

Psychologia stresu

Stress and stress related disorders

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia	2024/2025
Kierunek studiów	Psychologia
Rok i semestr studiów	Rok V/ Semestr IX
Poziom kształcenia	Jednolite studia magisterskie
Profil kształcenia na kierunku	Ogólnoakademicki
Moduł kształcenia dla przedmiotu	Specjalnościowy
Nazwa specjalizacji (jeśli przedmiot specjalizacyjny)	Psychologia biznesu i przywództwa
Status przedmiotu	Obligatoryjny

Forma zajęć	Liczba godzin		ECTS	Forma zaliczenia	Waga
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne			
Wykład	15	8	3	Egzamin	100%
Razem za zajęcia dydaktyczne	15	8			
Praca własna studenta	10	24			
Ogółem	40	75			

Cele kształcenia dla przedmiotu

1.	Zapoznanie studentów z historią i rozwojem etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu.
2.	Zapoznanie studentów z głównymi koncepcjami etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu.
3.	Zapewnienie studentom przeglądu obu tematów, prowadzącego ich do zrozumienia kluczowej roli zachowań etycznych i ich związku z zarządzaniem, a także społecznej roli przedsiębiorstw.

Efekty uczenia się

WIEDZA			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student zna i rozumie)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Student zna i rozumie podstawowe zasady etyczne, teorie i koncepcje CSR, rozróżniając różne ramy etyczne (np. utilitaryzm, deontologia) i modele CSR.	PS_WK01_Mgr PS_WK02_Mgr	Egzamin pisemny – pytania zamknięte.
W2	Student zna i rozumie zasady ładu korporacyjnego, odpowiedzialności zarządu, przejrzystości i rozliczalności w promowaniu zachowań etycznych i skutecznej CSR.	PS_WK04_Mgr PS_WK05_Mgr	Egzamin pisemny – pytania zamknięte.
W3	Student zna i rozumie zrównoważone praktyki biznesowe, w tym ochronę środowiska, odpowiedzialność klimatyczną i etyczne zobowiązania przedsiębiorstw do zajmowania się zrównoważonym rozwojem.	PS_WK02_Mgr PS_WK05_Mgr	Egzamin pisemny – pytania zamknięte i otwarte (z zakresu interpretacji).

UMIEJĘTNOŚCI			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student potrafi)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Student potrafi stosować procesy podejmowania decyzji etycznych do analizy studiów przypadków, stosując ustrukturyzowane podejścia w celu osiągnięcia zrównoważonych i obronnych wyników.	PS_UW01_Mgr	Egzamin pisemny – pytania zamknięte i otwarte (z zakresu interpretacji, rozwiązywania problemów).
U2	Student potrafi oceniać i proponować ulepszenia struktur zarządzania i podejść przywódczych, które wspierają etyczną kulturę korporacyjną.	PS_UW06_Mgr	Egzamin pisemny – pytania otwarte (z zakresu rozwiązywania problemów).
U3	Student potrafi wykorzystywać ustrukturyzowaną analizę i podejścia do rozwiązywania problemów w celu rozwiązania problemów etycznych, stosując krytyczne myślenie w celu przewidywania potencjalnych ryzyk i konsekwencji etycznych.	PS_UW06_Mgr	Egzamin pisemny – pytania otwarte (z zakresu rozwiązywania problemów).

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

L.p.	Efekty przedmiotowe (Student jest gotów do)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Student jest gotowy identyfikować wyzwania etyczne i CSR w różnych kontekstach biznesowych i proponować uzasadnione rozwiązania oparte na teoriach etycznych.	PS_KR04_Mgr	Aktywność na zajęciach (dyskusja, pytania i odpowiedzi).
K2	Student jest gotowy do skutecznej współpracy z interesariuszami w biznesie, wykazując szacunek, przejrzystość i odpowiedzialność.	PS_KR04_Mgr	Aktywność na zajęciach (dyskusja, pytania i odpowiedzi).
K3	Student jest gotowy do stosowania rozsądnej oceny etycznej w złożonych sytuacjach, równoważąc wiele perspektyw w celu utrzymania standardów etycznych	PS_KR05_Mgr	Aktywność na zajęciach (dyskusja, pytania i odpowiedzi).

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin	
		Wykład	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Definicja etyki i społecznej odpowiedzialności biznesu: podstawowe koncepcje i różnice między etyką, moralnością i CSR w kontekście biznesowym.	2	1
2.	Rola zachowań etycznych i CSR w budowaniu reputacji korporacyjnej, przewagi konkurencyjnej i zaufania publicznego.	2	1
3.	Historyczny przegląd CSR — od filantropii po zrównoważony rozwój, etyczne pozyskiwanie i przedsiębiorstwo społeczne. Trzy wątki CSR: jako etyka w biznesie, jako dziedzina akademicka, jako ruch.	2	1
4.	Badanie ekonomicznych, prawnych, etycznych i uznaniowych obowiązków CSR, zgodnie z Piramidą CSR Carrolla.	2	1
5.	Kluczowe elementy ładu korporacyjnego, w tym obowiązki zarządu, prawa akcjonariuszy, przejrzystość i rozliczalność.	2	1
6.	Charakterystyka etycznych liderów i wpływ etycznego przywództwa na kulturę korporacyjną i podejmowanie decyzji.	1	1
7.	Definicja interesariuszy i analiza mapowania interesariuszy w celu ustalenia priorytetów interesów i zarządzania oczekiwaniami. Zrozumienie konfliktów interesów i etycznej równowagi między maksymalizacją zysku a dobrobytem interesariuszy.	1	0,5
8.	Środowiskowy, społeczny i korporacyjny ład korporacyjny. ONZ: Cele Zrównoważonego Rozwoju.	1	0,5
9.	Koncepcje zrównoważonego rozwoju i zrównoważone modele biznesowe. Ochrona środowiska, zmiana klimatu i etyczne zobowiązania przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju środowiska.	1	0,5
10.	Studia przypadków wybranych firm. Powtórka kursu i wnioski.	1	0,5
Razem		15	8

Metody kształcenia

Forma zajęć	Metody kształcenia
Wykład	Wykład informacyjny z prezentacją multimedialną, analiza przypadków i przykładów, dyskusja, debata.

Warunki zaliczenia

Sposób zaliczenia	Wagi (%)
	Wykład
Egzamin pisemny	100
Razem	100

Rozliczenie pracy własnej studenta

L.p.	Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Lektura obowiązkowa	5	12



2.	Przygotowanie do egzaminu	5	12
	Razem	10	24

Literatura obowiązkowa

1.	Ślowski, W. (2022). Business ethics. Oficyna Wydawnicza Aspra-JR
2.	Hartman, L. (2014). Business ethics: decision making for personal integrity and social responsibility. McGraw-Hill Book Company Europe
3.	Latapí A. et al. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. International Journal of Corporate Social Responsibility.

Literatura uzupełniająca

1.	
2.	
3.	

Inne materiały dydaktyczne

1.	
2.	
3.	