

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Społeczna odpowiedzialność biznesu

Tok studiów 2023/24-2027/28

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia” w Warszawie Filia w Rzeszowie
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Psychologia -Jednolite studia magisterskie
Liczba punktów ECTS	3
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Psychologia biznesu i coaching, Neuromarketing,
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/ fakultatywny
Rok / Semestr:	4/8
Osoba koordynująca przedmiot:	
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Posiada wiedzę z zakresu psychologii społecznej

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/ konwersat orium	Laboratoriu m	Warsztaty	Projekt	Seminariu m	Praktyki	Egzamin / zaliczenie	Konsultacje	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonar ne	10	22						2	6	40	3
Studia niestacjo narne	10	12						2	6	30	3

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne -właściwe podkreślić
<u>Wykład/ćwiczenia</u>	<p><u>Wykład podający (z prezentacją multimedialną)</u> Wykład problemowy Wykład konwersatoryjny <u>Dyskusja dydaktyczna</u> <u>Ćwiczenia praktyczne pod kierunkiem</u> <u>Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych</u> <u>Metoda przypadków</u> Metoda sytuacyjna Metoda inscenizacji Metoda projektów Gry dydaktyczne (symulacyjne, decyzyjne, psychologiczne) Demonstracja/ pokaz Analiza źródeł Praca w grupie Debata Inne</p>

**IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ
Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU**

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego symbol
Wiedza:		
P_W01	Posiada wiedzę o charakterze pogłębionym z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, organizacji i zarządzania w sposób umożliwiający jej praktyczne zastosowanie.	K_W10
P_W02	Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu psychologii emocji i motywacji związanej z oceną działań społecznie odpowiedzialnych.	K_W16
Umiejętności:		
P_U01	Potrafi interpretować społeczną odpowiedzialność w kategoriach zachowań prospołecznych i pomocowych.	K_U16
P_U02	Umie dostosowywać język komunikacji do rozmówcy zgodnie z praktyką zawodową. Posiada umiejętności interpersonalne.	K_U19
Kompetencje społeczne:		
P_K01	Wykazuje gotowość do rozpoczęcia działalności zawodowej i jest świadom istoty aspektów etycznych i moralnych.	K_K05
P_K02	Prezentuje postawę świadomości wpływu swoich działań na różne środowiska społeczne.	K_K09

V. TREŚCI KSZTAŁCENIA

Lp.	Wykład	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
T1	Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) – wprowadzenie (rozwój idei, definicje, obszary kluczowe)	P_W01 P_W02
T2	Rozwój idei oraz Normy i standardy CSR	
T3	Założenia społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).	
T4	Kluczowe obszary społecznej odpowiedzialności biznesu.	
T5	Odpowiedzialność za środowisko jako istotna część CSR	
T6	CSR jako element zrównoważonego rozwoju. Przykłady dobrych praktyk wdrażania projektów z zakresu CSR	
T7	Narzędzia CSR (marketing społeczny, programy etyczne, działania prośrodowiskowe, inwestycje odpowiedzialne społecznie, wolontariat pracowniczy i inne) Kampanie społeczne jako narzędzie marketingu społecznego	
Lp.	<u>Ćwiczenia</u>	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
T1	Charakterystyka kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu,	P_U01
T2	Organizacje odpowiedzialne społecznie Przedsiębiorstwa społeczne – definicja, specyfika	P_U02

	Integracja działań społecznie odpowiedzialnych w strategii organizacji	P_K01 P_K02
T3	Mapowanie interesariuszy i określanie celu działań społecznie odpowiedzialnych Rodzaje działań CSR realizowanych przez organizację	
T4	Społeczne odpowiedzialność biznesu z perspektywy psychologii	
T5	Zachowania prospołeczne i pomocowe	
T6	Postawy wobec CSR	
T7	Postrzeganie działań CSR przez pracowników (satysfakcja z pracy, przywiązanie do organizacji, dumą z członkostwa w organizacji, innowacyjność) Postrzeganie firmy, marki jako społecznie odpowiedzialnej	
T8	Korzyści i bariery wdrażania koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu.	
T9	Dobre i złe praktyki z zakresu społecznej odpowiedzialności. Studia przypadków Greenwashing	
T10	Badanie, raportowanie i ocena CSR Postawy wobec CSR w Polsce i na świecie	

VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	Metoda weryfikacji – WŁAŚCIWE WYBRAĆ Egzamin pisemny, egzamin ustny, <u>kolokwium</u> , <u>projekt</u> , prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
--	--	---

wykład	Kolokwium pisemne (zaliczenie z oceną)	Umiejętności, Kompetencje społeczne
ćwiczenia	Przygotowanie analizy działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu wybranej organizacji według wytycznych prowadzącego	

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe

Zaliczenie przedmiotu na podstawie pozytywnej oceny z kolokwium oraz z przygotowanej analizy, aktywne uczestnictwo w zajęciach.

VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Niedostateczny (2,0)	Dostateczny (3,0)	Dostateczny plus (3,5)	Dobry (4,0)	Dobry plus (4,5)	Bardzo dobry (5,0)
Poniżej 50%	51%-60%	61%-70%	71%-80%	81%-90%	91%-100%

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	40	30
W tym		
1.1..Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	32	22
1.2..Egzaminy/zaliczenia -liczba godzin	2	2
1.3..Udział w konsultacjach -liczba godzin	6	6

2.– Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne ,samodzielne przygotowanie się do zajęć ,egzaminów, zaliczeń	35	45
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	75 h = 3 ECTS	75 h = 3 ECTS

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

Adamczyk J. (2009). Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Teoria i praktyka. Warszawa: PWE.

Bonikowska M., Grewiński M. (red.). (2011). Usługi społeczne odpowiedzialnego biznesu. Warszawa: Wyższa Szkoła Pedagogiczna.

Jonker J., Rudnicka A., Reichel J. (2011). Nowe horyzonty. Przewodnik po społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonym. Łódź: CSR Impact i ODE Źródła.

Laszlo, C., (2008). Firma zrównoważonego rozwoju, Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.

Maison D., Wasilewski P. (2002). Propaganda dobrych serc czyli rzecz o reklamie społecznej. Kraków: Agencja Wasilewski.

Paliwoda-Matiolańska A. (2009). Odpowiedzialność Społeczna w Procesie Zarządzania Przedsiębiorstwem Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.

Żemigła M. (2007). Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Budowanie zdrowej, efektywnej organizacji. Warszawa: Wolters Kluwer.

Raporty dotyczące CSR w Polsce i na świecie

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

Bartkowiak G., Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym, Diffin, Warszawa 2011.

Jonker J., Rudnicka A., Reichel J., Nowe horyzonty. Przewodnik po społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonym, CSR Impact i ODE Źródła, Łódź 2011.

Laszlo C., Firma zrównoważonego rozwoju, Studio Emka, Warszawa 2008

Paliwoda-Matiolańska A., Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem, C.H. Beck, 2009.

Rudnicka A., CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie, Wolters Kluwer Polska Sp.z o.o. 2012.

Smith N.C., G.Lenssen, Odpowiedzialność biznesu. Teoria i praktyka, Studio Emka, Warszawa 2009.

Filek J., Społeczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej? (http://www.csrinfo.org/images/stories/publikacjedo2008/podrecznik_csr_filek_uokik_2006.pdf)

Inne materiały dydaktyczne: