



Biznes i Zarządzanie

Jak firmy wpływają na otoczenie

Scenariusz lekcji

PARTNER STRATEGICZNY



Podlaskie

PARTNER TECHNOLOGICZNY



transmitemy.pl

PARTNER MERYTORYCZNY



UNIWERSYTET W BIAŁYMSTOKU
WYDZIAŁ NAUK
O EDUKACJI



Fundacja Pro Akademia

B I Z N E S
L A B

PARTNERZY PROJEKTU



KLASTER
OBRÓBKI METALI



MALOW
GRUPA LITPOL



FUNDACJA ARHELAN
społecznie odpowiedzialni

I N F O E C H
powered by
TECHNOPLEX



unitalent
fundacja grupy unibep

„Od pomysłu do biznesu”

– projekt Fundacji Grupy Unibep Unitalent

ul. 3 Maja 19, 17-300 Bielsk Podlaski

tel.: 604 418 848, 600 920 094

e-mail: unitalent@unibep.pl, ubisz@unibep.pl

www.unitalentowani.pl

Czas trwania lekcji: 45 minut

Cele lekcji:

1. Budowanie wśród uczniów świadomości istnienia różnych obszarów wpływu, jakie mogą mieć firmy na otoczenie.
2. Uświadomienie znaczenia dialogu społecznego i współpracy z interesariuszami w kontekście wpływu firmy na otoczenie.
3. Zdefiniowanie społecznie odpowiedzialnych obszarów prowadzenia działalności biznesowej.
4. Zachęcanie uczniów do rozważania alternatywnych modeli biznesowych i innowacyjnych rozwiązań, które przyczyniają się do pozytywnego wpływu firm na otoczenie.

Efekty będące konsekwencją przeprowadzenia lekcji w ramach tematu 8 przedstawia tabela 1.

Tabela 1: Efekty planowane do osiągnięcia w czasie lekcji.

Efekty w zakresie wiedzy	Efekty w zakresie kompetencji	Efekty w zakresie umiejętności
<ol style="list-style-type: none"> 1. Uczeń wyjaśnia znaczenie i zakres społecznej odpowiedzialności biznesu. 2. Uczeń identyfikuje różne rodzaje wpływu, jakie firmy mogą mieć na otoczenie, takich jak wpływ ekologiczny, społeczny i ekonomiczny. 3. Uczeń zna różne praktyki, które firmy mogą stosować w celu minimalizacji negatywnego wpływu na otoczenie. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uczeń uzasadnia promowanie postaw etycznych i odpowiedzialnych w działalności biznesowej. 2. Uczeń ocenia rolę dialogu społecznego i współpracy z interesariuszami w kontekście wpływu firmy na otoczenie. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uczeń potrafi podać argumenty na rzecz wdrażania alternatywnych modeli biznesowych i innowacyjnych rozwiązań, które przyczyniają się do pozytywnego wpływu na otoczenie. 2. Uczeń podejmuje decyzje zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju i uwzględniające interesy różnych grup społecznych. 3. Uczeń doskonali pracę w zespole oraz kulturę dyskusji.



I. WPROWADZENIE DO LEKCJI

Nauczyciel przybliży temat lekcji, podkreślając, iż przedmiotem rozważań będzie „odwrotna relacja”. Wskazuje, iż do tej pory na zajęciach częściej mówiło się o tym, iż otoczenie i to, co się dzieje na zewnątrz firmy ma największy wpływ na jej funkcjonowanie. Przedmiotem tej lekcji natomiast będzie oddziaływanie przedsiębiorstwa na otoczenie oraz próba odpowiedzi na pytanie, czy jest to w ogóle możliwe (stosowana metoda – prezentacja/wykład z elementami dyskusji).



