

Tytuł kursu **Społeczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstwa**

Autor kursu: **dr hab. Leon Jakubów, prof. UE**

Semestr 8 – magisterskie studia niestacjonarne(zaoczne)

Opis kursu:

Przedmiot jest kontynuacją zarządzania strategicznego i ma na celu pogłębienie wiedzy o społecznych zewnętrznych i wewnętrznych aspektach rozwoju przedsiębiorstwa. Wiedza z tego zakresu nabiera w ostatnich latach szczególnego znaczenia z powodu zagrożenia cywilizacyjnych wynikających z działalności gospodarczej przedsiębiorstw jak również wzrostu znaczenia wiedzy jako źródła rozwoju przedsiębiorstw. Użyteczność wiedzy w tworzeniu przewagi konkurencyjnej, konkurowanie pozytywnym wizerunkiem, aspiracje interesariuszy wzrost świadomości ekologicznej, presja mediów powodują, że przedsiębiorstwa nie mogą ignorować problematyki społecznej w planowaniu swojego rozwoju. Kierownictwo przedsiębiorstwa musi mieć wiedzę jak oceniać społeczną działalność przedsiębiorstwa, jak o niej informować, jak ją uwzględnić w tworzeniu i realizacji strategii, jakie będzie znaczenie tej problematyki w przyszłości, jakie są doświadczenia przedsiębiorstw w tym zakresie w Polsce i w innych krajach.

Tematyka

- 1 Kryzys filozofii rozwoju / krytyka dotychczasowego modelu rozwoju gospodarczego /.
- 2 Źródła rozwoju /od ziemi do kapitału, rynku i skumulowanej wiedzy /.
- 3 Cele przedsiębiorstw.
- 4 Ewolucja zarządzaniem rozwojem przedsiębiorstwa.
- 5 Idea społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.
- 6 Relacje przedsiębiorstwa z interesariuszami.
- 7 Funkcje społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.
- 8 Działalność społeczna przedsiębiorstw.
- 9 Informowanie o społecznej działalności przedsiębiorstw.
- 10 Ocena społecznej działalności przedsiębiorstw.
- 11 Public Relations jako element zarządzania strategicznego.
- 12 Strategia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.
- 13 Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa a kultura organizacyjna.
- 14 Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa za pracowników.
- 15 Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa za środowisko naturalne i problemy społeczności lokalnej.
- 16 Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw - doświadczenia zagraniczne.
- 17 Społeczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw w Polsce.

Literatura podstawowa

1. L. Jakubów, Społeczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw, Wyd. AE, Wrocław, 2000
2. M. Rybak, Etyka menedżera-społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa, 2004

3. J. Nakonieczna, Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych, Difin, Warszawa, 2008
4. J. Adamczyk, Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, PWE, Warszawa, 2009
5. Więcej niż zysk czyli odpowiedzialny biznes, pod red. B. Rok, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa, 2001

Literatura uzupełniająca

1. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, pr. zbiorowa, Harvard Business Review, Helion, Gliwice, 2007
2. M. Lemigła, Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, Oficyna Wolters Kluwer Polska, Kraków, 2007
3. Liderzy filantropii, odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki. Raport Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa, 2007, www.odpowiedzialnybiznes.pl
4. Ch. Handy, Wiek paradoksu. W poszukiwaniu sensu przyszłości, ABC, Warszawa, 1996
5. K. Wójcik, Public relations. Od A do Z, Placet, Warszawa, 1997.

Wymagania wstępne (max 3 kursy pełniące rolę przygotowawczą, kryteria doboru uczestników kursu limitowanego)

Podstawy zarządzania, nauka o przedsiębiorstwie, zarządzanie strategiczne

Forma kursu (wykład, seminarium, konwersatorium, ćwiczenia, warsztat, laboratorium)

Wykład

Liczba godzin w semestrze - 12 godz. - wykład

Liczba miejsc (w przypadku ograniczeń prosimy o uzasadnienie)

Forma zaliczenia (rodzaj egzaminu, ilość prac pisemnych, inne)

Wykład - praca pisemna

Punkty ECTS - 1