



WŁASNY BIZNES, CZYLI CO, JAK I DLACZEGO?

Kurs jest skierowany dla osób, które prowadzą lub chcą prowadzić własną działalność gospodarczą i chcą poszerzyć wiedzę i umiejętności w zakresie wybranych problemów ekonomicznych.

Kurs obejmuje aspekty związane z: tworzeniem innowacyjnych rozwiązań metodą Design thinking, rolą tradycji w biznesie, badaniami rynkowymi, regulacjami sprzedaży konsumenckiej, wpływem wydarzeń losowych na działanie rynku, myśleniem etyczno-ekonomicznym, biznesem społecznie odpowiedzialnym, potencjałem Afryki i gospodarką obiegu zamkniętego.

Kurs realizowany w ramach projektu "Najlepsi z natury! Podnoszenie kompetencji osób dorosłych przez UPP" w ramach programu FERS 2021-2027, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus.

Spis treści

BADANIA RYNKOWE	2
TWORZENIE INNOWACYJNYCH ROZWIĄZAŃ METODĄ DESIGN THINKING	4
MYŚLENIE ETYCZNO-EKONOMICZNE	6
POTENCJAŁ GOSPODARCZY AFRYKI	8
WPŁYW WYDARZEŃ LOSOWYCH NA DZIAŁANIE RYNKU	10
GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO	13
REGULACJE SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ	16
ROLA TRADYCJI W BIZNESIE	18
BIZNES SPOŁĘCZNIE ODPOWIEDZIALNY	20

BADANIA RYNKOWE

MICHAŁ GAZDECKI

CEL ZAJĘĆ

Prowadzenie działalności gospodarczej wiąże się podejmowaniem decyzji, do których niezbędne są informacje o otoczeniu przedsiębiorstwa.

Celem zajęć jest przedstawienie różnych metod gromadzenia i analizy danych oraz wizualizacji i udostępniania wyników badań rynkowych. Przedstawione zostaną metody jakościowe i ilościowe badań, wraz z przykładami.

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Badania rynkowe/marketingowe – są prowadzone przez przedsiębiorstwa w celu zgromadzenia wiedzy o zjawiskach rynkowych. Można badać np.: zachowania i potrzeby konsumentów, produkty i marki, konkurencyjne przedsiębiorstwa. W badaniach marketingowych występują cztery główne etapy: (1) projektowanie badania, (2) realizacja terenowa, czyli gromadzenie danych, (3) przetwarzanie i analiza danych, (4) przygotowanie raportu z badania.

Jakościowe badania rynkowe/marketingowe – różne metody gromadzenia i przetwarzania informacji z rynku, w których nie wykonujemy obliczeń. Dane są gromadzone w formie opisu jakościowego. Pomagają one zrozumieć różne zjawiska, ale nie możemy za ich pomocą ocenić skali ich występowania. Ilościowe badania rynkowe/marketingowe – w tym typie badań staramy się zmierzyć jakieś zjawisko, np. jaki jest udział rynkowy produktu, z jaką siłą cena wpływa na wybór produktu, jak zmieni się sprzedaż, gdy obniżymy cenę o 10%, jak bardzo „moja” marka jest lepsza/gorsza od innych.

OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

Metody projekcyjne (badanie jakościowe)

Dyskusja moderowana przez prowadzącego zajęcia. Zdaniem uczestników będzie opis wybranych marek produktowych z wykorzystaniem technik personifikacji oraz metody „Chiński portret.

Metody wykorzystuje się do oceny postrzegania i pozycjonowania marek. Dzięki ich zastosowaniu możliwe jest ujawnienie ukrytych opinii respondentów na temat ocenianego obiektu.

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

<https://marketinglink.pl/badania-marketingowe-dlaczego-sa-tak-wazne/>

<https://www.ptbriio.pl/>

<https://www.badanie-opinii.pl/korzysci-z-badan-marketingowych-dla-malych-i-srednich-przedsiębiorstw>

NOTATKI

TWORZENIE INNOWACYJNYCH ROZWIĄZAŃ METODĄ DESIGN THINKING

OLGA STEFKO

CEL ZAJĘĆ

Na tych zajęciach dowiesz się jak dobrze przygotować pomysł na własny biznes metodą design thinking. Każdy wie, że praca odgrywa w życiu człowieka ogromną rolę. Część ludzi decyduje się na bycie pracownikiem, sporo jednak postanawia założyć własny biznes. Mając pracodawcę nigdy nie osiągniemy więcej niż on nam się zdecyduje dać. Będąc własnym szefem możliwości rozwoju i sukcesu mamy praktycznie nieograniczone. Nie jest to jednak droga ani łatwa, ani prosta. Czyha na niej dużo niebezpieczeństw. Stąd warto się do niej odpowiednio przygotować. Większość potencjalnych biznesmenów rozpoczyna od analizy posiadanych zasobów i umiejętności. A może warto podejść do sprawy inaczej?

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Design Thinking- to metodologia rozwiązywania problemów metodami zaczerpniętymi z branży kreatywnej; podstawową inspiracją do generowania innowacji; to metoda pracy, która zakłada stawianie człowieka - użytkownika w centrum procesu projektowania

Kreatywny sposób myślenia - może stać się elementem kultury firmy, jak również placówki oświatowej; stoją za nim: kreatywność, otwartość, empatia, efektywna współpraca między ludźmi o różnych doświadczeniach i wiedzy.

Empatia - współodczuwanie, głębokie zrozumienie potrzeb użytkownika

Pomysł na biznes – dobrze przemyślany i wieloelementowy plan zawierający zarówno informacje historyczne, bieżące jak i przyszłe, uwzględniający potrzeby klienta, ale i możliwości przedsiębiorcy.

OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

Procedura przeprowadzania szukania pomysłu na biznes metodą Design:

1. **EMPATIA** - punktem wyjścia jest głębokie zrozumienie potrzeb użytkownika
Staramy się „spojrzeć oczami” naszego klienta, aby dowiedzieć się o nim jak najwięcej. Aby to osiągnąć odpowiadamy na pytania: Co mówi? Co myśli? Co robi? Co czuje? Następnie zbieramy te obserwacje w ramach kluczowych obserwacji.
2. **DIAGNOZA POTRZEB** –określenie potrzeb i dobre sformułowanie problemu
Na podstawie EMPATII wybieramy naszego potencjalnego klienta. Nadajemy mu imię, określone cechy fizyczne, opisujemy co robi w życiu, co go interesuje. Dzięki temu możemy odpowiedzieć na pytanie co potrzebuje i dlaczego.
3. **GENEROWANIE POMYSŁÓW** – generowanie rozwiązań, burza mózgów
Teraz kolej na burzę mózgów. Staramy się podać jak najwięcej możliwych rozwiązań na postawione wcześniej potrzeby.

4. **PROTOTYPOWANIE** – budowanie, rozrysowywanie modeli, prototypów
Spośród proponowanych rozwiązań wybieramy te, które wydają się dla naszego klienta najwłaściwsze i budujemy kilka, coraz bardziej zaawansowanych, prototypów naszych produktów bądź usług.
5. **TESTOWANIE** – prezentowanie, sprawdzanie jak działają
6. **PODSUMOWANIE** – odpowiedź zbiorcza na następujące pytania:
 - d) **Dla kogo?** – zdjęcie, rysunek, opis osoby, dla której szukamy rozwiązań
 - d) **Po co?** – jaki problem użytkownika rozwiązuje, co daje użytkownikowi?
 - d) **Co to jest?** – schemat, zdjęcie, rysunek
 - d) **Jak działa?** – opis działania, jak użytkownik z tego korzysta?

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

Michalska-Żyła A i inni (2021): Design thinking dla edukatorów, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź

Chłodnicki M. i inni (2020): Service design po polsku, PWN SA, Warszawa

[DESIGN THINKING – Design Thinking PL](#)

[Design Thinking – podstawy i zastosowanie tej metody \(klosinski.net\)](#)

[Design Thinking - opis, narzędzia, przykłady - Lepszy Manager](#)

NOTATKI

MYŚLENIE ETYCZNO-EKONOMICZNE

DAMIAN MICHAŁOWSKI

CEL ZAJĘĆ

Na tych zajęciach dowiesz się, że myślenie dotyczące własnego biznesu nie powinno abstrahować od spraw związanych z obszarem wartości – samopoznaniem, produktywnością i myśleniem krytycznym. Miara sukcesu w biznesie wyznaczona jest nie tylko wiedzą czysto ekonomiczną, lecz również świadomością własnych możliwości i ograniczeń, rozumieniem źródeł, z których nasze działanie wypływa, oraz umiejętnością myślenia sceptycznego: samopodejrzliwością i autokrytyką. By odnieść sukces, potrzebujemy silnej wewnętrznej motywacji. By sukces był pełny, powinien objąć całość naszego życia.

Jaki jest mój plan na własną karierę? Jakimi środkami chcę osiągnąć wyznaczony cel? Czy plan jest właściwy, a cel realny? Żeby odpowiedzieć na te pytania, musisz się cofnąć i zapytać najpierw: Dlaczego chcę tego właśnie, a nie czegoś innego?

Od Sokratesa i Biblii, przez Marka Aureliusza i Spinozę, aż do psychoanalizy i Ericha Fromma jedna rzecz wydaje się fundamentalna: jest nią rozumienie siebie. Na tych zajęciach postaramy się więc zrozumieć, że trud podejmowania zawodowych decyzji oraz etyczne konsekwencje tych decyzji, a także biznesowe projekty i strategie, zamiary i cele, analizy i oceny, w konsekwencji zaś oczekiwany sukces ekonomiczny zależny jest w stopniu fundamentalnym od samoświadomości i przeszkód, jakie na drodze tej samoświadomości przed nami stoją.

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Arete – w starożytnej Grecji cecha dobrego rzemieślnika, który dobrze wykonuje swój fach; z czasem pojęcie to staje się główną kategorią etyczną – tłumaczone jako cnota bądź doskonałość moralna mówi, że ideał etyki jest określony przez wierność sobie (wybory moralne i egzystencjalne mają być oparte na poznaniu samego siebie)

Metoda dialektyczna – prowadzony przez Sokrates dialog zmierzający w swej pierwszej części (*elenktyka*) do ukazania błędnych mniemań tkwiących w przekonaniach rozmówcy oraz w części drugiej (*maieutyka*) do pomocy, aby w rozmówcy narodziła się wiedza prawdziwa; metoda dialektyczna ukazuje, iż nikt nie w stanie wyręczyć nas w dochodzeniu do prawdy – nauczyciel (Sokrates) *de facto* nie naucza, nie daje odpowiedzi, nie mówi, jak jest lub powinno być; poprzez rozmowę on tylko asystuje w trudzie indywidualnej refleksji

Obojętność na rzeczy obojętne – jedna z podstawowych kategorii w etyce stoickiej; rzeczy obojętne to te, na które nie mamy wpływu; celem stoickiego namysłu jest oddzielenie tego, na co mamy wpływ i co jest zależne od naszej woli, od tego, na co wpływu nie mamy i co jest od woli niezależne – mądrość polega na tym, by dobrze te sprawy ocenić i nie zajmować się sprawami, które poza naszą sprawczością

Sceptycyzm – postawa filozoficzno-etyczna, której istotą jest zawieszenie sądu, niewyrokovanie; sceptycyzm stał się synonimem postawy nieufnej, krytycznej lub podejrzliwej z racji podkreślanych niemożliwości w dotarciu do prawdy (np. regres w nieskończoność, błędne koło, paradoks samoodniesienia).

. OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

Zajęcia prowadzone będą w formie wykładu z prezentacją multimedialną oraz dyskusją nad wybranymi zagadnieniami; uczestnicy zajęć zostaną poproszeni o próby interpretacji poszczególnych teorii etycznych i ich egzemplifikacje w praktycznym kontekście działań biznesowych.

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

Marek Aureliusz, *Rozmyślenia*, tłum. M. Reiter, Gliwice 2016.

Pierre Hadot, *Twierdza wewnętrzna. Wprowadzenie do Rozmyślań Marka Aureliusza*, tłum. P. Domański, Warszawa 2023.

Platon, *Uczta*, w: tenże, *Dzieła t. II*, tłum. Wł. Witwicki, Kęty 2005.

Adam Krokiewicz, *Zarys filozofii greckiej*, Warszawa 2000.

Erich Fromm, *Niech się stanie człowiek. Z psychologii etyki*, tłum. R. Saciuk, Warszawa-Wrocław 1996.

NOTATKI

POTENCJAŁ GOSPODARCZY AFRYKI

KINGA SMOLIŃSKA-BRYZA, KAROLINA JÓZEFOWICZ

CEL ZAJĘĆ

Celem zajęć jest zrozumienie dynamiki gospodarczej kontynentu afrykańskiego, oraz identyfikacja kluczowych sektorów wzrostu. Podczas warsztatu omówione zostaną wyzwania i bariery rozwoju oraz przykłady współpracy gospodarczej. Uczestnik zajęć będzie posiadał uporządkowaną wiedzę z zakresu ekonomii rozwoju, której fundamentalnym pytaniem jest - dlaczego niektóre państwa były w stanie rozwinąć się do takiego poziomu, aby uzyskać tytuł bogatych, a inne nadal pozostają biedne? Podczas pracy w grupach uczestnicy podejmą próbę określenia w jaki sposób kraje afrykańskie mogłyby lub powinny wejść na ścieżkę trwałego rozwoju, zmniejszyć ubóstwo i nędzę oraz uzyskać względną zamożność.

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Ekonomia rozwoju - obejmuje szereg teorii rozwoju przede wszystkim państw rozwijających się oraz teorii polityk gospodarczych tych państw, które uwzględniają ich specyficzne uwarunkowania. Ekonomia rozwoju to teoria polityki gospodarczej dla krajów rozwijających się. Jej głównym celem jest znalezienie możliwości stymulowania wzrostu gospodarczego krajów rozwijających się, które pozwolą na zbliżenie się do krajów wysoko rozwiniętych.

Dysproporcje rozwojowe - dystans między poziomem rozwoju poszczególnych państw i grup państw. Najczęściej rozumiane jako różnice w sferze ekonomicznej, społecznej oraz politycznej pomiędzy poszczególnymi krajami.

Kraj rozwijający się - w literaturze przedmiotu występuje problem z jednoznaczną definicją pojęcia. Najczęściej mówi się, że jest to kraj, w którym PKB per capita jest niskie, występuje wysoki odsetek zatrudnionych w rolnictwie, wysoki wskaźnik analfabetyzmu, niski poziom zdrowotności społeczeństwa oraz niska jakość środowiska naturalnego.

Produkt Krajowy Brutto (PKB) jest najbardziej powszechnym miernikiem aktywności gospodarczej w danym kraju i opiera się systemie rachunków narodowych. PKB stanowi miernik działalności gospodarczej kraju w pewnych przedziałach czasu, najczęściej roku lub kwartału. GUS (2022) definiuje go jako końcowy rezultat działalności produkcyjnej jednostek produkcyjnych będących rezydentami.

OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

Zajęcia prowadzone w sali, z możliwością pracy w grupach i prezentacją multimedialną; z wykorzystaniem środków dydaktycznych. Zajęcia składają się z 3 części:

- 1) Kraj rozwinięty a rozwijający się - dysproporcje na świecie,
- 2) Rozwój Afryki- ujęcie społeczno-ekonomiczne,
- 3) Potencjał rozwojowy – szanse i bariery (Podział na grupy, analiza potencjału, prezentacja wyników, dyskusja i podsumowanie).

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

Bartkowiak, R. (2013). *Ekonomia rozwoju*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Fiedor, B., Kociszewski, K. (2010). *Ekonomia rozwoju*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.

Piasecki, R. (2007). *Ekonomia rozwoju*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa

Rymarczyk, J. (2006). *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Smolińska-Bryza, K., Kiryluk-Dryjska, E. (2024): *Pomoc rozwojowa dla sektora rolnego krajów Afryki, Karaibów i Pacyfiku. Cele, kierunki i uwarunkowania absorpcji*. ISBN: 978-83-01-24013-4, PWN.

Świerczyńska, K., Kaczmarek, F., Kryszak, Ł. (2020). *Political stability as a factor affecting growth in agricultural sub-Saharan African countries. Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, 63, 160-176.

World Bank Group (WB) www.worldbank.org

NOTATKI

WPŁYW WYDARZEŃ LOSOWYCH NA DZIAŁANIE RYNKU

KACPER MAŃKOWSKI, WIKTOR KUPSIK

CEL ZAJĘĆ

Celem zajęć jest zapoznanie uczestników z podstawowymi mechanizmami funkcjonowania rynku oraz wpływem wydarzeń losowych na jego działanie. Warsztaty rozpoczną się od Marshmallow Challenge, który ma na celu integrację grup, rozwój współpracy oraz wydzielenie ról w zespołach, takich jak lider, negocjator czy strateg. Gra ta wprowadzi uczestników w dynamikę pracy zespołowej oraz zjawiska adaptacji do zmiennych warunków, co będzie kluczowe w dalszej części zajęć.

