

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ващенко Андрей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 16.05.2023 14:56:23

Уникальный программный ключ:

51187754f94e37d00c9236cc9eaf21a22f0a3b731acd32879ec947ce3c66589d

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Волгоградский институт бизнеса»**



Рабочая программа учебной дисциплины

Корпоративная социальная ответственность

(Наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Управление малым и средним бизнесом»

(Направление подготовки / Профиль)

Бакалавр

(Квалификация)

Кафедра разработчик

Экономики и управления

Год набора

2023

Вид учебной деятельности	Трудоемкость (объем) дисциплины					
	Очная форма	Очно-заочная форма		Заочная форма		
		д	в	св/ву	з	сз
Зачетные единицы	3	3	3	3	х	3
Общее количество часов	108	108	108	108	х	108
Аудиторные часы контактной работы обучающегося с преподавателями:	32	16	16	10	х	10
- Лекционные (Л)	16	8	8	6	х	4
- Практические (ПЗ)	16	8	8	4	х	4
- Лабораторные (ЛЗ)						
- Семинарские (СЗ)						
Самостоятельная работа обучающихся (СРО)	76	92	92	94	х	96
К (Р-Г) Р (П) (+;-)						
Тестирование (+;-)						
ДКР (+;-)						
Зачет (+;-)	+	+	+	+(4)	х	+(4)
Зачет с оценкой (+;- (Кол-во часов))						
Экзамен (+;- (Кол-во часов))						

Волгоград 2023

Содержание

Раздел 1. Организационно-методический раздел	3
Раздел 2. Тематический план.....	7
Раздел 3. Содержание дисциплины.....	11
Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся.....	14
Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся.....	17
Раздел 6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	27
Раздел 7. Материально-техническая база и информационные технологии.....	28
Раздел 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	30

Раздел 1. Организационно-методический раздел

1.1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «**Корпоративная социальная ответственность**» входит в часть обязательных дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки «**38.03.02 Менеджмент**», **направленность (профиль) «Управление малым и средним бизнесом».**

Целью дисциплины является формирование **компетенций** (в соответствии с ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы (ОПОП ВО)):

Дескрипторы универсальных компетенций:

УК-3.3 Способен предупредить конфликты в процессе социального взаимодействия.

УК-4.2 Способен грамотно использовать информационно-коммуникационные технологии, коммуникативно-приемлемый стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами.

Дескрипторы общепрофессиональных компетенций:

ОПК-3.1 Способен использовать современные принципы, методы и организационные формы управления для эффективного руководства организациями различных отраслей народного хозяйства и различных форм собственности.

ОПК-3.2 Способен принимать обоснованные управленческие решения, обеспечивающие достижения целей перед трудовым коллективом и организацией в целом, рациональным и гуманным способом.

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы индикаторы компетенций:

Обобщенная трудовая функция/ трудовая функция	Код и наименование дескриптора компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенций (из ПС)
ПС 08.008 «Специалист по финансовому консультированию» А. Консультирование клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг А/02.6 Подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов	УК-3.3 Способен предупредить конфликты в процессе социального взаимодействия	<i>Умения:</i> ПС 08.008 Специалист по финансовому консультированию ИД-3 УК-3.3. Предотвращать и улаживать конфликтные ситуации (А/02.6)
ПС 08.008 «Специалист по финансовому консультированию» А. Консультирование клиентов по	УК-4.2 Способен грамотно использовать информационно-коммуникационные технологии, коммуникативно-приемлемый стиль	<i>Знание:</i> ПС 08.008 Специалист по финансовому консультированию ИД-1УК-4.2. Кодексы профессиональных и этических принципов в области связей с инвесторами А/02.6 ПС 40.049 Специалист по логистике на

<p>использованию финансовых продуктов и услуг А/02.6 Подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов</p> <p>ПС 40.049 «Специалист по логистике на транспорте» В.Организация процесса перевозки груза в цепи поставок В/02.6 Организация работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг В/03.6 Мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков</p>	<p>общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами</p>	<p>транспорте ИД-3 УК-4.2. Политика компании в области клиентского сервиса В/03.6 <i>Умения:</i> ПС 08.08 Специалист по финансовому консультированию ИД-6 УК-4.2. Организовывать и проводить деловые переговоры А/02.6 ПС 40.049 Специалист по логистике на транспорте ИД-10 УК-4.2. Проводить переговоры с клиентами из различных отраслей экономики В/03.6 <i>Навыки и (или)опыт деятельности:</i> ПС 08.08 Специалист по финансовому консультированию ИД-14 УК-4.2. Обсуждение, определение условий сотрудничества, подписание документов о сотрудничестве А/02.6 ПС 40.049 Специалист по логистике на транспорте ИД-17 УК-4.2. Взаимодействие с клиентами по качеству сервиса В/03.6</p>
<p>ПС 08.008 «Специалист по финансовому консультированию» А. Консультирование клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг А/01.6 Мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков А/02.6 Подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и</p>	<p>ОПК-3.1 Способен использовать современные принципы, методы и организационные формы управления для эффективного руководства организациями различных отраслей народного хозяйства и различных форм собственности</p>	<p><i>Умения:</i> ПС 08.008 Специалист по финансовому консультированию ИД-8 ОПК-3.1 Организовывать и проводить деловые переговоры А/02.6 <i>Навыки и (или)опыт деятельности:</i> ПС 08.008 Специалист по финансовому консультированию ИД-11 ОПК-3.1 Организация и поддержание постоянных контактов с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами А/01.6 ПС 40.049 Специалист по логистике на транспорте ИД-14 ОПК-3.1 Организация мониторинга</p>

<p>консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов</p> <p>ПС 40.049 «Специалист по логистике на транспорте» В.Организация процесса перевозки груза в цепи поставок В/03.6 Мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков</p>		<p>эффективности подрядчиков, переадресация им претензий клиента в случае некачественного сервиса со стороны подрядчика В/03.6</p>
<p>ПС 40.049 «Специалист по логистике на транспорте» В.Организация процесса перевозки груза в цепи поставок В/01.6 Организация логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок В/03.6 Мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков</p>	<p>ОПК-3.2 Способен принимать обоснованные управленческие решения, обеспечивающие достижения целей перед трудовым коллективом и организацией в целом, рациональным и гуманным способом</p>	<p><i>Знание:</i> ПС 40.049 Специалист по логистике на транспорте ИД-5 ОПК-3.2 Управление персоналом В/01.6 <i>Навыки и (или) опыт деятельности:</i> ПС 40.049 Специалист по логистике на транспорте ИД-15 ОПК-3.2 Взаимодействие с клиентами по качеству сервиса В/03.6 ИД-16 ОПК-3.2 Переговоры с клиентами по претензионным случаям В/03.6</p>

