

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Корпоративная социальная ответственность

Кафедра «Экономика труда и управление персоналом»

Образовательная программа
38.03.03 Управление персоналом.

Уровень высшего образования
бакалавриат

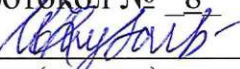
Форма обучения
очная

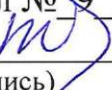
Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2017 год

Рабочая программа дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» составлена в 2017 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.03.03 Управление персоналом (бакалавр), утвержденными Министерством образования и науки РФ от «14» 12 2015 г. № 1461.

Разработчик: кафедра ЭТ и УП, Мусаева А.З., к.э.н., проф., 

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры «Экономика труда и управление персоналом» от «19»
апреля 2017г., протокол № 8
Зав. кафедрой  Магомедов М.М..
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления от «12»
мая 2017 г., протокол № 9 .
Председатель  Камалова Т.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением « » 2017 г. 

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины.	7
4.1. Объем дисциплины	7
4.2. Структура дисциплины.....	7
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)	7
5. Образовательные технологии	16
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.	17
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.	21
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.	21
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.	22
7.3. Типовые контрольные задания	25
7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	44
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	46
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.	46
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	46
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.	47
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	47

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.03 – Управление персоналом

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Экономика труда и управление персоналом».

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – **ОК-3**; общепрофессиональных – **ОПК-5, ОПК-7**.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины ___3___ зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все го	из них						
Лекц ии		Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации			
4	108	28		28			52	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Устойчивое развитие бизнеса неразрывно связано с социальным благополучием и стабильным развитием общества. В современных условиях общество выражает заинтересованность не только в конечных результатах деятельности бизнеса, но и в том, каким образом осуществляется сама деятельность: как расходуются природные ресурсы, используется труд работников, как бизнес влияет на развитие региона и др. Это обязательство предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом.

Целью освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является овладение современными концепциями управления организацией с позиций социально ориентированного менеджмента и маркетинга, методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности организации. Основной задачей изучения дисциплины является формирование у студентов целостного представления о сущности и значении корпоративной социальной ответственности.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата 38.03.03 – Управление персоналом.

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» базируется на знаниях основ экономической теории, социологии, экономики.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.	Знать: основные точки зрения, эволюцию, концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; типологию стейкхолдеров; инструменты социальных программ; основные направления и элементы социальной политики; базовые положения, структуру и формы представления кодексов этики и этических программ. Уметь: идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности. Владеть: методами анализа

		<p>общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании; методами разработки корпоративной социальной отчетности.</p>
ОПК-5	<p>Способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации.</p>	<p>Знать: инструменты социальных программ; основные направления и элементы социальной политики; базовые положения, структуру и формы представления кодексов этики и этических программ. Уметь: строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности. Владеть: методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании.</p>
ОПК-7	<p>Готовность к кооперации с коллегами, к работе на общий результат, а также владение навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других.</p>	<p>Знать: концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; типологию стейкхолдеров; инструменты социальных программ; основные направления и элементы социальной политики. Уметь: анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ</p>

		<p>социальной ответственности. Владеть: методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании; методами разработки корпоративной социальной отчетности.</p>
--	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1. Понятийный аппарат, теория и модели КСО									
1	Эволюция понятия «социальная ответственность бизнеса»			2	2			2	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
2	Целевые аудитории КСО			4	4				Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест

3	Репутация компании – важнейший нематериальный актив			2	2			2	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
4	Корпоративная культура и ценности			2	2			2	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
5	Модели КСО			4	4			2	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
<i>Итого по модулю 1:</i>				14	14			8	
Модуль 2. Направления и инструменты корпоративной социальной ответственности									
1	Направления КСО: Развитие персонала, охрана здоровья и безопасные условия труда.			2	2				Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
2	Социально ответственная реструктуризация и добросовестная деловая практика как направления КСО			2	2			2	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
3	Социально ответственное инвестирование			2	2			2	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
4	Структура инструментов КСО.			2	2				Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
5	Благотворительность и спонсорство			2	2			2	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
6	Нефинансовая отчетность			2	2			2	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, тест
7	Стандарты и кодексы			2	2				Опросы, представление докладов, участие

									в дискуссиях, тест
	Итого по модулю 2			14	14			8	
	Экзамен							36	
	ИТОГО:			28	28			18	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. Понятийный аппарат, теория и модели КСО

Тема 1.1. Эволюция понятия «социальная ответственность бизнеса».

Трансформация взглядов на границы ответственности бизнеса перед обществом. Три этапа эволюции взглядов общества на этичность бизнеса: до второй четверти XX в.; после Первой мировой войны; в 60-е годы XX в. Причины усиления внимания к социальной роли бизнеса. Теория корпоративного эгоизма. Теория корпоративного альтруизма. Теория «разумного» эгоизма. Уровни социальной ответственности бизнеса. Пирамида КСО А.Керолла. «Трехсферная» модель КСО А. Керолла и М. Шварца. Экономическая ответственность бизнеса. Юридическая и этическая ответственность бизнеса. Этико – экономическая и экономика - правовая ответственность бизнеса.

Тема 1.2. Целевые аудитории КСО.

Понятия «целевая аудитория» и «стейкхолдер». Проблемы, возникающие при учете интересов различных заинтересованных сторон. Проблемы в отношениях между организацией и сотрудниками и сотрудниками внутри организации. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и общества. Проблемы, связанные с отношениями фирмы к потребителям. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и партнеров. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и конкурентов. Проблемы, связанные с отношениями фирмы к владельцам и акционерам. Риски, вызванные отдельными группами стейкхолдеров. Принципы управления заинтересованными сторонами.

Тема 1.3. Репутация компании – важнейший нематериальный актив.

Понятие репутации компании. Факторы, влияющие на формирование положительной репутации. Репутация компании и прибыль фирмы. Влияние репутации на представителей заинтересованных сторон. Покупатели, сотрудники, инвесторы, СМИ, финансовые аналитики, государство, общественность. Оценивание репутации компании отдельно для каждой группы (нормативные, функциональные, диффузные, потребительские). Показатели эффективности для каждой из групп.

Тема 1.4. Корпоративная культура и ценности.

