

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Борисова Виктория Валерьевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.06.2025 13:16:32
Уникальный программный ключ:
8d66579114048570b679b22c126583a21541522e

**Государственное образовательное частное учреждение высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ»**

УТВЕРЖАЮ:

Ректор

В.В. Борисова

подпись

24 апреля 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Корпоративная социальная ответственность

направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

**Профиль подготовки:
Финансовый менеджмент**

Квалификация (степень) выпускника – *бакалавр*

**Форма обучения
*очно-заочная***

Москва 2022 г.

1. Перечень планируемых результатов изучения дисциплины, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;	ИОПК 3.1. Анализирует экономические процессы на микро- и макроуровне, выявляет тенденции их изменения ИОПК 3.2. Содержательно интерпретирует полученные результаты анализа финансово-экономической деятельности предприятий, раскрывающие природу экономических процессов на микроуровнях ИОПК 3.3. Содержательно интерпретирует природу экономических процессов на макроуровнях

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Б1.О.22 «Корпоративная социальная ответственность» относится к обязательной части цикла Б.1 «Дисциплины (модули)».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» составляет 3 зачетных единиц.

Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах) – очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	-
Аудиторные занятия (всего)	24	24	-
В том числе:	-	-	-
Лекции	12	12	-
Практические занятия (ПЗ)	12	12	-
Семинары (С)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	84	84	-
В том числе:	-	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-
Реферат	18	18	-
Подготовка к практическим занятиям	36	36	-
Тестирование	30	30	-
Вид промежуточной аттестации – зачет			-
Общая трудоемкость час / зач. ед.	108/3	108/3	-

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обучающихся
		Всего	лекции	практические занятия	
1.	Тема 1. Введение. Понятие корпоративно- социальной ответственности	12	2	-	10
2.	Тема 2. Развитие зарубежной корпоративной социальной политики	12	2	-	10
3.	Тема 3. Развитие корпоративной социальной политики в России	11	-	2	9
4.	Тема 4. Теоретические принципы корпоративной социальной ответственности	11	2	-	9
5.	Тема 5. Корпоративная социальная ответственности и менеджмент предприятий	11	-	2	9
6.	Тема 6. Инструменты и направления развития корпоративная социальная ответственности	13	2	2	9
7.	Тема 7. Макрорегуляторы социального развития предприятий и социальная отчетность	13	2	2	9
8.	Тема 8. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной ответственности	11	-	2	9
9.	Тема 9. Оценка корпоративной социальной ответственности	14	2	2	10
Всего		108	12	12	84
Зачет		-	-	-	-
Итого		108			

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение. Понятие корпоративно-социальной ответственности

Понятие социальной ответственности. Понятие социально-рыночного государства. Социальная ответственность бизнеса. Бизнес и общество — взаимодействие, этика бизнеса. Социальная экономика. Современное социальное законодательство. Социальная политика, социальные проекты предприятий. Принципы, приоритеты, нормы, формальные и неформальные правила регулирующие социальную политику предприятий. Роль собственников и топ-менеджеров корпораций в реализации социальной ответственности. Понятие социального партнерства. Преимущества компаний, проводящих активную социальную политику.

Тема 2. Развитие зарубежной корпоративной социальной политики

Европейская промышленная революция и трансформация промышленного производства. Британские законы о бедных, деятельность рабочих домов. Роль протестантизма в формировании социальной ответственности предпринимателей. Англосаксонская и рейнская модели капитализма. Логика корпоративного управления (модель «группы интересов» и модель «акционеров»). Роль институционального оформления хозяйственного процесса. Роль профсоюзного движения в Европе. Социальное страхование. Бисмаркианская модель социальной политики – создание ориентированного на предприятия социального страхования.

Тема 3. Развитие корпоративной социальной политики в России

Трансформация промышленного производства и структуры рабочей силы в 19 веке. Особенности социальной инфраструктуры предприятий в конце 19 – начале 20 века. Социальное страхование как основа корпоративной социальной политики. Культура и быт рабочих на предприятиях в 1920-30 гг. Здравоохранение – от корпоративной к участковой медицине. Социальная инфраструктура предприятий и социальная ответственность советского типа. Этапы развития в постсоветский период – сокращение социальной инфраструктуры, ее стабилизация и оптимизация.