1.2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

направления подготовки «38.03.02 Менеджмент», направленность (профиль) «Управление малым и средним бизнесом»

№	Предшествующие дисциплины (дисциплины, изучаемые параллельно)	Последующие дисциплины
1	2	3
1.	Основы профессионального развития менеджера (Введение в направление подготовки)	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.	Организационное поведение	
3.	Управление человеческими ресурсами	
4.	Психология бизнеса	

Последовательность формирования компетенций в указанных дисциплинах может быть изменена в зависимости от формы и срока обучения, а также преподавания с использованием дистанционных технологий обучения.

1.3. Нормативная документация

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **«38.03.02 Менеджмент»**;
- Учебного плана направления подготовки **«38.03.01 Менеджмент» направленность (профиль) «Управление малым и средним бизнесом»** 2023 года набора;
- Образца рабочей программы учебной дисциплины (приказ № 113-О от 01.09.2021 г.).

Раздел 2. Тематический план

Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость			СРО	Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия			
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	18	4	4	10	ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
2	Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	14	2	2	10	ИД-1УК-4.2 ИД-5 ОПК-3.2
3	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	14	2	2	10	ИД-3 УК-3.3 ИД-3 УК-4.2 ИД-6 УК-4.2
4	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	14	2	2	10	ИД-3 УК-3.3 ИД-6 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1
5	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	14	2	2	10	ИД-17 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1 ИД-14 ОПК-3.1 ИД-15 ОПК-3.2 ИД-16 ОПК-3.2
6	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность	17	2	2	13	ИД-3 УК-3.3 ИД-10 УК-4.2 ИД-14 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1
7	Тема 7. Стандарты КСО	17	2	2	13	ИД-1УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
Вид промежуточной аттестации (Зачет)						
Итого		108	16	16	76	

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение , полное ускоренное обучение)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость			СРО	Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия			
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной	17	2	2	13	ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2

	ответственности и ее эволюция					
2	Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	15	2		13	ИД-1УК-4.2 ИД-5 ОПК-3.2
3	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	17	2	2	13	ИД-3 УК-3.3 ИД-3 УК-4.2 ИД-6 УК-4.2
4	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	15		2	13	ИД-3 УК-3.3 ИД-6 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1
5	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	17	2	2	13	ИД-17 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1 ИД-14 ОПК-3.1 ИД-15 ОПК-3.2 ИД-16 ОПК-3.2
6	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность	13			13	ИД-3 УК-3.3 ИД-10 УК-4.2 ИД-14 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1
7	Тема 7. Стандарты КСО	14			14	ИД-1УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
Вид промежуточной аттестации (Зачет)						
Итого		108	8	8	92	

Заочная форма обучения (полный срок)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия		СРО	
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	3	4	5	6	7
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	17	2	2	13	ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
2	Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	15	2		13	ИД-1УК-4.2 ИД-5 ОПК-3.2
3	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	15	2		13	ИД-3 УК-3.3 ИД-3 УК-4.2 ИД-6 УК-4.2
4	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная	15		2	13	ИД-3 УК-3.3 ИД-6 УК-4.2

	политика компаний					ИД-8 ОПК-3.1
5	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	14			14	ИД-17 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1 ИД-14 ОПК-3.1 ИД-15 ОПК-3.2 ИД-16 ОПК-3.2
6	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность	14			14	ИД-3 УК-3.3 ИД-10 УК-4.2 ИД-14 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1
7	Тема 7. Стандарты КСО	14			14	ИД-1 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
Вид промежуточной аттестации (Зачет)						
Итого		108	6	4	94	

Заочная форма обучения (ускоренное обучение на базе ВО)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость			СРО	Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия			
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	17	2	2	13	ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
2	Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	15	2		13	ИД-1 УК-4.2 ИД-5 ОПК-3.2
3	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	14			14	ИД-3 УК-3.3 ИД-3 УК-4.2 ИД-6 УК-4.2
4	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	16		2	14	ИД-3 УК-3.3 ИД-6 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1
5	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	14			14	ИД-17 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1 ИД-14 ОПК-3.1 ИД-15 ОПК-3.2 ИД-16 ОПК-3.2
6	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность	14			14	ИД-3 УК-3.3 ИД-10 УК-4.2 ИД-14 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1
7	Тема 7. Стандарты КСО	14			14	ИД-1 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1

						ИД-5 ОПК-3.2
Вид промежуточной аттестации (Зачет)	4					
Итого	108	4	4	96		

Раздел 3. Содержание дисциплины

3.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция

Понятие ответственности, источники ответственности. Понятия «СОВ» - социальная ответственность власти, «СОГ» - социальная ответственность гражданина, «СОБ» - социальная ответственность бизнеса (или корпоративная социальная ответственность – «КСО»): их особенности и взаимосвязь. Эволюция концепции КСО. 1 этап. Начало XIX – 50-е года XX в. Зарождение концепции. 2 этап. 60-е — середина 70-х гг. Три основные интерпретации концепции КСО. 3 этап. Конец 70-х - середина 80-х гг. неолиберализм. 4 этап. Начало 90-х - середина 90-х гг. Социально-рыночный период развития КСО. 5 этап. Середина 90-х - конец 90-х гг. Концепции «компании акционеров» и «капитализма участия». 6 этап. Конец 90-х - начало 2000-х гг. Современный этап развития КСО.

Модель пирамиды корпоративной социальной ответственности А. Керолла. Роль стейкхолдеров в деятельности компании. Составляющие компоненты КСО: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность. Роль корпоративного управления в соблюдении принципов КСО.

Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России

Модели корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах: американская, европейская, латиноамериканская, азиатская. Развитие концепции социального маркетинга и корпоративного гражданства в развитых рыночных экономиках. Корпоративная социальная ответственность с позиции концепции корпоративного гражданства.