Корпоративная культура – система факторов, определяющих внутреннюю среду организации и стиль ее поведения во внешней среде. Отражение корпоративной культуры. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Внутренние и внешние функции, выполняемые корпоративной культурой. Корпоративные ценности формируют корпоративную культуру организации. Корпоративные ценности и нормы. Корпоративный кодекс чести. Принципы разработки корпоративного кодекса чести. Перечень возможных пунктов, которые могут содержаться в корпоративном кодексе чести. Миссия фирмы. Декларация миссии. Рекомендации, которые следует учитывать при формулировке миссии.

Тема 1.5. Модели корпоративной социальной ответственности.

Классификация стран по режимам социальной политики. Либеральный тип корпоративной социальной ответственности: англосаксонские страны – США, Великобритания, Австралия, Новая Зеландия, Канада. Социально – демократический: Скандинавские страны – Дания, Швеция, Норвегия, Финляндия, Нидерланды. Консервативный тип: континентальные европейские страны: Германия, Австралия, Франция, Бельгия. Практика социальной ответственности в либеральных государствах.

Консервативная модель социальной политики. КСО в странах социально – демократической модели. Становление модели КСО В России.

Модуль 2: Направления и инструменты корпоративной социальной ответственности.

Тема 2.1. Направления КСО: развитие персонала, охрана здоровья и безопасные условия труда.

Направления внутренней социальной ответственности бизнеса: политика доходов, жилищная политика, социальное обеспечение, человеческий капитал. Внешняя социальная ответственность бизнеса: филантропия, местное сообщество. Основные цели внутренней и внешней социальной политики. Внутренний маркетинг персонала: привлечение, обучение, мотивирование и удержание квалифицированного персонала. Факторы, воздействующие на стимулирование персонала, его профессиональный рост, взаимодействие и отношение к труду. Профилактика заболеваний и охрана здоровья. Оздоровление, физкультура и спорт. Жилищная политика. Корпоративное пенсионное обеспечение и страхование.

Тема 2.2. Социально ответственная реструктуризация и добросовестная деловая практика как направления КСО.

Реструктуризация – создание новой организационной культуры, новой управленческой культуры, новое сознание руководителей, специалистов. Комплекс мер по снижению негативных последствий реструктуризации. Социальная поддержка высвобождаемых работников. Проблемы, связанные с воздействием на окружающую среду. Продуманная экологическая политика, забота об окружающей среде – значимый критерий КСО. Формулировка конкретных принципов добросовестной деловой практики. Декларация ведения добросовестной деловой практики и образец Кодекса Делового Поведения. Примеры добросовестной деловой практики на зарубежных предприятиях.

Тема 2.3. Социально ответственное инвестирование.

Различные подходы к определению социально ответственных инвестиций. Основные направления социальных инвестиций. Три стратегии социально ответственного инвестирования: отбор компаний (или просеивание); действия акционеров в защиту общественных интересов; инвестиции в местные сообщества.

Тема 2.4. Структура инструментов КСО.

Две группы инструментов КСО. Инструменты управления социально ориентированной деятельностью. Пропаганда решений социально значимой проблемы.

Тема 2.5. Благотворительность и спонсорство

Благотворительность как инструмент корпоративной социальной политики. Спонсорство как инструмент корпоративной социальной политики. Направления спонсорской деятельности.

Тема 2.6 Нефинансовая отчетность

Нефинансовый отчет как инструмент корпоративной социальной политики. Стандарты подготовки нефинансовой отчетности. Принципы и порядок подготовки нефинансовых отчетов. Социальный аудит.

Тема 2.7. Стандарты и кодексы

Международные стандарты и кодексы, регламентирующие действия организаций в области устойчивого развития. Международные стандарты и кодексы, регламентирующие инвестиционную деятельность организаций в целях обеспечения устойчивого развития. Создание этических кодексов. Денежные гранты и стипендии. Социальные инвестиции.

Темы практических занятий

Модуль 1. Понятийный аппарат, теория и модели КСО

Тема 1.1. Эволюция понятия «социальная ответственность бизнеса».

Занятие 1

1. Три этапа эволюции взглядов общества на этичность бизнеса.
2. Причины усиления внимания к социальной роли бизнеса.
3. Теория корпоративного эгоизма. Теория корпоративного альтруизма. Теория «разумного» эгоизма.
4. Уровни социальной ответственности бизнеса. Пирамида КСО А. Керолла. «Трехсферная» модель КСО А. Керолла и М. Шварца.

Тема 1.2. Целевые аудитории КСО.

Занятие 1

1. Понятия «целевая аудитория» и «стейкхолдер».
2. Проблемы, возникающие при учете интересов различных заинтересованных сторон. Проблемы в отношениях между организацией и сотрудниками и сотрудниками внутри организации.
3. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и общества. Проблемы, связанные с отношениями фирмы к потребителям.

Занятие 2

1. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и партнеров. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и конкурентов.
2. Проблемы, связанные с отношениями фирмы к владельцам и акционерам.
3. Риски, вызванные отдельными группами стейкхолдеров. Принципы управления заинтересованными сторонами.

Тема 1.3. Репутация компании – важнейший нематериальный актив.

Занятие 1

1. Понятие репутации компании. Факторы, влияющие на формирование положительной репутации. Репутация компании и прибыль фирмы.
2. Влияние репутации на представителей заинтересованных сторон.
3. Оценивание репутации компании отдельно для каждой группы (нормативные, функциональные, диффузные, потребительские).

Тема 1.4. Корпоративная культура и ценности.

Занятие 1

1. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Внутренние и внешние функции, выполняемые корпоративной культурой.
2. Корпоративные ценности и нормы. Корпоративный кодекс чести.
3. Миссия фирмы. Декларация миссии. Рекомендации, которые следует учитывать при формулировке миссии.

Тема 1.5. Модели корпоративной социальной ответственности.

Занятие 1

1. Классификация стран по режимам социальной политики.
2. Либеральный тип корпоративной социальной ответственности: англосаксонские страны – США, Великобритания, Австралия, Новая Зеландия, Канада.
3. Социально – демократический: Скандинавские страны – Дания, Швеция, Норвегия, Финляндия, Нидерланды.
4. Консервативный тип: континентальные европейские страны: Германия, Австралия, Франция, Бельгия.

Занятие 2

1. Практика социальной ответственности в либеральных государствах.
2. Консервативная модель социальной политики.
3. КСО в странах социально – демократической модели.
4. Становление модели КСО в России.

