



UNIwersytet
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

CSR Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność Reklama i public relations		Kod zajęć 14DKSRPRS.24S.13491.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Anna Sakson-Boulet		
Prowadzący zajęcia	Anna Sakson-Boulet		
Okres Semestr 3	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 1

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Omówienie modeli społecznej odpowiedzialności biznesu
C2	Poznanie programów etycznych firm
C3	Przekazanie wiedzy na temat obszarów zainteresowania społecznej odpowiedzialności biznesu
C4	Budowanie świadomości na temat nieodpowiedzialnych strategii maksymalizacji zysków

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Zna genezę społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. Corporate Social Responsibility, CSR)	DKS_K2_W01, DKS_K2_W02	Wypowiedź ustna
W2	Identyfikuje modele społecznej odpowiedzialności biznesu	DKS_K2_W01, DKS_K2_W02, DKS_K2_W03	Wypowiedź ustna
W3	Zna konstrukcję programów etycznych przedsiębiorstw	DKS_K2_W01, DKS_K2_W02, DKS_K2_W03, DKS_K2_W11	Projekt, Wypowiedź ustna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Analizuje i ocenia kodeksy etyczne wybranych firm	DKS_K2_U01, DKS_K2_U04	Projekt, Wypowiedź ustna
U2	Analizuje i ocenia działania CSR wybranych przedsiębiorstw wobec udziałowców zewnętrznych	DKS_K2_U01, DKS_K2_U04	Projekt, Wypowiedź ustna
U3	Proponuje narzędzia z zakresu CSR dla konkretnego przedsiębiorstwa	DKS_K2_U01, DKS_K2_U03, DKS_K2_U04	Projekt, Wypowiedź ustna
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Posiada świadomość korzyści płynących z wdrażania działań z zakresu CSR	DKS_K2_K01, DKS_K2_K02, DKS_K2_K04	Projekt, Wypowiedź ustna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Geneza modelu społecznej odpowiedzialności biznesu	W1, W2, K1	Ćwiczenia
2.	Programy etyczne przedsiębiorstw	W3, U1, K1	Ćwiczenia
3.	CSR w obszarze relacji z pracownikami	W3, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia
4.	Środowisko naturalne w ramach strategii CSR	W3, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia
5.	Klienci i społeczności lokalne jako udziałowcy zewnętrzni firmy	W3, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład problemowy, Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Metoda ćwiczeniowa, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Metoda aktywizująca - "burza mózgów"

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	• analiza działań CSR wybranej firmy zakończona prezentacją z wnioskami • obecność na zajęciach (dopuszczalna jest jedna nieobecność) • odrabianie nieobecności polega na opracowaniu uzgodnionego tematu i przedstawienie go podczas dyżuru

Literatura

Obowiązkowa

1. Dąbrowski T. J., Majchrzak K., Społeczna odpowiedzialność i nieodpowiedzialność biznesu. Przyczyny, przejawy, konsekwencje ekonomiczne, Warszawa 2022.
2. Gajdzik B., Ociecek W., Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw produkcyjnych, Gliwice 2010.

Dodatkowa

1. Buglewicz K., Społeczna odpowiedzialność biznesu. Nowa wartość konkurencyjna, Warszawa 2017.
2. Paliwoda-Matiolańska A., Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem, Warszawa 2014.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	15
Czytanie wskazanej literatury	5
Przygotowanie projektu	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30
Liczba punktów ECTS	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
DKS_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej
DKS_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
DKS_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i mediów
DKS_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej
DKS_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarza i specjalisty ds. komunikacji
DKS_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach
DKS_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu medialnego
DKS_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej
DKS_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie funkcjonowanie organizacji i sposoby pracy w redakcji, agencji promocyjno-reklamowej lub komórkach instytucji odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne w zależności od wybranej specjalności