Тема 4. Теоретические принципы корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность (экономика, экология и социальная политика предприятия). Корпоративное управление. Интересы различных групп интересов (стейкхолдеров) в формулировании приоритетов корпоративной социальной ответственности.

Глобальное неравенство. Типология режимов социального государства (Г.Эспинг-Андерсен). Этапы развития корпоративной социальной ответственности в XX веке (Фредерик и Грюниг). Неоклассические, менеджералистские и государственноческие интерпретации социальной ответственности. Корпоративное гражданство.

Тема 5. Корпоративная социальная ответственности и менеджмент предприятий

Социально-ответственное поведение как основа развития современной компании. Человеческий капитал, инвестиции в человеческий капитал, человеческие ресурсы. Социальная политика и КСО предприятия как инструмент формирования трудовой мотивации. Социальный капитал. Деловая репутация. Формирование профессиональных навыков работников компаний и конкурентные преимущества. Понятие социального менеджмента. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании. Факторы эффективности социального инвестирования.

Тема 6. Инструменты и направления развития корпоративная социальная ответственности

Внешние и внутренние факторы КСО. Развитие персонала и вклад в «человеческий капитал». Политика доходов, жилищная политика, социальное обеспечение. Направления социальной политики. Институциональные особенности социальной политики предприятий. Уровень социальной защищенности работника. Влияние государства на объем и направленность социальных инвестиций предприятий.

Тема 7. Макрорегуляторы социального развития предприятий и социальная отчетность

Концепция устойчивого развития. Концепция микрокредитования М.Юнуса. Индексы устойчивого социального развития — «социальные» Доу-Джонс, Никкей. Корпоративная власть и КСО в условиях глобализации. Социальная отчетность, социальные балансы и регуляторы — интернет присутствие, социальный кодекс корпорации. Международные некоммерческие организации и их взаимодействие с международными корпорациями в области социальной политики. Международные стандарты в области корпоративной социальной политики и КСО.

Тема 8. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной ответственности

Роль государства в развитии и поддержании КСО — правовое регулирование, налоговая политика. Создание эффективной системы социальной ответственности. Идеология социально-ответственного предпринимательства. Социальные установки о роли предпринимателей в общественном развитии. Социально-ответственное поведение и корпоративная культура. Связь с общественностью и КСО.

Тема 9. Оценка корпоративной социальной ответственности

Параметры оценки качества и эффективности КСО. Оценка внешних и внутренних социальных программ. Бизнес-эффективность социальных программ. Социальная программа, социальный проект. Критерии эффективности. Типы и формы оценки. Качественные и количественные инструменты оценки. Индикаторы эффективности корпоративной социальной ответственности. Социальный аудит. Оценки рисков, преимуществ и оптимизация социальных проектов. Оценка PR эффектов. Рейтинги деловой репутации.

4.3. Практические занятия / лабораторные занятия

Тема 3. Развитие корпоративной социальной политики в России
Тема 5. Корпоративная социальная ответственности и менеджмент предприятий
Тема 6. Инструменты и направления развития корпоративная социальная ответственности
Тема 7. Макрорегуляторы социального развития предприятий и социальная отчетность
Тема 8. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной ответственности
Тема 9. Оценка корпоративной социальной ответственности

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

1. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 248 с. : ил., табл., схем. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621642>

2. Бабич, А. М. Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий : учебное пособие : [16+] / А. М. Бабич, А. А. Попков, О. Н. Слоботчиков ; Институт мировых цивилизаций. — Москва : Институт мировых цивилизаций (ИМЦ), 2018. — 296 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598420>

5.2. Дополнительная литература

1. Рыбина, З. В. Корпоративная социальная ответственность : учебное пособие : [16+] / З. В. Рыбина. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 223 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597420>

2. Кикоть, В. Я. Социальное управление: теория, методология, практика / В. Я. Кикоть, Д. И. Грядовой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 312 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683150>

5.3. Лицензионное программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007

5.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/index.php>
3. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru>
4. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru>
5. Административно-управленческий портал <http://www.aup.ru/>
6. Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» <http://www.consultant.ru>, «Гарант» <http://www.garant.ru>.
7. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
8. Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <http://wciom.ru>. Журнал «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring>.
9. Сайт Фонда «Общественное мнение» <https://fom.ru/>
10. Аналитический центр «Эксперт» <http://www.acexpert.ru/>
11. Рейтинговое агентство Эксперт РА <https://raexpert.ru>

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональным компьютером, плазменной панелью.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональным компьютером, плазменной панелью.
3. Аудитория для самостоятельной работы студентов, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета.