Тема 2.1. Направления КСО: развитие персонала, охрана здоровья и безопасные условия труда.

Занятие 1

1. Направления внутренней социальной ответственности бизнеса: политика доходов, жилищная политика, социальное обеспечение, человеческий капитал.
2. Внутренний маркетинг персонала: привлечение, обучение, мотивирование и удержание квалифицированного персонала.
3. Профилактика заболеваний и охрана здоровья. Корпоративное пенсионное обеспечение и страхование.

Тема 2.2. Социально ответственная реструктуризация и добросовестная деловая практика как направления КСО.

Занятие 1

1. Реструктуризация и комплекс мер по снижению негативных последствий реструктуризации.
2. Формулировка конкретных принципов добросовестной деловой практики. Декларация ведения добросовестной деловой практики и образец Кодекса Делового Поведения.
3. Примеры добросовестной деловой практики на зарубежных предприятиях.

Тема 2.3. Социально ответственное инвестирование.

Занятие 1

1. Различные подходы к определению социально ответственных инвестиций.
2. Основные направления социальных инвестиций.
3. Три стратегии социально ответственного инвестирования: отбор компаний (или просеивание); действия акционеров в защиту общественных интересов; инвестиции в местные сообщества.

Тема 2.4. Структура инструментов КСО.

Занятие 1

1. Две группы инструментов КСО.
2. Инструменты управления социально ориентированной деятельностью.
3. Пропаганда решений социально значимой проблемы.

Тема 2.5. Благотворительность и спонсорство

Занятие 1.

1. Благотворительность как инструмент корпоративной социальной политики.
2. Спонсорство как инструмент корпоративной социальной политики.
3. Направления спонсорской деятельности.

Тема 2.6. Нефинансовая отчетность

Занятие 1.

1. Нефинансовый отчет как инструмент корпоративной социальной политики.
2. Стандарты подготовки нефинансовой отчетности.
3. Принципы и порядок подготовки нефинансовых отчетов.
4. Социальный аудит.

Тема 2.7. Стандарты и кодексы

Занятие 1.

1. Международные стандарты и кодексы, регламентирующие действия организаций в области устойчивого развития.
2. Международные стандарты и кодексы, регламентирующие инвестиционную деятельность организаций в целях обеспечения устойчивого развития.
3. Создание этических кодексов.
4. Денежные гранты и стипендии.
5. Социальные инвестиции.

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается

широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта деятельности отечественных и зарубежных кампаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Корпоративная социальная ответственность» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
1	2	3
Тема 1.1. Эволюция понятия «социальная ответственность бизнеса».	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Тема 1.2. Целевые аудитории КСО.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
Тема 1.3. Репутация компании – важнейший нематериальный актив.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа

Тема 1.4. Корпоративная культура и ценности.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Тема 1.5. Модели корпоративной социальной ответственности.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Тема 2.1. Направления КСО: развитие персонала, охрана здоровья и безопасные условия труда.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Тема 2.2. Социально ответственная реструктуризация и добросовестная деловая практика как направления КСО.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 2.3. Социально ответственное инвестирование.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 2.4. Тема 3.1. Структура инструментов КСО.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 2.5. Благотворительность и спонсорство	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Тема 2.6. Нефинансовая отчетность	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий.
Тема 2.7. Стандарты и кодексы	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного

		анализа.
--	--	----------

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

Тематика рефератов:

1. История развития концепции «корпоративная социальная ответственность» в России.
2. История развития концепции «корпоративная социальная ответственность» за рубежом.
3. Тенденции и приоритеты социальной политики государства (на примере России).
4. Тенденции и приоритеты социальной политики государства (на примере зарубежных стран).
5. Преимущества социально ответственной компании.
6. Социальный аудит на предприятии.
7. Развитие социальной инфраструктуры предприятия.
8. Формирование благоприятного социально- психологического климата на предприятии.
9. Адаптация персонала как направление социального развития предприятия.
10. Корпоративная культура предприятия и ее совершенствование.
11. Управление социальной средой предприятия.
12. Внешняя и внутренняя социальная политика компании.
13. Социальное партнерство между работниками и работодателями: сущность и значение.
14. Корпоративная социальная ответственность и социальная защита занятого населения.
15. Социально ответственное поведение и корпоративная культура.
16. Разработка и применение систем рейтинговых оценок деловой репутации на основе социально ответственного поведения.
17. Принципы и примеры внедрения КСО в маркетинговые стратегии: принцип бизнес-этики, правдивость рекламы, предложение специальных этических продуктов или услуг, вторичная переработка.

18. Влияние государства на реализацию принципов корпоративной социальной ответственности.
19. Уровни КСО в соответствии с моделью, предложенной Х.Джонсоном.
20. Условия возникновения экономической опасности для компании.
21. Роль КСО в условиях различных кризисов.
22. Факторы устойчивого развития предприятия.
23. Международные принципы обеспечения устойчивого развития предприятия.
24. Кризисы в социально-экономическом развитии России и зарубежных стран.
25. Роль государства в формировании программ корпоративной социальной ответственности.
26. Благотворительная деятельность как инструмент реализации социальных программ.
27. Спонсорство как инструмент реализации социальных программ.
28. Венчурная филантропия как инструмент реализации социальных программ.
29. Волонтерство как форма социальных программ.
30. Новые технологии решений социальных проблем на корпоративном уровне.
31. Охрана окружающей среды.
32. Развитие персонала и профессиональная подготовка.
33. Охрана здоровья персонала.
34. Корпоративное пенсионное обеспечение.
35. Корпоративные жилищные программы.
36. Социальная акция и социальный маркетинг: сущность, значение.
37. Корпоративная социальная ответственность: роль в создании положительного имиджа и деловой репутации компании.
38. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.
39. Спонсорство и благотворительность как инструмент формирования деловой репутации на принципах корпоративной социальной ответственности.
40. Спонсорство и филантропия в жизни современной преуспевающей компании.
41. Роль социальных инвестиций в развитии общества.
42. Внутренние и внешние социальные инвестиции.
43. Факторы эффективности социального инвестирования.
44. Технологии социального инвестирования и измерение его результатов.
45. Влияние государства на объем и направленность социальных инвестиций предприятий.
46. Тенденции развития социальных инвестиций в зарубежных странах.
47. Социальный аудит: российская практика.
48. Социальный аудит: зарубежная практика.
49. Социальный аудит как метод диагностики социальной безопасности персонала.
50. Социальный аудит как фактор повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности крупных промышленных предприятий.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.	Устный опрос, написание рефератов,