Uczestnik zajęć będzie posiadał uporządkowaną wiedzę z zakresu oddziaływania nieprzewidzianych zdarzeń na podaż, popyt oraz ceny na rynku. Student pozna istotę, cele i korzyści wynikające z analizy symulacji rynkowych, uwzględniających dynamiczne zmiany wynikające z losowych zdarzeń. Zajęcia rozwiną umiejętności strategicznego myślenia, negocjacji oraz szybkiego podejmowania decyzji w zmiennych warunkach gospodarczych. Po warsztatach uczestnik będzie rozumiał znaczenie pojęć takich jak podaż, popyt, zmienność rynku, wpływ regulacji prawnych i zdarzeń losowych oraz strategię zespołowego działania w konkurencyjnym środowisku.

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Podaż

Ilość dóbr lub usług, jaką sprzedawcy są gotowi zaoferować na rynku w określonym czasie i po danej cenie. Podaż zależy od kosztów produkcji, cen surowców oraz zdarzeń losowych, takich jak strajki czy zmiany technologiczne.

Popyt

Ilość dóbr lub usług, jaką nabywcy są gotowi zakupić na rynku w określonym czasie i po danej cenie. Popyt jest kształtowany przez potrzeby, preferencje konsumentów, ich dochody oraz czynniki zewnętrzne, takie jak zmiany regulacji prawnych.

Zmienność rynku

Fluktuacje cen, podaży i popytu wynikające z wpływu zdarzeń losowych, takich jak klęski żywiołowe, zmiany polityki gospodarczej czy wahania w dostępności zasobów.

Zdarzenia losowe

Nieprzewidziane okoliczności wpływające na funkcjonowanie rynku, które mogą zmieniać warunki handlowe, koszty produkcji lub dostępność zasobów. Przykłady to pożary, strajki, zmiany w prawie czy postęp technologiczny.

Strategia zespołowa

Skoordynowane działania grupy, mające na celu osiągnięcie wyznaczonego celu w określonych warunkach. W kontekście warsztatów, strategia zespołowa obejmuje podział ról w zespole, takich jak lider, negocjator czy analityk, aby skutecznie reagować na zmieniające się warunki rynkowe.

Negocjacje

Proces komunikacji pomiędzy stronami mający na celu osiągnięcie porozumienia w kwestii warunków

wymiany dóbr, usług lub zasobów. W grze rynkowej negocjacje są kluczowe dla uzyskania najlepszych warunków zakupu lub sprzedaży.

Koszty produkcji

Nakłady ponoszone w procesie wytwarzania dóbr, w tym koszty surowców, pracy i kapitału. W grze rynkowej koszty te mogą się zmieniać w wyniku zdarzeń losowych, co wymaga adaptacji strategii zespołu. W warsztacie zostało to uproszczone jako ceny hurtowe, które obowiązują sprzedających.

Mechanizm rynkowy

System, w którym decyzje dotyczące produkcji, dystrybucji i konsumpcji dóbr są podejmowane w wyniku interakcji podaży i popytu. Mechanizm ten odzwierciedla reakcje uczestników rynku na zmieniające się warunki.

OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

1. Marshmallow Challenge

Uczestnicy dzielą się na 6 zespołów. Każdy zespół otrzymuje:

- 20 nitek spaghetti
- 1 metr sznurka
- 1 metr taśmy klejącej
- 1 piankę

Wygrywa ten zespół, który w ciągu 15 minut zbuduje z dostępnych zasobów najwyższą wieżę, która utrzyma piankę na szczycie konstrukcji.

2. Wpływ wydarzeń losowych na działanie rynku

a)

- Uczestnicy zostają w tych samych zespołach.
- Zespoły 4-6 będą kupującymi (deweloperami) i zostają przy swoim stoliku po stronie wewnętrznej.
- Zespoły 1-3 są odpowiedzialne za sprzedaż surowców i zostają przy swoim stoliku po stronie zewnętrznej.
- Co turę każdy zespół kupujących otrzyma 50 zł oraz będzie losowane zdarzenie, które wpłynie na rynek. Następnie kupujący przechodzą o jedną stację w prawo
- Zdarzenia losowe mogą wpłynąć na ceny surowca w hurcie (sprzedający); koszty budowy (kupujący); zwiększyć/zmniejszyć stan gotówki (kupujący).
- Podczas jednej tury można kupić maksymalnie 4 karty surowców!
- Jedna tura trwa maksymalnie 2 min, w tym czasie gracze muszą dokonać swoich transakcji! (Po sygnale dźwiękowym prosimy o chwilę ciszy).

b)

- Zespoły 4-6 są deweloperami. Ich zadaniem jest zakup surowców w celu wybudowania domu (1 pkt), bloku (2 pkt). Ich celem jest zebranie 5 pkt. W tym momencie gra jest przerywana, a pozostałe zespoły udają się do „banku surowców”, aby wymienić swoje surowce na punkty.
- Każda drużyna kupująca otrzymuje 1000 zł na początek gry. Dodatkowo co turę otrzyma 50 zł

- Deweloperzy mogą wymienić surowce (które zakupili na rynku) na dom, blok w „banku surowców”
- W przypadku, kiedy na koniec gry zespoły mają tyle samo punktów o wygranej decyduje ilość posiadanej gotówki (surowce, które pozostały na koniec gry u kupującego nie mają żadnej wartości).
- Zdarzenia losowe mogą wpływać na koszt budowy, który nie może być mniejszy niż 1 z każdego surowca.

c)

- Zespoły 1-3 są sprzedającymi. Ich celem jest zdobycie jak największej ilości pieniędzy. (Na koniec gry liczy się stan gotówki + surowce, które na koniec gry są odsprzedawane do hurtowni – po cenie hurtowej – 10 zł).
- Na początek gry każdy zespół otrzymuje zestaw surowców; 1 zespół: 7 cegieł, 4 kamienie; 2 zespół: 6 drewna, 9 kamieni; 3 zespół: 4 drewna, 8 cegieł.
- To od was zależy po jakiej cenie sprzedacie dany surowiec (kupujący znają tylko początkową wartość rynkową)
- Sprzedający nieposiadający klienta w danej turze, podchodzą do „banku surowców” w celu zaopatrzenia. (Obowiązują ceny hurtowe – przy niedobrze surowców w banku ceny mogą być nieco wyższe)

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2009). *EBOOK: Economics*. McGraw Hill.

