



Karta przedmiotu  
Społeczna odpowiedzialność biznesu

### 1. Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> zarządzanie	<b>Cykl kształcenia (nabór)</b> 2024/25	
<b>Specjalność</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> 08ZAN.DM1E.0281.24	
<b>Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów</b> Wydział Zarządzania	<b>Języki wykładowe</b> polski	
<b>Poziom studiów</b> drugiego stopnia (mgr)	<b>Obligatoryjność</b> Fakultatywny	
<b>Profil studiów</b> Profil ogólnoakademicki	<b>Blok zajęciowy</b> Przedmioty/bloki obieralne	
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne		
<b>Wymagania wstępne</b>	brak wymagań	
<b>Przedmioty wprowadzające</b>	brak wymagań	
<b>Koordinator</b>	Anna Jakubczak	
<b>Okres</b> Semestr 1	<b>Forma i godziny zajęć</b> • Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę • Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	<b>Liczba punktów ECTS</b> 4

### 2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
-----	--------------------------	---	-----------------------------------

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
<b>Wiedza:</b>			
W1	Zna pojęcia i problemy dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu.	ZA_O2_K_W01	P7S_WG
W2	Ma pogłębioną wiedzę o celach zarządzania społecznie odpowiedzialnego.	ZA_O2_K_W02	P7S_WG
<b>Umiejętności:</b>			
U1	Potrafi promować i utrwalać społecznie odpowiedzialne działania w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.	ZA_O2_K_U02, ZA_O2_K_U03	P7S_UW, P7S_UW P7S_UO
U2	Broni projektu dotyczącego społecznej odpowiedzialności używając argumentów merytorycznych.	ZA_O2_K_U02	P7S_UW
<b>Kompetencje społeczne:</b>			
K1	Ma świadomość korzyści i barier kierowania się zasadami społecznej odpowiedzialności w biznesie.	ZA_O2_K_K02	P7S_KO P7S_KR

### 3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1. Przesłanki i uwarunkowania rozwoju CSR cz. 1. 2. Uwarunkowania rozwoju CSR cz. 2. 3. Uwarunkowania rozwoju CSR cz. 3. 4. CSR w koncepcji europejskiej. 5. Klasyczne i nowoczesne koncepcje społecznej odpowiedzialności. 6. Ewolucja CSR 1.0 do 2.0. 7. Norma ISO 26000 jako baza zasad o CSR. 8. Case study – działania w dużych firmach. 9. Interesariusze wewnętrzni, marketing zaangażowany społecznie, dialog CSR – przykłady, społeczna odpowiedzialność konsumentów – ConSR.	Wykład	W1, W2
2.	1. Sprawdzenie wstępnej wiedzy o społecznej odpowiedzialności biznesu, definiowanie CSR, rys historyczny, ewolucja pojęcia, różne spojrzenia, korzyści i straty, obszary CSR według normy ISO – grywalizacja. 2. Wprowadzenie do zasad metodologii Design Thinking jako narzędzia ułatwiającego realizację zaangażowania społecznego w przedsiębiorstwie. 3. Projektowanie działania zaangażowanego społecznie dla wybranego przedsiębiorstwa cz. 1. 4. Projektowanie działania zaangażowanego społecznie dla wybranego przedsiębiorstwa cz. 2. 5. Projektowanie działania zaangażowanego społecznie dla wybranego przedsiębiorstwa cz. 3. 6. Projektowanie działania zaangażowanego społecznie dla wybranego przedsiębiorstwa cz. 4. 7. Projektowanie działania zaangażowanego społecznie dla wybranego przedsiębiorstwa cz. 5. 8. Zaliczenie projektu.	Ćwiczenia audytoryjne	U1, U2, K1

#### 4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć		
Wykład	<b>Metody prowadzenia zajęć:</b>	
	Wykład, Dyskusja, Case study	
	<b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>	<b>Udział:</b>
	Gamifikacja	100%
	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>	
100% - Gamifikacja na podstawie księgi zasad lub 1 zaliczenie ustne z całości		
Ćwiczenia audytoryjne	<b>Metody prowadzenia zajęć:</b>	
	Projekt, Praca w grupie, Design thinking	
	<b>Metody (sposoby) weryfikacji:</b>	<b>Udział:</b>
	Gamifikacja	100%
	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu:</b>	
100% - Gamifikacja na podstawie księgi zasad lub 1 zaliczenie ustne z całości		

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji
W1	x
W2	x
U1	x
U2	x
K1	x

#### 5. Literatura

##### Literatura podstawowa

1. A.R. Timperle. Corporate Social Responsibility, Series: Hospitality, Tourism and Marketing Studies. Hauppauge, New York : Nova. 2016. eBook., Baza danych: eBook Collection (EBSCOhost)
2. J. Weber; D.M. Wasieleski, Corporate Social Responsibility, Series: Business and Society 360. Edition: First edition. [N.p.]: Emerald Publishing Limited. 2018. eBook., Baza danych: eBook Collection (EBSCOhost)
3. L. Moratis; T. Cochius. ISO 26000: The Business Guide to the New Standard on Social Responsibility, Sheffield: Routledge. 2011. eBook., Baza danych: eBook Collection (EBSCOhost)

##### Literatura uzupełniająca

1. R. Karaszewski, Karwacka M., Paluszek A. (red.), 2011, Społeczna Odpowiedzialność Biznesu, perspektywy i kierunki rozwoju, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń.
2. A. Jakubczak i in. 2022, The Use of Team Management Methods to Design Socially Responsible Services — A Case Study, Sustainability, 2, 14 (18), On-line, DOI: 10.3390/su141811384.

## 6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	10
	Ćwiczenia audytoryjne	10
Praca własna studenta	Konsultacje	5
	Przygotowanie do zajęć	10
	Studiowanie literatury	20
	Przygotowanie projektu	40
	Przygotowanie prezentacji multimedialnej	15
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>		<b>110</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>4</b>

\* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut