

Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu we Wrocławiu

Prowadzący								
Przedmiot	Greenwashing – komunikacja marketingowa przedsiębiorstwa							
Moduł		Punkty ECTS	3	Sygnatura programu studiów	L/2023/SPS/S/P - L/2023/SPS/N/P			
Kierunek		Specjalność			Rok akademicki			
LOGISTYKA		Logistyka handlu i dystrybucji						
Semestr		4		Rok studiów		II		
Forma studiów		Stacjonarne			Niestacjonarne			
Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratoria	Projekt	Wykład	Ćwiczenia	Laboratoria	Projekt
Liczba godzin	14	14		14	9	9		6
RAZEM	42			24				
Cel przedmiotu	<p>Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką greenwashingu w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw, w szczególności z mechanizmami wprowadzania konsumentów w błąd poprzez nieuzasadnione lub manipulacyjne komunikaty ekologiczne. Przedmiot ma na celu rozwijanie umiejętności identyfikacji greenwashingu, analizy komunikacji marketingowej przedsiębiorstw oraz projektowania transparentnej i odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju i ESG.</p>							
Minimalna wiedza wymagana od studenta przed rozpoczęciem zajęć								
<p>Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, zarządzania przedsiębiorstwem oraz zrównoważonego rozwoju. Umiejętność analizy przekazów marketingowych i interpretacji informacji dotyczących działalności przedsiębiorstw.</p>								
Zalecana literatura do przestudiowania przed rozpoczęciem zajęć								
<p>Julia Kmita, Greenwashing jako przeszkoda w zielonej transformacji Unii Europejskiej, „Teoria i Praktyka Dydaktyki Akademickiej”, tom 3, nr 3(2024), s. 1-12.</p>								
PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ (PEU)					KEU	METODY OCENY		
	KOD	FORMA			KOD	KOD	FORMA	
WIEDZA	W01	Student zna istotę greenwashingu oraz jego miejsce w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw.			K1_W13_L_P	MO4	Egzamin pisemny w formie zadań otwartych	
	W02	Student rozumie mechanizmy manipulacji w komunikacji ekologicznej przedsiębiorstw oraz ich konsekwencje dla rynku i konsumentów.			K1_W12_L_P	MO4	Egzamin pisemny w formie zadań otwartych	
	W03	Student zna narzędzia i standardy transparentnej komunikacji środowiskowej (ESG, raportowanie niefinansowe, certyfikaty ekologiczne).			K1_W06_L_P	MO4	Egzamin pisemny w formie zadań otwartych	
UMIĘJĘTNOŚCI	U01	Student potrafi analizować przekazy marketingowe przedsiębiorstw i identyfikować przypadki greenwashingu.			K1_U01_L_P	MO8	Kolokwium pisemne w formie zadań otwartych	
	U02	Student potrafi zaprojektować odpowiedzialną komunikację marketingową dotyczącą działań środowiskowych przedsiębiorstwa.			K1_U06_L_P	MO10	Zaliczenie projektu	
	U03							
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	K01	Student jest gotów do krytycznej oceny komunikacji marketingowej przedsiębiorstw oraz promowania rzetelnej informacji środowiskowej.			K1_K04_L_P	MO15	Ocena aktywności na zajęciach	

Treści merytoryczne przedmiotu	Wykład	Zrównoważony rozwój a komunikacja marketingowa przedsiębiorstw. Pojęcie greenwashingu – definicje, geneza i przyczyny. Typologie greenwashingu w marketingu. Manipulacje w komunikacji środowiskowej przedsiębiorstw. Certyfikaty ekologiczne, oznakowania środowiskowe i standardy ESG. Regulacje prawne dotyczące komunikacji ekologicznej. Greenwashing w praktyce przedsiębiorstw – przykłady globalne i europejskie. Transparentność i odpowiedzialność w komunikacji marketingowej.
	Ćwiczenia	Analiza komunikacji marketingowej wybranych przedsiębiorstw. Identyfikacja przykładów greenwashingu w reklamach i materiałach promocyjnych. Analiza oznaczeń ekologicznych i certyfikatów. Ocena wiarygodności deklaracji środowiskowych. Analiza przypadków naruszeń i kar za greenwashing. Dyskusja nad etyką marketingu środowiskowego.
	Laboratoria	
	Projekty	Analiza komunikacji marketingowej wybranego przedsiębiorstwa. Identyfikacja potencjalnych elementów greenwashingu. Opracowanie rekomendacji poprawy komunikacji środowiskowej. Zaprojektowanie transparentnej strategii komunikacji ekologicznej przedsiębiorstwa. Prezentacja projektu.

Metody dydaktyczne	KOD	FORMA
	MD6	wykład problemowy z zastosowaniem technik multimedialnych
	MD10	metoda przypadków

Literatura obowiązkowa	1	Szadziewska, A., Raportowanie społecznej odpowiedzialności a praktyki greenwashing, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, 2017, nr 478.
	2	Marzantowicz Ł., Ocicka B., Pluta-Zaremba A., 2020, Ekologiczne podejście do tworzenia łańcucha wartości - stan i uwarunkowania, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
	3	Kisperska-Moroń D., 2016, Standardy społecznej odpowiedzialności w logistyce, [w:] Kisperska-Moroń D. (red.), Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w wirtualnych łańcuchach dostaw, Wydawnictwo Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice.

Literatura uzupełniająca	1	Tundys, B., 2018, Problematyka wyboru dostawcy w zielonym łańcuchu dostaw – studium analityczne, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 505, Wrocław, 263-280
	2	Kozłowska M., Greenwashing jako nieetyczna praktyka w świecie finansów, Warszawa 2022.

Warunki zaliczenia przedmiotu	
<ul style="list-style-type: none"> – Wykład (W): 30% oceny końcowej – Ćwiczenia (C): 40% oceny końcowej – Projekt (P): 30% oceny końcowej 	