

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: *Директор*

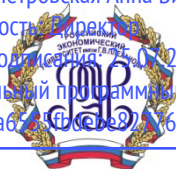
Дата подписания: 2023 12:02:01

Уникальный программный ключ:

798bda6740c6be29468f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 3 к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль) программы «Менеджмент на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса»



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

УТВЕРЖДЕНО
протоколом заседания Совета
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
от 28.05.2019 № 11
Председатель *Г.Л. Авагян* Г.Л. Авагян



Кафедра экономики и управления

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
для студентов приема 2020 г.**

Б1.Б.11.04 КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы
Менеджмент на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса**

Уровень высшего образования Бакалавриат

Программа подготовки прикладной бакалавриат

Краснодар
2019 г.

Рецензенты:

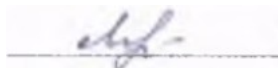
1. Штезель А.Ю., к.э.н., доцент кафедры торговли и общественного питания Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова
2. Скоморощенко А.А., к.э.н., доцент кафедры управления и внешнеэкономической деятельности КубГАУ им. И.Т. Трубилина

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Корпоративная социальная ответственность».

Целью освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является овладение современными концепциями управления организацией с позиции социально-ориентированного менеджмента, методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности.

Задачи дисциплины: усвоение современных теоретических представлений о корпоративной социальной ответственности бизнеса, факторах и условиях, обеспечивающих эффективное формирование и управление корпоративной социальной ответственностью; овладение основами методологии и методики в области корпоративного социального учета, аудита и отчетности; приобретение базовых навыков практической работы в области управления корпоративной социальной ответственностью.


Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта.



(подпись)

И.Ю. Лопатина, к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

Рабочая программа рекомендована к утверждению кафедрой экономики и управления
Протокол от « 28 » марта 2019 г. № 9

Заведующий кафедрой, к.э.н., доцент  И.В. Балашова

Протокол заседания Учебно-методического совета от « 18 » апреля 2019 г. № 6

СОГЛАСОВАНО



Е.А. Резникова, директор ООО «Гостиница»

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
II.СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
III.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	9
IV.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	27
VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	31
VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	47
VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	48
Лист регистрации изменений	56
Приложения:	
1. Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами	
2. Образец экзаменационного билета	

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1 Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является овладение современными концепциями управления организацией с позиции социально-ориентированного менеджмента, методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности.

1.2 Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

1. Усвоение современных теоретических представлений о корпоративной социальной ответственности бизнеса, факторах и условиях, обеспечивающих эффективное формирование и управление корпоративной социальной ответственностью.
2. Овладение основами методологии и методики в области корпоративного социального учета, аудита и отчетности.
3. Приобретение базовых навыков практической работы в области управления корпоративной социальной ответственностью.

1.3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» относится к базовой части учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «История управленческой мысли», «Деловые коммуникации», «Теория менеджмента», «Теория организации».

Для успешного освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность», студент должен:

1. Знать: основы экономических знаний, приемы установления коммуникаций для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, приемами делового общения и публичных выступлений, проведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки.
2. Уметь: анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности, устанавливать коммуникации в устной и письменной формах, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия, осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

3. Владеть: навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия; способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

Изучение дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: «Стратегический менеджмент», «Управление конкурентоспособностью предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса».

1.4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения		
	Очная	Заочная	Очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	4 ЗЕТ		
Объем дисциплины в часах	144		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего	44,35	12,35	40,35
1.Аудиторная работа (Ауд), всего:	42	10	38
в том числе:			
лекции, в том числе интерактивные ()	14 (8)	4(2)	12(4)
лабораторные занятия, в том числе интерактивные ()	-	-	
практические (семинарские) занятия, в том числе интерактивные ()	28 (14)	6 (2)	26 (8)
2.Электронное обучение (Элек.)	-	-	-
3.Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	-
4.Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-
5.Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2	2
6.Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, сессии заочн. формы обучения (Каттэкз)	0,35	0,35	0,35
Самостоятельная работа (СР). всего:	99,65	131,65	103,65
в том числе:			
самостоятельная работа в семестре (СРс)	66	125	70
самостоятельная работа на курсовую работу	-	-	-
самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)	33,65	6,65	33,65

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

1.5 Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата, должны быть решены следующие профессиональные задачи и обучающиеся должны обладать следующими общепрофессиональными (ОПК), профессиональными (ПК) компетенциями:

ОПК-2 - способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

В результате освоения компетенции ОПК-2 студент должен:

1. Знать: эволюцию, концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; принципы корпоративного саморегулирования; основные направления и элементы социальной политики; элементы эффективной системы управления КСО; степень ответственности с позиции социальной значимости принимаемых решений.

2. Уметь: анализировать виды и формы внутренней социальной ответственности; осуществлять диагностику корпоративных социальных программ; выявлять роль КСО в обеспечении устойчивого развития организации, анализировать процесс управления деловой репутацией и определять влияние на него корпоративного имиджа, предвидеть последствия организационно-управленческих решений и действий с позиции их социальной значимости.

3. Владеть: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей.

ПК-17- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

В результате освоения компетенции ПК-17 студент должен:

1. Знать: методику оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, составляющие концепции КСО, оказывающие влияние на устойчивость развития; подходы к оценке деловой репутации и гудвилла; принципы формирования бизнес-моделей с учетом новых рыночных возможностей.

2. Уметь: анализировать различные модели взаимодействия бизнеса и общества; определять экономические, правовые, этические и социальные виды ответственности бизнеса; анализировать и совершенствовать программы формирования конкурентных преимуществ предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса.

3. Владеть: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей.

1.6 Формы контроля

Текущий контроль (контроль самостоятельной работы студента-КСР) осуществляется в процессе освоения дисциплины лектором и преподавателем, ведущим практические занятия в соответствии с календарно-тематическим планом, в объеме часов, запланированных в расчете педагогической нагрузки по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» в виде следующих работ: собеседование, обсуждение подготовленных к практическому занятию рефератов и эссе, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода, собеседование по материалам мультимедиа-лекции, проверка тестовых заданий.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в форме экзамена.

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося по программе бакалавриата. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего

образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» осуществляется в соответствии с разделом VIII.

1.7 Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определены в «Положении об организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» (<http://www.rea.ru>).

Набор адаптационных методов обучения, процедур текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации осуществляется исходя из специфических особенностей восприятия, переработки материала обучающимися с ограниченными возможностями здоровья с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

II. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины «Корпоративная социальная ответственность», описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения ОПОП ВО представлено в таблице 1.

Таблица 1

Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Образовательные технологии
Семестр 4. Раздел 1. Теоретико-методологические основания формирования и развития корпоративной социальной ответственности			
Тема 1 Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	Понятие и основные характеристики корпоративной социальной ответственности. Формирование комплексной модели корпоративной социальной ответственности. Внешние и внутренние источники корпоративной социальной ответственности. Трехмерная модель корпоративной социальной ответственности А.Керолла. Модель корпоративной социальной деятельности С. Вартика и Ф. Кохрена (принципы социальной ответственности, процесс социальной восприимчивости и политика, направленная на решение общественных проблем). Модель корпоративной деятельности Д.Вуд (принципы КСД, процессы КСД и результаты корпоративного поведения). Концепция стейкхолдеров или заинтересованных сторон, концепция корпоративного гражданства и концепция корпоративной устойчивости. Принципы управления заинтересованными сторонами М.Кларксона.	ОПК-2	Лекция, самостоятельная работа, практическое занятие (входной контроль, собеседование, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода, реферат, эссе)
Тема 2 Построение системы корпоративной социальной ответственности	Экономическая и общественная необходимость появления и проявления корпоративной социальной ответственности. Аргументы в поддержку социальной ответственности. Факторы ограничения социальной ответственности. Факторы конкурентного преимущества в системе корпоративной социальной ответственности. Социальное партнерство. Корпоративная социальная ответственность и процессы социализации экономики. Процесс реализации КСО. Типология системных представлений и основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности. Виды взаимодействий и принципы построения системы корпоративной социальной ответственности. Субъект и объект КСО. Принципы построения системы КСО.	ОПК-2	Лекция, самостоятельная работа, практическое занятие (собеседование, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода, реферат, тест по 1 разделу)
Семестр 4. Раздел 2. Корпоративная социальная ответственность и ее влияние на результативность деятельности организации			
Тема 3 Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности	Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности. Составляющие интеллектуального потенциала (человеческий потенциал, структурный потенциал, потребительский потенциал). Основные признаки интеллектуальной организации. Иерархический и горизонтальный стили управления человеческим потенциалом. Управление знаниями (КМ-технология): организационная и технологическая составляющие. Виды и формы внутренней социальной ответственности. Социальная активность организации. Управление корпоративными социальными программами. Социальный бюджет. Корпоративный кодекс. Развитие системы социальной ответственности в организациях.	ОПК-2, ПК-17	Лекция, самостоятельная работа, практическое занятие (собеседование, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода, реферат,

			эссе)
Тема 4 Специфика внешней корпоративной социальной ответственности	Поддержка образования и науки как основа формирования интеллектуального и инновационного потенциала. Поддержка здравоохранения как необходимость формирования здорового образа жизни и трудового потенциала. Управление стрессами на уровне организации. Поддержка культуры как источник развития культурного потенциала общества. Роль государства в управлении социально-культурной сферой: законодательство, собственность (учредительство), контроль и администрирование, культурная политика, финансирование, воспроизводство профессиональной среды, стимулирование. Стандартизация и развитие внешних сообществ в системе корпоративной социальной ответственности. Международный стандарт ИСО 26000:2010.	ПК-17	Лекция, самостоятельная работа, практическое занятие (собеседование, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода, реферат, эссе)
Тема 5 Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	Концепции развития в современной теории и практике. Принципы устойчивого развития организации. Источники движущих сил и факторы устойчивого развития. Составляющие концепции КСО, оказывающие влияние на устойчивость развития: сокращение рисков, связанных с ведением бизнеса и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса. Повышение деловой репутации организации. Формирование корпоративного имиджа. Оценка содержания деловой репутации (качественная оценка состояния компании и количественная мера стоимости компании как субъекта рыночных отношений). Гудвилл как элемент деловой репутации и рыночный индикатор финансового положения компании. Структура деловой репутации (гудвилла). Корпоративная социальная ответственность и антикризисное развитие организации. Роль КСО в условиях различных кризисов.	ОПК-2 ПК-17	Лекция, самостоятельная работа, практическое занятие (эссе, собеседование по материалам мультимедиа-лекции, реферат)
Тема 6 Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации. Источники и виды конкурентных преимуществ. Среда проявления корпоративной социальной ответственности и взаимосвязь конкурентных преимуществ (преимущества во внутренней среде организации, в макро- и микросреде). Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ организации.	ОПК-2 ПК-17	Лекция, самостоятельная работа, практическое занятие (эссе, собеседование)
Тема 7 Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	Понятие эффективности корпоративной социальной ответственности, социальный отчет организации. Социальные инвестиции в кратко- и долгосрочном периоде. Стимулирование со стороны государства и со стороны гражданского общества. Социальный отчет как форма корпоративной социальной ответственности. Стандарт верификации AA1000. Механизм взаимодействия ННКО и власти. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности. Структура процесса разработки и оценки экономического потенциала социальной ответственности организации. Оценка корпоративной социальной активности. Виды оценочного измерителя социальной активности организации: по уровню активности участия организации в осуществлении социальной ответственности на основе разнообразных форм (мер) и направлений социальной ответственности и по уровню капиталоемкости осуществления мер социального регулирования на основе общей или удельной величины затрат из расчета на одного работающего в организации.	ОПК-2 ПК-17	Лекция, самостоятельная работа, практическое занятие (эссе, собеседование по материалам мультимедиа-лекции, тест по 2 разделу)

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» используются следующие образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции;
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, раскрываемые в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- реферат;
- консультации преподавателей;
- тестирование;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных или устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода;
- собеседование по материалам мультимедиа-лекции;
- обсуждение подготовленных студентами эссе.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Литература

Основная литература

1. Беляева Ж.С. Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие /Беляева Ж.С., - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2018. - 116 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=966425>
2. Рыманов А.Ю. Корпоративное управление: учебник /Рыманов А.Ю., Бочарова И.Ю. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2018. - 395 с. - (Высшее образование: Бакалавриат).
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=952121>
3. Орехов С.А. Корпоративный менеджмент / Орехов С.А., Селезнев В.А. - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 440 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415590>

Нормативно-правовые документы

1. Конституция Российской Федерации. Принята на всенародном голосовании 12.12.93 (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)
Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. Принят Государственной Думой 21 октября 1994 года: с изм. и доп. (ред. от 16.12.2019).
Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
3. Трудовой кодекс Российской Федерации. Принят Государственной Думой 21.12.01. Одобрен Советом Федерации 26.12.01 (ред. на основе изменений, внесенных Федеральным законом от 24.04.2020 N 127-ФЗ).

Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/

Дополнительная литература

1. Копытова Е.Д. Социальная ответственность бизнеса: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: монография / Е.Д. Копытова; под. науч. рук. Т.В. Усковой. - Вологда: ФГБУН ВолНИЦ РАН, 2017. - 174 с. - ISBN 978-5-93299-389-7.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1019473>
2. Козлова Н. П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 376 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=514171>
3. Мысляева И.Н. Каким может быть социальное партнерство в России: Монография / Мысляева И.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 48 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=899757>
4. Распопов В. М. Корпоративное управление: Учебник / В.М. Распопов, В.В. Распопов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 352 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=472347>
5. Тавокин Е. П. Социальная политика: Учебное пособие / Е.П. Тавокин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 157 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=366443>

Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами представлена в Приложении 1.

4.2 Перечень информационно-справочных систем

Информационная справочно-правовая система Консультант плюс (локальная версия)

Справочно-правовая система Гарант (локальная версия)

Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>

Правовая справочно-консультационная система «Кодексы и законы РФ»
<http://kodeks.systems.ru>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» -

<http://ecsocman.hse.ru>

4.3 Перечень электронно-образовательных ресурсов

1. ЭБС «ИНФРА-М» <http://znanium.com>
2. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru>
3. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/>
4. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://biblio-online.ru/>

4.4 Перечень профессиональных баз данных

База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>

Библиографическая и реферативная база данных Scopus
<https://www.elsevier.com/solutions/scopus>

База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>

База данных стандартов и регламентов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) <http://www.gost.ru>

Российский архив государственных стандартов, а также строительных норм и правил (СНиП) и образцов юридических документов (РАГС) <http://www.rags.ru/gosts/2874/>

База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент -
<https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>

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

1. Университетская информационная система РОССИЯ - <http://www.uisrussia.msu.ru/>
2. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - <http://cyberleninka.ru/>

4. Научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятиях». Библиотека экономической и управленческой литературы - <http://www.eup.ru>
5. Образовательно-справочный сайт по экономике - <http://www.economicus.ru>
6. Библиотека управления - <http://www.cfin.ru>
7. справочный портал Энциклопедиум - <http://enc.biblioclub.ru>
8. Компьютерная поддержка учебной деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова - <http://vrgteu.ru>
9. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом» - www.dis.ru/manag
10. Журнал «Российский журнал менеджмента» - <https://rjm.spbu.ru/>
11. Журнал «Генеральный директор» - <https://www.gd.ru/>
12. Журнал «Управление компанией» - <http://www.zhuk.net/index.php>

4.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

Операционная система Windows 10

Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus,

Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition,

PeaZip,

Adobe Acrobat Reader DC

4.7 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» представлено в «Методических указаниях по организации самостоятельной работы и проведению практических (семинарских) занятий с использованием инновационных методов обучения» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (<http://vrgteu.ru>). В указанном пособии конкретные задания для самостоятельной работы представлены по каждой теме дисциплины в соответствии с подготовкой студентов к каждому практическому занятию.