Hubbard, R. G., & O'Brien, A. P. (2020). *Microeconomics* (6th ed.). Pearson Education.

https://www.ted.com/talks/tom_wujec_build_a_tower_build_a_team

NOTATKI

GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO

NATALIA GENSTWA-NAMYŚL

CEL ZAJĘĆ

Celem zajęć jest zapoznanie studenta z podstawowymi pojęciami i istotą modelu produkcji i konsumpcji, jakim jest gospodarka obiegu zamkniętego. Uczestnik zajęć będzie posiadał uporządkowaną wiedzę z zakresu gospodarki odpadami w modelu liniowym i modelu obiegu zamkniętego. Student pozna również istotę, cele, korzyści oraz etapy modelu biznesowego, który minimalizuje zużycie surowców oraz powstawanie odpadów. Student pozna sposoby ograniczania i ponownego wykorzystania odpadów. Po zajęciach uczestnik będzie rozumiał znaczenie pojęć takich jak gospodarka linearna, cyrkularna, zasobochłonność, czy kosztochłonność.

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Gospodarka linearna

to gospodarka, której hasłem przewodnim jest stwierdzenie “weź – zużyj – wyrzuć”. Jest to powszechnie stosowany model od czasu rewolucji przemysłowej. W gospodarce linearnej firmy wydobywają surowce pierwotne, które następnie są przetwarzane na produkty końcowe przez inne firmy. Te są sprzedawane klientom, którzy wykorzystują je przez określony czas. Następnie produkty są utylizowane – głównie składowane lub spalane, przy niewielkiej lub żadnej próbie odzyskania produktów lub surowców wtórnych.

W gospodarce linearnej zapotrzebowanie na surowce stale rośnie, co związane jest z rosnącą liczbą ludzi na Ziemi i wzrostem ich potrzeb. Według danych Global Footprint Network z 2012 roku, zapotrzebowanie ludzkości na surowce nieodnawialne jest o ponad 50% większe niż nasza planeta jest w stanie zapewnić. Pomimo coraz nowszych technologii wydobywania surowców i ich lepszego wykorzystania, zasoby planety ulegną w końcu wyczerpaniu, jeśli ten model gospodarki utrzyma się (<https://gozwpraktyce.pl/slownik-pojec/?term=gospodarka-linearna>).

Gospodarka obiegu zamkniętego (gospodarka cyrkularna)

Gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ) to system gospodarczy, którego celem jest minimalizacja odpadów i wyczerpywania się zasobów poprzez jak najdłuższe utrzymywanie materiałów i produktów w użyciu. W gospodarce o obiegu zamkniętym produkty i materiały są projektowane do ponownego użycia, naprawy i recyklingu na koniec ich cyklu życia, tworząc zamkniętą pętlę materiałów i zasobów. Takie podejście zmniejsza ilość odpadów, oszczędza zasoby i minimalizuje wpływ na środowisko, taki jak emisje gazów cieplarnianych i zanieczyszczenie (Szczech-Pietkiewicz, Czerniak, 2024).

Wydłużenie życia produktu

Celem dla firmy w tym modelu biznesowym jest utrzymywanie produktów w stanie ekonomicznej użyteczności tak długo, jak będzie to możliwe poprzez ich konserwację, naprawianie, ulepszenie przetwarzanie czy remarketing. W tym modelu kluczowa jest zmiana podejścia firmy wobec klientów. Konieczne jest przejście od modelu transakcyjnego do budowania relacji oraz sprzężenie modyfikacji

i poprawek w produktach z konkretnymi potrzebami i preferencjami klientów (<https://gozwpraktyce.pl/slownik/gospodarka-cyrkularna/>).

Odpady

Każda substancja lub przedmiot, których posiadacz pozbywa się, zamierza się pozbyć lub do których pozbycia się jest obowiązany.

Źródło: Rozporządzenie Ministra Klimatu z dnia 2 stycznia 2020 r. w sprawie katalogu odpadów, Dz. U. z 2020 r. poz. 10; Ustawa z dnia 14 grudnia 2012 r. o odpadach, Dz. U. z 2023 r. poz. 1587, z późn. zm.)

Zasobochłonność

Przez zasobochłonność rozumie się ilość surowców i mediów zużywanych w procesie technologicznym, zakładzie produkcyjnym lub całym łańcuchu przemian z wykorzystaniem tego zasobu, przypadającą na jednostkę miary efektów procesu, czyli wyrobu.

Zasobochłonność stanowi jeden z istotnych mierników oceny zrównoważoności gospodarki, przemysłu i przedsiębiorstw. Proces produkcyjny wymaga dostaw zasobów rozumianych jako surowce, materiały, media energetyczne itp. W poszczególnych sektorach występuje zróżnicowanie potrzeb na surowce, energię, wodę, paliwa i inne zasoby, które są wykorzystywane do wytwarzania wyrobów. O uzyskaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw produkcyjnych decyduje w dużym stopniu minimalizacja zasobochłonności sektorowej. Obecne uwarunkowania gospodarcze, związane z dążeniem przedsiębiorstw i gospodarek do zrównoważonego rozwoju, spowodowały, że wysoce pożądane jest ciągłe śledzenie stopnia zużycia zasobów (surowców) w procesie produkcyjnym poprzez monitorowanie ich zużycia wraz z automatycznym identyfikowaniem genealogii produktu. W związku z tym nieodzownym narzędziem wspomagającym zarządzanie produkcją jest analiza zasobochłonności przedsiębiorstwa (Gajdzik, 2020).