II. IDENTYFIKACJA OBSZARÓW, NA KTÓRE FIRMA MOŻE WYWIERAĆ WPŁYW

Nauczyciel zwraca się do uczniów z prośbą o wskazanie tych obszarów otoczenia, na które przedsiębiorstwo może mieć wpływ. Zapisuje na tablicy (lub angażuje podopiecznych) propozycje zgłaszane przez uczniów, dopilnowując, aby wśród zidentyfikowanych znalazły się:

- **Środowisko naturalne** – firmy mogą wpływać na środowisko poprzez swoje działania, takie jak emisja gazów cieplarnianych, zużycie zasobów naturalnych, produkcja odpadów czy zanieczyszczenie wód i powietrza.
- **Społeczność lokalna** – firmy mogą mieć wpływ na społeczność lokalną, na przykład poprzez tworzenie miejsc pracy, inwestowanie w rozwój lokalnej infrastruktury, angażowanie się w inicjatywy społeczne czy wspieranie lokalnych organizacji.
- **Klienci i konsumenci** – firmy wpływają na swoich klientów i konsumentów poprzez oferowanie produktów i usług. Mogą kreować trendy, zaspokajając potrzeby i wpływać na preferencje zakupowe.
- **Konkurencja i rynek** – firmy wpływają na rynek i konkurencję poprzez swoje strategie biznesowe, innowacje, ceny i jakość produktów.
- **Inni (poza klientami) partnerzy biznesowi i dostawcy** – firmy mają wpływ na swoich partnerów biznesowych i dostawców poprzez relacje handlowe, współpracę i negocjacje.

Stosowane metody dydaktyczne – metoda kuli śniegowej oraz moderowana dyskusja.



III. EMISJA FILMU EDUKACYJNEGO KEBAB HABI – ODC. VIII „KOWALE LOSU”

Przed emisją filmu, nauczyciel podkreśla, iż kwestia oddziaływania przedsiębiorstwa na otoczenie dotyczy także małych firm, takich jak Kebab HABI. Prosi o zwrócenie szczególnej uwagi na to w czasie emisji filmu.

Film do scenariusza znajduje się na stronie internetowej:

unitalentowani.pl/od-pomyslu-do-biznesu/Video/Odcinek-VIII-Kowale-Losu.html

– Jak firmy wpływają na otoczenie.



IV. PRACA W GRUPACH PO EMISJI FILMU

Nauczyciel dokonuje podziału klasy na grupy (nie więcej niż 5 osób w grupie). Każda grupa otrzymuje te same zadania do wykonania.

Treść zadania jest następująca:

W ramach pracy grupowej wskaż (najlepiej, by każda grupa miała jeden obszar do omówienia):

1. Obszary otoczenia, na które Kebab HABI aktualnie w sposób świadomy oddziałuje.
2. Obszary otoczenia, na które Kebab HABI może oddziaływać, a tego nie robi.
3. Obszary otoczenia, na które Kebab HABI nie jest w stanie oddziaływać.
4. Obszary otoczenia, na które Kebab HABI może w przyszłości oddziaływać, gdy stanie się większą firmą

Uczniowie pracują przy użyciu kart od flipcharta i flamastrów.



V. PREZENTACJA EFEKTÓW PRACY W GRUPACH

W zależności od liczby grup, nauczyciel zaprasza kolejne grupy do przedstawienia rezultatów pracy, dając poszczególnym zespołom określony czas. Może też dokonać wstępnego podsumowania pracy poszczególnych zespołów, a szczegółową prezentację efektów przenieść na kolejną lekcję.

VI. PODSUMOWANIE LEKCJI

Proponowane zadania domowe:

1. Ile Twoim zdaniem jest prawdy w stwierdzeniu, że współczesne firmy podobnie jak ludzie mają swoje poglądy?
2. Dokonaj dogłębnej analizy działań w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu dla dowolnie wybranego przedsiębiorstwa, najlepiej z najbliższego otoczenia. Posiłkuj się informacjami publikowanymi w Internecie i innych środkach masowego przekazu.





Autorem scenariuszy jest Urszula Widelska - doktor nauk ekonomicznych, zastępca kierownika Katedry Ekonomii i Finansów Akademii Łomżyńskiej, nauczyciel przedmiotu „Biznes i Zarządzanie” w Akademickim Liceum Ogólnokształcącym Politechniki Białostockiej.