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» является дисциплиной, формирующей у обучающихся частично общепрофессиональную компетенцию ОПК-3. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который, наряду с традиционной ролью носителя знаний, выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» осуществляется на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках образовательной программы и учебного плана по направлению 38.03.01 Экономика.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» рассматривается в п.5 рабочей программы.

Методика определения итогового семестрового рейтинга обучающегося по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» представлена в составе ФОС по дисциплине в п 8 рабочей программы.

Примерные варианты тестовых заданий для текущего контроля и перечень вопросов к зачету по дисциплине также представлены в п 8 рабочей программы.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Корпоративная социальная ответственность», приведен в п.8 настоящей рабочей программы. Преподавателю следует ориентировать обучающихся на использование при подготовке к промежуточной аттестации оригинальной версии нормативных документов, действующих в настоящее время.

7.2. Методические указания обучающимся

Получение углубленных знаний по дисциплине достигается за счет активной самостоятельной работы обучающихся. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с учебной и научной литературой по проблемам дисциплины, анализа научных концепций.

В рамках дисциплины предусмотрены различные формы контроля уровня достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций. Форма текущего контроля – активная работа на практических занятиях, подготовка реферата. Формой промежуточного контроля по данной дисциплине является зачет, в ходе которого оценивается уровень достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций.

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы и представляют собой изложение теоретических основ дисциплины.

Посещение лекционных занятий является обязательным.

Конспектирование лекционного материала допускается как письменным, так и компьютерным способом.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к текущим формам аттестации по дисциплине является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине.

Проведение практических занятий по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» осуществляется в следующих формах:

- анализ правовой базы, регламентирующей деятельность организаций различных организационно-правовых форм;
- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- решение типовых расчетных задач по темам;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы, а также нормативно-правовых документов по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.5 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность». Список основной и дополнительной литературы и обязательных к изучению нормативно-

правовых документов по дисциплине приведен в п.7 настоящей рабочей программы. Следует отдавать предпочтение изучению нормативных документов по соответствующим разделам дисциплины по сравнению с их адаптированной интерпретацией в учебной литературе.

Решение задач в разрезе разделов дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является самостоятельной работой обучающегося в форме домашнего задания в случаях недостатка аудиторного времени на практических занятиях для решения всех задач, запланированных преподавателем, проводящим практические занятия по дисциплине.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» проходит в форме зачета. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» и критерии оценки ответа обучающегося на зачете для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенций приведены в составе ФОС по дисциплине в п 8 рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

8. Фонд оценочных средств по дисциплине

8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;	ИОПК 3.1. Анализирует экономические процессы на микро- и макроуровне, выявляет тенденции их изменения ИОПК 3.2. Содержательно интерпретирует полученные результаты анализа финансово-экономической деятельности предприятий, раскрывающие природу экономических процессов на микроуровнях ИОПК 3.3. Содержательно интерпретирует природу экономических процессов на макроуровнях	Промежуточный контроль: зачет Текущий контроль: опрос на практических занятиях; реферат, тестирование	1-9

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

8.2.1 Критерии оценки ответа на зачете

(формирование компетенции ОПК-3, индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3)

«зачтено»

обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры,

показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«не зачтено»

обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

8.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

(формирование компетенции ОПК-3, индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3)

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

8.2.3 Критерии оценки реферата

(формирование компетенции ОПК-3, индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3)

«5» (отлично): тема реферата актуальна и раскрыта полностью; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый без использования опорного конспекта.