Kosztochłonność

Dążenie do poprawy efektywności gospodarowania zasobami wymaga ciągłego zainteresowania poziomem kosztów w relacji do wybranych pozycji rachunku zysków i strat. Zespół wskaźników kosztochłonności przychodów odpowiada na pytanie: ile jednostek kosztów wymaga wygenerowanie jednej jednostki przychodów? (<https://analizy-prognozy.pl/analiza-prognoza-finansowa/analiza/wskaznikowa/dzialania/kosztchlonnosc/>)

OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

Na podstawie informacji dostępnych w internecie oraz wiedzy zdobytej w trakcie zajęć uczestnicy przygotowują w 2-3 osobowych grupach listę inicjatyw na rzecz rozwoju gospodarki cyrkularnej, które podejmuje IKEA. Zgodnie z wiedzą zdobytą na zajęciach uczestnicy wskażą również kategorie korzyści, które są uzyskiwane na skutek przyjętych przez IKEA rozwiązań.

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

STRONY INTERNETOWE

SŁOWNIK POJĘĆ:

<https://gozwpraktyce.pl/slownik-pojec/?term=gospodarka-linearna>

WSKAŹNIKI CYRKULARNOŚCI:

<https://gozwpraktyce.pl/wskazniki/>

MODEL GOSPODARKI OBIEGU ZAMKNIĘTEGO:

<http://circularhotspot.pl/pl/gospodarka-obiegu-zamknietego>

<https://www.ekologus.pl/czym-jest-goz-i-jakie-sa-jego-zalozenia/>

ZNACZENIE I KORZYŚCI Z MODELU OBIEGU ZAMKNIĘTEGO:

<https://www.europarl.europa.eu/topics/pl/article/20151201STO05603/gospodarka-o-obiegu-zamknietym-definicja-znaczenie-i-korzysci-wideo>

RAPORT O STANIE GOSPODARKI CYRKULARNEJ W POLSCE:

<https://www.circularity-gap.world/poland>

WIADOMOŚCI DOTYCZĄCE GOSPODARKI ODPADAMI:

<https://www.teraz-srodowisko.pl/aktualnosci/odpady/>

FILM O GOZ I JEJ ZNACZENIU DLA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW:

<https://vimeo.com/user159177117/review/878242470/533c86da9b>

POZYCJE ARTYKUŁOWE

Derej, W. gospodarka odpadami w unii europejskiej w kontekście możliwości implementacji idei europejskiego zielonego ładu. STRATEGIE WDRAŻANIA, 57.

<https://min-pan.krakow.pl/wydawnictwo/wp-content/uploads/sites/4/2023/11/Strategie-Wdrazania-Zielonego-Ladu-2000.pdf#page=57>

Gajdzik, B. (2020). Zasobochłonność sektorowa na przykładzie koksochłonności przemysłu stalowego w Polsce. *Gospodarka Materiałowa i Logistyka*, (12), 24-30.

<https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-9e1dc372-8883-49b8-9ce7-fd3e80b6d17e>

Szczech-Pietkiewicz, E., & Czerniak, A. (2024). Gospodarka obiegu zamkniętego jako potencjał zrównoważonego rozwoju polskich przedsiębiorstw. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów*, (197), 85-96.

<https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=1319385>

NOTATKI

REGULACJE SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ

DAMIAN PUŚLECKI

CEL ZAJĘĆ

Celem zajęć jest zapoznanie studenta z podstawowymi pojęciami z zakresu prawa cywilnego regulującymi zawarcie i wykonanie umowy sprzedaży. Głównym punktem zainteresowania wykładu jest umowa konsumencka sprzedaży, uregulowana przepisami szczególnymi do kodeksu cywilnego zawierana pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem.

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Pojęcie konsumenta - 22 (1) k.c. Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Pojęcie przedsiębiorcy - 43 (1) k.c. Przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna, która nie posiada osobowości prawnej, ale na mocy przepisów szczególnych ma zdolność prawną, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową.

Pojęcie zobowiązania – zobowiązanie polega na tym, że wierzyciel może żądać spełnienia świadczenia a dłużnik powinien to świadczenie spełnić.

Pojęcie umowy – zgodne oświadczenie woli dwóch lub więcej podmiotów, które prowadzi do powstania, zmiany bądź zniesienia wzajemnych praw i obowiązków o charakterze majątkowym.

Pojęcie umowy nazwanej – umowa ma swoją nazwę jest prawnie uregulowana (nie tylko w kodeksie cywilnym, ale także w innych ustawach szczegółowych). Strony konstruując umowę określają tylko najistotniejsze jej elementy a w innych kwestiach pomaga regulacja prawna. Uwaga na normy bezwzględnie obowiązujące.

Regulacja umowy sprzedaży – uregulowana została przepisami kodeksu cywilnego art. 535-582 oraz w przypadku konsumentów ustawą o prawach konsumenta - ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta tj. Dz.U. z 2024 r. poz. 1796.

Rękojmia a gwarancja – to dwa różne uprawnienia przewidziane dla kupującego z tytułu zawartej i wykonanej umowy sprzedaży. Jedno jest uregulowane w ustawie a drugie jest określone w dokumencie gwarancyjnym. Wątpliwie wspomnieć o prawie do odstąpienia od umowy niezależnym od wskazanych powyżej uprawnień uregulowanym w art. 27 u.p.k. - Konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów.

OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

Wyzwaniem dla studentów podczas przeprowadzonego wykładu może być odnalezienie w zasobach Internetu aktualnej ustawy regulującej prawa konsumenta. W związku z powyższym w toku zajęć udzielone zostaną wskazówki, które mogą być przydatne studentom w poszukiwaniu obowiązujących regulacji prawnych.