Особенности развития концепции корпоративной социальной ответственности в России. Опыт внедрения концепции КСО отечественными компаниями. Партнерство с некоммерческими организациями, благотворительными фондами, международными организациями. Новые социальные технологии в российских компаниях.

Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий

Содержание понятий «благотворительность» и «спонсорство». Характеристики социальной ответственности бизнес. Правило «Трех Д». Благотворительность, ее виды и формы. Различия благотворительности и социальной ответственности бизнеса.

Волонтерство. Спонсорство и его преимущества. Социально значимое спонсорство. Использование спонсорства в создании положительного имиджа компании. Зарубежный и российский опыт спонсорской деятельности.

Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний

Понятие социальной политики. Социальная среда корпораций. Факторы внутренней и внешней среды, влияющие на деятельность компании. Внутрикorporативная социальная политика: программы в отношении персонала, этические программы по развитию корпоративной культуры и др.

Модели взаимодействия бизнеса, общества и государства: плюралистическая и неокорпоративистская. Современные модели взаимодействия «общество-бизнес-государство». Примеры социальных программ российских компаний.

Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции

Взаимосвязь репутации и корпоративной социальной ответственности. Определение репутации Harris-Wirhlin Brand.

Определение социально ответственных инвестиций (СОИ). Участники рынка СОИ. Основные стратегии СОИ (отбор компаний, активные действия, общественное инвестирование).

Фонды СОИ. Оценка доходности СОИ и специализированные индексы. Domini Social Index (DSI) 400 (с 1990г.), Calvert Social Index (2000г.), Индексы социально ответственных инвестиций

(ESG): *Dow Jones Sustainability World Index (DJSI)* и др. Условия для развития СО инвестирования в России.

Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность

Экологически ответственный бизнес. КСО и устойчивое развитие (УР). Принципы и индикаторы УР. Зеленая экономика. Связь устойчивого развития и КСО. Международные инициативы в области УР: Декларация тысячелетия ООН (2000 г.), Доклад о развитии Человека (Human Development Report, 2011 г.) и др.

Тема 7. Стандарты КСО

Международный стандарт системы менеджмента качества ИСО 9000 (ISO 9001).

Международный стандарт системы экологического менеджмента ИСО 1400 (ISO 14000).

Стандарт системы менеджмента профессиональной безопасности OHSAS 18000.

Международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» и его российский аналог.

Стандарт SA 8000 «Социальная ответственность» (Social Accountability).

Стандарт AA 1000 (стандарт отчетности).

Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI).

3.2. Содержание практического блока дисциплины

Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия
<i>1</i>	<i>2</i>
СЗ 1-2	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция
СЗ 3	Тема 2. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий
СЗ 4	Тема 3. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний
СЗ 5	Тема 4. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции
СЗ 6	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции
СЗ 7	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность
СЗ 8	Тема 7. Стандарты КСО

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение , полное ускоренное обучение)

№	Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия
<i>1</i>	<i>2</i>
СЗ 1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция
СЗ 2	Тема 2. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий
СЗ 3	Тема 3. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний
СЗ 4	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции

Заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение на базе ВО)

№	Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия
<i>1</i>	<i>2</i>
СЗ 1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция
СЗ 2	Тема 3. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний

3.3. Образовательные технологии
Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	% учебного времени
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	СЗ	Дискуссия	100
2	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	СЗ	Метод мозгового штурма	100
3	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	СЗ	Деловая игра	100
4	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	СЗ	Метод мозгового штурма	100
Итого %				25%

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение , полное ускоренное обучение)

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	% учебного времени
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	СЗ	Дискуссия	50
2	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	СЗ	Метод мозгового штурма	50
3	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	СЗ	Деловая игра	50
4	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	СЗ	Метод мозгового штурма	50
Итого %				25%

Заочная форма обучения (полный срок)

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	% учебного времени
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	СЗ	Дискуссия	50

2	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	СЗ	Деловая игра	100
Итого %				30%

Заочная форма обучения (ускоренное обучение на базе ВО)

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	% учебного времени
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	СЗ	Дискуссия	50
2	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	СЗ	Деловая игра	100
Итого %				37,5%

Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся

4.1. Организация самостоятельной работы обучающихся

№	Тема дисциплины	№ вопросов	№ рекомендуемой литературы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
1	Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	1, 2, 3, 5	1-6
2	Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	4	1-6
3	Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	7	1-6
4	Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	6, 8	1-6
5	Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	9, 10, 11, 12	1-6
6	Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность	13	1-6
7	Стандарты КСО	14	1-6

Перечень вопросов, выносимых на самостоятельную работу обучающихся

1. Стейкхолдерский подход.
2. Понятия «СОВ» - социальная ответственность власти, «СОГ» - социальная ответственность гражданина, «СОБ» - социальная ответственность бизнеса (или корпоративная социальная ответственность – «КСО»): их особенности и взаимосвязь.
3. Составляющие компоненты КСО: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность.
4. Развитие концепции социального маркетинга и корпоративного гражданства в развитых рыночных экономиках.
5. Корпоративная социальная ответственность с позиции концепции корпоративного гражданства.

6. Корпоративная социальная ответственность (КСО) и основная бизнес-деятельность компании.
7. Использование спонсорства в создании положительного имиджа компании.
8. Современные модели взаимодействия «общество-бизнес-государство». Примеры социальных программ российских компаний.
9. Материальные и нематериальные выгоды социально ответственного поведения компаний.
10. Принципы работы с различными группами стейкхолдеров.
11. Межсекторное взаимодействие на уровне местных сообществ.
12. Условия для развития социально-ответственного инвестирования в России.
13. Доклад о развитии человека
14. Социальная хартия российского бизнеса РСПП и стандарт ГПП РФ «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации. Основные положения».

4.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся обеспечивается следующими учебно-методическими материалами:

1. Указаниями в рабочей программе по дисциплине (п.4.1.)
2. Лекционные материалы в составе учебно-методического комплекса по дисциплине
3. Заданиями и методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы обучающихся в составе учебно-методического комплекса по дисциплине.
4. Глоссарием по дисциплине в составе учебно-методического комплекса по дисциплине.

Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств по дисциплине представляет собой совокупность контролирующих материалов предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов образовательной программы. ФОС по дисциплине используется при проведении оперативного контроля и промежуточной аттестации обучающихся. Требования к структуре и содержанию ФОС дисциплины регламентируются Положением о фонде оценочных материалов по программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры.

5.1. Паспорт фонда оценочных средств

Очная форма обучения (полный срок)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	УО	Д	ПРВ	ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
2	Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	УО	УО	ПРВ	ИД-1УК-4.2 ИД-5 ОПК-3.2
3	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	УО	МШ	ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-3 УК-4.2 ИД-6 УК-4.2
4	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний	УО	ДИ	ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-6 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1
5	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	УО	МШ	ПРВ	ИД-17 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1 ИД-14 ОПК-3.1 ИД-15 ОПК-3.2 ИД-16 ОПК-3.2
6	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность	УО	УО	ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-10 УК-4.2 ИД-14 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1
7	Тема 7. Стандарты КСО	УО	УО	ПРВ	ИД-1УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение , полное ускоренное обучение)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	УО	Д	ПРВ	ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2

2	Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	УО		ПРВ	ИД-1УК-4.2 ИД-5 ОПК-3.2
3	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	УО	МШ	ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-3 УК-4.2 ИД-6 УК-4.2
4	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний		ДИ	ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-6 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1
5	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции	УО	МШ	ПРВ	ИД-17 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1 ИД-14 ОПК-3.1 ИД-15 ОПК-3.2 ИД-16 ОПК-3.2
6	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность			ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-10 УК-4.2 ИД-14 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1
7	Тема 7. Стандарты КСО			ПРВ	ИД-1УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2

Заочная форма обучения (полный срок)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	УО	Д	ПРВ	ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
2	Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	УО		ПРВ	ИД-1УК-4.2 ИД-5 ОПК-3.2
3	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	УО		ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-3 УК-4.2 ИД-6 УК-4.2
4	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний		ДИ	ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-6 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1
5	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции			ПРВ	ИД-17 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1 ИД-14 ОПК-3.1 ИД-15 ОПК-3.2 ИД-16 ОПК-3.2
6	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность			ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-10 УК-4.2 ИД-14 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1
7	Тема 7. Стандарты КСО			ПРВ	ИД-1УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1

Заочная форма обучения (ускоренное обучение на базе ВО)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Тема 1. Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция	УО	Д	ПРВ	ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2
2	Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности за рубежом и в России	УО		ПРВ	ИД-1УК-4.2 ИД-5 ОПК-3.2
3	Тема 3. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий			ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-3 УК-4.2 ИД-6 УК-4.2
4	Тема 4. Внутренняя и внешняя социальная политика компаний		ДИ	ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-6 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1
5	Тема 5. Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции			ПРВ	ИД-17 УК-4.2 ИД-8 ОПК-3.1 ИД-14 ОПК-3.1 ИД-15 ОПК-3.2 ИД-16 ОПК-3.2
6	Тема 6. Охрана окружающей среды и корпоративная экологическая ответственность			ПРВ	ИД-3 УК-3.3 ИД-10 УК-4.2 ИД-14 УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1
7	Тема 7. Стандарты КСО			ПРВ	ИД-1УК-4.2 ИД-11 ОПК-3.1 ИД-5 ОПК-3.2

Условные обозначения оценочных средств (Столбцы 3, 4, 5):

УО – Устный (фронтальный, индивидуальный, комбинированный) опрос;

ПРВ – Проверка рефератов, отчетов, рецензий, аннотаций, конспектов, графического материала, эссе, переводов, решений заданий, выполненных заданий в электронном виде и т.д.;

ДИ – Деловая игра;

КМ – Кейс-метод;

МШ – Метод мозгового штурма;

Д – Дискуссия, полемика, диспут, дебаты.

5.2. Оценочные средства текущего контроля Перечень практических (семинарских) заданий

Тема 1 «Концепция корпоративной социальной ответственности и ее эволюция»

1. Корпорация (группа компаний «Интурист», компания по производству автомобилей, компания по добыче нефти), добиваясь ведущих позиций в бизнесе, в полной мере осознает свою социальную ответственность перед обществом и стремится осуществлять свою профессиональную деятельность так, чтобы развитие бизнеса гармонично сочеталось с социально-экономическим развитием общества.

Задания:

- 1) Дайте определение корпоративной социальной ответственности компании;
 - 2) Разработайте основные принципы корпоративной социальной ответственности компании;
 - 3) Составьте карту стейкхолдеров (заинтересованных сторон) с описанием их требований к компании;
 - 4) Разработайте организационную структуру и модель управления КСО.
2. Сформулируйте пять причин, исходя из которых необходимо проявлять социальную ответственность бизнесу.
3. Может ли компания быть прибыльной и одновременно социально ответственной?

Компания «Бен энд Джерри Хоуммейд» не только делает великолепное мороженое; она прилагает огромные усилия для того, чтобы стать важной движущей силой социальных изменений. Компания заработала себе репутацию организации, которая стоит особняком в сегодняшней высоко конкурентной, нацеленной на добывание денег деловой среде.

Извлечение прибыли кажется основателям компании менее важным делом, чем забота о своих служащих и окружающем обществе. В культуре компании всегда особое внимание уделялось людям, развлечениям и приключениям.

Основатели компании Бен Коэн и Джерри Гринфилд собирались открыть кафе-мороженое, а когда дело пойдет на лад, продать его и заняться другим бизнесом. Но всегда находились обстоятельства, побуждавшие их к расширению: то новый конкурент, то необходимость починки и замены оборудования. Вопреки их желанию кафе-мороженое превратилось в быстро растущую компанию.

Рост повлек за собой увеличение прибылей и усиление финансового контроля. Компания переставала быть развлечением и становилась более «деловой». Но Коэн и Гринфилд считали, что, если бы их компания напоминала другие корпорации, она была бы обречена на провал. Так что, через 4 года после открытия компании ее основатели приняли решение действовать так, чтобы «Бен энд Джерри Хоуммейд» стала рычагом для социальных перемен и ее материальные ресурсы служили интересам общества. Рост производства и прибыли должны были стать средствами для усиления социальной ответственности – это было бы оправданием их более «делового» поведения.