Раздел 1. Теоретико-методологические основания формирования и развития корпоративной социальной ответственности

Тема 1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности
Литература: О-1-3; НПД-1-3; Д-1,6.

Вопросы для самоконтроля

1. Каково содержание понятия корпоративной социальной ответственности?
2. Из каких концепций сформировалась комплексная модель КСО?
3. Каким было самое первое определение КСО? Кто его сформулировал?
4. Каково определение А. Керрола для КСО?
5. Опишите пирамиду А. Керрола. В чем суть трехмерной модели А. Керрола?
6. В чем особенности модели С. Вартика и Ф. Кохрена?
7. Какие принципы КСО содержит модель Д. Вуд?
8. Какие процессы корпоративной социальной восприимчивости включены в модель Д. Вуд?
9. Получение каких результатов КСО предполагает модель Д. Вуд?

Задания для самостоятельной работы

1. Сформулируйте принципы управления стейкхолдерами (заинтересованными сторонами) М. Кларксона.

2. Каков тройной итог деятельности корпорации в модели корпоративной устойчивости?
3. Какие исследования российской практики КСО вам известны?

Задания для анализа деловых ситуаций на основе кейс-метода

Вам представлены некоторые ситуации с высказываниями известных представителей бизнеса. Проанализируйте ситуации и ответьте на вопросы.

«Всеобъемлемо охваченные»

«Сегодня в российском бизнес-сообществе не сложилось единого понимания корпоративной социальной ответственности,— признает вице-президент Газ-промбанка Алла Турецкая.— Но интерес к теме растет день ото дня». «Ценность человека и бизнесмена не в том, какое богатство он скопил, а что он сделал для народа, руками которого он достиг таких результатов», — заявлял, например, Президент. При этом некоторые основатели компаний не понимают, какая у бизнеса может быть социальная ответственность, кроме соблюдения законов и уплаты налогов. А президент «Евроцемент групп» Михаил Скороход понимает очень хорошо. В «Евроцемент групп» концепцию социальной ответственности бизнеса разделяют целиком и полностью. В то время как некоторые компании цинично зарабатывают деньги и растят капитализацию компании, в «Евроцементе» считают, что получение прибыли не может быть единственной целью социально ответственной компании, о чем глава компании и рассказал на Национальном форуме корпоративной социальной ответственности, который прошел в Москве в декабре. По словам Михаила Скорохода, и государство, и экологические организации, и персонал должны чувствовать себя «всеобъемлемо охваченными» социальными программами компании, чтобы она могла «находиться в динамике». В компании каждого четвертого сотрудника отправляет с семьей на отдых и оздоровление на море, налажено бесплатное питание, для чего проведена «коренная модернизация столовых и душевых». Строится жилье для персонала, оказывается помощь госучреждениям — школам, детским садам, домам культуры. «Потому что нам очень важно, чтобы духовная жизнь наших работников продолжалась», — пояснил Михаил Скороход.

«Просят, просят, просят»

Подчас население адресует бизнесу несбывшиеся надежды на государство, не понимая при этом, что просто власть в полном объеме не выполняет свои обязательства перед обществом. С другой стороны, представители властных структур социальные проблемы пытаются переложить на бизнес. «Нам часто письма присылают, денег просят,— говорит председатель совета директоров банка «Тинькофф. Кредитные системы» Олег Тиньков. Основателю сети магазинов бытовой электроники "Мир" Александру Кабанову пишут ветераны, инвалиды, сироты и многодетные семьи. Просят подарить фотоаппараты, стиральные машины, видеомэгагнитофоны. По случаю Нового года, Дня защитника отечества, 8 Марта. «И просят, просят, просят. Батюшка, например, просит денег, чтобы организовать детский приют и т.д.». В компании стараются помогать тому, кто и вправду нуждается, но масштабной «социальной ответственности» не получается — разойтись не позволяют невысокая рентабельность на розничном рынке и отсутствие льгот при налогообложении благотворительных денег. «У нас есть сотрудники, они болеют, у них родственники умирают. Вот мы им помогаем»,- говорит А. Кабанов, «но, к сожалению всем помочь невозможно».

Вопросы для анализа:

1. Согласны ли Вы с точкой зрения, что корпоративная социальная ответственность есть вымогание денег у бизнеса? Аргументируйте.

2. Как Вы думаете, действительно ли благотворительность «развращает» благополучателей, формируя потребительское отношение?
3. Должна ли быть у бизнеса социальная ответственность, кроме соблюдения законов и уплаты налогов? Да/нет, почему?
4. Как Вы понимаете, в чем принципиальная разница между благотворительностью и корпоративной социальной ответственностью?

Тематика эссе

1. Бизнес и благотворительность: помощь или имидж?
2. Зарубежная практика благотворительной деятельности. Какие уроки можно извлечь?

Тематика рефератов

1. Корпоративная социальная ответственность в системе управления социальным развитием организации.
2. Сущность и значение концепции социальной ответственности бизнеса, подходы к интерпретации концепции КСО.
3. Тенденции социального развития в современном обществе.
4. Экономическая основа социального развития организации.

Тема 2. Построение системы корпоративной социальной ответственности

Литература: О-1-3; НПД-1-3; Д-1,6.

Вопросы для самоконтроля

1. Почему возникают многосторонние приоритеты социальной ответственности? В чем проявляется влияние КСО на состояние экономики?
2. Какие факторы являются типичными для России в формировании отношений КСО?
3. Чем обусловлена необходимость КСО?
4. Какой статус имеет «Социальная хартия российского бизнеса» и почему?
5. Каковы принципы реализации средств социальной ответственности?
6. Какие признаки организационного поведения характеризуют возможность осуществления отношений социальной ответственности?
7. В чем различия понятий «социальная ответственность» и «социальное реагирование»?
8. Каким образом связаны между собой понятия «социальное партнерство» и «социальная ответственность бизнеса»?
9. Какие элементы раскрывают содержание процесса социализации экономики России?

Задания для самостоятельной работы

1. Назовите основные атрибуты системы КСО и их особенности.
2. Раскройте основные принципы при построении системы КСО?
3. Охарактеризуйте виды взаимодействия в системе КСО.

Задания для анализа деловых ситуаций на основе кейс-метода

Проанализируйте представленную ситуацию и ответьте на вопросы.

Компания «Техностройметалл» производит агрегаты для производственных цехов металлургических компаний с 1989 года. Сергей Михайлов и его брат Игорь изобрели агрегат, который снижал отходы от производства примерно в 2 раза, и решили организовать компанию. С того момента бизнес братьев постепенно рос и развивался. Однако Сергей говорит: «Хотя мы весьма преуспеваем в экономическом плане, больше всего мы гордимся своими этическими ценностями. По сути, главное, что мы стараемся делать, — это продавать свои идеи». Речь идет об идеях, основанных на неизменном стремлении компании к социальной ответственности бизнеса. В технологическом процессе компании практически отсутствуют производственные отходы. Например, оставшийся лом идет либо в переплавку,

либо как основа для строительства зданий, либо отдается «художникам», создающим произведения искусства из металлических деталей. Кроме того, Сергей делает упор на то, что используемое в производстве сырье должно быть экологически рациональным. Так, в компании используют только отечественное экологическое сырье и принципиально высоко держат контроль над вопросами экологии и безопасности производства. Кроме экологической составляющей бизнеса, в компании большое значение придается участию работников в управлении фирмой и в её жизни вообще (в особенности, что касается политики в области персонала). Работники получают премии (до 40% от основной зарплаты) за посещение различных корпоративных мероприятий (образовательных, спортивных, благотворительных). Компания также активно относится к проблеме найма многообразного персонала. Например, на производстве работают люди практически всех возрастных групп и различных национальностей. Благодаря своему подходу, основанному на социальной ответственности, компания была неоднократно отмечена различными наградами, однако это скорее мешало Сергею развивать свой бизнес, поскольку в его планах намечен выход на новые рынки и, с этой точки зрения, не разумно держать такой уровень социальной ответственности, так как это лишь увеличивает расходы.

Вопросы для анализа:

1. Стоит ли ради долгосрочной перспективы снизить уровень социальной ответственности и больше сосредоточиться на прибыли?
2. Говоря о социальной ответственности, как Вы думаете, компенсируют ли предприятия свой отрицательный вклад в экономику, экологию, социум или же скорее создают видимость?
3. На ваш взгляд, имеет ли бизнес обязанности перед обществом? В чем они состоят?

Тематика рефератов

1. Формирование системы социального партнерства в России.
2. Характеристика социального партнерства как особого типа социально-трудовых отношений.
3. Зарубежный опыт социального партнерства.
4. Государство в системе социального партнерства.
5. Формирование системы социального партнерства на уровне организации.
6. Коллективный договор как инструмент социального партнерства.

Тема 3. Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности

Литература: О-1-3; НПД-1-3; Д-1,4.

Вопросы для самоконтроля

1. Почему образование является объектом внутренней социальной ответственности?
2. Какую роль играет интеллектуальный потенциал организации в реализации внутренней социальной ответственности?
3. Как осуществляется управление знаниями в организации и как при этом реализуется внутренняя КСО?
4. В какой мере и каким образом зависит внутренняя КСО от сложившегося в организации коллективного мышления?
5. Какие изменения интеллектуального потенциала, образовательного уровня и мышления определяют внутреннюю социальную ответственность?
6. Какие направления деятельности организации можно отнести к внутренней КСО?
7. Как осуществляется анализ результатов реализации внутренней корпоративной социальной ответственности?
8. Какие конкретные виды КСО:
 - относятся к мерам социальной защиты сотрудников?
 - относятся к развитию человеческого капитала организации?

- относятся к такому направлению деятельности, как учет интересов работников при принятии важных управленческих решений?
- включает социально ответственная реструктуризация?

Задания для самостоятельной работы

1. Охарактеризуйте связь внутренней КСО с миссией, целями и стратегией организации.
2. Что включает «социальный бюджет» организации?
3. Раскройте содержание понятия «корпоративный кодекс».
4. Укажите основные тенденции развития социальной ответственности в организациях.

Задания для анализа деловых ситуаций на основе кейс-метода

Определите, какие виды внутренней корпоративной социальной ответственности реализует на практике ОАО «ЛУКОЙЛ», согласно представленному социальному кодексу.

Как Вы считаете, как соблюдение представленного кодекса влияет на результативность деятельности организации? Обоснуйте свое мнение.

СОЦИАЛЬНЫЙ КОДЕКС ОАО «ЛУКОЙЛ»

Открытое акционерное общество «Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ» является ответственным корпоративным членом общества и добросовестным участником рыночного хозяйства. Сочетая две эти миссии, ОАО «ЛУКОЙЛ» (далее — Компания) добровольно и в инициативном порядке принимает на себя нижеследующие обязательства по социально ответственному поведению перед всеми сторонами, интересы которых затрагивает деятельность Компании.

Реализация настоящих обязательств (сроки введения, объемы финансирования и т. д.) осуществляется в ходе коллективных переговоров с профобъединением Компании и закрепляется в Соглашении между Компанией и профобъединением, а также в локальных нормативных актах.

Принципы и нормы, заложенные в настоящем Социальном кодексе, обязательны для Компании, ее дочерних обществ и контролируемых ею некоммерческих организаций (далее — Группа «ЛУКОЙЛ»). Принимая Социальный кодекс, Компания подтверждает, что настоящие обязательства:

— являются преимущественно дополнительными по отношению к законодательству Российской Федерации и международным стандартам;— не отменяют и не подменяют собой результаты коллективных переговоров с работниками;

— обращены как к работникам, неработающим пенсионерам организаций Группы «ЛУКОЙЛ», акционерам Компании, так и, в более широком плане, к коммерческим партнерам, государству и гражданскому обществу;

— основаны на экономическом расчете, подтверждаемом перед лицом акционеров и партнеров по бизнесу;

— рассчитаны на солидарные инициативные действия участников рынка и партнерское взаимодействие с государством и обществом;

— будут периодически пересматриваться в ходе коллективных переговоров по заключению Соглашения между Компанией и профобъединением, с последующим утверждением необходимых изменений на заседании Совета директоров Компании.

Компания примет все меры к тому, чтобы выполнить свои обязательства, содержащиеся в настоящем Социальном кодексе, независимо от складывающейся экономической ситуации в стране и в мире.

Часть I. КОРПОРАТИВНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ГАРАНТИИ РАБОТНИКАМ И НЕРАБОТАЮЩИМ ПЕНСИОНЕРАМ ОРГАНИЗАЦИЙ ГРУППЫ «ЛУКОЙЛ»

Соблюдая основополагающие принципы и права в сфере труда, другие международные трудовые нормы, трудовое законодательство Российской Федерации и стран пребывания, Компания ставит перед собой более высокие социальные ориентиры в следующих областях:

1.1. Социально ответственное регулирование вопросов труда, занятости и производственных отношений

1.1.1. Социально ответственное реструктурирование

Учитывая масштабы занятости населения в организациях Группы «ЛУКОЙЛ» и монопроизводственный характер многих районов их деятельности, Компания обязуется подходить социально ответственно к реструктурированию своих подразделений и контролируемых организаций, а также к делокализации производства.

При массовом высвобождении работников, помимо соблюдения законодательно установленных норм, Компания будет стремиться:

— принимать все меры по максимально возможному трудоустройству высвобождаемых работников в организациях Группы «ЛУКОЙЛ»;

— совместно с федеральными и региональными органами государственной власти принимать меры по смягчению последствий делокализации производства для регионального рынка труда, включая заблаговременное информирование о планах организаций Группы «ЛУКОЙЛ» по сокращению рабочих мест, финансированию переподготовки работников, созданию новых рабочих мест;

— принимать участие в осуществлении программ переселения работников и их семей в другие регионы в случае закрытия производства в монопроизводственных поселениях, в том числе применяя механизмы корпоративного ипотечного кредитования приобретения жилья.

1.1.2. Политика оплаты и мотивации труда

Учитывая основополагающий характер политики оплаты и мотивации труда в отношениях с работниками, Компания будет строить ее на следующих принципах:

— единство политики оплаты и мотивации труда для всех организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;

— установление минимально гарантированного уровня оплаты труда в организациях Группы «ЛУКОЙЛ» для всех профессионально-квалификационных групп работников на уровне, превышающем законодательно установленный минимальный размер оплаты труда, из расчета необходимости удовлетворения основных жизненных потребностей и предоставления определенного располагаемого дохода;

— «прозрачность», объективность и конкурентоспособность системы оплаты и мотивации труда работников;

— регулярная индексация зарплаты на основе индекса потребительских цен;

— периодическое повышение заработной платы в связи с ростом производительности труда;

— использование гибких систем премирования с целью наиболее полного учета индивидуального трудового вклада работника.

1.1.3. Промышленная безопасность, охрана труда и окружающей среды

Учитывая стратегическую цель Компании поддерживать промышленную безопасность, охрану труда и окружающей среды во всех подразделениях и контролируемых организациях на уровне передовых нефтяных компаний мира, Компания предпринимает следующие меры:

— соблюдает принцип приоритета сохранения жизни и здоровья работника по отношению к результатам производственной деятельности;

— обеспечивает выполнение обязательств, изложенных в корпоративной Политике в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды в XXI веке;

— создает и поддерживает локальную нормативно-правовую базу, организационную структуру и механизмы финансирования системы управления промышленной безопасности, экологии и охраны труда на основе постоянно совершенствуемых норм и стандартов;

— создает благоприятные возможности для осуществления общественного контроля;

— постоянно выявляет и исследует источники опасности и вреда для здоровья и жизни людей, связанные с производством организаций Группы «ЛУКОЙЛ», и предпринимает меры по их устранению либо смягчению их действия;

— использует передовые технологии и методы управления для снижения объемов образования отходов, минимизации неблагоприятных воздействий на окружающую среду и сохранения природных ресурсов;

— постоянно совершенствует орудия производства, основываясь на мировом опыте разработки и внедрения безопасных технологий и оборудования;

— соблюдает приоритет превентивных мер по охране окружающей среды на всех стадиях производственного цикла;

— своевременно информирует все заинтересованные стороны о случаях загрязнения, разливов нефти и нефтепродуктов;

— принимает меры к последовательному сокращению количества выбросов, сбросов загрязняющих веществ и отходов, снижению их токсичности независимо от динамики объемов производства за счет использования современных природоохранных технологий, оборудования, материалов и методов управления;

— контролирует соблюдение подрядчиками, ведущими работы для организаций Группы «ЛУКОЙЛ», принципов и норм в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды, не ниже предусмотренных в Компании;

— поддерживает открытый диалог со всеми заинтересованными сторонами, включая критически настроенную общественность, и регулярно публично информирует о результатах природоохранной деятельности Компании.

Компания последовательно стремится к тому, чтобы обеспечить:

— безопасную и эргономичную организацию всех рабочих мест в организациях Группы «ЛУКОЙЛ»;

— функциональной и качественной специальной одеждой и обувью всех работников, занятых в производстве;

— чистой питьевой водой работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ» на всех рабочих местах и в вахтовых поселках;

— необходимые санитарно-гигиенические и бытовые условия на рабочих местах;

— возможность получения качественного горячего питания работниками на всех объектах Группы «ЛУКОЙЛ».

1.1.4. Социальная политика в отношении молодых работников Учитывая, что потенциал устойчивого развития организаций Группы «ЛУКОЙЛ» зависит от притока квалифицированных и компетентных молодых работников, Компания постоянно проводит политику, направленную на:

— создание рабочих мест для молодых работников;

— сочетание трудовых обязанностей молодых работников с возможностью продолжения образования, повышения квалификации и профессионального развития;

— содействие в обеспечении жильем молодых работников и их семей;

— развитие программ материальной помощи при переезде и обустройстве молодого работника и его семьи на новом месте работы в организациях Группы «ЛУКОЙЛ».

1.2. Качество условий труда и жизни работников и их семей

Признавая ответственность за создание достойных условий труда и жизни работников и членов их семей, Компания предпринимает инициативные действия, прежде всего, в следующих сферах:

1.2.1. Охрана здоровья

В целях сохранения и укрепления физического и психологического здоровья каждого работника Компания проводит следующую работу:

— обеспечивает финансирование мероприятий, направленных на охрану здоровья работников;

— обеспечивает разработку и внедрение корпоративных норм по организации медицинской помощи на производстве работникам организаций Группы «ЛУКОЙЛ», руководствуясь российским законодательством и международными стандартами в области охраны здоровья;

- организует учет и анализ заболеваемости работников, причины выхода на инвалидность и смертности в организациях Группы «ЛУКОЙЛ»;
- обеспечивает мониторинг условий труда и здоровья работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ» для оценки профессиональных рисков ущерба здоровью;
- по результатам периодических медицинских осмотров и анализа заболеваемости разрабатывает долгосрочные и ежегодные программы по профилактике общей заболеваемости и оздоровлению работников, включая профилактическую вакцинацию и санаторно-курортное лечение;
- организует регулярные профилактические осмотры работников;
- выделяет целевые средства для обеспечения санаторно-курортного лечения работников;
- осуществляет контроль за целевой и специализированной защитой прав беременных женщин, кормящих матерей, многодетных матерей, а также женщин репродуктивного возраста, работающих в организациях Группы «ЛУКОЙЛ» во вредных и опасных условиях.

1.2.2. Оздоровление, спорт, физкультура и организация отдыха

Содействуя развитию и поддержанию здорового образа жизни, Компания:

- разрабатывает и реализует комплексные программы по оздоровлению и вовлечению в занятия физкультурой и спортом работников и членов их семей, проживающих в сложных климатических условиях;
- проводит физкультурно-оздоровительную работу и развивает массовые виды спорта среди работников и членов их семей, обеспечивая им доступ к спортивной инфраструктуре, организуя тренировки и соревнования;
- создает возможность работникам приобретать удешевленные за счет средств организаций Группы «ЛУКОЙЛ» путевки на санаторно-курортное лечение для себя и членов семьи;
- содействует в организации летнего отдыха детей работников, осуществляя частичную компенсацию стоимости путевок и/или проезда;
- организует досуг работников и их семей на корпоративном уровне;
- проводит систематическую пропаганду здорового образа жизни и профилактических медицинских мероприятий среди работников с использованием корпоративных средств массовой информации.

1.2.3. Жилищная политика

Учитывая остроту проблемы с обеспечением жильем и экономическую неэффективность ее решения полностью за счет средств работодателя, Компания будет строить жилищную политику, основываясь на следующих принципах:

- обеспечение кадровой мобильности работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;
- обеспечение комфортных условий проживания работников в общежитиях и вахтовых поселках;
- обеспечение и доступность жилищного кредитования для каждого работника организации Группы «ЛУКОЙЛ»;
- организация системы корпоративного долгосрочного ипотечного жилищного кредитования на принципах самодостаточности, без отвлечения финансовых средств из производственного оборота организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;
- защита интересов работника в рамках корпоративной системы ипотеки от негативных макроэкономических факторов;
- обеспечение возвратности выданных ипотечных кредитов под гарантии индивидуальных накоплений работника в корпоративных системах страхования;
- использование возможностей ипотечного кредитования в

программах переселения из районов Крайнего Севера и неперспективных регионов неработающих пенсионеров организаций Группы «ЛУКОЙЛ» и членов их семей, при условии юридического обеспечения возвратности выданных ипотечных кредитов.

1.3. Гармоничное сочетание трудовых и семейных обязанностей

Признавая значение для жизни человека гармонизации трудовых и семейных обязанностей и следуя в своей практике нормам Конвенции Международной Организации Труда № 156 (работники с семейными обязанностями), Компания принимает на себя следующие дополнительные обязательства:

1.3.1. Дополнительные дни отдыха и отпуска

Дополнительно к нормам трудового законодательства Компания предоставляет:

— ежемесячно дополнительный оплачиваемый день отдыха работницам организаций Группы «ЛУКОЙЛ», расположенных вне регионов Крайнего Севера и приравненных к нему местностей;

— дополнительный оплачиваемый отпуск многодетным матерям;

— кратковременные отпуска, как оплачиваемые, так и без сохранения заработной платы, в связи с семейными обстоятельствами.

1.3.2. Социальная поддержка семей с детьми и инвалидами Учитывая тот факт, что заработная плата не зависит от количества иждивенцев в семье, Компания предоставляет работникам следующие денежные выплаты и компенсации:

— единовременное пособие при рождении (усыновлении) ребенка;

— ежемесячное пособие работнику (матери или отцу), находящемуся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 3 лет;

— ежегодную материальную помощь работникам, имеющим детей-инвалидов до 18 лет;

— компенсацию малообеспеченным семьям, имеющим трех и более несовершеннолетних детей, а также для детей работников, погибших или потерявших трудоспособность на производстве, стоимости содержания детей в дошкольных учреждениях и в оздоровительных лагерях;

— частичную компенсацию стоимости путевок в санатории и детские оздоровительные центры детям-инвалидам и детям-сиротам работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ».

1.4. Корпоративное социальное обеспечение и страхование Соблюдая обязательства по участию в государственных системах социального страхования и обеспечения всех работников обязательной социальной защитой, Компания поддерживает и развивает дополнительное корпоративное социальное страхование и социальное обеспечение в следующих формах:

1.4.1. Добровольное медицинское страхование

Корпоративное добровольное медицинское страхование имеет

целью повышение доступности, объема и качества предоставляемых работникам организаций Группы «ЛУКОЙЛ» медицинской помощи, услуг и строится на следующих принципах:

— следование положениям принятого Корпоративного стандарта охраны здоровья;

— финансирование программы добровольного медицинского страхования;

— обеспечение постоянного вневедомственного контроля качества медицинской помощи в целях защиты интересов и прав работников в медицинском учреждении.

1.4.2. Негосударственное пенсионное обеспечение

Долгосрочной целью негосударственного пенсионного обеспечения работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ» в рамках корпоративной пенсионной системы является повышение уровня возмещения утраченного заработка. Компания считает, что экономически эффективный путь достижения этой цели должен быть основан на реализации следующих принципов:

- сохранение и развитие единой системы негосударственного пенсионного обеспечения работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ» за счет средств работодателя;
- создание условий для развития долевого участия работника в формировании собственных пенсионных накоплений;
- осуществление постепенного перехода от действующей единой системы негосударственного пенсионного обеспечения с установленными выплатами к системе с установленными взносами, означающей увязку размера пенсии с суммой взносов, внесенных на условиях долевого участия;
- гарантирование сохранности и приумножения пенсионных накоплений;
- допустимость использования пенсионных накоплений ранее наступления пенсионных оснований исключительно для целей гарантирования возвратности заемных средств в рамках корпоративного ипотечного кредитования.

1.4.3. Корпоративная система личного страхования Личное страхование работников развивается Компанией на корпоративном уровне с целью расширения доступа работников к услугам страхования и повышения уровня защищенности их семей в случае несчастий. Компания развивает и поддерживает, по меньшей мере, следующие виды личного страхования на корпоративном уровне:

- дополнительное личное страхование от несчастных случаев на производстве;
- страхование от критических заболеваний;
- страхование жизни на случай смерти по любой причине.

Все виды личного страхования в рамках корпоративной системы могут производиться при долевом участии работника в их финансировании, за исключением дополнительного страхования от несчастных случаев на производстве, финансирование которого осуществляется за счет средств работодателя.

Компания предоставляет работникам также безвозмездные информационные и консультационные услуги для расширения их страхового покрытия и защиты их интересов на рынке страховых услуг.

1.5. Социальная поддержка инвалидов и неработающих пенсионеров организаций Группы «ЛУКОЙЛ»

Учитывая социально уязвимое положение лиц, получающих государственную пенсию, и относительно невысокий уровень пенсионных выплат на начальном этапе развития корпоративной пенсионной системы, Компания проводит политику, направленную на социальную поддержку неработающих пенсионеров организаций Группы «ЛУКОЙЛ»:

1.5.1. Социальная поддержка неработающих пенсионеров

С целью содействия сохранению уровня жизни работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ», выходящих на пенсию в сложный переходный период, Компания берет на себя обязательства:

- выплачивать единовременное пособие выходящему на пенсию работнику;
- предоставлять регулярную материальную помощь неработающим пенсионерам, не получающим негосударственную пенсию от организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;
- сохранять права участия неработающих пенсионеров в корпоративной системе добровольного медицинского страхования.

1.5.2. Социальная поддержка пострадавших от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний

Стремясь к социальной и трудовой реабилитации работников, получивших инвалидность вследствие несчастного случая на производстве или профессионального заболевания в ходе работы в организациях Группы «ЛУКОЙЛ», Компания в инициативном порядке обеспечивает им:

- полную компенсацию расходов на специальный медицинский уход и ежегодное санаторно-курортное лечение;
- материальную и организационную поддержку протезирования за рубежом при отсутствии возможности для этого в стране пребывания работника.

1.5.3. Социальная поддержка неработающих инвалидов

Компания берет на себя следующие дополнительные обязательства по социальной поддержке инвалидов, получивших инвалидность во время работы в организациях Группы «ЛУКОЙЛ» и оставивших трудовую деятельность:

- сохранение права участия в корпоративной системе добровольного медицинского страхования;
- предоставление путевок на санаторно-курортное лечение с частичной компенсацией их стоимости.

Тематика эссе

1. Экономическая эффективность и общественное благосостояние: возможно ли равновесие?
2. Этика бизнеса: сущность, история, последствия нарушения.
3. Ответственность корпорации перед своими акционерами и социальная ответственность: есть ли противоречия?

Тематика рефератов

1. Условия и охрана труда как фактор внутренней социальной среды организации.
2. Социальные программы компании как инструмент реализации ее социальной ответственности.
3. Характеристика механизмов социальной защиты работников от профессионального риска.
4. Основные подходы к формированию социального пакета в организации.
5. Сущность и значение социального кодекса в организации.
6. Организационная культура как фактор социального развития.
7. Социально-психологический климат в коллективе как фактор внутренней социальной среды организации.

Тема 4. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности

Литература: О-1-3; НПД-1-3; Д-1-6.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие примеры поддержки образования и науки российскими компаниями вы знаете?
2. Какие проблемы использования грантового механизма финансирования образования и науки встречаются в России?
3. Каковы современные потребности и факторы здорового образа жизни?
4. Какова роль здравоохранения в реализации корпоративной социальной ответственности? Какие существуют формы и методы поддержки здравоохранения бизнесом?
5. В чем особенность антистрессового менеджмента и почему он является фактором корпоративной социальной ответственности?
6. Зачем обществу необходимо существование и развитие культуры?
7. Какие способы и методы управления социокультурной сферой могут применяться в обществе? Какие основные роли и модели поведения государства по отношению к культуре и искусству встречаются в современной цивилизации?
8. На каком основании разрабатывался международный стандарт ИСО 26000:2010?
9. В чем заключается особенность поддержки культуры в США? в Великобритании? во Франции?

Задания для самостоятельной работы

1. Назовите виды благотворительных фондов, которые существуют в нашем обществе; чем они отличаются друг от друга?

2. Укажите, какую область тем и проблем охватывает международный стандарт ИСО 26000:2010?
3. Назовите принципы эффективного организационного управления, которые рекомендует международный стандарт социальной ответственности?
4. Поясните, каким образом и на основании каких факторов организации следует определять приоритеты для действий в сфере социальной ответственности?

Задания для анализа деловых ситуаций на основе кейс-метода

Определите, какие виды внешней корпоративной социальной ответственности реализует на практике ОАО «ЛУКОЙЛ» согласно представленному социальному кодексу.

СОЦИАЛЬНЫЙ КОДЕКС ОАО «ЛУКОЙЛ»

Часть II. СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОЕ УЧАСТИЕ КОМПАНИИ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Осознавая новую социальную ответственность бизнеса в условиях растущего неравенства населения в доступе к достойному труду и благам, Компания принимает добровольные обязательства по социально ответственному участию в жизни местного населения в регионах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ» и общества в целом.

2.1. Развитие монопроизводственных населенных пунктов

Принимая во внимание тот факт, что крупнейшие организации нефтедобывающего сектора Группы «ЛУКОЙЛ» являются градообразующими в районах своей деятельности, Компания строит свою деятельность на следующих принципах:

— взаимовыгодное сотрудничество с региональными органами государственной власти и муниципальными органами власти на благо социально-экономического развития территории;

— развитие компенсационной деятельности нефтедобывающих организаций Группы «ЛУКОЙЛ» как недропользователей;

— социально ответственное поведение как перед лицом работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ», так и местного населения в целом.

Развивая производственные мощности в таких районах и создавая качественные условия труда и жизни для своих работников, Компания готова принимать долевое участие в ремонте, реконструкции объектов социально-бытового и культурного назначения для нужд населения районов.

2.2. Природоохранная деятельность

Компания, являясь крупным недропользователем, осознает свою ответственность перед обществом по сохранению благоприятной окружающей среды, рациональному использованию природных ресурсов, а также рассчитывает на понимание обществом сложности и масштабности задач, стоящих перед Компанией в этой области, для чего:

— осуществляет периодическое информирование и поддерживает открытый диалог со всеми заинтересованными сторонами в деятельности Компании в области промышленной и экологической безопасности, публикует отчеты о своей деятельности, о результатах оценки воздействия на окружающую среду, персонал и население;

— поощряет понимание вопросов охраны здоровья и окружающей среды среди акционеров, партнеров и населения, проживающего в районах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ».

2.3. Развитие науки, образования, технологии и инноваций

Осознавая, что конкурентоспособность Компании зависит от научного подхода к освоению природных ресурсов, развития научно технической базы для разработки новых технологий и материалов, качества профессиональной подготовки работников, Компания постоянно содействует развитию научного потенциала и повышению качества образования путем:

— финансирования научно-исследовательских и опытно-промышленных работ в области разведки и освоения залежей углеводородов, разработки инновационных технологий

и материалов, снижения себестоимости добычи, повышения экологической безопасности производства и во многих других областях нефтегазовой отрасли;

— оказания финансовой поддержки профильным региональным образовательным и научно-исследовательским программам и проектам;

— укрепления материально-технической базы профильных учебных заведений профессионального образования и учебных подразделений организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;

— организации конкурсов научно-технических разработок среди молодых ученых и специалистов;

— оказания организационной и материальной поддержки аспирантам и докторантам, работающим в организациях Группы «ЛУКОЙЛ»;

— материального стимулирования молодежи, обучающейся в профильных учебных заведениях профессионального образования.

2.4. Сохранение национально-культурной самобытности. Высоко оценивая дополнительные возможности, которые дает Компании богатейшее национальное и культурное многообразие ее работников и населения, проживающего в районах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ», Компания строит свою работу с персоналом и местным населением на следующих принципах:

— сохранение и поддержание традиций национальной терпимости и благожелательности, свойственных многонациональной нефтяной отрасли;

— создание условий для сохранения национальных и культурных традиций, ценностей, искусств и ремесел в районах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;

— уважение религиозных верований работников и местного населения и содействие в возрождении национальных религиозных святынь;

— содействие коренным народам в доступе к профессиональной подготовке, квалифицированным рабочим местам, высшему образованию, а также к лучшим условиям отдыха и оздоровления.

В этих целях Компания предпринимает, по мере возможности, следующие шаги:

— частичная компенсация стоимости летнего оздоровительного отдыха детей работников — представителей малочисленных коренных народов, включая проезд к месту отдыха и обратно;

— оплата обучения студентов-представителей малочисленных коренных народов в вузах по специальностям нефтегазового профиля;

— оказание помощи в реставрации национальных исторических памятников;

— оказание помощи в реставрации и возведении культовых сооружений различных вероисповеданий в районах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;

— оказание материальной и организационной поддержки коллективам народного творчества, домам детского творчества и другим организациям, развивающим народные искусства и промыслы;

— содействие в организации конкурсов, фестивалей, концертов народного творчества;

— содействие в организации торговли сувенирами, изделиями народного творчества, продуктами традиционных промыслов в крупных городах в целях материальной поддержки малого бизнеса среди коренных народов.

2.5. Поддержка культуры и спорта

Осознавая основополагающую роль меценатства и спонсорства для развития культуры и спорта в условиях рыночной экономики, Компания изыскивает возможности для оказания материальной поддержки:

— творческим личностям и коллективам, театрам, музеям;

— спортивным командам различного уровня — от дворовых до национальных сборных;

— общественным организациям, поддерживающим детский спорт.

2.6. Содействие социальным группам и общественным объединениям, нуждающимся в поддержке

Признавая необходимость формирования зрелого гражданского общества как активной и самостоятельной стороны в переговорах между государством, бизнесом и обществом, Компания, по мере возможности, оказывает материальную и организационную поддержку:

— общественным организациям ветеранов в целях поддержки социальной группы, оказавшейся в сложном материальном положении в условиях перехода к рыночной экономике;

— общественным объединениям ветеранов и/или членов семей военнослужащих, принимавших участие или погибших в военных конфликтах либо в ходе правоохранительной деятельности;

— общественным организациям инвалидов в целях создания среды для полноценной жизнедеятельности людей с ограниченными физическими возможностями;

— общественным объединениям и их инициативам в пользу детей-сирот, детей улицы, детей-беженцев;

— общественным объединениям беженцев.

2.7. Благотворительная деятельность Компании и работников

Признавая непреходящую ценность благотворительной деятельности в любом обществе и особую нуждаемость в ней некоторых организаций и людей в сложный переходный период, Компания использует имеющиеся возможности для оказания благотворительной помощи:

— индивидуальным лицам — беженцам, ветеранам труда, инвалидам, детям-сиротам, семьям погибших солдат и офицеров, семьям работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ», погибших на производстве, и многим другим;

— государственным бюджетным организациям социальной направленности, оказавшимся в трудном положении — больницам, детским домам, домам престарелых, образовательным учреждениям и учреждениям науки и культуры;

— религиозным и благотворительным организациям.

Одним из приоритетных направлений своей благотворительной деятельности Компания считает заботу о детях-сиротах.

Средства на благотворительность поступают как из средств организаций Группы «ЛУКОЙЛ», так и из личных средств работников.

Тематика эссе

1. Социально реагирующая компания: хорошо или плохо для общества?
2. Корпоративное волонтерство в России и за рубежом: современный взгляд
3. Благотворительная деятельность бизнеса в области поддержки культуры: возможности и перспективы.
4. Особенность поддержки культуры в США, в Великобритании, во Франции: сравнительный анализ.

Тематика рефератов

1. Общая характеристика внутренней и внешней социальной среды организации.
2. Социальная политика государства и ее влияние на организацию.
3. Частные и корпоративные формы поддержки культуры (зарубежный опыт).
4. Благотворительные фонды как способ эффективной организации благотворительности.

Тема 5. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации

Литература: О-1-3; НПД-1-3; Д-1-6.

Вопросы для собеседования по мультимедиа-лекции

1. В каких факторах проявляется устойчивое развитие организации? Какую роль играет КСО в обеспечении устойчивого развития организации?
2. Каковы международные принципы обеспечения устойчивого развития организации?

3. Дайте определение деловой репутации. Сравните термины «деловая репутация» и «имидж».
4. Определите процесс управления деловой репутацией и влияние на него корпоративного имиджа.
5. Назовите подходы к определению и оценке деловой репутации и гудвилла. В чем их сходства и различия?
6. Раскройте значение понятий «положительная» и «отрицательная» деловая репутация. По каким направлениям происходит оценка содержания понятия деловой репутации?
7. Охарактеризуйте внутренние и внешние составляющие деловой репутации.
8. Когда возникает экономическая опасность для компании?
9. Охарактеризуйте роль КСО в условиях различных кризисов. Охарактеризуйте риск возникновения кризиса в зависимости от уровня КСО.
10. В чем заключается ключевое отличие реагирующей КСО от стратегической?
11. Перечислите уровни КСО в соответствии с моделью, предложенной Х. Джонсоном.

Тематика эссе

1. Насколько благотворительность решает проблемы формирования положительного имиджа и репутации компании?
2. Возможно ли использование спонсорства в создании положительного имиджа компании?

Тематика рефератов

1. Влияние социально ответственного поведения организации на показатели ее деятельности.
2. Корпоративная социальная ответственность как элемент антикризисной стратегии организации.
3. Разнообразие типов социальной ответственности.
4. Деловая репутация как результат корпоративной социальной ответственности организации.

Тема 6. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации

Литература: О-1-3; НПД-1-3; Д-1-6.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение источникам конкурентных преимуществ организации.
2. Какие виды конкурентных преимуществ Вы знаете?
3. Охарактеризуйте роль КСО в формировании конкурентных преимуществ организации.
4. Какие факторы, по Вашему мнению, относятся к ключевым факторам обеспечения конкурентных преимуществ современной организации?
5. Какие преимущества КСО проявляются в микро-, макро- и внутренней среде организации?
6. Почему, на Ваш взгляд, в современном мире традиционный подход к оценке конкурентоспособности компании на основе материально-финансовых факторов часто ведет к неверным выводам?

Задания для самостоятельной работы

1. Приведите модель взаимосвязи конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО.
2. Прокомментируйте мнение известного исследователя КСО М. Портера, автора теории конкурентных преимуществ, который считает, что «бизнес должен рассматривать социальную ответственность как часть долгосрочной стратегии, следование которой позволит укрепить конкурентные позиции, а отказ от такого поведения повлечет потерю конкурентных преимуществ».

3. Приведите примеры проявления КСО как фактора формирования конкурентных преимуществ организации.

Тематика эссе

1. Всегда ли оправданы ожидания местного сообщества от развития социальной деятельности компании?
2. Крупный бизнес и местное сообщество: возможны ли взаимовыгодные отношения?

Тема 7. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности

Литература: О-1-3; НПД-1-3; Д-1-6.

Вопросы для собеседования по мультимедиа-лекции

1. Что отражает показатель эффективности корпоративной социальной ответственности?
2. Какова цель формирования социального отчета организации?
3. Какие стандартные оценки содержит социальный отчет организации?
4. Чем характеризуется механизм осуществления проектов корпоративной социальной ответственности?
5. Охарактеризуйте социальные инвестиции как форму проявления корпоративной ответственности бизнеса.
6. Каковы основные характеристики Стандарта верификации AA1000?
7. В чем проявляются результаты социальной ответственности?
8. Какие этапы можно выделить в структуре процесса оценки экономического потенциала социальной ответственности организации?
9. Назовите виды оценочного измерителя социальной активности организации.
10. В чем сущность оценки социальной активности корпорации (организации, СЭС)?

Тематика эссе

1. Социальный отчет – это требование российского рынка или необходимость, диктуемая международной конкуренцией?
2. Подходы к оценке уровня социального развития организации: сравнительный анализ.

4.8 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оборудованные мультимедийным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала.

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей на основании заявления студента.

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Тематический план изучения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» для студентов очной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы и формы контроля, таблица 2.

Таблица 2

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации и в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час	контроль /СР в сессию	
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы /часы									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Тема 1 Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	2	4	-	6	-	К., Э./2	-	-	-	-	Лит., Р., Э.	9	-	Диагностическое тестирование входного контроля, собеседование, эссе, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода
Тема 2 Построение системы корпоративной социальной ответственности	2	4	-	6	-	К./2	-	-	-	-	Лит., Р., Т.	9	-	Собеседование, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода, тест
Тема 3 Специфика внутренней корпоративной ответственности	2	4	-	6	ИЛ/2	К., Э./2	-	-	-	-	Лит., Р., Э.	10	-	Собеседование, эссе, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Тема 4 Специфика внешней корпоративной ответственности	2	4	-	6	ИЛ/2	К., Э./2	-	-	-	-	Лит., Р., Э.	10	-	<i>Собеседование, эссе, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода</i>
Тема 5 Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	2	4	-	6	-	М.л., Э./2	-	-	-	-	Лит., М.л., Э., Р.	10	-	<i>Собеседование по мультимедиа-лекции, эссе, реферат</i>
Тема 6 Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	2	4	-	6	ИЛ/2	Э./2	-	-	-	-	Лит., Э.	8	-	<i>Собеседование, эссе</i>
Тема 7 Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	2	4	-	6	ИЛ/2	М.л., Э./2	-	-	-	-	Лит., М.л., Э., Т.	10	-	<i>Собеседование по мультимедиа-лекции, эссе, тест</i>
Итого:	14	28	-	42	8	14	-	-	-	-	-	66	-	
Экзамен	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,35	-	-	33,65	
Всего по дисциплине	-	-	-	42	-	-	-	-	2	0,35	-	66	33,65	144

Тематический план изучения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» для студентов очно-заочной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы и формы контроля, таблица 3.

Таблица 3

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации и в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час	контроль /СР в сессию	
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч.интерактивные формы /часы									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Тема 1 Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	2	4	-	6	-	К., Э./2	-	-	-	-	Лит., Р., Э.	9	-	Собеседование, эссе, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода
Тема 2 Построение системы корпоративной социальной ответственности	-	4	-	4	-	К./2	-	-	-	-	Лит., Р., Т.	9	-	Собеседование, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода, тест
Тема 3 Специфика внутренней корпоративной ответственности	2	4	-	6		К., Э./2	-	-	-	-	Лит., Р., Э.	10	-	Собеседование, эссе, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода
Тема 4	2	4	-	6	ИЛ/2	К.,	-	-	-	-	Лит., Р., Э.	10	-	Собеседование,

Специфика внешней корпоративной ответственности						Э./2								<i>эссе, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода</i>
Тема 5 Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	2	4	-	6	-	-	-	-	-	-	Лит., М.л., Э., Р.	12	-	<i>Собеседование по мультимедиа-лекции, эссе, реферат</i>
Тема 6 Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	2	2	-	4	ИЛ/2	-	-	-	-	-	Лит., Э.	8	-	<i>Собеседование, эссе</i>
Тема 7 Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	2	4	-	6		-					Лит., М.л., Э., Т.	12		<i>Собеседование по мультимедиа-лекции, эссе, тест</i>
Итого:	12	26	-	38	4	8	-	-	-	-	-	70		
Экзамен	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,35	-	-	33,65	
Всего по дисциплине	-	-	-	38	-	-	-	-	2	0,35	-	70	33,65	144

Тематический план дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» для студентов заочной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 4.

Таблица 4

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы									Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)	
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации и в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час		контроль /СР в сессию
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч.интерактивные формы /часы									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Тема 1 Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит., КР	12	-	Контрольная работа
Тема 2 Построение системы корпоративной социальной ответственности	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит., КР	18	-	Контрольная работа
Тема 3 Специфика внутренней корпоративной ответственности	2	2	-	4	-	К., Э./1	-	-	-	-	Лит., Р., Э.	18	-	Собеседование, эссе, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода
Тема 4 Специфика внешней корпоративной ответственности	-	2	-	2	ИЛ/2	К., Э./1	-	-	-	-	Лит., Р., Э.	18	-	Собеседование, эссе, реферат, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Тема 5 Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	-	2	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит., М.л., Э., Р.	18	-	<i>Собеседование по мультимедиа-лекции, эссе, реферат</i>
Тема 6 Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит., КР	12	-	<i>Контрольная работа</i>
Тема 7 Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит., КР	18	-	<i>Контрольная работа</i>
Итого:	4	6	-	10	2	2	-	-	-	-	-	125		
Экзамен	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,35	-	-	6,65
Всего по дисциплине	-	-	-	10	-	-	-	-	-	2	0,35	125	6,65	144

Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» определены в «Методических указаниях по организации самостоятельной работы и подготовке к практическим (семинарским) занятиям с использованием инновационных методов обучения» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент. Режим доступа: <http://vrgteu.ru>.

Сокращения, используемые в Тематическом плане изучения дисциплины, таблица 5.

Таблица 5

Сокращение	Вид работы
Лит.	Работа с литературой
КР	Контрольная работа
Р.	Подготовка рефератов с последующим выступлением на практическом занятии
Т.	Тестирование
ИЛ	Интерактивная лекция
К.	Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода
Э.	Подготовка эссе с последующим обсуждением на практическом занятии
М.л.	Устный опрос по материалам мультимедиа-лекции

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» разработан в соответствии с требованиями Положения «О фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». Фонд оценочных средств хранится на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины.

Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» представлены в разделе II «Содержание программы учебной дисциплины».

Типовые контрольные задания по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность», необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы включают в себя:

1 Диагностическое тестирование входного контроля уровня подготовки обучающихся или уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин

1. Социальная ответственность – это ...

- а) правило
- б) этический принцип
- в) закон, обязательный для исполнения
- г) норматив

2. Концепция социально ответственного бизнеса объединяет ...

- а) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
- б) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах
- в) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом
- г) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

3. Социальные программы – это:

- а) официально сформулированная позиция компании в отношении своей социальной политики
- б) совокупность, система социальных мероприятий, направленных на решение конкретной социальной проблемы
- в) реализация интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в развитии общества
- г) концепция, отражающая добровольное решение компаний о принятии участия в социальном развитии своего трудового коллектива, повышении качества жизни и совершенствовании общества, а также защите окружающей среды

4. Ответственность бизнеса перед потребителями связана:

- а) с поддержкой социально незащищенных слоев населения
- б) с утилизацией и переработкой отходов
- в) с выпуском и реализацией качественных товаров и услуг
- г) с ресурсосбережением и экономным энергопотреблением

5. Управляемые силы, которые оказывают воздействие на устойчивость организации во внешней среде в период ее изменений – это:

- а) принципы устойчивого развития
- б) факторы устойчивого развития
- в) факторы среды косвенного воздействия
- г) факторы внешней среды

2 Тематика курсовых работ

Курсовая работа по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» учебным планом не предусмотрена.

3 Вопросы к экзамену

1. Понятие и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.
2. Формирование комплексной модели корпоративной социальной ответственности.
3. Внешние и внутренние источники корпоративной социальной ответственности.
4. Трехмерная модель корпоративной социальной ответственности А.Кэролла.
5. Модель корпоративной социальной деятельности С.Вартика и Ф.Кохрена.
6. Модель корпоративной социальной деятельности Д.Вуд.
7. Аргументы «за» и «против» корпоративной социальной ответственности.
8. Концепция стейкхолдеров или заинтересованных сторон. Принципы М. Кларксона.
9. Концепция корпоративного гражданства.
10. Социальная ответственность предпринимательства в развитии экономики и общества.
11. Экономическая и общественная необходимость появления и проявления корпоративной социальной ответственности.
12. Принципы построения системы КСО.
13. Факторы конкурентного преимущества в системе корпоративной социальной ответственности.
14. Корпоративная социальная ответственность и процессы социализации экономики.
15. Социальное партнерство.
16. Основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности.
17. Виды взаимодействий в системе корпоративной социальной ответственности.
18. Принципы построения системы корпоративной социальной ответственности.
19. Субъект и объект КСО.
20. Процесс реализации корпоративной социальной ответственности.

21. Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности.
22. Основные признаки интеллектуальной организации.
23. Основные черты и особенности внутренней корпоративной социальной ответственности.
24. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
25. Анализ результатов реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.
26. Социальные программы в стратегии развития внутренней корпоративной социальной ответственности.
27. Эффективность социальных программ.
28. Становление внутренней корпоративной социальной ответственности.
29. Современные особенности ответственности российского бизнеса.
30. Подходы и принципы составления социального пакета.
31. Организация и тенденции развития внутренней социальной ответственности.
32. Внешняя среда ответственности менеджмента и бизнеса.
33. Гранты и льготные займы как формы поддержки внешней среды бизнеса.
34. Поддержка науки и образования как основа формирования интеллектуального и инновационного потенциала.
35. Особенности здравоохранения как объекта корпоративной социальной ответственности.
36. Поддержка культуры как источник развития культурного потенциала общества.
37. Частные и корпоративные формы поддержки культуры (зарубежный опыт).
38. Благотворительная деятельность бизнеса в области поддержки культуры.
39. Международные стандарты корпоративной социальной ответственности.
40. Структура и содержание стандарта социальной ответственности.
41. Принципы, проблематика и приоритеты социальной ответственности.
42. Взаимодействие государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения корпораций.
43. Корпоративное волонтерство в России и за рубежом.
44. Концепции развития в современной теории и практике.
45. Принципы устойчивого развития организации.
46. Источники движущих сил и факторы устойчивого развития.
47. Социально-экологическая отчетность и отчетность в области устойчивого развития.
48. Ключевые мероприятия КСО в целях устойчивого развития.
49. Развитие КСО в России.
50. Социальная хартия российского бизнеса.
51. Стандарт верификации AA1000.
52. Взаимосвязь международных и российских стандартов КСО.
53. Деловая репутация как результат корпоративной социальной ответственности организации.
54. Формирование деловой репутации, ее оценка контактными группами.
55. Виды деловой репутации, ее проявление в гудвилле.
56. Деловая репутация как фактор устойчивого развития организации.
57. Роль корпоративной социальной ответственности в антикризисном развитии организации.
58. Реагирующая и стратегическая корпоративная социальная ответственность.
59. Корпоративная социальная ответственность как элемент антикризисной стратегии организации.
60. Разнообразие типов социальной ответственности.
61. Механизм взаимодействия ННКО и власти.
62. Источники конкурентных преимуществ организации.

63. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации.
64. Среда проявления корпоративной социальной ответственности и взаимосвязь конкурентных преимуществ.
65. Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ организации.
66. Этические аспекты корпоративной социальной ответственности в условиях экономического кризиса.
67. Понятие эффективности корпоративной социальной ответственности.
68. Социальный отчет организации.
69. Виды социальных отчетов.
70. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности.
71. Оценка корпоративной социальной активности – основные направления.
72. Показатели определения социальной активности организации.

Практические задания к экзамену

1. В современных условиях спонтанная благотворительность крупных предпринимателей и компаний начала трансформироваться в некую систему менеджмента по распределению средств на реализацию социально ответственных проектов. При этом компании не индивидуально решают, каким путем это сделать, а привлекают к партнерскому участию заинтересованные стороны. Результатом активного взаимодействия становится появление долгосрочных социальных программ, которые интересны для общества и решают насущные и актуальные социальные задачи. Назовите модель социально ответственного поведения.

В современных условиях спонтанная благотворительность крупных предпринимателей и компаний начала трансформироваться в некую систему менеджмента по распределению средств на реализацию социально ответственных проектов. При этом компании не индивидуально решают, каким путем это сделать, а привлекают к партнерскому участию заинтересованные стороны. Результатом активного взаимодействия становится появление долгосрочных социальных программ, которые интересны для общества и решают насущные и актуальные социальные задачи. Назовите модель социально ответственного поведения.

2. В каком из предложенных ниже вариантов реализуется базовый уровень социальной ответственности:

а) в Омской области компания ОАО «Социально ответственный бизнес» организовала грант для общественных организаций и населения. Участники должны предложить способы решения наиболее существенных социальных проблем региона или культурный проект;

б) предприятие «Европейский коммерсант» подарило местному футбольному клубу новый современный автобус. В качестве ответного жеста за этот подарок руководством клуба было принято решение разместить логотип предприятия на форме футболистов;

в) фармацевту аптеки «Здоровье» раз в год выделяют путевку на лечение. Однако 70% от ее стоимости оплачивает компания, а остальную часть сам сотрудник;

г) на предприятии «Новая жизнь» зарплата всех сотрудников находится в прямой зависимости от уровня их квалификации, сложности, объема и качества выполненной работы, а также условий, в которых она велась. Следует также отметить, что компания всегда вовремя оплачивает налоги и делает отчисления в негосударственные фонды. В перспективе руководство предприятия ставит целью выйти на новые рынки, улучшить свои качественные характеристики за счет материального стимулирования своих сотрудников и расширить рабочий штат. Работники предприятия дорожат своими местами и стараются хорошо и эффективно работать.

3. Крупнейший банк Великобритании «Co-operative bank» – один из лидеров в распространении принципов социальной ответственности в банковской сфере. Важный документ, регулирующий его деятельность, – «Политика этических инвестиций». Она включает 8 пунктов, где описывается позиция компании в отношении социальных инвестиций, определяющих ее отказ от участия в сделках по продаже оружия представителям диктаторского режима, от инвестиций в табачные компании и организации, занимающиеся производством и продажей натурального меха. «Co-operativebank» стал одним из первых английских банков, опубликовавших ежегодный отчет (за 1997г.) о политике и программе социальной ответственности. Компания регулярно проходит социальный аудит и основывает свою маркетинговую политику на этических принципах.

Помимо внедрения КСО в деловую практику, публикации своей политики и отчетов, банк расходует более 3,2 млн. долл. США на различные общественно значимые программы. Определите, какой концепции корпоративной социальной ответственности придерживается данная компания. Охарактеризуйте данную концепцию. Какие выгоды извлекает компания из публикаций своих ежегодных отчетов о политике и программе социальной ответственности?

4. Прокомментируйте подход к созданию положительного имиджа, использованный организацией. Какого рода преимущества получила компания (например, в продвижении товара на рынок, в увеличении продаж товаров и т.д.)?

Компания Nike

Американские подростки стали совершать преступления, чтобы достать денег на кроссовки Nike. Хотя сама компания не была в этом виновата, Nike приняла эту беду близко к сердцу и инициировала партнерство с Boys Clubs of America (BCA). В ходе их совместной кампании Nike жертвовала организации BCA по 1 тыс. дол. за каждое очко, добытое Майклом Джорданом в игре всех звезд NBA. Деньги пошли на финансирование антикриминальных молодежных программ в городах Америки.

5. Прокомментируйте подход к созданию положительного имиджа, использованный организацией. Какого рода преимущества получила компания (например, в продвижении товара на рынок, в увеличении продаж товаров и т.д.)?

Компания Gillette

В поисках новых путей по продвижению линии дезодорантов Natural Plus компания Gillette вступила в партнерство с Международным фондом дикой природы (WWF). Компания выделила WWF 100 тыс. фунтов. Gillette предложила своим покупателям помочь делу защиты животных. К каждой упаковке дезодоранта предлагалась майка WWF, приобретая которую, покупатель добавлял WWF 1 фунт.

6. Прокомментируйте подход к созданию положительного имиджа, использованный организацией. Какого рода преимущества получила компания (например, в продвижении товара на рынок, в увеличении продаж товаров и т.д.)?

Компания Procter & Gamble

В 1991 году Procter&Gamble решила привлечь внимание к вопросам охраны окружающей среды, а заодно и к своей продукции. С этой целью P&G подружилась с национальной некоммерческой организацией «Сохраним Америку прекрасной» (Keep America Beautiful, КАВ). В ходе партнерства была анонсирована программа, в рамках которой часть денег от продажи отдельных брендов P&G поступала КАВ. Чтобы еще сильнее активизировать кампанию, P&G с помощью своих региональных менеджеров провела экологический шопинг для своих покупателей. Двум командам покупателей предлагалось в течение 3 минут найти в магазине экологически чистые товары (имеется в виду не только чистота самого продукта, но и отсутствие негативного влияния на природу при его производстве).

Частью развлечения стала еще одна игра — командам нужно было наполнить свои тележки товарами, упаковка которых была сделана из переработанных материалов. Уделяющим экологическим проблемам большое внимание американцам игра понравилась.

7. Этический кодекс корпорации состоит из пяти разделов. Первый регулирует выполнение обязательств по бухгалтерским счетам и отчетам компании. Во втором описаны потенциальные конфликты, которые могут возникнуть в результате столкновения интересов служащих компании. Третий регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками. В четвертой части регламентируется участие служащего в деятельности политических партий и других компаний. Пятый раздел содержит указания по реализации правил кодекса.

Укажите причины, по которым данный кодекс нельзя считать социально ориентированным.

8. В каком из вариантов приведен пример, показывающий, что компания будет использовать технологию массового вида социального инвестирования:

а) к праздникам компания «Суперспорт» планирует выпустить новую модель мотоцикла. В комплекте к нему будут прилагаться фирменная одежда, обувь и шлем;

б) транспортная компания ООО «Автоперевозки» решила запустить программу обслуживания инвалидов по низким тарифам. В рамках акции «Социальное такси» инвалиды оплатят только 50% от действующего тарифа, оставшуюся часть компенсируют за счет средств бюджета города;

в) организация «Доброе дело» планирует открыть магазин розничной продажи продуктов питания и сопутствующих товаров через магазин, который будет аккредитован муниципальной властью как социальный. Более половины оборота магазина будет приходиться на льготные категории граждан — ветеранов Великой Отечественной войны, пенсионеров, инвалидов и многодетные семьи;

г) «Совет ветеранов спорта» выделит средства на издание и распространение специального журнала и учебно-методической 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 на весь ассортимент товаров предоставляется скидка социально незащищенным категориям гражданам в размере 5%.

9. Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопросы.

«Сегодня в российском бизнес-сообществе не сложилось единого понимания корпоративной социальной ответственности, — признает вице-президент Газ-промбанка Алла Турецкая. — Но интерес к теме растет день ото дня». «Ценность человека и бизнесмена не в том, какое богатство он скопил, а что он сделал для народа, руками которого он достиг таких результатов», — заявлял, например, Президент. При этом некоторые основатели компаний не понимают, какая у бизнеса может быть социальная ответственность, кроме соблюдения законов и уплаты налогов.

Прокомментируйте данные мнения.

10. В компании «Евроцемент групп» концепцию социальной ответственности бизнеса разделяют целиком и полностью. В то время как некоторые компании цинично зарабатывают деньги и растят капитализацию компании, в «Евроцементе» считают, что получение прибыли не может быть единственной целью социально ответственной компании, о чем глава компании рассказал на Национальном форуме корпоративной

социальной ответственности, который прошел в Москве в декабре. По словам Михаила Скорохода, и государство, и экологические организации, и персонал должны чувствовать себя «всеобъемлемо охваченными» социальными программами компании, чтобы она могла «находиться в динамике». В компании каждого четвертого сотрудника отправляет с семьей на отдых и оздоровление на море, налажено бесплатное питание, для чего проведена «коренная модернизация столовых и душевых». Строится жилье для персонала, оказывается помощь госучреждениям — школам, детским садам, домам культуры. «Потому что нам очень важно, чтобы духовная жизнь наших работников продолжалась», — пояснил Михаил Скороход.

1. Согласны ли Вы с точкой зрения, что корпоративная социальная ответственность есть вымогание денег у бизнеса? Аргументируйте.

2. Как Вы думаете, действительно ли благотворительность «развращает» благополучателей, формируя потребительское отношение?

11. Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопросы.

Подчас население адресует бизнесу несбывшиеся надежды на государство, не понимая при этом, что просто власть в полном объеме не выполняет свои обязательства перед обществом. С другой стороны, представители властных структур социальные проблемы пытаются переложить на бизнес. «Нам часто письма присылают, денег просят, — говорит председатель совета директоров банка «Тинькофф. Кредитные системы» Олег Тиньков.

Как Вы думаете, должна ли быть у бизнеса социальная ответственность, кроме соблюдения законов и уплаты налогов? Да/нет, аргументируйте.

12. Основателю сети магазинов бытовой электроники "Мир" Александру Кабанову пишут ветераны, инвалиды, сироты и многодетные семьи. Просят подарить фотоаппараты, стиральные машины, видеомэгагнитофоны. По случаю Нового года, Дня защитника отечества, 8 Марта. «И просят, просят, просят. Батюшка, например, просит денег, чтобы организовать детский приют и т.д.». В компании стараются помогать тому, кто и вправду нуждается, но масштабной «социальной ответственности» не получается — разойтись не позволяют невысокая рентабельность на розничном рынке и отсутствие льгот при налогообложении благотворительных денег. «У нас есть сотрудники, они болеют, у них родственники умирают. Вот мы им помогаем»,- говорит А. Кабанов, «но, к сожалению всем помочь невозможно».

Как Вы понимаете, в чем принципиальная разница между благотворительностью и корпоративной социальной ответственностью?

13. Внутрикорпоративная благотворительная программа РОСБАНКА «Право помогать есть у каждого» представляет собой программу поддержки Банком частных пожертвований сотрудников. В рамках этого проекта сотрудники Банка имеют возможность самостоятельно определить, каким организациям они хотели бы перечислить часть своей зарплаты. Банк со своей стороны поддерживает подобные инициативы и удваивает эту сумму. Участие в подобной программе позволяет многим сотрудникам реализовать свою потребность помогать нуждающимся. В настоящее время в базе данных программы находится шесть проектов, которым сотрудники могут оказать финансовую помощь:

- Общество помощи аутичным детям «Добро»;
- Хоспис № 2 УЗ САО г. Москва;
- Региональный общественный фонд содействия охране здоровья детей «Здоровый ребенок»;
- Благотворительный фонд «Мир счастливого детства»;
- Региональная общественная организация инвалидов «Центр гуманитарных программ»;

- Всемирный фонд дикой природы (WWF). Проект был начат в конце декабря 2002 года и продолжается в настоящее время.

Определите, к какому виду социальных программ относится данная программа. Какие виды еще могут быть использованы банком? Какие задачи ставит руководство банка?

14. Проанализируйте представленную ситуацию и ответьте на вопросы.

Компания «Техностройметалл» производит агрегаты для производственных цехов металлургических компаний с 1989 года. Сергей Михайлов и его брат Игорь изобрели агрегат, который снижал отходы от производства примерно в 2 раза, и решили организовать компанию. С того момента бизнес братьев постепенно рос и развивался. Однако Сергей говорит: «Хотя мы весьма преуспеваем в экономическом плане, больше всего мы гордимся своими этическими ценностями. По сути, главное, что мы стараемся делать, — это продавать свои идеи». Речь идет об идеях, основанных на неизменном стремлении компании к социальной ответственности бизнеса. В технологическом процессе компании практически отсутствуют производственные отходы. Например, оставшийся лом идет либо в переплавку, либо как основа для строительства зданий, либо отдается «художникам», создающим произведения искусства из металлических деталей. Кроме того, Сергей делает упор на то, что используемое в производстве сырье должно быть экологически рациональным. Так, в компании используют только отечественное экологическое сырье и принципиально высоко держат контроль над вопросами экологии и безопасности производства. Кроме экологической составляющей бизнеса, в компании большое значение придается участию работников в управлении фирмой и в её жизни вообще (в особенности, что касается политики в области персонала). Работники получают премии (до 40% от основной зарплаты) за посещение различных корпоративных мероприятий (образовательных, спортивных, благотворительных). Компания также активно относится к проблеме найма многообразного персонала. Например, на производстве работают люди практически всех возрастных групп и различных национальностей. Благодаря своему подходу, основанному на социальной ответственности, компания была неоднократно отмечена различными наградами, однако это скорее мешало Сергею развивать свой бизнес, поскольку в его планах намечен выход на новые рынки и, с этой точки зрения, не разумно держать такой уровень социальной ответственности, так как это лишь увеличивает расходы.

Вопросы для анализа:

1. Стоит ли ради долгосрочной перспективы снизить уровень социальной ответственности и больше сосредоточиться на прибыли?
2. Говоря о социальной ответственности, как Вы думаете, компенсируют ли предприятия свой отрицательный вклад в экономику, экологию, социум или же скорее создают видимость?

15. Заработная плата всех работников компании «Ветер перемен» находится в определенной зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы. «Ветер перемен» своевременно оплачивает налоги, также делает отчисления в негосударственные социальные фонды по своей инициативе. Администрация данной компании ставит целью выход на новые рынки, улучшение качественных характеристик посредством материального стимулирования работников и расширение рабочего штата в ближайшей перспективе. Сотрудники компании очень дорожат своими рабочими местами при таких условиях работы.

Определите уровень корпоративной социальной ответственности данной компании. Что необходимо сделать руководству этой компании, чтобы подняться на новые уровни социальной ответственности?

16. Социальный кодекс ОАО «ЛУКОЙЛ» - объемный и детальный документ, который состоит из следующих разделов:

Часть 1. Корпоративные социальные гарантии работникам и неработающим пенсионерам• Социально ответственное регулирование вопросов труда, занятости и производственных отношений

- Качество условий труда и жизни работников и членов их семей
- Корпоративное социальное обеспечение и страхование
- Социальная поддержка инвалидов и неработающих пенсионеров

Часть 2. Социально ответственное участие компании в жизни общества

- Развитие монопроизводственных населенных пунктов
- Природоохранная деятельность• Развитие науки, образования, технологии и инноваций
- Сохранение национально-культурной самобытности
- Поддержка культуры и спорта• Благотворительная деятельность

Часть 3. Экономическая основа социальных инициатив

- Осуществление непрерывного контроля над социальными расходами
- Оптимизация содержания социальной инфраструктуры
- Повышение эффективности производства социальных услуг
- Реализация принципов совместного финансирования
- Умножение не материальных активов

Перечислите «плюсы» и «минусы» представленного социального кодекса. Интересы каких групп стейкхолдеров представлены слабо или не представлены вообще?

17. В теории социальной ответственности есть, конечно, рациональное зерно, иначе она не завоевывала бы сейчас мир. Только вот к попыткам оправдать бизнес и откупиться от общества оно отношения не имеет. Заботиться о сотрудниках, соблюдать экологические стандарты, инвестировать в инфраструктуру и развивать социальный маркетинг нужно ровно настолько, насколько это отвечает эгоистическим интересам бизнеса по извлечению прибыли — только тогда подобная деятельность не развратит ни сам бизнес, ни общество. Офтальмолог Игорь Медведев относится к своему ресторану не как к благотворительности, а как к коммерческому проекту. И как раз благодаря этому после посещения ресторана люди оставляют незрячим официантам сто долларовые чаевые. Они платят не за социальную ответственность, а за услугу — пребывание в полной темноте, новые ощущения и возможность соперничать. «Ресторан прибыльный со второго месяца»,— уверяет Игорь Медведев.

Как Вы думаете, должна ли быть у бизнеса социальная ответственность, кроме соблюдения законов и уплаты налогов? Да/нет, почему?

18. Анита Роддик создала экологический и этический бренд The Body Shop, наглядно показав, что социальная ответственность бизнеса прежде всего зависит от социальной ответственности потребителей его продукции. Если люди одобряют деятельность компании, они просто покупают ее товары, если не одобряют — покупают у конкурентов. Вот тут и наступает момент истины: готово ли общество за свои убеждения не попросить расстаться с рублем других, а вытащить его из своего кармана — или наоборот, не купить и поступиться привычным образом жизни. Так происходит социально ответственное голосование рублем и долларом, а не социально безответственное шантажирование делового мира. Вопросы для анализа:

Согласны ли Вы с точкой зрения, что корпоративная социальная ответственность есть вымогание денег у бизнеса? Аргументируйте.

19. Деловая репутация — комплексная характеристика компании, многогранная и сложная в идентификации, верификации и оценке. В создании деловой репутации прямо или косвенно участвует рынок — внешний фактор по отношению к фирме. Как известно, по

этой причине выделяют две составляющие деловой репутации: 1) внутреннюю, характеризующую конкретную компанию; 2) внешнюю, обусловленную рынком. Раскройте основные составляющие внутреннего имиджа.

20. Контролирующий акционер приобрел 80% акций дочерней за 500 тыс. дол. Стоимость чистых активов дочерней компании на момент приобретения составила 400 тыс. дол. Рассчитайте гудвилл пропорциональным методом.

21. Контролирующий акционер приобрел 80% акций дочерней за 500 тыс. дол. Стоимость чистых активов дочерней компании на момент приобретения составила 400 тыс. дол. ДНА (справедливая стоимость доли неконтролирующих акционеров) в дочерней компании составила 100 тыс. дол. Рассчитайте гудвилл полным методом.

22. Гудвилл на момент приобретения 60% акций дочерней компании составил 300 TUSD. На момент проверки на обесценение балансовая стоимость чистых активов составила 250 TUSD, возмещаемая стоимость – 700 TUSD. Рассчитайте результаты проверки на обесценение.

23. Контролирующий акционер владеет 80% акций дочерней компании. Чистые активы дочерней компании - 400 TUSD. Гудвилл, рассчитанный полным методом - 300 тыс. дол., в том числе 40 TUSD относится на ДНА (справедливая стоимость доли неконтролирующих акционеров). Возмещаемая стоимость дочерней компании – 500 TUSD. Рассчитайте убыток от обесценения.

24. Внутренняя КСО проявляется в отношениях собственников и руководства с работниками организации. При этом имеется в виду не только базовый уровень ответственности, определяемый законодательством, но и в большей степени дополнительный добровольный отклик организации на социальные проблемы, возникающие у ее работников.

В соответствии с таким пониманием к мерам внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести деятельность организации, осуществляемую в следующих направлениях:

- 1) меры социальной защиты сотрудников организации;
- 2) развитие человеческого капитала организации;
- 3) выявление и учет интересов работников организации при принятии важных управленческих решений;
- 4) проведение социально ответственной реструктуризации.

Приведите пример конкретных видов КСО по каждому направлению.

25. XIV съезд Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей), проходивший в г. Москве в ноябре 2004 г., одобрил _____ как одно из средств повышения его конкурентных преимуществ и предложил всем членам российского делового сообщества присоединиться к этому документу.

_____ — это:

- добровольная стратегическая инициатива бизнеса, основанная на понимании и признании представителями делового сообщества активной роли бизнеса в общественном развитии;

— система принципов, направлений и границ потенциального вклада компаний и бизнес-сообщества в целом в общественное развитие;

- свод основополагающих принципов ответственной деловой практики, которые применимы в повседневной деятельности любой организации, вне зависимости от профиля деятельности и формы собственности;
- предложение к обновлению содержания социального диалога с партнерами бизнес-сообщества: акционерами и инвесторами, властными структурами, объединениями работников, институтами гражданского общества;
- новый формат оценки совместного вклада бизнеса и его партнеров в устойчивое развитие страны, экономическое процветание и социальное благополучие.

О каком документе идет речь?

26. Процесс реализации КСО формируется на основе опыта взаимодействия государства, профсоюзов и корпораций в сфере отношений социальной ответственности. Она представляет собой объединение отдельных инициативных процедур взаимодействия корпораций в единую схему их целенаправленного поведения для осуществления проектов социальной ответственности. На начальном этапе этого процесса организуется специальный орган управления социальной ответственностью корпораций участников проекта, в состав которого включаются представители ее высшего менеджерского звена. Подготовка социального отчета выстраивается на основе результатов независимого исследования, определяется круг потенциально заинтересованных в диалоге сторон и формируется список «целевых аудиторий». Специалисты стремятся сделать его максимально репрезентативным, чтобы получить наиболее полное представление об отношении общества к различным аспектам деятельности корпораций участников проекта. К диалогу приглашаются представители органов власти и контролирующих структур, в том числе министерств (здравоохранения, финансов, труда и социального развития, промышленности и др.), а также региональных учреждений здравоохранения, образования, различных общественных организаций.

Что составляет правовую основу проектов социальной ответственности?

27. Французская сеть супермаркетов Intermarche и американская компания Chipotle в рамках своих КСО-инициатив решили вместе бороться с нерациональным использованием природных ресурсов на планете, выступив против увеличения объемов пищевых отходов с помощью кампании «Бесславные фрукты и овощи» (The Inglorious Fruit and Vegetable).

В рамках проекта была снята целая серия рекламных роликов, героями которых были фрукты и овощи с нестандартной формой — обычно такие товары портятся из-за того, что покупатели не обращают на них внимания. Но в рекламе речь шла о том, что вкус яблока или картофеля не зависит от его формы, а сеть магазинов предлагала приобрести подобные продукты со скидкой 30%. В результате в бакалейных отделах сети Intermarche существенно уменьшилось количество годных к употреблению продуктов, выбрасываемых из-за не слишком товарного вида. Аргументируйте позиции «за» и «против» КСО.

28. Компания LEGO является одним из мировых лидеров в сфере КСО. К примеру, огромные средства выделяются на поиск и создание экологически чистых материалов. Также LEGO Group занимается снижением воздействия производственных мощностей и продукции на окружающую среду, решением проблемы глобального изменения климата и сокращением выбросов за счет повышения энергоэффективности. Прогрессивное датское предприятие стремится к ответственной добыче и рациональному использованию природных ресурсов, а также к совершенствованию технологий управления отходами. Примечательно, что в компании LEGO считают необходимым делиться своими разработками в направлении ответственного производства, поскольку

этого требуют общечеловеческие проблемы и вызовы ближайшего будущего. Аргументируйте позиции «за» и «против» КСО.

29. Среди мировых автопроизводителей BMW AG по праву считается лидером по уровню реализации принципов корпоративной социальной ответственности — еще в 1973 году на производственных мощностях компании была введена должность Environmental Officer (сотрудника, следящего за соблюдением экологических норм).

Компания активно взаимодействует не только со своими потребителями, но и с обществом в целом: специалисты BMW создают образовательные программы, повышающие уровень осведомленности о социальных и экологических угрозах, вопросах безопасности дорожного движения, проблемах лечения ВИЧ-позитивных пациентов. Активное взаимодействие с подрастающим поколением, внимательное отношение к проблемам защиты окружающей среды и прозрачное управление сделали BMW одной из самых уважаемых и успешных автомобильных компаний современности. Аргументируйте позиции «за» и «против» КСО.

30. В компании ХХХ особое внимание уделяется корпоративной социальной ответственности, которая включает социальный пакет, меры по обеспечению защиты жизни и здоровья работников, а также оказание помощи работникам в критических ситуациях; поддержание достойной заработной платы — стабильной и при этом социально значимой, обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации, что повышает конкурентоспособность работников.

Какой направленности КСО уделено больше внимания в организации?

20. В результате благоприятных факторов объем продаж организации ХХХ увеличился на 15750 тыс. руб. При условии, что доля прибыли от продаж в денежной выручке составляет 12%, прирост прибыли от продаж составит _____ тыс. руб. (укажите значение (с точностью до целых)).

31. В компании ХХХ на 1 руб. денежной выручки приходится в среднем 0,14 руб. расходов на оплату труда. При объеме денежной выручки 119250 тыс. руб. размер оплаты труда работников составил _____ тыс. руб. (укажите значение (с точностью до целых)).

32. Контролирующий акционер приобрел 80% акций дочерней компании за 500 тыс. дол. Стоимость чистых активов дочерней компании на момент приобретения составила 400 тыс. дол.

Рассчитайте гудвилл пропорциональным методом (введите число (с точностью до целых)). В каких случаях возникает положительный гудвилл?

33. В компании «Форум» КСО интегрирована в деятельность корпорации на совершенно разных уровнях и в разных объемах - на уровне философии (миссия, кодекс делового поведения), кроме этого, компания создала собственную дополнительную систему мотивации персонала в виде так называемого компенсационного или социального пакета. Раскройте содержание данного понятия.

34. В компании «Форум» КСО интегрирована в деятельность корпорации на совершенно разных уровнях и в разных объемах - на уровне философии (миссия, кодекс делового поведения), кроме этого, компания создала собственную дополнительную систему мотивации персонала в виде так называемого компенсационного или социального пакета. Какими причинами объясняется актуальность подобной компенсационной формы внутренней социальной ответственности предприятия по отношению к персоналу?

35. В компании ХХХ корпоративная социальная ответственность тесно связана с бизнес-деятельностью организации. Корпоративная социальная деятельность включает выполнение следующих обязательств: своевременную оплату налогов, выплату заработной платы, по возможности — предоставление новых рабочих мест, повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы, а также благотворительную деятельность. Определите уровень КСО в организации и возможности, которые дает КСО.

36. В 2012 году корпоративную социальную ответственность российских компаний впервые измерили рейтингом. О присвоении первых национальных рейтингов КСО объявило на пресс-конференции 17 сентября. В 2012 году рейтинг корпоративной социальной ответственности присвоен следующим компаниям:

- ОАО «Ингосстрах»: рейтинг «AAA(s)»
- Группа компаний «Новард»: рейтинг «AAA(s)»
- ОАО «АК «Трансаэро»: рейтинг «AAA(s)»
- ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»: рейтинг «AA(s)»
- ОАО «МТС»: рейтинг «AA(s)»
- ОАО «Ростелеком»: рейтинг «AA(s)»
- ОАО «РусГидро»: рейтинг «AA(s)»
- ОАО «ОТП Банк»: рейтинг «A(s)»
- Инвестиционно-строительная компания «ТЕКТА GROUP»: рейтинг «A(s)»

Опишите процесс оценки и присвоения рейтинга. Чем характеризуется каждый из трех уровней: AAA(s), AA(s), A(s)? Какие выгоды получает компания принимающая участие в рейтинге?

Пример экзаменационного билета по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» представлен в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

4 Типовые задания к практическим занятиям Вопросы для собеседования

Тема 3 Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности

1. Почему образование является объектом внутренней социальной ответственности?
2. Какую роль играет интеллектуальный потенциал организации в реализации внутренней социальной ответственности?
3. Как осуществляется управление знаниями в организации и как при этом реализуется внутренняя КСО?
4. В какой мере и каким образом зависит внутренняя КСО от сложившегося в организации коллективного мышления?
5. Какие изменения интеллектуального потенциала, образовательного уровня и мышления определяют внутреннюю социальную ответственность?
6. Какие направления деятельности организации можно отнести к внутренней КСО?
7. Как осуществляется анализ результатов реализации внутренней корпоративной социальной ответственности?
8. Какие конкретные виды КСО:
 - относятся к мерам социальной защиты сотрудников?
 - относятся к развитию человеческого капитала организации?
 - относятся к такому направлению деятельности, как учет интересов работников при принятии важных управленческих решений?
 - включает социально ответственная реструктуризация?
9. Какой должна быть связь внутренней КСО с миссией, целями и стратегией организации?

10. Что включает «социальный бюджет» организации?
11. Раскройте содержание понятия «корпоративный кодекс».
12. Каковы основные тенденции развития социальной ответственности в организациях?

Тематика рефератов

Тема 5 Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации

1. Влияние социально ответственного поведения организации на показатели ее деятельности.
2. Корпоративная социальная ответственность как элемент антикризисной стратегии организации.
3. Разнообразие типов социальной ответственности.
4. Деловая репутация как результат корпоративной социальной ответственности организации.

5 Типовые задания к интерактивным занятиям

Задания к лекционному занятию

Тема 6. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации

Вопросы для дискуссии

Первая точка зрения. До недавнего времени доминировало представление о том, что главная задача менеджмента — это извлечение максимальной прибыли для акционеров компании. Социально ответственное поведение не имеет большого значения для устойчивого процветания фирмы.

Вторая точка зрения. Хотя политика КСО и не направлена напрямую на получение прибыли, ее последовательная реализация чаще всего является основой формирования определенных конкурентных преимуществ. Аргументы в поддержку КСО сегодня носят не столько этический, сколько прагматический характер, воспринимая КСО в виде фактора коммерческого успеха, а порой и основополагающего принципа деятельности субъекта, соблюдение которого позволит повысить степень конкурентоспособности. Бизнес должен рассматривать социальную ответственность как часть долгосрочной стратегии, следование которой позволит укрепить конкурентные позиции, а отказ от такого поведения повлечет потерю конкурентных преимуществ. Таким образом, КСО лежит в основе конкурентных преимуществ компании.

Задания к практическому занятию

Задания для анализа деловых ситуаций на основе кейс-метода

Тема 1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности

Задание 1

Проанализируйте представленную ситуацию и ответьте на вопросы.

«Просят, просят, просят»

Подчас население адресует бизнесу несбывшиеся надежды на государство, не понимая при этом, что просто власть в полном объеме не выполняет свои обязательства перед обществом. С другой стороны, представители властных структур социальные проблемы пытаются переложить на бизнес. «Нам часто письма присылают, денег просят,— говорит председатель совета директоров банка «Тинькофф. Кредитные системы» Олег Тиньков. Основателю сети магазинов бытовой электроники "Мир" Александру Кабанову пишут ветераны, инвалиды, сироты и многодетные семьи.

Просят подарить фотоаппараты, стиральные машины, видеомагнитофоны. По случаю Нового года, Дня защитника отечества, 8 Марта. «И просят, просят, просят. Батюшка, например, просит денег, чтобы организовать детский приют и т.д.». В компании стараются помогать тому, кто и вправду нуждается, но масштабной «социальной ответственности» не получается — разойтись не позволяют невысокая рентабельность на розничном рынке и отсутствие льгот при налогообложении благотворительных денег. «У нас есть сотрудники, они болеют, у них родственники умирают. Вот мы им помогаем»,— говорит А. Кабанов, но, к сожалению всем помочь невозможно.

1. Согласны ли Вы с точкой зрения, что корпоративная социальная ответственность есть требование денег у бизнеса? Аргументируйте.

2. Как Вы думаете, действительно ли благотворительность «развращает» благополучателей, формируя потребительское отношение?

3. Должна ли быть у бизнеса социальная ответственность, кроме соблюдения законов и уплаты налогов? Да/нет, почему?

4. Как Вы понимаете, в чем принципиальная разница между благотворительностью и корпоративной социальной ответственностью?

Тематика эссе

Тема 4 Специфика внешней корпоративной социальной ответственности

1. Социально реагирующая компания: хорошо или плохо для общества?
2. Корпоративное волонтерство в России и за рубежом: современный взгляд
3. Благотворительная деятельность бизнеса в области поддержки культуры: возможности и перспективы.
4. Особенности поддержки культуры в США, в Великобритании, во Франции: сравнительный анализ.

Вопросы для собеседования по мультимедийной лекции

Тема 5. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации

1. В каких факторах проявляется устойчивое развитие организации? Какую роль играет КСО в обеспечении устойчивого развития организации?
2. Каковы международные принципы обеспечения устойчивого развития организации?
3. Дайте определение деловой репутации. Сравните термины «деловая репутация» и «имидж».
4. Определите процесс управления деловой репутацией и влияние на него корпоративного имиджа.
5. Назовите подходы к определению и оценке деловой репутации и гудвилла. В чем их сходства и различия?
6. Раскройте значение понятий «положительная» и «отрицательная» деловая репутация. По каким направлениям происходит оценка содержания понятия деловой репутации?
7. Охарактеризуйте внутренние и внешние составляющие деловой репутации.
8. Когда возникает экономическая опасность для компании?
9. Охарактеризуйте роль КСО в условиях различных кризисов. Охарактеризуйте риск возникновения кризиса в зависимости от уровня КСО.
10. В чем заключается ключевое отличие реагирующей КСО от стратегической ?
11. Перечислите уровни КСО в соответствии с моделью, предложенной Х. Джонсоном.

6 Тесты для контроля знаний

1. Выберите правильный ответ

Фактором ограничения социальной ответственности организации может выступать:

- а) диверсификация бизнеса
- б) подготовка трудовых ресурсов
- в) финансирование непрофильных направлений бизнеса
- г) обучение и повышение компетентностей персонала

2. Выберите правильный ответ

К мерам внутренней социальной ответственности бизнеса не относятся:

- а) меры социальной защиты сотрудников
- б) проведение социально ответственной реструктуризации
- в) взаимодействие с работниками как основными стейкхолдерами компании
- г) гранты и льготные займы

3. Выберите правильный ответ (укажите не менее 2-х вариантов ответа)

Позитивное влияние КСО на стратегическое сотрудничество с деловыми партнерами проявляется:

- а) в наличии прочных связей и отношений между организациями на основе социально ответственного поведения
- б) в критическом отношении стейкхолдеров и потребителей
- в) в доверии между партнерами
- г) в соблюдении этических норм

4. Установите соответствие

- | | |
|---|--|
| а) корпоративная социальная ответственность | 1) это форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных программ, направленных на снижение социального напряжения в регионе присутствия компании и повышение уровня жизни различных слоев общества |
| б) благотворительность | 2) оказание бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) помощи тем, кто в этом нуждается |
| в) социальные инвестиции | 3) социальные гарантии — это социально-экономические нормативы, гарантирующие населению признанный обществом уровень потребления, то есть обеспечивающие минимальный стандарт уровня жизни в соответствии с возможностями экономики |
| г) социальные гарантии | 4) это одно из важнейших направлений социальной политики государства, заключающееся в установлении и поддержании общественно необходимого материального и социального положения всех членов общества
5) это, во-первых, выполнение организациями социальных обязательств, предписываемых законом, и готовность неукоснительно нести соответствующие обязательные расходы. Во-вторых, это готовность добровольно нести необязательные расходы на социальные нужды сверх пределов, установленных налоговым, трудовым, экологическим и иным законодательством, исходя не из требований закона, а по моральным, этическим соображениям. |

5. Выберите правильный ответ

В компании ХХХ корпоративная социальная ответственность тесно связана с бизнес-деятельностью организации. Корпоративная социальная деятельность включает выполнение следующих обязательств: своевременную оплату налогов, выплату заработной платы, по возможности — предоставление новых рабочих мест, повышение

уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы, а также благотворительную деятельность. В результате благоприятных факторов объем продаж организации увеличился на 15750 тыс. руб. При условии, что доля прибыли от продаж в денежной выручке составляет 12%, прирост прибыли от продаж составит _____ тыс. руб.

- а) 189
- б) 1890
- в) 2500
- г) 2000

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» представлены в нормативно-методических документах:

Положение об интерактивных формах обучения (<http://www.rea.ru>)

Положение об организации самостоятельной работы студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение об учебно-исследовательской работе студентов (<http://www.rea.ru>)

Организация деятельности студента по видам учебных занятий, работам по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» представлена в таблице 6:

Таблица 6

Вид учебных занятий, работ	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, формулировки, обобщения, выводы. Отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание опорным понятиям, выделяемым преподавателем.
Практические (семинарские) занятия	Проработка рабочей программы, с концентрацией внимания на целях, задачах, структуре и содержании дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение индивидуальных, расчетно-графических заданий, решение задач, тестовых заданий.
Работа с литературой	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам. Выполнение индивидуальных заданий.
Задания для анализа	Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода. Изложение

деловых ситуаций на основе кейс-метода	собственных суждений по конкретной ситуации. Анализ и сопоставление различных путей решения проблемы. Аргументация собственной точки зрения по проблеме, привлечение примеров, личного опыта.
Вопросы для собеседования	Работа с конспектом лекций, с учебным материалом по теме дисциплины, подготовка ответов к вопросам для собеседования, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.
Вопросы для собеседования по материалам мультимедиа-лекции	Работа с материалом мультимедиа-лекции по теме дисциплины, подготовка ответов к вопросам для собеседования по материалам мультимедиа-лекции, просмотр рекомендуемой литературы.
Реферат	Изучение требований к содержанию, структуре и оформлению реферата. Поиск литературы и составление библиографии, использование не менее 7 учебных, учебно-методических и научных работ. Структурирование информации, систематизация и изложение мнений различных авторов и собственных суждений по выбранному вопросу. Анализ и сопоставление основных аспектов проблемы.
Эссе	Сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному вопросу. Включение самостоятельного творческого мышления и изложение собственных умозаключений. Выделение причинно-следственных взаимосвязей, привлечение примеров, аргументация выводов. Представление нового авторского видения поставленной проблемы.

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом, таблица 7.

Таблица 7

Для студентов очной формы обучения

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен)	40
Итого	100

Критерии оценки заданий текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре

1) Расчет баллов по результатам текущего контроля для студентов очной формы обучения, таблица 8

Таблица 8

Форма контрол	Наименование раздела (темы), выносимых на контроль	Форма проведения контроля	Количество баллов,
---------------	--	---------------------------	--------------------

я			максимально
Текущий контроль	Раздел 1. Темы 1,2. Раздел 2. Темы 3-7.	собеседование	5
	Раздел 1. Темы 1,2. Раздел 2. Темы 3-5	реферат	2
	Раздел 1. Тема 1. Раздел 2. Темы 3-7.	эссе	4
	Раздел 1. Темы 1,2. Раздел 2. Темы 3-4.	анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода	4
	Раздел 2. Тема 5,7.	собеседование по материалам мультимедиа-лекции	3
	Раздел 1. Тема 2. Раздел 2. Тема 7.	тест	2
Всего			20

2) Критерии оценки курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» учебным планом не предусмотрена.

3) Критерии оценки заданий к практическим занятиям

Ответы на вопросы для собеседования – 1 балл:

1 балл - выставляется студенту, если студент свободно отвечает на вопросы, показывает глубокое знание темы, проявляет глубокие знания и навыки, аналитические способности, аргументирует собственное мнение, демонстрирует зрелость суждений, самостоятельное мышление, высокий уровень сформированности компетенций;

0,5 балла - выставляется студенту, если студент проявляет достаточный уровень знаний, навыков и компетенций, но допускает некоторые неточности, отсутствует достаточная глубина и зрелость суждений;

0,3 балла - выставляется студенту, если студент отвечает недостаточно глубоко и самостоятельно, может ответить лишь на некоторые вопросы темы, уровень знаний и сформированности компетенций невысокий, либо отсутствует конкретность, ясность и четкость ответа.

0 баллов - студент отвечает неуверенно, поверхностно и бессистемно, допускает неточности и ошибки, проявляет недостаточный уровень знаний и компетенций, отсутствует усвоение материала по заданной теме.

Подготовка рефератов - 1 балл:

1 балл - выставляется студенту, если реферат глубоко и полно раскрывает основные положения рассматриваемой темы, демонстрирует творческое мышление, отражает самостоятельное изучение и систематизацию литературных источников, содержит элементы научного исследования;

0,5 балла - выставляется студенту, если реферат раскрывает основные положения рассматриваемой темы, демонстрирует навыки самостоятельного изучения и систематизации литературных источников, но имеет отдельные погрешности;

0,3 балла - выставляется студенту, если реферат в целом раскрывает суть проблемы, но содержание недостаточно самостоятельное, отдельные вопросы изложены поверхностно.

0 баллов - выставляется студенту, если реферат не раскрывает суть проблемы, отсутствует конкретность, ясность и четкость изложения, содержание не отражает усвоение материала по заданной теме.

Тестовые задания - 1 балл:

1 балл - выставляется студенту, если наблюдается от 100 до 90% правильно выполненных заданий;

0,5 балла - выставляется студенту, если наблюдается от 89 до 70% правильно выполненных заданий;

0,3 балла - выставляется студенту, если наблюдается от 69 до 50% правильно выполненных заданий.

0 баллов - выставляется студенту, если правильные ответы составляют менее 50%.

4) Критерии оценки заданий к интерактивным занятиям

Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода - 1 балл:

1 балл - выставляется студенту, - студент проявляет глубокие знания и навыки, аналитические способности, творческий подход, аргументирует собственное мнение, демонстрирует зрелость суждений, самостоятельное мышление, высокий уровень сформированности компетенций;

0,5 балла - выставляется студенту, студент проявляет достаточный уровень знаний, навыков и компетенций, демонстрирует самостоятельность, но допускает некоторые неточности, отсутствует достаточная глубина и зрелость суждений;

0,3 балла - выставляется студенту, студент отвечает недостаточно глубоко и самостоятельно, уровень знаний и сформированности компетенций не высокий, либо отсутствует конкретность, ясность и четкость ответа.

0 баллов - студент отвечает неуверенно, поверхностно и бессистемно, допускает неточности и ошибки, проявляет недостаточный уровень знаний и компетенций, отсутствует усвоение материала по заданной теме.

Обсуждение эссе - 2 балла:

2 балла - выставляется студенту, если эссе содержит самостоятельное видение проблемы, авторские суждения, демонстрирует творческое мышление, отражает аргументированное мнение автора, основанное на проработке материала по заданной теме;

1 балл - если эссе достаточно полно раскрывает суть проблемы, но позиция автора выражена не в полной мере глубоко и аргументировано;

0,5 балла - выставляется студенту, если эссе в целом раскрывает суть проблемы, но содержание поверхностное, слабо структурированное, нарушена логика изложения, либо мнение автора недостаточно самостоятельное или аргументированное.

0 баллов - выставляется студенту, если эссе не раскрывает суть проблемы, отсутствует конкретность, ясность и четкость изложения, либо не содержит авторских умозаключений и не отражает усвоение материала по поставленной проблеме.

Ответы на вопросы для собеседования по мультимедиа-лекции – 3 балла:

3 балла - выставляется студенту, если студент свободно отвечает на вопросы, показывает глубокое знание темы; активно участвует в обсуждении мультимедиа-лекции;

2 балла - выставляется студенту, если ответ дан на достаточно высоком уровне, но допускаются отдельные ошибки, ответ недостаточно полный;

1 балл - выставляется студенту, если допущено до 4 фактических ошибок, уровень недостаточно высок; студент может ответить лишь на некоторые вопросы темы по материалам мультимедиа-лекции.

0 баллов - студент отвечает неуверенно, поверхностно и бессистемно, допускает неточности и ошибки, проявляет недостаточный уровень знаний и компетенций, отсутствует усвоение материала по заданной теме.

Критерии оценки творческого рейтинга

Распределение баллов осуществляется по решению кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляется в виде следующей таблицы 9

Таблица 9

Вид работы по разделу (теме) дисциплины	Количество баллов, максимально
Разработка презентации по теме дисциплины	5
Участие в конференции с докладом по теме дисциплины	5
Опубликование статьи по теме дисциплины в сборнике или журнале	10
Итого	20

Критерии оценки промежуточной аттестации

Экзамен по результатам изучения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» проводится по экзаменационным билетам, включающим два теоретических вопроса и 1 практическое задание, и соответствует 40 баллам. Оценка по результатам экзамена выставляется по следующим критериям:

- правильный ответ на первый вопрос – **12 баллов**;
- правильный ответ на второй вопрос - **12 баллов**;
- правильный ответ на практическое задание – **16 баллов**.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в течение семестра. Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«отлично»	ОПК-2	Знает верно и в полном объеме: эволюцию, концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; принципы корпоративного саморегулирования; основные направления и элементы социальной политики; элементы эффективной системы управления КСО; степень ответственности с позиции социальной значимости принимаемых решений Умеет верно и в полном объеме: анализировать виды и формы внутренней социальной ответственности; осуществлять диагностику корпоративных социальных программ; выявлять роль КСО в обеспечении устойчивого развития организации, анализировать процесс управления деловой репутацией и определять влияние на него корпоративного имиджа, предвидеть последствия организационно-управленческих решений и действий с позиции их социальной значимости

			<p>Владеет навыками верно и в полном объеме: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей</p>
		ПК-17	<p>Знает верно и в полном объеме: методику оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, составляющие концепции КСО, оказывающие влияние на устойчивость развития; подходы к оценке деловой репутации и гудвилла; принципы формирования бизнес-моделей с учетом новых рыночных возможностей</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: анализировать различные модели взаимодействия бизнеса и общества; определять экономические, правовые, этические и социальные виды ответственности бизнеса; анализировать и совершенствовать программы формирования конкурентных преимуществ предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса</p> <p>Владеет навыками верно и в полном объеме: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей</p>
70 – 84 баллов	«хорошо»	ОПК-2	<p>Знает с незначительными замечаниями: эволюцию, концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; принципы корпоративного саморегулирования; основные направления и элементы социальной политики; элементы эффективной системы управления КСО; степень ответственности с позиции социальной значимости принимаемых решений</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: анализировать виды и формы внутренней социальной ответственности; осуществлять диагностику корпоративных социальных программ; выявлять роль КСО в обеспечении устойчивого развития организации, анализировать процесс управления деловой репутацией и определять влияние на него</p>

			<p>корпоративного имиджа, предвидеть последствия организационно-управленческих решений и действий с позиции их социальной значимости</p> <p>Владеет навыками с незначительными замечаниями: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей</p>
		ПК-17	<p>Знает с незначительными замечаниями: методику оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, составляющие концепции КСО, оказывающие влияние на устойчивость развития; подходы к оценке деловой репутации и гудвилла; принципы формирования бизнес-моделей с учетом новых рыночных возможностей</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: анализировать различные модели взаимодействия бизнеса и общества; определять экономические, правовые, этические и социальные виды ответственности бизнеса; анализировать и совершенствовать программы формирования конкурентных преимуществ предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса</p> <p>Владеет навыками с незначительными замечаниями: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей</p>
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ОПК-2	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: эволюцию, концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; принципы корпоративного саморегулирования; основные направления и элементы социальной политики; элементы эффективной системы управления КСО; степень ответственности с позиции социальной значимости принимаемых решений</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: анализировать виды и формы внутренней социальной ответственности; осуществлять диагностику корпоративных социальных программ; выявлять роль КСО в обеспечении</p>

			<p>устойчивого развития организации, анализировать процесс управления деловой репутацией и определять влияние на него корпоративного имиджа, предвидеть последствия организационно-управленческих решений и действий с позиции их социальной значимости</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей</p>
		ПК-17	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: методику оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, составляющие концепции КСО, оказывающие влияние на устойчивость развития; подходы к оценке деловой репутации и гудвилла; принципы формирования бизнес-моделей с учетом новых рыночных возможностей</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: анализировать различные модели взаимодействия бизнеса и общества; определять экономические, правовые, этические и социальные виды ответственности бизнеса; анализировать и совершенствовать программы формирования конкурентных преимуществ предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей</p>
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ОПК-2	<p>Не знает на базовом уровне: эволюцию, концепции и подходы к корпоративной социальной ответственности; принципы корпоративного саморегулирования; основные направления и элементы социальной политики; элементы эффективной системы управления КСО; степень ответственности с позиции социальной значимости принимаемых решений</p> <p>Не умеет на базовом уровне: анализировать виды и формы внутренней социальной ответственности; осуществлять диагностику корпоративных социальных программ; выявлять роль КСО в обеспечении устойчивого</p>


			<p>развития организации, анализировать процесс управления деловой репутацией и определять влияние на него корпоративного имиджа, предвидеть последствия организационно-управленческих решений и действий с позиции их социальной значимости</p> <p>Не владеет на базовом уровне: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей</p>
		ПК-17	<p>Не знает на базовом уровне: методику оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, составляющие концепции КСО, оказывающие влияние на устойчивость развития; подходы к оценке деловой репутации и гудвилла; принципы формирования бизнес-моделей с учетом новых рыночных возможностей</p> <p>Не умеет на базовом уровне: анализировать различные модели взаимодействия бизнеса и общества; определять экономические, правовые, этические и социальные виды ответственности бизнеса; анализировать и совершенствовать программы формирования конкурентных преимуществ предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса</p> <p>Не владеет на базовом уровне: навыками формирования конкурентных преимуществ организации, в основе которых лежит КСО; навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в ресторанно-гостиничном бизнесе, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей</p>

Оценка «неудовлетворительно» ставится также в случаях, если студент не приступал к выполнению задания, списывал, фальсифицировал данные и результаты работы. Результирующая оценка по итогам текущего контроля рассчитывается как сумма взвешенных оценок, полученных по итогам выполнения всех заданий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. Рабочая программа дисциплины с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры экономики и управления протокол № 7 от 27.02.2020 г.

Заведующий кафедрой

 И.В. Балашова

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова протокол № 7 от 19.03.2020 г.

Председатель



Т.Л. Авагян

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова протокол № 11 от 26.03.2020 г.

Председатель



А.В. Петровская

Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Карта обеспеченности дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

Кафедра экономики и управления
 ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
 Направленность (профиль) программы «Менеджмент на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса»
 Уровень подготовки бакалавриат

№ п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Количество печатных экземпляров (шт.)	Наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС	Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1(при наличии в ЭБС) или =(столбец4/столбец7) (при отсутствии в ЭБС)
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1	Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие / Беляева Ж.С., - 2-е изд.	М.: Флинта, 2018. - 116 с.: ISBN 978-5-9765-3559-6 - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=966425	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Корпоративный менеджмент / Орехов С.А., Селезнев В.А., - 4-е изд.	М.: Дашков и К, 2017. - 440 с.: ISBN 978-5-394-02744-4 - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=415590	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	Корпоративное управление: учебник / А.Ю. Рыманов, И.Ю. Бочарова. - 2-е изд., перераб. и доп.	М.: ИНФРА-М, 2018. - 395 с. - (Высшее образование: Бакалавриат): ISBN 978-5-16-012843-6- www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5914092cd70b93.23119693 . - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=952121	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
Всего				3			1
Дополнительная литература							

1	2	3	4	5	6	7	8
1	Социальная ответственность бизнеса: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: монография / Е.Д. Копытова; под. науч. рук. Т.В. Усковой	Вологда: ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017. - 174 с. - ISBN 978-5-93299-389-7. – Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=1019473	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 376 с. - ISBN 978-5-394-02437-5 - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=514171	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	Каким может быть социальное партнерство в России: Монография / Мысляева И.Н.	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 48 с.: ISBN 978-5-16-105736-0 (online) - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=899757	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
4	Корпоративное управление: Учебник / В.М. Распопов, В.В. Распопов	М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 352 с.: ISBN 978-5-9776-0328-7- Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=472347	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
5	Социальная политика: Учебное пособие / Е.П. Тавокин	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 157 с.: ISBN 978-5-16-006151-1- Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=366443	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
Всего				5			1

Преподаватель


 И.Ю. Лопатина

Зав. кафедрой

 И.В. Балашова

СОГЛАСОВАНО

Библиотекарь

 Н.И. Криво

Образец оформления экзаменационного билета

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ
Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра экономики и управления

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) «Менеджмент на
предприятиях ресторанно-гостиничного
бизнеса»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»

1. Понятие и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.
2. Стандарт верификации AA1000.
3. Практическое задание.

Прокомментируйте подход к созданию положительного имиджа, использованный организацией. Какого рода преимущества получила компания (например, в продвижении товара на рынок, в увеличении продажи товаров и т.д.)?

Компания Nike

Американские подростки стали совершать преступления, чтобы достать денег на кроссовки Nike. Хотя сама компания не была в этом виновата, Nike приняла эту беду близко к сердцу и инициировала партнерство с Boys Clubs of America (BCA). В ходе их совместной кампании Nike жертвовала организации BCA по 1 тыс. дол. за каждое очко, добытое Майклом Джорданом в игре всех звезд NBA. Деньги пошли на финансирование антикриминальных молодежных программ в городах Америки.

Преподаватель, к.э.н., доцент

И.Ю. Лопатина

(подпись)

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

И. В. Балашова

(подпись)

Утверждено на заседании кафедры от _____, протокол № _____