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

Zbigniew Radwański, Adam Olejniczak, Jarosław Grykiel, Zobowiązania część ogólna, Wydawnictwo: C.H. Beck, 2024;

Zbigniew Radwański, Janina Panowicz-Lipska, Zobowiązania część szczegółowa, Wydawnictwo: C.H. Beck, 2024;

Maciej Gutowski, Umowa sprzedaży w prawie cywilnym, Wydawnictwo: Wolters Kluwer, 2024;

Andrzej Szumański, Prawo ochrony konsumentów. Komentarz, Wydawnictwo: C.H. Beck, 2023;

Zbigniew Radwański, Andrzej Olejniczak, Prawo cywilne – umowa sprzedaży i jej modyfikacje w świetle prawa unijnego i krajowego, Wydawnictwo: C.H. Beck, 2023;

Krzysztof Książak, Ochrona konsumentów w obrocie internetowym, Wydawnictwo: Wydawnictwo Prawo i Praktyka, 2023

NOTATKI

ROLA TRADYCJI W BIZNESIE

ANNA JĘCZMYK

CEL ZAJĘĆ

Celem wykładu jest przedstawienie, w jaki sposób tradycja może być podstawą budowania tożsamości firmy, źródłem przewagi konkurencyjnej oraz wsparciem dla innowacyjności. Tradycja w biznesie odgrywa kluczową rolę, szczególnie w kontekście kształtowania tożsamości firmy, jej kultury organizacyjnej oraz budowania relacji z klientami i społecznościami. W wielu przypadkach staje się jednym z najważniejszych atutów przedsiębiorstwa, które dzięki niej wyróżnia się na rynku.

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Tradycja - zbiór wartości, praktyk, zwyczajów i umiejętności przekazywanych z pokolenia na pokolenie w danym przedsiębiorstwie. W kontekście biznesowym odnosi się do elementów, które definiują tożsamość i historię przedsiębiorstwa.

Biznes - działalność gospodarcza prowadzona w celu osiągnięcia zysku poprzez oferowanie produktów, usług lub rozwiązań, które zaspokajają potrzeby klientów.

Kultura organizacyjna - zespół norm, wartości, przekonań i zwyczajów kształtujących sposób funkcjonowania firmy. Tradycja odgrywa kluczową rolę w budowaniu i utrzymaniu spójnej kultury organizacyjnej.

Dziedzictwo marki - element tożsamości firmy, który podkreśla jej historię, osiągnięcia i ciągłość w czasie. Dziedzictwo marki jest często używane w marketingu jako element wzbudzający zaufanie i lojalność klientów.

Autentyczność - cechy firmy lub produktu, które świadczą o ich zgodności z tradycją, jakością i historią. Autentyczność jest kluczowa dla firm czerpiących z tradycyjnych wartości.

OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

Ćwiczenie „Mapa tradycji”

Celem ćwiczenia jest umożliwienie uczestnikom zrozumienia, w jaki sposób tradycja może zostać wykorzystana jako element strategii marketingowej i budowania tożsamości firmy.

Wstęp: krótkie wprowadzenie na temat tradycji w biznesie i jej znaczenia oraz przedstawienie przykładu marek budujących swoją strategię na tradycji.

Zadanie: Uczestnicy w małych grupach tworzą „mapę tradycji” dla fikcyjnej firmy (np. rzemieślniczej piekarni, rodzinnej winnicy).

Prezentacja wyników: każda grupa przedstawia swoją mapę innym uczestnikom.

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

Szacki J. 2011. Tradycja, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego

Bogdanienko J., Piotrowski W. 2013. Zarządzanie. Tradycja i nowoczesność, Warszawa: PWE Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne

Jak przekształcić tradycję w biznes? <https://www.polskieradio.pl/8/404/artykul/2408161,jak-przekszaltcic-tradycje-w-biznes>

Tradycja a innowacja <https://innowacjaskawina.blogspot.com/2017/04/tradycja-innowacja.html>

Kultura i język w biznesie <https://summalinguae.com/pl/biznes/kultura-i-jezyk-w-biznesie/>

Business Culture in Poland <https://www.trade.gov.pl/en/news/business-culture-in-poland/>

How and Why Your Company Traditions Can Drive Change and Help Your Organizational Culture

Evolve <https://www.linkedin.com/pulse/how-why-your-company-traditions-can-drive-change-help-martirossian/>

Corporate Culture Definition, Characteristics, and Importance

<https://www.investopedia.com/terms/c/corporate-culture.asp>

NOTATKI

BIZNES SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY

MAGDALENA JAWORSKA

CEL ZAJĘĆ

W dzisiejszym świecie zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw stają się coraz ważniejszym kryterium podejmowania decyzji. Warsztat pozwoli uczestnikom zrozumieć czym jest biznes społecznie odpowiedzialny, zdobyć wiedzę i nabyć umiejętności dotyczące wdrażania strategii społecznej odpowiedzialności biznesu. Zawiera on elementy teoretyczne, realne przykłady oraz ćwiczenia, dzięki którym uczestnicy będą mogli przełożyć zdobytą wiedzę na codzienne działania biznesowe i konsumenckie.

PODSTAWOWE POJĘCIA, DEFINICJE

Według definicji Komisji Europejskiej **CSR** (z ang. **Corporate Social Responsibility**) czyli **Społeczna Odpowiedzialność Biznesu** to odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo, natomiast wg normy ISO 26000, CSR to odpowiedzialność organizacji za wpływ podejmowanych przez nią decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie w kluczowych obszarach, takich jak: ład organizacyjny, prawa człowieka, praktyki z zakresu pracy, środowisko, uczciwe praktyki operacyjne, zagadnienia konsumenckie, zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej. CSR działa na zasadzie samoregulacji, choć istnieją pewne wytyczne i standardy, których organizacje mogą przestrzegać. Wśród głównych standardów CSR znajduje się norma **ISO 26000**, która została po raz pierwszy wydana przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną (ISO) w 2010 roku. Norma ISO 26000 zawiera dobrowolne wytyczne, które mają pomóc organizacji w ocenie jej strategii i postępów w zakresie inicjatyw związanych z odpowiedzialnością społeczną <https://odpowiedzialnybiznes.pl/>.

