaje powiązań między elementami systemu gospodarczego, pomiędzy grupami interesariuszy społecznej odpowiedzialności biznesu, ich ewolucję, przebieg i skutki. | K\_W10 |
| EK\_03 | Potrafi analizować przyczyny i przebieg zjawisk społecznoekonomicznych wpisujących się w koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu determinujących sytuację ekonomiczno-finansową organizacji | K\_U01 |
| EK\_04 | Potrafi analizować przyczyny i przebieg zjawisk społecznych i gospodarczych w warunkach ryzyka | K\_U04 |
| EK\_05 | Potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole, oraz współdziałać w ramach prac  zespołowych. | K\_U11 |

**3.3Treści programowe**

1. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| 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

Dyskusja z prezentacją multimedialną, esej

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| Ek\_ 01 | kolokwium | ćwiczenia |
| Ek\_ 02 | kolokwium | ćwiczenia |
| Ek\_ 03 | kolokwium | ćwiczenia |
| Ek\_ 04 | kolokwium, esej | ćwiczenia |
| Ek\_ 05 | obserwacja postawy | ćwiczenia |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Na ocenę końcową z przedmiotu składają się oceny z: kolokwium (70% wartości końcowej oceny), eseju (20% wartości końcowej oceny), aktywności na zajęciach (10% wartości końcowej oceny). Warunkiem zaliczenia kolokwium jest uzyskanie minimum 51% możliwych do zdobycia punktów. |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 9 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 2 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 14 |
| SUMA GODZIN | 25 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 1 |

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

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

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

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:   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. Waliszewski K., Społeczna odpowiedzialność biznesu jako instrument budowania reputacji i zaufania do instytucji finansowych, CeDeWu, Warszawa, 2020. |
| Literatura uzupełniająca:   1. Dybka S., Ocena zaangażowania przedsiębiorstw w CSR – perspektywa klientów, Marketing i Rynek, 12/2017, s. 31-43. 2. Cyran K., Dybka S., Społeczna odpowiedzialność biznesu jako czynnik ograniczający rozwój przedsiębiorstwa, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, 2015, nr 14, s. 7-18. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)