Основатели компании демонстрируют свою социальную ответственность разнообразными способами. Около 7,5% прибыли до вычета налогов идет на социальную поддержку (в среднем по стране 1,5%). Компания является лидером в программах по защите окружающей среды и переработке отходов. Мир, справедливость и окружающая среда, товары компании не просто служат напоминанием об этих понятиях, они обеспечивают существенную финансовую поддержку этих целей. Например, часть денег от продаж «Пис Поис» идет на защиту мира. В состав «Рейн Форест Кранч» входят орехи, растущие в южноамериканских тропических лесах, что обеспечивает непосредственную поддержку местным жителям и создает у них долговременный побудительный мотив сохранять лес, а не вырубать его на древесину.

В настоящее время компания является корпорацией-мультимиллионером, и двузачные цифры роста вновь ставят под сомнение культуру компании и ее приверженность социальным изменениям. Компания сейчас насчитывает сотни человек занятых, и не все они разделяют идеализм Коэна и Гринфилда. Двоих основателей волнует, что многие менеджеры слишком

ориентированы на прибыль и что новые проекты оцениваются в большей степени с точки зрения прибыли, чем с социальной точки зрения.

Как Коэну и Гринфилду сохранить свои идеалы по мере роста компании? Что означает социальная ответственность компании? Может ли крупная корпорация сочетать стремление к социальной ответственности с необходимостью оставаться прибыльной?

Бен Коэн и Джерри Гринфилд поняли, что компания уже не та, что была раньше. В ней теперь более трехсот служащих, а не двое – как прежде. Кроме того, акции компании продаются на открытом рынке, то есть она несет ответственность не только перед обществом и своими служащими, но и перед акционерами. Даже деловое общение внутри компании изменилось. Ежемесячные общие собрания служащих «Бен энд Джерри» всегда были неотъемлемым элементом внутренней культуры компании. Но в прежние времена сами служащие разбивались на небольшие группы, обсуждали стоящие перед ними проблемы и находили решения для некоторых из них. Теперь же общение на собраниях стало односторонним – руководители просто выступают перед своими служащими.

Коэн и Гринфилд хотели изменить некоторые элементы внутренней жизни компании. Во-первых, они хотели, чтобы руководство больше прислушивалось к мнению работников, так как считали, что развитие внутренних взаимоотношений в компании не поспевало за другими изменениями, вызванными ее ростом. Несмотря на то, что мороженое компании «Бен энд Джерри» как бы несет на себе определенную социальную «нагрузку», но объем продаж все равно зависит в первую очередь от качества продукта. А Коэн и Гринфилд полагали, что исключительное качество продукта не удастся удержать на том же уровне, если не улучшить стиль отношений в компании. Во-вторых, они хотели сделать больше для своих служащих. Они хотели передать больше власти в руки нижнего управленческого звена, а для всех остальных в компании сделать жизнь более радостной.

Но прежде, чем производить какие-либо перемены, Коэн решил посоветоваться со всеми, используя старую схему ежемесячных общих собраний. Он созвал всех служащих и спросил у них, с какими наиболее серьезными проблемами сталкивается, по их мнению, «Бен энд Джерри». Как и в старые времена, служащие обсудили проблемы и предложили свои ответы. Наиболее острой проблемой, по их мнению, была необходимость для компании определиться в своих целях. Работники чувствовали себе зажатыми между менеджерами, которые стремились к тому, чтобы компания росла и приобретала более деловой характер, и основателями, которые хотели, чтобы компания служила рычагом для социальных изменений. Старый способ ведения дел уже не действовал в нынешней «Бен энд Джерри».

Менеджеры разработали стратегию развития «Бен энд Джерри» – наиболее вразумительный план за все время существования компании, – но он показался слишком деловым ее основателям, слишком нацеленным на прибыль, но недостаточно отвечающим социальным нуждам. Коэн и Гринфилд хотели создать более творческую атмосферу, поэтому они побуждали менеджеров все дальше раздвигать границы социальной ответственности. В конце концов, основатели по-лучили свою социальную направленность, но и компания стала более деловой. Пересмотренный план помог обновить и улучшить компанию «Бен энд Джерри». Теперь у нее есть четко сформулированные цели:

- производить продукт наивысшего качества,
- демонстрировать социальную ответственность и оставаться экономически жизнеспособной.

Высокое качество продукта продолжает оставаться стандартом компании. Позиция компании в отношении социальных целей, благодаря Коэну и Гринфилду, оставалась неизменной. А работники, составляющие важную часть всей организации, получили возможность вносить вклад в обсуждение и принятие деловых решений.

Задание:

Вы – помощник Бена Коэна и Джерри Гринфилда и отвечаете за то, чтобы компания неизменно придерживалась нового направления. Рассмотрите следующие сценарии и решите, как вы будете действовать.

1. Группа работников компании недавно выразила вам свое недовольство по поводу одной из социальных целей, которую поддерживает компания через Фонд «Бен энд Джерри». Они были

против данной цели и не хотели, чтобы компания ее поддерживала. Какой ответ, из приведенных ниже, был бы наилучшим?

а) Вы не считаете, что все работники непременно должны поддерживать все социальные цели. Это находится в компетенции совета директоров, который отвечает за выдачу денег, и Фонда «Бен энд Джерри», который распределяет эти деньги на те социальные программы, которые они выбирают. Вы доносите эти соображения до служащих.

б) Вы решаете вынести вопрос на обсуждение работников. Вы собираете общее собрание и просите дать оценку социальным целям, которые поддерживает компания. Служащие решают, какие именно цели поддерживать.

в) Вы осознаете, что время от времени такие вещи будут случаться. Служащие обратились к вам очень ответственно, и вы чувствуете себя обязанным предпринять что-либо для снижения их беспокойства. Существует бесконечное число целей, которые можно поддерживать. Вы решаете обратиться в совет директоров и попросить их вычеркнуть данную цель.

г) Вы лично верите в эту цель и не хотите ничего менять. Вы используете ваше влияние, чтобы ее финансирование продолжалось. Вы считаете, что имеете право использовать свое влияние, таким образом, так как, если бы не ваши социальные идеалы, вы могли бы получать более высокую зарплату где-нибудь еще.

2. Было разработано новое мороженое, производство которого не угрожает озоновому слою. Продукт, производство которого основано на технологиях, не вредных окружающей среде, обходится компании дороже, чем конкурентам. Предварительные подсчеты показали, что новое мороженое будет окупаться, но практически не будет приносить прибыли. Что вам следует сделать?

а) Это мороженое отвечает социальным целям компании и ее требованиям к качеству продукта. Вы запускаете новый продукт в производство, компенсируя отсутствие прибыли от него за счет других продуктов.

б) Вы полагаете, что пренебрегаете интересами акционеров, если не пытаетесь в каждом случае добиться максимальной прибыли. Вы не поддерживаете производство нового продукта.

в) Вы решаете достичь компромисса, заменив часть ингредиентов, в производстве которых используются экологически чистые технологии, на другие для снижения издержек. Это, вероятно, уменьшит социальную значимость продукта, но вы должны учитывать также интересы акционеров.

г) Вы полагаете, что продукт, не нарушающий экологию, может иметь более высокую цену. Вы поднимаете цену, выпускаете новый продукт и надеетесь на лучшее.

3. Конгрессом был предложен законопроект, ограничивающий содержание жиров производимых пищевых продуктах. Это непосредственно затрагивает производство вашего мороженого. Как вы поступите?

а) Вы нанимаете профессионального лоббиста, который пытается предотвратить превращение законопроекта в закон. Вы полагаете, что люди способны самостоятельно решать, что им есть, и имеют право сами выбирать, какие продукты им покупать.

б) Вы разделяете беспокойство правительства по поводу здоровья потребителей. Вы разрабатываете долговременную стратегию по снижению содержания жиров в мороженом, производимом компанией «Бен энд Джерри».

в) Вы опровергаете выводы о том, что содержание жира связано с угрозой здоровью. Вы начинаете кампанию по просвещению публики о благотворном влиянии молочного жира и необходимости его присутствия в пище.

г) Вы поддерживаете усилия по уменьшению содержания жиров, но считаете, что потребитель имеет право выбирать. Вы предлагаете альтернативный законопроект, требующий указания более подробной информации на этикетках пищевых продуктов.

4. Учитывая, что проблемы окружающей среды приобретают все более важное значение, какой должна быть степень ответственности «Бен энд Джерри» при производстве продуктов?

а) «Бен энд Джерри» должна взять на себя всю ответственность за сокращение количества отходов, независимо от издержек. Чтобы бороться с уже имеющимся загрязнением, компании

должны проявить инициативу и использовать более безопасные ресурсы, а также контролировать отходы безотносительно влияния на прибыли.

б) «Бен энд Джерри» – только одна из компаний, и ее влияние на окружающую среду невелико по сравнению со всем остальными. Так как компания должна поддерживать определенный уровень прибылей, чтобы продолжать дело, и поскольку у нее есть обязательство не только перед окружающей средой, но и перед своими вкладчиками, любые действия, предпринятые «Бен энд Джерри» для снижения количества отходов, могут считаться достаточными. Помимо соблюдения всех государственных стандартов, «Бен энд Джерри» должна решать, какие действия принесут наибольшую пользу при наименьших расходах.

д) Все, что может сделать любая компания, – это подчиниться правительственным правилам. Когда так много агентств диктуют так много правил, компании «Бен энд Джерри» и без того достаточно трудно соблюдать все требования, чтобы еще самостоятельно предпринимать какие-то меры.

Тема 3 «Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий»

1. В чем сходство и различия спонсорства и благотворительности? Чем для компании заниматься выгоднее, спонсорством или благотворительностью?
2. Приведите примеры как зарубежные и отечественные компании используют спонсорство и благотворительность для решения определенных проблем бизнеса.
3. Напишите эссе на тему «Особенности российской благотворительности»?

Тема 4: «Внутренняя и внешняя социальная политика компаний»

Задание 1

Составить перечень документов для организации (тип, вид и форму деятельности выбрать самостоятельно), отражающих ее корпоративную социальную политику.

Задание 2

А) Корпоративная социальная ответственность не является абсолютно новой для российского бизнеса, поскольку градообразующие предприятия еще в советское время создавали и поддерживали социальную сферу и соответствующую инфраструктуру. Каким образом?

Б) На примере реального предприятия проанализируйте социальную среду развития организации (внутреннюю и внешнюю социальную среду).

В) В форме таблицы перечислите конкретные преимущества использования корпоративной социальной ответственности для компании и в чем их проявление. Приведите из практики конкретные примеры преимуществ использования корпоративной социальной ответственности предприятия.

Г) Сформулируйте три цели, которые преследует региональная социальная политика.

Задание 3

На примере одной крупной компании, известной широкому кругу потребителей, (например, Макдоналдс, KFC, ОАО «Детский мир» или др.) проанализируйте, какие конкретные принципы корпоративной социальной ответственности - как внутренние, так и внешние, но очевидные даже для стороннего наблюдателя (например, клиента или потребителя) - практикует данная компания? Является ли указанная вами компания социально ответственной и почему?

Тема № 5: «Деловая репутация компании и социально ответственные инвестиции»

Задание 1

1. В каком из вариантов приведен пример, указывающий на то, что организация использует технологию массового вида социального инвестирования:

а) к праздникам компания Puma выпустила специальную серию велосипедов. К каждому велосипеду прилагается соответствующая по дизайну обувь, сумка и другие аксессуары (ремень, кошелек и т. д.). Такая предпринимательская идея способствовала резкому увеличению спроса на продукцию компании;

- б) транспортная компания ООО “Автокомфорт-2000” осуществляет обслуживание инвалидов по низким тарифам в рамках службы “Социальное такси”. Инвалиды оплачивают 50% действующих тарифов. Оставшаяся часть компенсируется за счет средств бюджета города;
- в) организация “Добро” осуществляет розничную продажу продуктов питания и сопутствующих товаров через магазин, который аккредитован при Правительстве Москвы как социальный. Более половины оборота магазина приходится на льготные категории граждан — ветеранов Великой Отечественной войны, пенсионеров, инвалидов и многодетные семьи;
- г) Совет ветеранов спорта выделил средства на издание и распространение специального журнала и учебнометодической литературы о ветеранском спорте, а также на разработку и поддержание сайта “Ветеран спорта России”;
- д) компания “Ситимаркет” планирует расширение сети магазинов шаговой доступности и обеспечение населения товарами повседневной необходимости по низким ценам. В магазинах сети действует социальная карта москвича, предоставляющая социально незащищенным категориям гражданам 5%-ную скидку на весь ассортимент товаров.

Задание 2

Прокомментируйте предложение: “Социальные инвестиции находятся на стыке потребностей компании и местного сообщества”.

Задание 3

Можно ли отнести к социальным инвестициям: добровольно-принудительные пожертвования, предоставление социального пакета сотрудникам, благотворительные пожертвования. Обоснуйте свой ответ.

Задание 4

Среди показателей, используемых при оценке ответственности современных компаний перед обществом, важное место занимает такая группа показателей, как «Отчисления для государства и помощь обществу».

Какие конкретно платежи компаний Вы отнесете в состав «отчисления для государства» (они носят, как правило, обязательный характер), а какие в состав «помощь обществу»? Ответ представьте в виде таблицы либо в общетеоретическом аспекте, либо на примере конкретной организации (более предпочтительно).

5.3. Тематика письменных работ обучающихся

Тематика рефератов, докладов, эссе:

1. Причины возрастания интереса к проблеме социальной ответственности бизнеса
2. Специальная терминология КСО (корпоративное гражданство, СОБ, корпоративная социальная ответственность, филантропия, стратегическая филантропия, благотворительность, меценатство, спонсорство и т.д.)
3. Западный и российский подходы к проблеме КСО
4. Влияние культурных, религиозных и психологических особенностей на формирование КСО.
5. Основные принципы стейкхолдерского подхода
6. Основные и косвенные стейкхолдеры корпорации
7. Модели корпоративной социальной ответственности
8. Корпоративная экосистема
9. Специфика приоритетов при рассмотрении влияния различных стейкхолдеров на российские и западные компании.
10. Корпоративная социальная ответственность (КСО) и основная бизнес-деятельность компании.
11. Возможность встраивания социальной политики компании в основную бизнес-деятельность
12. Стейкхолдерский подход – ключевой фактор в формировании стратегии развития компании в долго и среднесрочной перспективе
13. Отражение КСО в видении, миссии и системе ценностей компании.
14. Материальные и нематериальные выгоды социально ответственного поведения
15. Принципы работы с различными группами стейкхолдеров: public policy – «федеральная и местная власть»; core business – «основная бизнес-деятельность» (сотрудники, потребители,

акционеры, партнеры, конкуренты); community – «местные сообщества (НКО, местное сообщество, местная власть, СМИ); общество в целом.

16. Межсекторное взаимодействие на уровне местных сообществ.

17. Особенности взаимодействия с государственными органами и органами местного самоуправления; НКО; местными СМИ.

18. Формы участия бизнеса в укреплении институтов гражданского общества.

19. Денежные, неденежные и нематериальные формы волонтерства сотрудников.

20. Юридические и организационные аспекты корпоративного гражданства.

21. Современное состояние законодательства в сфере социальной ответственности бизнеса и корпоративного гражданства и его перспективы

22. Законодательные аспекты партнерства бизнеса с НКО.

23. Управление социальной активностью компании

24. Выстраивание механизма внедрения СОБ в стратегию компании

25. Виды и формы материального и нематериального участия бизнеса в социально значимых проектах.

5.4. Перечень вопросов промежуточной аттестации по дисциплине

Вопросы к зачету:

1. Понятие ответственности, источники ответственности

2. Эволюция концепции КСО

3. Историческое развитие корпоративной социальной ответственности

4. Модель пирамиды корпоративной социальной ответственности А. Керолла

5. Роль стейкхолдеров в деятельности компании

6. Составляющие компоненты КСО: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность. Роль корпоративного управления в соблюдении принципов КСО

7. Модели корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах: американская, европейская, латиноамериканская, азиатская

8. Характеристика российской модели КСО

9. Роль общественного мнения в формировании КСО

10. Содержание понятий «благотворительность» и «спонсорство». Характеристики социальной ответственности бизнеса. Правило «Трех Д»

11. Благотворительность, ее виды и формы. Различия благотворительности и социальной ответственности бизнеса

12. Волонтерство. Спонсорство и его преимущества. Социально значимое спонсорство

13. Понятие социальной политики. Внутрикорпоративная социальная политика: программы в отношении персонала, этические программы по развитию корпоративной культуры и др. Инструменты внешней СП

14. Социальные инвестиции бизнеса

15. Модели взаимодействия бизнеса, общества и государства: плюралистическая и неокорпоративистская. Современные модели взаимодействия «общество-бизнес-государство»: американская, германская и скандинавская

16. Факторы внутренней и внешней среды, влияющие на деятельность компании

17. Примеры социальных программ российских компаний

18. Взаимосвязь репутации и корпоративной социальной ответственности. Определение репутации Harris-Wirhlin Brand

19. Определение социально ответственных инвестиций (СОИ). Участники рынка СОИ. Основные стратегии СОИ

20. Фонды СОИ. Оценка доходности СОИ и специализированные индексы

21. Экологически ответственный бизнес. КСО и устойчивое развитие (УР). Принципы и индикаторы УР

22. Зеленая экономика

23. Связь устойчивого развития и КСО. Международные инициативы в области УР: Декларация тысячелетия ООН (2000 г.), Доклад о развитии Человека (Human Development Report, 2011 г.) и др

24. Международный стандарт системы менеджмента качества ИСО 9000 (ISO 9001)
25. Международный стандарт системы экологического менеджмента ИСО 1400 (ISO 14000)
26. Стандарт системы менеджмента профессиональной безопасности OHSAS 18000
27. Международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» и его российский аналог
28. Стандарт SA 8000 «Социальная ответственность» (Social Accountability)
29. Стандарт AA 1000 (стандарт отчетности)
30. Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI)

Раздел 6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

6.1. Основная литература

1. Бабич А.М. Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бабич А.М., Попков А.А., Слоботчиков О.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Институт мировых цивилизаций, 2018.— 296 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80644.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я. Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 287 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81559.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Социальное управление и проектирование [Электронный ресурс]: учебное пособие (практикум)/ — Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018.— 96 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/92751.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература

4. Ларионов И.К. Синергия социального и корпоративного управления [Электронный ресурс]: монография/ Ларионов И.К.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 470 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85436.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Короткий С.В. Корпоративное управление [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Короткий С.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2018.— 230 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72357.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Осипенко О.В. Актуальные проблемы системного применения инструментов корпоративного управления и акционерного права [Электронный ресурс]/ Осипенко О.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Статут, 2018.— 448 с.