CSR koncentruje się na działaniach, które wykraczają poza tradycyjny cel przynoszenia zysku, a ich realizacja poprawia relacje społeczne i środowiskowe oraz tworzy pozytywny wizerunek firmy. Przedsiębiorstwa realizujące CSR podejmują inicjatywy społeczne, takie jak <https://csrpoland.pl/>: programy charytatywne, programy edukacyjne, inwestycje w społeczności lokalne czy promowanie zrównoważonych praktyk biznesowych.

Narzędzia CSR wg PARP <https://www.parp.gov.pl/csr#csr>

- Działania na rzecz lokalnej społeczności
- Działania proekologiczne
- Kampanie społeczne
- Programy dla pracowników
- Raporty społeczne
- Systemy zarządzania
- Wolontariat pracowniczy
- Zarządzanie łańcuchem dostaw
- Znakowanie produktów.

Korzyści dla firm stosujących zasady CSR: ekonomiczne, otoczenia społecznego, środowiskowe, dla pracowników (PARP).

Naturalnym krokiem w ewolucji odpowiedzialnych praktyk biznesowych jest przejście od CSR do **ESG**, które jest swoistego rodzaju kontynuacją społecznej odpowiedzialności biznesu. Zrozumienie obu koncepcji jest kluczowe dla efektywnego zarządzania w nowoczesnym środowisku biznesowym. <https://akademiaesg.pl/>. Podczas gdy CSR skupia się na szerokiej perspektywie działań społecznych, ESG to bardziej złożone podejście, skoncentrowane na **zintegrowanym podejściu** do odpowiedzialności przedsiębiorstw. Oferuje konkretne i mierzalne kryteria, które pomagają firmom wprowadzać rzeczywiste, trwałe zmiany <https://csriesg.pl/>.

ESG to zestaw kryteriów wykorzystywanych do oceny pozafinansowej wyników firmy w trzech obszarach: środowiskowym, społecznym i zarządczym.

Środowisko (Environmental): ocena wpływu firmy na środowisko, w tym zarządzanie emisjami gazów cieplarnianych, zużyciem surowców, zarządzanie odpadami i podejście do ochrony przyrody.

Społeczeństwo (Social): dotyczy relacji z pracownikami, klientami, dostawcami oraz zaangażowania społecznego; obejmuje kwestie takie jak prawa pracownicze, różnorodność i zaangażowanie społeczne.

Zarządzanie (Governance): skupia się na sposobie zarządzania przedsiębiorstwem, w tym etyce biznesu, odpowiedzialności zarządu, przejrzystości (transparentności) oraz strukturze korporacyjnej, zapobieganiu korupcji i polityce wynagrodzeń kadry kierowniczej <https://csriesg.pl/> , <https://csrpoland.pl/> .

ESG staje się coraz ważniejszym elementem strategii biznesowej. Inwestorzy, kontrahenci i konsumenci coraz częściej szukają firm, które działają w sposób odpowiedzialny i zrównoważony. Przyczyną jest unijna dyrektywa CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464>, [Corporate sustainability reporting - European Commission](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464)). Dyrektywa ta określa bowiem zasady raportowania zrównoważonego rozwoju przez przedsiębiorstwa, które obowiązują od stycznia 2024 roku. Raportowanie nt. zrównoważonego rozwoju (niefinansowe), zwane także **raportowaniem ESG** – to przekazywanie (obok informacji finansowych) informacji wymaganych przez CSRD w oparciu o ESRS (European Sustainability Reporting Standards https://finance.ec.europa.eu/news/commission-adopts-european-sustainability-reporting-standards-2023-07-31_en) ujawniających działalność i wyniki przedsiębiorstwa w obszarze kwestii środowiskowych, społecznych (pracowniczych) oraz ładu korporacyjnego. Obecne oraz projektowane akty prawne Unii Europejskiej w obszarach: środowiskowym, społecznym i zarządczym, które będą miały wpływ na prowadzenie działalności biznesowej w Polsce znajdują się w publikacji: „Przewodnik po legislacji ESG. Mapa regulacji. Wersja 1.0 (listopad 2024)” https://kampania17celow.pl/wp-content/uploads/2024/11/Przewodnik-po-legislacji-ESG_5.11.2024.pdf.

OPIS ĆWICZENIA/EKSPERYMENTU/ZABAWY/GRY TOWARZYSKIEJ

Wykład z elementami dyskusji, pracy zespołowej i wymiany doświadczeń. Problemy i pytania:

1. CSR w życiu codziennym dla pracownika i konsumenta: Jakie codzienne decyzje mogą wspierać zrównoważony rozwój? Praca w firmie odpowiedzialnej vs. brak strategii CSR. CSR a *employer branding* – jak pracownicy oceniają podejście firmy do odpowiedzialności społecznej?
2. CSR w małych firmach: Jak mikroprzedsiębiorstwa mogą wdrażać CSR? CSR w modelu jednoosobowej działalności gospodarczej. Współpraca z lokalną społecznością i organizacjami non-profit.

JEŚLI CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ

RAPORT Odpowiedzialny biznes w Polsce 2022 https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2023/04/FOB_Raport2022.pdf.

The Unido Approach to Sustainable Supplier Development https://kampania17celow.pl/wp-content/uploads/2022/02/UNIDOsSustainableSupplierDevelopment_0.pdf.

Przewodnik po legislacji ESG. Mapa regulacji. Wersja 1.0 (listopad 2024) https://kampania17celow.pl/wp-content/uploads/2024/11/Przewodnik-po-legislacji-ESG_5.11.2024.pdf.

Poradnik CSR i ESG <https://csriesg.pl/wp-content/uploads/2025/01/Poradnik-CSR-i-ESG-2024.pdf>.

ISO 26000. ISO: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>; ISO 26000. PKN: https://www.pkn.pl/sites/default/files/sites/default/files/imce/files/discovering_iso_26000.pdf.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości <https://www.parp.gov.pl/csr#csr>.

Kampania 17 Celów <https://kampania17celow.pl/>.



NOTATKI