

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 20.09.2024 13:05:37  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ad01na

Приложение 3  
к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент  
направленность (профиль) программы Менеджмент на  
предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма

**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

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра корпоративного и государственного управления

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.О.15 КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ**  
**ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

**Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль) программы: Менеджмент на предприятиях  
ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма**

**Уровень высшего образования: Бакалавриат**

**Год начала подготовки 2024**

**Краснодар – 2023 г.**

Составитель:

к.э.н., доцент кафедры корпоративного и государственного управления  
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова И.Ю. Лопатина

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры корпоративного и  
государственного управления

протокол №7/1 от 10.03.2023 г.

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ</b> .....	<b>4</b>
Цель и задачи освоения дисциплины .....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы .....	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине .....	5
<b>II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>6</b>
<b>III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>17</b>
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	17
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ .....	17
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ .....	17
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ .....	18
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ .....	18
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	18
<b>IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>19</b>
<b>V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ</b> .....	<b>19</b>
<b>VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</b> .....	<b>20</b>
<b>АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>28</b>

# I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## Цель и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является овладение современными концепциями управления компанией с позиции социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности компании; способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; способность разрабатывать организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости.

Задачи дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»:

- 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 развития и управления корпоративной социальной ответственностью;
- приобретение базовых навыков в области разработки организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

## Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	<b>3 ЗЕТ</b>	
Объем дисциплины в акад. часах	<b>108</b>	
Промежуточная аттестация: форма	<i>Зачет</i>	<i>Зачет</i>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:</b>	30	26
1. Контактная работа на проведение занятий лекционного и семинарского типов, всего часов, в том числе:	28	24
• лекции	<i>12</i>	<i>10</i>
• практические занятия	<i>16</i>	<i>14</i>
• лабораторные занятия	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-

2. Индивидуальные консультации (ИК) <i>(заполняется при наличии по дисциплине курсовых работ/проектов)</i>	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	2	2
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	-	-
<b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>	78	82
в том числе:		
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк) <i>(заполняется при наличии экзамена по дисциплине)</i>	-	-
• самостоятельная работа в семестре (СРС)	78	82
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу <i>(заполняется при наличии по дисциплине курсовых работ/проектов)</i>	-	-
изучение ЭОР	-	-
изучение онлайн-курса или его части	-	-
выполнение индивидуального проекта	-	-
и другие виды, в т.ч. подготовка эссе	78	82

## Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

<b>Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)</b>	<b>Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)</b>	<b>Результаты обучения (знания, умения)</b>
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы	УК-6.1. У-1. <b>Умеет</b> эффективно организовывать и структурировать свое время
		УК-6.1. У-2. <b>Умеет</b> критически оценить эффективность использования временных и других ресурсов при решении профессиональных задач
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-3.2. Разрабатывает организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости	ОПК-3.2 3-1. <b>Знает:</b> подходы к разработке и обоснованию организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости
		ОПК-3.2 У-1. <b>Умеет:</b> оценивать социальную значимость предлагаемых организационно-управленческих решений

## II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для обучающихся очной формы обучения

Таблица 3.1

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катг	Всего					
Семестр 2												
1.	Тема 1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность (КСО): понятие, концепции, цели и элементы. КСО и рыночная экономика. Основные этапы эволюции КСО и исторические предпосылки возникновения. Благотворительность и меценатство. Социальная рыночная экономика. Неoliberalизм и КСО. КСО в условиях глобализации. Корпоративное гражданство. Концепция «корпоративного эгоизма» (М. Фридман), «компания собственников». Концепция корпоративного альтруизма, «компания участников». Концепция «общих ценностей» (М. Портер, М. Крамер). Критика КСО. Треугольник «капитал-труд-природа».	2	2	-	-	10	14	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	Гр.д.	-	-

2.	<p>Тема 2. Практические подходы к корпоративной социальной ответственности: мировой и отечественный опыт.</p> <p>Общемировые тенденции развития КСО. Национальные и региональные особенности КСО. Эволюция КСО в США. Европейская модель КСО. Особенности КСО в странах Азии. Особенности и основные этапы развития КСО в России.</p>	2	2	-	-	<b>10</b>	14	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	-	К.	Э.
3.	<p>Тема 3. Регулирование корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Виды регулирования КСО: международное, государственное, общественное. Роль государства в развитии и поддержании КСО (правовое регулирование, налоговая политика, институциональная политика, экологическая политика, политика защиты прав потребителей, политика в отношении рекламы). Международные организации (ООН, МОТ, Европейский союз, ОЭСР, Международная торговая палата) и их взаимодействие с международными корпорациями в области КСО.</p> <p>Международные стандарты в области КСО (AccountAbility 1000, ISO 26000, ISO 14000, Social Accountability 8000). Общественное регулирование КСО компаний.</p>	2	2	-	-	<b>10</b>	14	УК -6.1.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2	Гр.д.	К.	Э.

4.	<p>Тема 4. Управление корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Пирамида А. Кэррола. Направления КСО: благотворительность, внутреннее КСО (социально-трудовые отношения), внешнее КСО (потребители, партнеры, конкуренты), экология. Концепция управления КСО с позиции заинтересованных сторон (стейкхолдеров). Интересы стейкхолдеров. Типы стейкхолдеров и взаимодействие с ними. Методология идентификация позиции стейкхолдеров Р. Митчелла. Управление КСО через призму концепции «общих ценностей» (М. Портер, М. Крамер). Инструменты управления КСО.</p>	2	4	-	-	<b>10</b>	16	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	-	К/р	Ин.п.
----	--	---	---	---	---	-----------	----	----------------------	---	---	-----	-------



5.	<p>Тема 5. Внутренняя КСО.  Социально-трудовые отношения и КСО.  Проблематичность гармонизации интересов труда и капитала.  Международное и российское трудовое законодательство и его инфорсмент.  Базовые конвенции МОТ о трудовых стандартах (81, 87, 95, 98, 105, 111, 100, 138, 131, 144, 182), Декларация МОТ об основополагающих принципах и правах на производстве, Трехсторонняя декларация принципов, касающихся многонациональных корпораций и социальной политики. Трудовой кодекс РФ и пробелы его регулирования.  Понятие социальной политики компании.  Социальная политика по отношению к различным категориям работающих в зависимости от типа трудовых отношений («гибкая фирма»).</p> <p>Этическая ответственность бизнеса за уровень жизни общества. Проблема эксплуатации. Корпоративное саморегулирование. Кодексы этики.  Основные положения, аспекты составления, недостатки, структура и форма кодексов этики. Коллективный договор как инструмент реализации КСО.  Профсоюзы и КСО. Социальные программы. Уровень социальной защищенности работника. Неустойчивая занятость и КСО.</p>	2	2	-	-	10	14	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	Гр.д.	-	Э.
----	--	---	---	---	---	----	----	----------------------	---	-------	---	----

6.	<p>Тема 6. Внешняя КСО.  Управление КСО на рынке и репутация компании. Принципы социальной ответственности К.Дэвиса, их реализация на практике. Концепция стейкхолдеров и концепция общих ценностей как инструмент управления внешним КСО: общее и различия.  Ответственность бизнеса перед поставщиками. Понятие цепочки поставок. Ответственность бизнеса за поставщиков. Ответственность бизнеса перед потребителями. Понятие защиты прав потребителей. Закон РФ «О защите прав потребителей». Ответственность бизнеса за рекламу. Закон РФ «О рекламе». Международный кодекс рекламной практики. КСО в маркетинге. Экологическая ответственность бизнеса. Энвайронментализм. Понятие «устойчивого развития». Концепции взаимодействия экономики и экологии: концепция «устойчивого развития», концепция «антироста» («дероста»), концепция «зеленой экономики», концепция «нерентабельного роста», концепция «ресурсо-ориентированной экономики». Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию. Экологическая экспертиза и экологический аудит. Экологическое нормирование деятельности предприятий. Российская и международная практики. Экологическая этика. Государственная экологическая политика. Роль общественных организаций в борьбе за экологическую ответственность бизнеса. Ответственность бизнеса в борьбе с коррупцией. Конвенция ООН против коррупции. Правила Международной торговой палаты по борьбе с коррупцией.</p>	1	2	-	-	10	13	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	Гр.д.	-	Э.
----	---	---	---	---	---	----	----	----------------------	---	-------	---	----

7.	Тема 7. Социальный аудит и отчетность. Система оценки корпоративной социальной ответственности. Глобальная инициатива по отчетности (GRI). Качественные и количественные инструменты оценки КСО. Индикаторы результативности КСО: экономические, экологические и социальные. Корпоративная социальная отчетность: цели и формы. Этапы процесса составления отчетности. Примеры корпоративной социальной отчетности крупнейших российских и зарубежных организаций. Индексы КСО. Расчет «уровня социальной ответственности».	1	2	-	-	18	21	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	-	Т.	Э.
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/2	2					
	<b>Итого</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>78/2</b>	<b>108</b>					

**Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций  
для обучающихся очно-заочной формы обучения**

Таблица 3.2

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы					Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Каттэк, Катт					
Семестр 3											

1.	<p>Тема 1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Корпоративная социальная ответственность (КСО): понятие, концепции, цели и элементы. КСО и рыночная экономика. Основные этапы эволюции КСО и исторические предпосылки возникновения.</p> <p>Благотворительность и меценатство.</p> <p>Социальная рыночная экономика.</p> <p>Неолиберализм и КСО. КСО в условиях глобализации. Корпоративное гражданство. Концепция «корпоративного эгоизма» (М. Фридман), «компания собственников». Концепция корпоративного альтруизма, «компания участников». Концепция «общих ценностей» (М. Портер, М. Крамер).</p> <p>Критика КСО. Треугольник «капитал-труд-природа».</p>	2	2	-	-	<b>10</b>	14	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	Гр.д.	-	-
2.	<p>Тема 2. Практические подходы к корпоративной социальной ответственности: мировой и отечественный опыт.</p> <p>Общемировые тенденции развития КСО.</p> <p>Национальные и региональные особенности КСО. Эволюция КСО в США.</p> <p>Европейская модель КСО. Особенности КСО в странах Азии. Особенности и основные этапы развития КСО в России.</p>	2	2	-	-	<b>10</b>	14	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	-	К.	Э.

3.	<p>Тема 3. Регулирование корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Виды регулирования КСО: международное, государственное, общественное. Роль государства в развитии и поддержании КСО (правовое регулирование, налоговая политика, институциональная политика, экологическая политика, политика защиты прав потребителей, политика в отношении рекламы). Международные организации (ООН, МОТ, Европейский союз, ОЭСР, Международная торговая палата) и их взаимодействие с международными корпорациями в области КСО.</p> <p>Международные стандарты в области КСО (AccountAbility 1000, ISO 26000, ISO 14000, Social Accountability 8000). Общественное регулирование КСО компаний.</p>	2	2	-	-	10	14	УК -6.1.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2	Гр.д.	К.	Э.
4.	<p>Тема 4. Управление корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Пирамида А. Кэррола. Направления КСО: благотворительность, внутреннее КСО (социально-трудовые отношения), внешнее КСО (потребители, партнеры, конкуренты), экология. Концепция управления КСО с позиции заинтересованных сторон (стейкхолдеров). Интересы стейкхолдеров. Типы стейкхолдеров и взаимодействие с ними. Методология идентификация позиции стейкхолдеров Р. Митчелла. Управление КСО через призму концепции «общих ценностей» (М. Портер, М. Крамер). Инструменты управления КСО.</p>	1	2	-	-	13	16	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	-	К/р	Ин.п.

5.	<p>Тема 5. Внутренняя КСО.          Социально-трудовые отношения и КСО.          Проблематичность гармонизации интересов труда и капитала.          Международное и российское трудовое законодательство и его инфорсмент.          Базовые конвенции МОТ о трудовых стандартах (81, 87, 95, 98, 105, 111, 100, 138, 131, 144, 182), Декларация МОТ об основополагающих принципах и правах на производстве, Трехсторонняя декларация принципов, касающихся многонациональных корпораций и социальной политики. Трудовой кодекс РФ и пробелы его регулирования.          Понятие социальной политики компании.          Социальная политика по отношению к различным категориям работающих в зависимости от типа трудовых отношений («гибкая фирма»).</p> <p>Этическая ответственность бизнеса за уровень жизни общества. Проблема эксплуатации. Корпоративное саморегулирование. Кодексы этики.          Основные положения, аспекты составления, недостатки, структура и форма кодексов этики. Коллективный договор как инструмент реализации КСО.          Профсоюзы и КСО. Социальные программы. Уровень социальной защищенности работника. Неустойчивая занятость и КСО.</p>	I	2	-	-	II	14	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	Гр.д.	-	Э.
----	--	---	---	---	---	----	----	----------------------	---	-------	---	----

6.	<p>Тема 6. Внешняя КСО.  Управление КСО на рынке и репутация компании. Принципы социальной ответственности К.Дэвиса, их реализация на практике. Концепция стейкхолдеров и концепция общих ценностей как инструмент управления внешним КСО: общее и различия.  Ответственность бизнеса перед поставщиками. Понятие цепочки поставок. Ответственность бизнеса за поставщиков. Ответственность бизнеса перед потребителями. Понятие защиты прав потребителей. Закон РФ «О защите прав потребителей». Ответственность бизнеса за рекламу. Закон РФ «О рекламе». Международный кодекс рекламной практики. КСО в маркетинге. Экологическая ответственность бизнеса. Энвайронментализм. Понятие «устойчивого развития». Концепции взаимодействия экономики и экологии: концепция «устойчивого развития», концепция «антироста» («дероста»), концепция «зеленой экономики», концепция «нерентабельного роста», концепция «ресурсо-ориентированной экономики». Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию. Экологическая экспертиза и экологический аудит. Экологическое нормирование деятельности предприятий. Российская и международная практики. Экологическая этика. Государственная экологическая политика. Роль общественных организаций в борьбе за экологическую ответственность бизнеса. Ответственность бизнеса в борьбе с коррупцией. Конвенция ООН против коррупции. Правила Международной торговой палаты по борьбе с коррупцией.</p>	1	2	-	-	10	13	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	Гр.д.	-	Э.
----	---	---	---	---	---	----	----	----------------------	---	-------	---	----

7.	Тема 7. Социальный аудит и отчетность. Система оценки корпоративной социальной ответственности. Глобальная инициатива по отчетности (GRI). Качественные и количественные инструменты оценки КСО. Индикаторы результативности КСО: экономические, экологические и социальные. Корпоративная социальная отчетность: цели и формы. Этапы процесса составления отчетности. Примеры корпоративной социальной отчетности крупнейших российских и зарубежных организаций. Индексы КСО. Расчет «уровня социальной ответственности».	1	2	-	-	18	21	УК -6.1. ОПК-3.2.	УК-6.1 У-1 УК-6.1 У-2 ОПК-3.2 3-1 ОПК-3.2 У-1	-	Т.	Э.
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/2	2					
	<b>Итого</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>82/2</b>	<b>108</b>					

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

*Групповая дискуссия (Гр.д.)*

**Формы текущего контроля:**

*Тест (Т.)*

*Контрольные работы (К/р)*

*Кейс (К.)*

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

*Индивидуальный проект (Ин.п.)*

*Эссе (Э.)*



### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

##### **Основная литература**

1. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. - 5-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 248 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=431608>
2. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / В. В. Бондаренко, Е. В. Кузнецова, М. А.Танина [и др.]. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 304 с.  
Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=398845>
3. Корпоративная культура : практическое руководство / пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 216 с. - (Серия «Harvard Business Review: 10 лучших статей»). - ISBN 978-5-9614-3838-3. - Текст : электронный. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=387173>

##### **Дополнительная литература:**

1. Демин, Д. Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений: практическое руководство / Д. Демин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Альпина Паблишер, 2022. — 154 с.  
Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=436647>
2. Орлов, С. Н. Внутренний аудит в современной системе корпоративного управления компанией. Практич. пособие. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 284 с.  
Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=43072>
3. Майорова, Е. А. Корпоративная социальная ответственность торговых организаций : учебное пособие / Е.А. Майорова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 223 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1588755. - ISBN 978-5-16-017058-9. - Текст : электронный. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=416601>

##### **Нормативные правовые документы:**

1. Трудовой Кодекс Российской Федерации от 21 декабря 2001 г.
2. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. №596 «О долгосрочной государственной экономической политике»
3. Федеральный закон «О коллективных договорах и соглашениях»;
4. Федеральный закон «О порядке разрешения коллективных трудовых споров»;
5. Федеральный закон «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях их деятельности» от 12 января 1996 г. № 10-ФЗ;
6. Закон РФ от 19.04.1991 N 1032-1 (ред. от 09.03.2016) "О занятости населения в Российской Федерации"
7. Федеральный закон «Об объединениях работодателей» от 27 ноября 2002 г. №156-ФЗ;
8. Конституция РФ от 12 декабря 1993 г.

#### **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

<http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;  
<https://www.garant.ru/> - Справочно-правовая система Гарант

## **ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

1. ЭБС «ИНФРА-М» <http://znanium.com>
2. Научная электронная библиотека elibrary.ru <https://elibrary.ru/>
3. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ**

### **Перечень профессиональных баз данных**

1. [www.dis.ru/manag](http://www.dis.ru/manag) – журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
2. <https://rjm.spbu.ru/> - журнал «Российский журнал менеджмента»
3. [www.top-personal.ru](http://www.top-personal.ru) – журнал «Управление персоналом»
4. <https://www.gd.ru/> - журнал «Генеральный директор»
5. <http://www.zhuk.net/index.php> - журнал «Управление компанией»

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

1. <http://www.uisrussia.msu.ru/> - университетская информационная система РОССИЯ
2. <http://cyberleninka.ru/> - научная электронная библиотека «КиберЛенинка»
3. <http://www.eup.ru> - научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятиях». Библиотека экономической и управленческой литературы
4. <http://www.economicus.ru> – образовательно-справочный сайт по экономике
5. <http://www.cfin.ru> - Библиотека управления
6. <https://eios.reakf.ru/> - Компьютерная поддержка учебной деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

## **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

Операционная система Windows 10, Microsoft Office Professional Plus: 2019 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)

Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита

Браузер Google Chrome, Mozilla Firefox

## **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа (*практические занятия*):

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

для самостоятельной работы, в том числе для курсового проектирования:

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

#### **IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

- Положение о курсовых работах (проектах) в ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова".
- Методические рекомендации по составлению и оформлению междисциплинарного проекта.
- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.
- Методические указания по подготовке и оформлению эссе.

#### **V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины *«Корпоративная социальная ответственность»* в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

<b>Виды работ</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация ( <i>зачет</i> )	40
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в

течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

## **VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением об оценочных материалах в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

### ***Тематика курсовых работ/проектов***

Курсовая работа/проект по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» учебным планом не предусмотрены

### ***Перечень вопросов к зачету:***

1. КСО: понятие, концепции, цели и элементы
2. Основные этапы эволюции КСО и исторические предпосылки возникновения
3. Благотворительность и меценатство как элемент КСО.
4. КСО в условиях глобализации.
5. Корпоративное гражданство
6. Концепция «корпоративного эгоизма». Концепция «корпоративного альтруизма». Концепция «общих ценностей»
7. Критика КСО. Треугольник «капитал-труд-природа»
8. Национальные и региональные особенности КСО
9. КСО в США.
10. Европейская модель КСО.
11. Особенности КСО в России.
12. Международное, государственное, общественное регулирование КСО.
13. Роль государства в развитии и поддержании КСО.
14. Международные организации и КСО.
15. Международные стандарты в области КСО.
16. Пирамида А. Кэррола.
17. Концепция управления КСО с позиции заинтересованных сторон (стейкхолдеров). Интересы стейкхолдеров.
18. Типы стейкхолдеров и взаимодействие с ними.
19. Методология идентификация позиции стейкхолдеров Р. Митчелла.
20. Управление КСО через призму концепции «общих ценностей»
21. Социально-трудовые отношения и КСО.
22. Международное и российское трудовое законодательство и его информсмент.
23. Базовые конвенции МОТ о трудовых стандартах.
24. Декларация МОТ об основополагающих принципах и правах на производстве. Трехсторонняя декларация принципов, касающихся многонациональных корпораций и социальной политики.
25. Трудовой кодекс РФ в регулировании КСО.
26. Социальная политика компании. Понятие «гибкой фирмы»
27. Корпоративное саморегулирование.

28. Кодексы этики.
29. Коллективный договор.
30. Профсоюзы и КСО.
31. Социальные программы.
32. Уровень социальной защищенности работника. Неустойчивая занятость и КСО.
33. Управление КСО и репутация компании.
34. Принципы социальной ответственности К.Дэвиса и их реализация на практике.
35. Ответственность бизнеса перед поставщиками. Цепочка поставок.
36. Ответственность бизнеса перед потребителями. Понятие защиты прав потребителей.
37. Закон РФ «О защите прав потребителей» в регулировании КСО.
38. Ответственность бизнеса за рекламу.
39. Международный кодекс рекламной практики.
40. Закон РФ «О рекламе» в регулировании КСО.
41. Экологическая ответственность бизнеса. Энвайронментализм.
42. Концепция «устойчивого развития» и концепция «зеленой экономики»
43. Концепция «антироста» («дероста»), концепция «нерентабельного роста», концепция «ресурсо-ориентированной экономики».
44. Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию
45. Экологическая экспертиза и экологический аудит.
46. Экологическое нормирование деятельности предприятий.
47. Экологическая этика.
48. Государственная экологическая политика.
49. Роль общественных организаций в борьбе за экологическую ответственность бизнеса.
50. Ответственность бизнеса в борьбе с коррупцией.
51. Конвенция ООН против коррупции. Правила Международной торговой палаты по борьбе с коррупцией
52. Глобальная инициатива по отчетности (GRI).
53. Качественные и количественные инструменты оценки КСО
54. Индикаторы результативности КСО: экономические, экологические и социальные.
55. Корпоративная социальная отчетность.
56. Индексы КСО. Расчет «уровня социальной ответственности».
57. Перспективы развития КСО в России и в мире
58. Социально ответственные инвестиции
59. Стратегии социально ответственного инвестирования.
60. Социальные и экологические инвестиционные индексы.

### **Практические задания к зачету**

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-operative bank» 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 граждан 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 требование 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, видеомagniтофоны. 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. Внутрикorporативная 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. Зарботная 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 стодолларовые чаевые. Они платят не за социальную ответственность, а за услугу — пребывание в полной темноте, новые ощущения и возможность сопереживать. «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 требование 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?

### ***Типовые кейсы к зачету:***

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

1. 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 BCA по 1 тыс. долл. за каждое очко, добытое Майклом Джорданом в игре всех звезд NBA. Деньги пошли на финансирование антикриминальных молодежных программ в городах Америки.

## 2. Gillette

В поисках новых путей продвижения 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 Natural Plus предлагалась майка WWF, приобретая которую, покупатель добавлял WWF 1 фунт. Gillette укрепила свою репутацию заботящейся об экологии компании, к тому же добилась невиданного роста продаж нового продукта.

## 3. Procter&Gamble.

В 1991 г. Procter&Gamble задумала 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). Для начала была анонсирована программа, в рамках которой часть денег от продажи отдельных брендов P&G поступала КАВ. Чтобы активизировать кампанию, Procter&Gamble 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 (имелась в виду не только чистота самого продукта, но и отсутствие негативного влияния на природу при его производстве). Частью развлечения стала еще одна игра - тем же командам нужно было наполнить свои тележки товарами, упаковка которых была сделана из переработанных материалов. Озабоченным экологическими проблемами американцам игра понравилась. Procter&Gamble увеличила объем продаж и укрепила имидж корпоративного гражданина.

1. Этический кодекс компании «Кока-Кола» 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 причину, по которой данный кодекс нельзя считать социально-ориентированным:

- 1) он не ориентирован на нужды самой компании;
- 2) в нем много говорится об ответственности перед компанией и лояльности к ней служащих и крайне мало - об обязательствах фирмы перед своими сотрудниками и всем обществом;
- 3) в нем ничего не говорится об экологической составляющей деятельности компании;
- 4) в нем много говорится об обязательствах фирмы перед своими сотрудниками и всем обществом;
- 5) он не регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками

### ***Типовые тестовые задания:***

1. Социальная ответственность компании может существовать:

- а) только в условиях рыночного капитализма;

- б) только в условиях социалистического хозяйствования;
- в) только в условиях феодализма;
- г) при любой экономической форме организации общества.

**2.** В условиях рыночного капитализма основной целью компаний является

- а) благоденствие своих работников;
- б) помощь ближним;
- в) получение прибыли;
- г) уплата налогов.

**3.** Выберите корректные определения социальной ответственности бизнеса

- а) Социальная ответственность бизнеса – добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума;
- б) Социальная ответственность бизнеса – обязательство фирмы преследовать долгосрочные общественно полезные цели, принятое ею сверх требуемого от нее в соответствии с законодательством и экономическими условиями;
- в) Социальная ответственность бизнеса – философия организации предпринимательской и общественной деятельности, которых придерживаются компании, заботящиеся о своем развитии, обеспечении достойного уровня жизни людей, о развитии общества в целом и сохранении окружающей среды для последующих поколений;
- г) Верно все вышеперечисленное;

**4.** Филантропическая ответственность компании А.Б. Кэрролу («Пирамида Кэррола») заключается в следующем:

- а) – Быть хорошим гражданином;
- б) – Соблюдать законы;
- в) – Вкладывать ресурсы в сообщество;
- г) – Улучшать качество жизни.

**5.** Этическая ответственность компании согласно А.Б. Кэрролу («Пирамида Кэррола») заключается в следующем:

- а) – Вкладывать ресурсы в сообщество
- б) – Соблюдать моральные нормы
- в) – Этичность деятельности
- г) – Избегать нанесения обществу вреда

### ***Типовые кейсы:***

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

#### **1. 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 BCA по 1 тыс. долл. за каждое очко, добытое Майклом Джорданом в игре всех звезд NBA. Деньги пошли на финансирование антикриминальных молодежных программ в городах Америки.

## 2. Gillette

В поисках новых путей продвижения 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 Natural Plus предлагалась майка WWF, приобретая которую, покупатель добавлял WWF 1 фунт. Gillette укрепила свою репутацию заботящейся об экологии компании, к тому же добилась невиданного роста продаж нового продукта.

## 3. Procter&Gamble.

В 1991 г. Procter&Gamble задумала 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). Для начала была анонсирована программа, в рамках которой часть денег от продажи отдельных брендов P&G поступала КАВ. Чтобы активизировать кампанию, Procter&Gamble с помощью своих региональных менеджеров провела экологический шоппинг для своих покупателей. Двум командам покупателей предлагалось в течение 3 минут найти в магазине экологически чистые товары (имелась в виду не только чистота самого продукта, но и отсутствие негативного влияния на природу при его производстве). Частью развлечения стала еще одна игра - тем же командам нужно было наполнить свои тележки товарами, упаковка которых была сделана из переработанных материалов. Озабоченным экологическими проблемами американцам игра понравилась. Procter&Gamble увеличила объем продаж и укрепила имидж корпоративного гражданина.

2. Этический кодекс компании «Кока-Кола» 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 причину, по которой данный кодекс нельзя считать социально-ориентированным:

- 1) он не ориентирован на нужды самой компании;
- 2) в нем много говорится об ответственности перед компанией и лояльности к ней служащих и крайне мало - об обязательствах фирмы перед своими сотрудниками и всем обществом;
- 3) в нем ничего не говорится об экологической составляющей деятельности компании;
- 4) в нем много говорится об обязательствах фирмы перед своими сотрудниками и всем обществом;
- 5) он не регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками

### ***Примеры тем групповых дискуссий:***

1. Бизнес как субъект социальной политики в современной России
2. Общество, бизнес и власть: условия цивилизованного взаимодействия
3. Влияние институтов власти на развитие корпоративной социальной ответственности в России
4. Основные проблемы безопасности российского бизнеса.
5. Корпоративное гражданство как стратегия содействия развитию общества

### ***Примеры типовых заданий для контрольной работы:***



**Задание 1.**

Какие основные этапы в развитии концепции КСО можно выделить?

**Задание 2.**

В чем состоят различия уровневых, круговых и сферических моделей КСО?

**Задание 3.**

С помощью каких показателей оценивают уровень устойчивости компаний?

**Задание 4.**

Каковы особенности измерения эффективности мероприятий, проводимых в рамках КСО?

**Задание 5.**

Каковы способы корректирования провалов рынка силами социально ориентированных компаний?

**Задание 6.**

В чем состоит сущность социально ориентированного маркетинга? Правильно ли называть его социально ответственным?

***Тематика индивидуальных проектов:***

1. Придумать название компании и почему она так называется;
2. Форма собственности компании – и вклад каждого участника;
3. Выбор отрасли и почему именно эта отрасль;
4. Организационная структура компании (взаимосвязь с подразделениями) и ее развитие;
5. Составить коллективный договор.

***Тематика эссе:***

1. Принципы и примеры внедрения корпоративной социальной политики.
2. Эволюция подходов к корпоративной социальной политике.
3. Критика и проблемы практики корпоративной социальной политики.
4. Основные этапы развития корпоративной социальной политики в России.
5. Национальные и региональные особенности корпоративной социальной политики.

**Типовая структура зачетного задания****ЗАЧЕТНОЕ ЗАДАНИЕ № \_\_****По дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»**

1.	Вопрос 1.
2.	Вопрос 2.
3.	Практическое задание № 1.

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

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«зачтено»	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> эффективно организовывать и структурировать свое время; критически оценить эффективность использования временных и других ресурсов при решении профессиональных задач	<b>Продвинутый</b>
		ОПК-3	ОПК-3.2	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> подходы к разработке и обоснованию организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости <b>Умеет верно и в полном объеме:</b> оценивать социальную значимость предлагаемых организационно-управленческих решений	
70 – 84 баллов	«зачтено»	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы	<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> эффективно организовывать и структурировать свое время; критически оценить эффективность использования временных и других ресурсов при решении профессиональных задач	<b>Повышенный</b>

		ОПК-3	ОПК-3.2	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> подходы к разработке и обоснованию организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> оценивать социальную значимость предлагаемых организационно-управленческих решений</p>	
50 – 69 баллов	«зачтено»	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы	<p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> эффективно организовывать и структурировать свое время; критически оценить эффективность использования временных и других ресурсов при решении профессиональных задач</p>	Базовый
		ОПК-3	ОПК-3.2	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> подходы к разработке и обоснованию организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> оценивать социальную значимость предлагаемых организационно-управленческих решений</p>	

менее 50 баллов	«не зачтено»	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы	<b>Не умеет на базовом уровне:</b> эффективно организовывать и структурировать свое время; критически оценить эффективность использования временных и других ресурсов при решении профессиональных задач	<b>Компетенции не сформированы</b>
		ОПК-3	ОПК-3.2	<b>Не знает на базовом уровне:</b> подходы к разработке и обоснованию организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости <b>Не умеет на базовом уровне:</b> оценивать социальную значимость предлагаемых организационно-управленческих решений	

**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**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра корпоративного и государственного управления

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.15 КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

Направление подготовки **38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Направленность (профиль) программы  
**Менеджмент на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса и**  
**туризма**

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Краснодар – 2023 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

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

Задачи учебной дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»:

- 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;
- адекватная оценка временных ресурсов и ограничения и эффективное использование этих ресурсов.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Тема 1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности
2.	Тема 2. Построение системы корпоративной социальной ответственности
3.	Тема 3. Специфика внутренней корпоративной ответственности
4.	Тема 4. Специфика внешней корпоративной ответственности
5.	Тема 5. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации
6.	Тема 6. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации
7.	Тема 7. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 часов</b>	

**Форма контроля – зачет**

### Составитель:

Доцент кафедры корпоративного и государственного управления  
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, к.э.н. И.Ю. Лопатина