		тестирование
ОПК-5	Способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации.	Устный опрос, написание рефератов, тестирование
ОПК-7	Готовность к кооперации с коллегами, к работе на общий результат, а также владение навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других.	Устный опрос, проведение деловой игры, написание рефератов, тестирование

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

ОК-3 (способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности)

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	<p>Знать: основные точки зрения, эволюцию, концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; типологию стейкхолдеров; инструменты социальных программ; основные направления и элементы социальной политики; базовые положения, структуру и формы представления кодексов этики и этических программ.</p> <p>Уметь: идентифицировать, анализировать и</p>	<p>Имеет неполное представление об эволюции, концепции и подходах к корпоративной социальной ответственности; типологии стейкхолдеров; инструментах социальных программ; основных направлениях и элементах социальной политики; базовых положениях.</p> <p>Демонстрирует слабое умение анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных</p>	<p>Допускает неточности в понимании эволюции, концепции и подходов к корпоративной социальной ответственности; типологии стейкхолдеров; инструментов социальных программ; основных направлениях и элементов социальной политики; базовых положений.</p> <p>Может анализировать и ранжировать ожидания</p>	<p>Демонстрирует четкое представление об эволюции, концепции и подходах к корпоративной социальной ответственности; типологии стейкхолдеров; инструментах социальных программ; основных направлениях и элементах социальной политики; базовых положениях.</p> <p>Может правильно анализировать и ранжировать</p>

	<p>ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности.</p> <p>Владеть: методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании;</p>	<p>сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности.</p> <p>Слабо владеет методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками</p>	<p>заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности</p> <p>Владеет методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками</p>	<p>ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности</p> <p>. Эффективно владеет методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми</p>
--	--	---	---	--

	методами разработки корпоративной социальной отчетности.			навыками
--	--	--	--	----------

ОПК-5 (способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации)

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	<p>Знать: инструменты социальных программ; основные направления и элементы социальной политики; базовые положения, структуру и формы представления кодексов этики и этических программ.</p> <p>Уметь: строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности.</p> <p>Владеть: методами разработки</p>	<p>Имеет неполное представление об инструментах социальных программ; основных направлениях и элементах социальной политики; базовых положениях, структуре и формах представления кодексов этики и этических программ.</p> <p>Демонстрирует слабое умение анализировать взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения</p>	<p>Допускает неточности в знании инструментов социальных программ; основных направлений и элементов социальной политики; базовых положений, структуры и форм представления кодексов этики и этических программ.</p> <p>Может анализировать взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать</p>	<p>Демонстрирует четкое представление о знании инструментов социальных программ; основных направлений и элементов социальной политики; базовых положений, структуры и форм представления кодексов этики и этических программ.</p> <p>Может грамотно анализировать взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений;</p>

	стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании.	программ социальной ответственности. Слабо владеет методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании.	эффективность проведения программ социальной ответственности Владеет методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании.	оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности Эффективно владеет методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании.
--	--	---	---	--

ОПК-7 (готовность к кооперации с коллегами, к работе на общий результат, а также владение навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других)

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Знать: концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; типологию стейкхолдеров; инструменты социальных программ; основные направления и элементы социальной политики.	Имеет неполное представление о концепции и подходах к корпоративной социальной ответственности; типологии стейкхолдеров; инструментах социальных программ; основных направлениях и элементах	Допускает неточности в понимании концепции и подходов к корпоративной социальной ответственности; типологии стейкхолдеров; инструментов социальных программ; основных направлений и	Демонстрирует четкое представление о концепции и подходах к корпоративной социальной ответственности; типологии стейкхолдеров; инструментах социальных программ; основных направлениях и

	<p>Уметь: анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности.</p> <p>Владеть: методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на</p>	<p>социальной политики. Демонстрирует слабое умение анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности. Слабо владеет методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО;</p>	<p>элементов социальной политики. Может анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности. Владеет методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки стратегии и</p>	<p>элементах социальной политики. Может грамотно анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО; строить взаимоотношения между бизнес-средой и обществом; диагностировать этические проблемы в организации; применять основные модели принятия этических управленческих решений; оценивать эффективность проведения программ социальной ответственности. Эффективно владеет методами анализа общемировых тенденций развития КСО, а также возможностей их применения к условиям российского бизнеса; базовыми навыками управления КСО; методами разработки</p>
--	--	---	---	---

	репутацию компании; методами разработки корпоративной социальной отчетности.	базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании; методами разработки корпоративной социальной отчетности.	тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании; методами разработки корпоративной социальной отчетности.	стратегии и тактики компании в области КСО; базовыми навыками разработки социальной политики; навыками оценки влияния КСО на репутацию компании; методами разработки корпоративной социальной отчетности.
--	--	---	---	---

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительная оценки по дисциплине быть не может.

7.3. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Образец тестового задания по первому модулю

1. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

- а) корпоративную социальную ответственность в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний;
- б) рынок ценных бумаг, проводимых фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний – SRI – фонды;
- в) взаимосвязь социальной ответственности компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний;
- в) взаимосвязь социальной ответственности компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток;
- д) верны все ответы.

2. Из предложенных вариантов выберите наиболее и современное определение социальной ответственности бизнеса:

- а) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума;
- б) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства;
- в) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам;
- г) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом;
- д) поддержка деятельности и формирование базы медицинских, образовательных и культурных учреждений.

3. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении:

- а) к потребителям;
- б) сотрудникам;
- в) обществу в целом;
- г) клиентам;
- д) верны все ответы.

4. Для европейской модели корпоративной социальной ответственности характерно:

- а) наличие государственного регулирования сферы социальной ответственности;
- б) минимальное вторжение государства в деятельность компаний, в том числе и в КСО;

в) что общими целями социальной политики являются укрепление солидарности и увеличение равенства, бизнес должен успешно вести дела и исправно платить высокие налоги, а государство эффективно распределять эти налоги, в том числе и на социальные нужды.

г) пристальное внимание финансового сектора к проектам в области КСО, что выражается в постоянном росте количества социально ответственных инвестиционных фондов.

5. Социальная ответственность бизнеса проявляется путем:

- а) уплаты налогов в фонд медицинского страхования;
- б) финансирования корпорацией мероприятий по охране окружающей среды;
- в) благотворительности;
- г) социально ориентированной политики в отношении сотрудников корпорации;
- д) верны все ответы.

6. Что представляет собой корпоративная среда:

- а) корпоративные отношения;
- б) местное население и общество в целом;
- в) малые предприятия, ожидающие от сотрудничества с крупными компаниями справедливых торговых отношений и своевременных платежей;
- г) область взаимодействия корпорации с теми, на кого она может в силу своих возможностей оказывать влияние;
- д) элемент корпоративной культуры.

7. Назовите препятствия для социальной ответственности:

- а) нарушения принципа максимизации прибыли;
- б) недостаток умения решать социальные проблемы;
- в) расходы на социальную вовлеченность;
- г) все перечисленное.

8. Какие негативные последствия имеют недоработки и ошибки в развитии корпоративной социальной ответственности в современной России:

- а) инвестированные средства расходуются неэффективно
- б) консервируется устаревшая структура социальной сферы;
- в) возникает сомнение в способности властей представлять действительные интересы общества;
- г) обострение существующих проблем в условиях многочисленных моногородов;
- д) все ответы верны.

9. Какой результат дает реализация политики социальной ответственности, взаимосвязанной с финансовой эффективностью компании:

- а) снижает риск, связанный с реализацией основной деятельности и повышает стоимость капитала;
- б) снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулирующими органами;
- в) создает и поддерживает бренд компании;
- г) улучшает человеческие отношения и производительность работников;
- д) верны все ответы

10. Компании, которые не внедряют принципы и стратегии корпоративной социальной ответственности:

- а) не отслеживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду;
- б) не полностью реализуют свой экономический потенциал;
- в) упускают возможности в бизнесе;
- г) теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении;
- д) все ответы верны.

11. Какой из вариантов является примером наступления социальной ответственности бизнеса:

- а) субъект бизнеса уделил недостаточно внимания требованиям общества;
- б) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества;
- в) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса;
- г) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса;
- д) верны все ответы.

12. Какой инструмент может быть использован для повышения эффективности благотворительной деятельности компаний:

- а) диалоги;
- б) общественные консультации "лицом к лицу" с различными группами заинтересованных сторон;
- в) оценка эффективности социальных программ;
- г) верны ответы "а", "б";
- д) все ответы верны

13. Признаки кризиса на предприятии с точки зрения владельцев:

- а) рентабельность собственного капитала неоднократно была ниже рыночной депозитной ставки;
- б) большое число конкурентов;
- в) сокращение рабочих;
- г) ограниченность рынков сбыта.

14. Не являются негативными последствиями кризиса для предприятия:

- а) испорченная репутация;
- б) снижение объема продаж;
- в) рост расходов для снижения ущерба от кризиса;
- г) возможность показать управленческие способности руководству.

15. Какой результат дает реализация политики социальной ответственности, взаимосвязанной с финансовой эффективностью компании:

- а) снижает риск, связанный с реализацией основной деятельности и повышает стоимость капитала;
- б) снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулируемыми органами;
- в) создает и поддерживает бренд компании;
- г) улучшает человеческие отношения и производительность работников;
- д) верны все ответы.

16. Какие негативные последствия имеют недоработки и ошибки в развитии корпоративной социальной ответственности в современной России:

- а) инвестированные средства расходуются неэффективно;
- б) консервируется устаревшая структура социальной сферы;
- в) возникает сомнение в способности властей представлять действительные интересы общества;
- г) обостряются существующие проблемы в условиях многочисленных моногородов;
- д) все ответы верны.

17. Какова основная причина лидерства именно европейских компаний в общемировых списках лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию:

- а) высокий уровень экологичности производств (при постоянно снижающейся энергоемкости);
- б) высокие темпы роста доходов компаний;

- в) низкие показатели по безработице;
- г) большое число инвестиционных проектов;
- д) низкий уровень расходов на производство и сырье.

18. Какая теория или концепция получила распространение после 1980 года вплоть до начала XXI века:

- а) концепция "заинтересованных сторон";
- б) концепция "этики бизнеса";
- в) теория "устойчивого развития";
- г) теория "корпоративного гражданства";
- д) все ответы верны.

19. Какая проблема приводит современные российские компании к непоследовательным действиям в области инвестиций и снижению эффективности их социальных программ:

- а) отсутствие прозрачной структуры и стратегии социальных инвестиций;
- б) ориентация компаний в первую очередь на краткосрочные программы;
- в) отсутствие запроса на формирование корпоративной стратегии социальных инвестиций со стороны государства и общества, из-за чего компаниям приходится действовать без четких ориентиров;
- г) внутренние программы превалируют над внешними, в результате чего бизнес занимается в первую очередь развитием собственного персонала и не включен активно в общегосударственные социальные программы;
- д) совокупность всех ответов.

20. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью:

- а) нравственные мотивы;
- б) рост доверия потребителей;
- в) реклама;
- г) любовь к искусству;
- д) все ответы верны.

21. Каким образом может быть достигнут баланс в отношениях между всеми участниками корпоративной среды:

- а) путем максимизации прибыли;
- б) в процессе переговоров и установления договоренностей между участниками корпоративной среды;
- в) путем разработки и утверждения определенного перечня документов, регламентирующих правила взаимоотношений со стейкхолдерами и устанавливающих структуру отношений в рамках корпоративной среды;
- г) должна быть разработана продуманная кадровая политика;
- д) все ответы верны.

22. Что является внешним стимулом для бизнеса компании, занимающейся меценатством:

- а) гражданский долг;
- б) высокий уровень самосознания;
- в) известность;
- г) реклама, способствующая формированию имиджа;
- д) снижение налоговых ставок.

23. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

- а) корпоративный фонд;
- б) социальные инвестиции; в) спонсорство;
- г) денежные гранты;
- д) социально значимый маркетинг.

24. Поддерживая в рамках благотворительных программ социально незащищенные группы населения, компания:

- а) пропагандирует здоровый образ жизни;

- б) снижает риск бедности и социальной напряженности на территориях присутствия;
- в) делает доступным негосударственное пенсионное обеспечение для всех работников;
- г) улучшает статистику социальных инвестиций;
- д) создает себе имидж и повышает деловую репутацию.

25. Кто из участников корпоративной среды может требовать от корпорации справедливой оплаты труда:

- а) потребители;
- б) служащие;
- в) акционеры;
- г) поставщики;
- д) общество в целом.

Образец тестового задания по второму модулю

1. Что в первую очередь влияет на социальную деятельность организации:

- а) общественное мнение;
- б) состояние экономики;
- в) рыночные отношения;
- г) законодательство;
- д) желание руководителей предприятий.
- е) необходимость создания положительного имиджа.

2. Какая из предложенных формул наиболее точно определяет корпоративную культуру

- а) конкурентный рынок труда — занятость достойная — оплата труда;
- б) ориентация на роли — следование задачам — влияние на человека — получение власти;
- в) организационная культура = корпоративная культура;
- г) конкурентоспособность — клиентоориентированность — деловой успех;
- д) общие ценности — взаимовыгодные отношения и сотрудничество — добросовестное организационное поведение.

3. Какой инструмент может быть использован для повышения эффективности благотворительной деятельности компаний:

- а) диалоги;
- б) общественные консультации "лицом к лицу" с различными группами заинтересованных сторон;
- в) оценка эффективности социальных программ;
- г) верны ответы "а", "б";
- д) все ответы верны.

4. С целью применения классической модели корпоративной социальной ответственности в отечественных условиях необходимо введение дополнительной силы для баланса социальных интересов:

- а) стейкхолдеры;
- б) бизнес;
- в) работники;
- г) региональная власть;
- д) работодатели.

5. В каком плане принципиально важным для стандарта ISO 26000 является положение о том, что социальная деятельность организации является важной составляющей для ее деловой репутации:

- а) методологическом;
- б) техническом;
- в) идеологическом;
- г) технологическом;
- д) экономическом.

6. Каким образом государственные органы власти, в том числе профильные федеральные министерства, законодательные органы, исполнительные органы на местах могут способствовать внедрению российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами:

а) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность, развивать новые формы социального партнерства и проводить регулярные встречи для выработки соответствующих рекомендаций для бизнеса;

б) способствовать превращению деятельности по корпоративной социальной ответственности и социального партнерства в естественный признак респектабельности российского бизнеса;

в) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность именно как комплексную систему, стимулирующую планомерные социальные инвестиции бизнеса;

г) совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования корпоративной социальной ответственности бизнеса, включая корпоративную благотворительность;

д) верны все ответы.

7. Комплексный подход к корпоративной социальной ответственности крупного и среднего бизнеса осуществляется в соответствии с международными стандартами по трем группам показателей: экономика, экологическая политика и социальная политика. Что в данном контексте включает в себя социальная политика:

а) мероприятия компаний по социальному развитию собственного персонала, а также благотворительные проекты местного и федерального значения;

б) мероприятия компаний, направленные на снижение негативного воздействия производства на окружающую среду, а также благотворительные цели экологического характера местного и общенационального масштаба;

в) капитальные вложения и мероприятия внедрения современных технологий, улучшающих потребительские свойства и социальную значимость производимых товаров и услуг;

г) финансовые затраты на специальное оборудование по развитию экологии производства и его безопасности;

д) верны все ответы.

8. Какое условие необходимо для того, чтобы российские компании имели возможность использовать отчетность по международным стандартам:

а) повышение роли частного сектора в инвестировании экономики;

б) рационализация управления в российском бизнесе;

в) повышение конкурентоспособности российских компаний;

г) активизация выхода российского бизнеса на международные фондовые рынки;

д) верны все ответы.

1. Назовите отличительные особенности социального инвестирования:

а) связаны с основной деятельностью опосредовано;

б) управляющей структурой выступает высшее руководство компании;

в) социальный эффект высокий;

г) бизнес-выгода существует как дополнительный эффект;

д) механизмами реализации выступают социальное партнерство, портфельное инвестирование.

9. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

а) корпоративный фонд;

б) социальные инвестиции; в) спонсорство;

г) денежные гранты;

д) социально значимый маркетинг.

10. Субъектами социальных инвестиций являются:

а) органы государственной власти;

б) государственные и муниципальные предприятия;

- г) российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие организации;
- д) физические лица;
- е) все ответы верны.

11. Какой из основных показателей эффективности социального инвестирования характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни:

- а) социальный эффект;
- б) социальная эффективность;
- в) социально-экономическая эффективность;
- г) экономическая эффективность;
- д) все ответы верны.

12. Основные элементы инновационной среды организации:

- а) наличие трудовых ресурсов;
- б) анализ экономических и политических факторов;
- в) инновационный потенциал и инновационный климат;
- г) все ответы верны.

13. Что является специфическим содержанием инновации:

- а) самостоятельный круг проблем;
- б) усовершенствование технологического процесса;
- в) изменения.

14. Что относится к нормативно-правовым факторам государственного регулирования инновационной деятельности:

- а) гарантирование охраны прав и интересов субъектов инновационной деятельности, в частности охраны таких наиболее существенных для развития инновационной деятельности прав, как права интеллектуальной собственности;
- б) развитие рыночных отношений;
- в) создание благоприятного инвестиционного климата в инновационной сфере;
- г) содействие развитию инновационной инфраструктуры.

15. Основная проблема инновационного бизнеса в РФ:

- а) нерыночная нацеленность изобретений;
- б) неразвитость рынка инноваций;
- в) слабая информационная и сетевая поддержка инновационной деятельности;
- г) недостаточный опыт продвижения и практической реализации инновационной деятельности на всех уровнях.

16. Какая из перечисленных особенностей не имеет отношения к инновациям в социальной сфере:

- а) инновации являются результатом коллективного творчества;
- б) имеют большую неопределенность последствий;
- в) сложность оценки эффективности инновации;
- г) особое внимание уделяется развитию НИОКР.

17. К конкурсным инновационным механизмам корпоративной социальной ответственности можно отнести:

- а) форум граждан;
- б) целевые группы;
- в) социальный заказ;
- г) приемную семью.

18. К организационно-структурным инновационным механизмам корпоративной социальной ответственности можно отнести:

- а) центр социального партнерства;
- б) социальный грант;
- в) тендер;
- г) именной фонд.