6.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.consultant.ru/>— Консультант Плюс
2. <http://www.garant.ru/>— Гарант
3. Программное обеспечение для организации конференции

Раздел 7. Материально-техническая база и информационные технологии

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине:

Материально-техническое обеспечение дисциплины «**Корпоративная социальная ответственность**» включает в себя учебные аудитории для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы обучающихся.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных технологий обучения. Специфика реализации дисциплины с применением дистанционных технологий обучения устанавливается дополнением к рабочей программе. В части не противоречащей специфике, изложенной в дополнении к программе, применяется настоящая рабочая программа.

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включает в себя:

Компьютерная техника, расположенная в учебном корпусе Института (ул. Качинцев, 63, кабинет Центра дистанционного обучения):

1. Intel i 3 3.4Ghz\O3Y 4Gb\500GB\RadeonHD5450
2. Intel PENTIUM 2.9GHz\O3Y 4GB\500GB

Зличные электронные устройства (компьютеры, ноутбуки, планшеты и иное), а также средства связи преподавателей и студентов.

Информационные технологии, необходимые для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включают в себя:

- система дистанционного обучения (СДО) (Learning Management System) (LMS) Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment);

- электронная почта;
- система компьютерного тестирования;
- электронная библиотека IPRbooks;
- система интернет-связи skype;
- телефонная связь;
- программное обеспечение для организации конференции.

Обучение обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется посредством применения специальных технических средств в зависимости от вида нозологии.

При проведении учебных занятий по дисциплине используются мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся.

Лекционные аудитории оборудованы мультимедийными кафедрами, подключенными к звуковым колонкам, позволяющими усилить звук для категории слабослышащих обучающихся, а также проекционными экранами которые увеличивают изображение в несколько раз и позволяют воспринимать учебную информацию обучающимся с нарушениями зрения.

При обучении лиц с нарушениями слуха используется усилитель слуха для слабослышащих людей CyberEar модель NAP-40, помогающий обучаемым лучше воспринимать учебную информацию.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебники, учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;

для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Раздел 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для успешного усвоения лекционного материала обучающийся должен просмотреть учебную литературу по теме лекции с тем, чтобы иметь хотя бы представление о проблемах, которые будут разбираться в лекции. Он должен также мысленно припомнить то, что уже знает, когда-то читал, изучал по другим предметам применительно к данной теме. Главное в проделанной работе к лекции – формирование субъективного настроя на характер информации, которую он получит в лекции по соответствующей теме. Иногда для этого бывает достаточно ознакомиться с типовой рабочей программой или учебным руководством.

Проблемная лекция не только раскрывает пункты, проблемы, темы, которые находятся в программе, но и заставляет обучающего мыслить экономически грамотно, искать новые пути и средства решения наиболее сложных проблем. Она обладает большой информационной емкостью, и за короткое время преподаватель успевает изложить так много проблем, мыслей, идей, что надо не потеряться в этой информации. Обучающийся должен помнить, что никакой учебник, никакая монография или статья не могут заменить учебную лекцию. В свою очередь, работа на лекции – это сложный вид познавательной, интеллектуальной работы, требующей напряжения, внимания, воли, затрат нервной и физической энергии. Весь проблемный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т.е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплен в памяти. Приступая к слушанию нового материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным, уяснить, на что опирается изложенная тема. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном повышении тона, изменения ритма, пауза и т.п.), обучающийся должен вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и их содержание, проблемы и их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, обучающийся значительно облегчает себе глубокое понимание материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

Запись лекции является важнейшим элементом работы обучающегося на лекции. Конспект позволяет ему обработать, систематизировать и лучше сохранить полученную информацию с тем, чтобы в будущем он смог восстановить в памяти основные содержательные моменты лекции.

Типичная ошибка обучающихся – дословное конспектирование. Как правило, при записи слово в слово не остается времени на обдумывание, анализ и синтез информации. Искусство конспектирования сводится к навыкам свертывания информации, т.е. записи ее своими словами, частично словосочетаниями лектора, определенными и просто необходимыми сокращениями и иными приемами, но так, чтобы суметь вновь развернуть информацию без существенной потери. Отбирая нужную информацию, главные мысли, проблемы, решения и выводы, обучающейся сокращает текст и строит свой, в котором он сможет разобраться.

При ведении конспекта лекций есть материал, который записывается дословно, например, формулировки нормативных актов, определения основных криминологических категорий и законов. При этом обучающийся должен для себя в конспекте выделить главную мысль, идею в определении того или иного понятия, его сущность, не стараясь сразу понять его в деталях. Это позволит изначально усвоить экономические понятия, опираясь на главную идею, уяснить сущность.

В конспекте лекций обязательно записываются: название темы лекции, основные вопросы плана, рекомендуемая литература. Текст лекции должен быть разделен в соответствии с планом.

С окончанием лекции работа над конспектом может считаться завершенной. Нужно еще восстановить отдельные места, проверить, все ли понятно, уточнить что-то на консультации, предпринять иные меры с тем, чтобы конспект мог быть использован в процессе подготовки к семинарам, экзамену, для дальнейшего изучения темы, на практике. Конспект лекций – незаменимый учебный документ, необходимый для самостоятельной работы.

Тематическим планом изучения дисциплины предусмотрены практические занятия. Подготовка к практическому занятию предполагает два этапа работы обучающихся.

Первый этап – усвоение теоретического материала. На первом этапе обучающийся должен отработать и усвоить учебно-программный вузовский материал, используя методические рекомендации по подготовке к семинару.

Второй этап предполагает выполнение практического задания. Конкретно такое задание дается обучающемуся преподавателем в конце занятия, предшествующего практическому. Это может быть подготовка конспекта, план работы по той или иной ситуации, план беседы и т.п.

Задания должны быть выполнены письменно. Кроме того, по теоретическим вопросам обучающийся должен подготовить рабочие планы своих ответов на них.

Домашнее задание обучающийся готовит самостоятельно, уделяя на подготовку не менее трех часов. При выполнении домашнего задания он может пользоваться техническими средствами, учебной литературой, конспектами лекций и д.р. Рекомендуется чаще обращаться за консультациями и оказанием необходимой помощи к преподавателям кафедры.

Учебно-методическое издание

Рабочая программа учебной дисциплины

Корпоративная социальная ответственность

*(Наименование дисциплины в соответствии с учебным
планом)*

Леденёва Марина Викторовна

(Фамилия, Имя, Отчество составителя)