19. Установите правильную последовательность разработки плана социального развития:

- а) определение степени выполнения предыдущего плана;

- б) определение показателей социального развития;
- в) принятие решения о разработке плана социального развития;
- г) разработка схемы контроля за реализацией плана.

20. Раздел плана социального развития «Совершенствование социальной структуры персонала» направлен (два правильных варианта ответа):

- а) на проектирование прогрессивных форм организации и оплаты труда;
- б) стимулирование высокой производственной и трудовой дисциплины;
- в) снижение монотонности труда;
- г) повышение образовательного и квалификационного уровней работников;
- д) изменение половозрастной структуры персонала.

21. Какой документ должен быть составлен на подготовительном этапе разработки плана социального развития:

- а) проект плана социального развития;
- б) социальный паспорт;
- в) целевая программа социального развития;
- г) календарный график выполнения работ.

22. К качественным показателям оценки уровня социального развития относятся:

- а) показатели затрат на социальную защиту работников;
- б) наличие коллективного договора;
- в) показатели социальной структуры персонала;
- г) существование организационной структуры, ответственной за проведение социальной политики;
- д) показатели роста благосостояния.

23. Какой может быть эффективность от реализации плана социального развития:

- а) экономическая и социальная;
- б) положительная и отрицательная;
- в) регрессивная и прогрессивная;
- г) оптимальная и минимальная.

24. Какой показатель можно применить для оценки эффективности социальной работы предприятия по направлению "оплата труда и социальные выплаты":

- а) темп роста выплат социального характера на одного работника;
- б) темп роста затрат на переподготовку и повышение квалификации в расчете на одного работника;
- в) динамика затрат на санаторно-курортное лечение;
- г) динамика затрат на реализацию социальных программ для собственных работников.

25. Какой показатель можно применить для оценки эффективности реализации социальных программ:

- а) доля пострадавших на производстве в общем числе работающих;
- б) динамика затрат на природоохранную деятельность по отношению к прибыли;
- в) темп роста затрат на переподготовку и повышение квалификации в расчете на одного работника;
- г) темп роста затрат на оплату труда в общих затратах на производство и реализацию продукции.

Контрольные вопросы к экзамену для промежуточного контроля

1. Три этапа эволюции взглядов общества на этичность бизнеса.
2. Причины усиления внимания к социальной роли бизнеса.
3. Теория корпоративного эгоизма. Теория корпоративного альтруизма. Теория «разумного» эгоизма.

4. Уровни социальной ответственности бизнеса. Пирамида КСО А.Керолла. «Трехсферная» модель КСО А. Керолла и М. Шварца.
6. Понятия «целевая аудитория» и «стейкхолдер».
7. Проблемы, возникающие при учете интересов различных заинтересованных сторон. Проблемы в отношениях между организацией и сотрудниками и сотрудниками внутри организации.
8. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и общества. Проблемы, связанные с отношениями фирмы к потребителям.
9. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и партнеров. Проблемы, связанные с отношениями фирмы и конкурентов.
10. Проблемы, связанные с отношениями фирмы к владельцам и акционерам.
11. Риски, вызванные отдельными группами стейкхолдеров. Принципы управления заинтересованными сторонами.
12. Понятие репутации компании. Факторы, влияющие на формирование положительной репутации. Репутация компании и прибыль фирмы.
13. Влияние репутации на представителей заинтересованных сторон.
14. Оценивание репутации компании отдельно для каждой группы (нормативные, функциональные, диффузные, потребительские).
15. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Внутренние и внешние функции, выполняемые корпоративной культурой.
16. Корпоративные ценности и нормы. Корпоративный кодекс чести.
17. Миссия фирмы. Декларация миссии. Рекомендации, которые следует учитывать при формулировке миссии.
18. Классификация стран по режимам социальной политики.
19. Либеральный тип корпоративной социальной ответственности: англосаксонские страны – США, Великобритания, Австралия, Новая Зеландия, Канада.
20. Социально – демократический: Скандинавские страны – Дания, Швеция, Норвегия, Финляндия, Нидерланды.
21. Консервативный тип: континентальные европейские страны: Германия, Австралия, Франция, Бельгия.
22. Практика социальной ответственности в либеральных государствах.
23. Консервативная модель социальной политики.
24. КСО в странах социально – демократической модели.
25. Становление модели КСО В России.
26. Направления внутренней социальной ответственности бизнеса: политика доходов, жилищная политика, социальное обеспечение, человеческий капитал.
27. Внутренний маркетинг персонала: привлечение, обучение, мотивирование и удержание квалифицированного персонала.
28. Профилактика заболеваний и охрана здоровья. Корпоративное пенсионное обеспечение и страхование.
29. Реструктуризация и комплекс мер по снижению негативных последствий реструктуризации.
30. Формулировка конкретных принципов добросовестной деловой практики. Декларация ведения добросовестной деловой практики и образец Кодекса Делового Поведения.
31. Примеры добросовестной деловой практики на зарубежных предприятиях.
32. Различные подходы к определению социально ответственных инвестиций.
33. Основные направления социальных инвестиций.
34. Три стратегии социально ответственного инвестирования: отбор компаний (или просеивание); действия акционеров в защиту общественных интересов; инвестиции в местные сообщества.
35. Две группы инструментов КСО.

36. Инструменты управления социально ориентированной деятельностью.
37. Пропаганда решений социально значимой проблемы.
38. Благотворительность как инструмент корпоративной социальной политики.
39. Спонсорство как инструмент корпоративной социальной политики.
40. Направления спонсорской деятельности.
41. Нефинансовый отчет как инструмент корпоративной социальной политики.
42. Стандарты подготовки нефинансовой отчетности.
43. Принципы и порядок подготовки нефинансовых отчетов.
44. Социальный аудит.
45. Международные стандарты и кодексы, регламентирующие действия организаций в области устойчивого развития.
46. Международные стандарты и кодексы, регламентирующие инвестиционную деятельность организаций в целях обеспечения устойчивого развития.
47. Создание этических кодексов.
48. Денежные гранты и стипендии.
49. Социальные инвестиции.
50. Социально ориентированный маркетинг.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

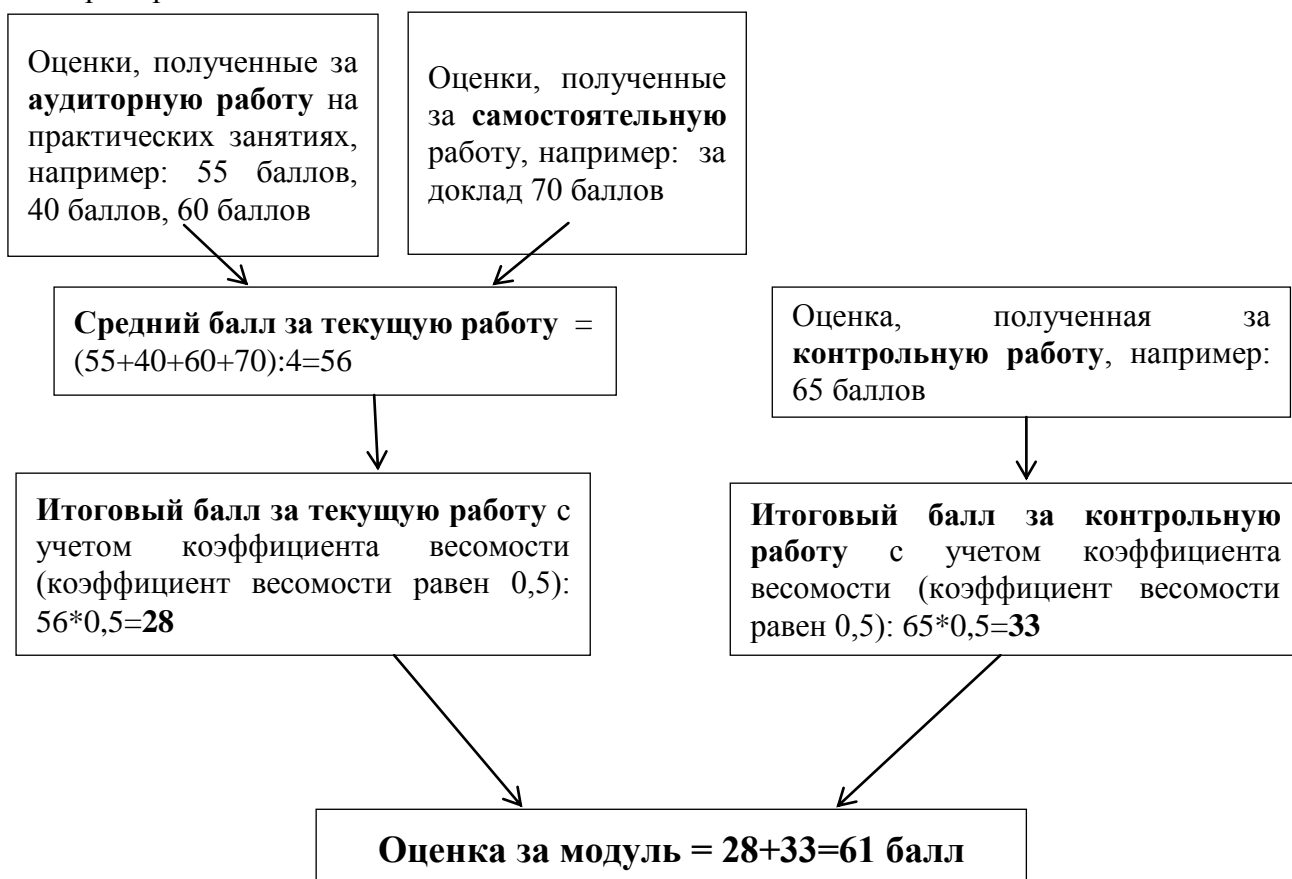
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров. – М.: КноРус, 2016.
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция взглядов / Ю.Е. Благов. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010.
3. Зарецкий А.Д. Корпоративная социальная ответственность. Мировая и отечественная практика / А.Д.Зарецкий, Т.Е. Иванова. – М.: КноРус, 2016.
4. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров /под ред. Э.М. Крылова. – М.: Юрайт, 2013.
5. Никитина Л.М. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров /Л.М. Никитина, Д.В. Борзаков, А.А. Потапов. – М.: Феникс, 2015.

б) дополнительная литература:

1. Бадмаева Л.Б. Диалектика развития концепции корпоративной социальной ответственности / Л.Б. Бадмаева //Проблемы современной экономики. - №4 (36). – 2010. – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3338>.
2. Корпоративная социальная ответственность / Corporate Social Responsibility /под ред. А.Ю. Крылова. – М.: ИКАР, 2014.
3. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум / Тульчинский Г.Л. 0 М.: Юрайт, 2016.

Рекомендуемые журналы; Вопросы экономики. Вопросы психологии. Деловая жизнь. Деловые люди. Предприниматель. Социальная защита. СОЦИС. Социологический журнал. Социум. Экономика и социальные перемены.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- ссылки на Интернет-ресурсы:

- Официальный сайт компании Ассоциации менеджеров. – URL: <http://www.AMP.ru>.
Официальный сайт компании ПАО «Лукойл». URL: <http://www.lukoil.ru>.
Официальный сайт компании ОАО «Сбербанк России». - URL: <http://www.sbrf.ru>.
Официальный сайт компании ПАО «ЕЭС России». - URL: <http://www.rao-eec.ru>.
Официальный сайт компании Ericsson. - URL: <http://www.ericsson.com>.
Официальный сайт компании H&M. - URL: <http://www.hm.com>.
Официальный сайт компании HP. - URL: <http://www8.hp.com>.
Официальный сайт компании Ikea. - URL: <http://www.ikea.com>.
Официальный сайт компании Miele. - URL: <http://www.miele.ru/domestic/index.htm>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического

занятия. К каждому занятию студенты должны изучить соответствующий теоретический материал по учебникам и конспектам лекций. Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: Деловые люди, Предприниматель, Социальная защита, Социологические исследования, Социологический журнал, Человек и труд, Человек и карьера, Человек и экономика, Экономика и социальные перемены.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows 7, Microsoft Word используется для создания текстовых файлов (рефератов, курсовых, выпускных квалификационных работ), Power Point – для создания презентаций, визуального сопровождения докладов по темам занятий, Microsoft Internet Explorer – для дополнительного поиска информации, подготовки к практическим занятиям, в целях поиска информации для самостоятельной работы.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 421 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.