«4» (хорошо): тема реферата актуальна, но раскрыта не полностью; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

«3» (удовлетворительно): тема реферата актуальна, но раскрыта не полностью; реферат подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление,

структура и стиль изложения реферата не в полной мере соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в целом реферат выполнен самостоятельно, однако очевидно наличие заимствований без ссылок на источники; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

«2» (неудовлетворительно): тема реферата актуальна, но не раскрыта; реферат подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения реферата не соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в реферате очевидно наличие значительных объемов заимствований без ссылок на источники; доклад не подготовлен.

8.2.4. Критерии оценки тестирования

(формирование компетенции ОПК-3, индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3)

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных обучающимся на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставяемой балльной оценке:

- «отлично» - свыше 85% правильных ответов;
- «хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов;
- «удовлетворительно» - от 55,1% до 70% правильных ответов;
- от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

8.2.5. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Уровень сформированности компетенции	Оценка	Пояснение
Высокий	«зачтено»	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«зачтено»	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетворительный	«зачтено»	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки;

		компетенции сформированы частично
Неудовлетворительный	«не зачтено»	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

8.3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

8.3.1. Текущий контроль (работа на практических занятиях)

(формирование компетенции ОПК-3, индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3)

Вопросы для обсуждения на практических занятиях

1. Основные понятия и содержание современных концепций КСО.
2. История развития теории КСО.
3. Интерпретации концепции социально-ответственного бизнеса.
4. Направления и виды политики КСО.
5. Содержание принципов КСО.
6. Характеристики и особенности формирования американской, европейской континентальной, британской, японской и российской моделей КСО.
7. Понятие, виды и практика благотворительности: российский и зарубежный опыт.
8. Этапы в истории развития социальной ответственности в России.
9. Проблемы и особенности формирования и реализации КСО в России.
10. Социальный аудит в России.
11. Существующие методики определения уровня корпоративной социальной ответственности, используемые в России.
12. Методика оценки количественного индекса социальных инвестиций
13. Методика оценки качественного индекса социальных инвестиций.
14. Этические проблемы международного бизнеса.
15. Глобальные этические кодексы. Международные этические кодексы профессиональной деятельности.
16. Этические проблемы международных финансовых организаций.
17. Борьба с коррупцией: международный опыт и национальная стратегия по борьбе с коррупцией в России.
18. Кодексы корпоративного управления.
19. Что подразумевает эффективное корпоративное управление
20. Результаты проведения исследования корпоративной социальной ответственности.

8.3.2. Текущий контроль (тестирование)

(формирование компетенции ОПК-3, индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3)

Примеры тестовых заданий

1. *Корпоративная социальная ответственность бизнеса – это:*
 - 1) управление факторами внутренней среды компании;
 - 2) правила поведения сотрудников в компании;
 - 3) концепция взаимодействия и влияния бизнеса на общество;
 - 4) методы формирования корпоративного имиджа компании;

2. *К внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести:*

- 1) обеспечение безопасности труда, дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников и т.д.;
- 2) организацию спонсорства и благотворительных акций и т.д.;
- 3) систему ценностей, регулирующую отношения сотрудников организации и т.д.

3. *К внешней социальной ответственности бизнеса относятся:*

- 1) спонсорство и корпоративная благотворительность, взаимодействие с местным сообществом и местной властью;
- 2) система ценностей организации и межличностных отношений;
- 3) написание корпоративного кодекса и формирование принципов корпоративной социальной ответственности.

4. *На одном из уровней социальная ответственность бизнеса предполагает:*

- 1) проведение исследований рынка, расширение бизнеса, производство новых товаров и оказание услуг;
- 2) своевременную оплату налогов, выплату заработной платы, расширение рабочего штата, повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение и т.д.
- 3) выбор стратегии развития бизнеса с точки зрения экономических перспектив.

5. *Для кого проводится внутренняя социальная политика компании:*

- 1) для местного сообщества;
- 2) для СМИ;
- 3) для руководителей компании и ее филиалов?

6. *Развитие собственного персонала, рост производительности труда, улучшение имиджа компании, сохранение социальной стабильности сотрудников и общества в целом – эти элементы объединяются в следующую категорию социальной ответственности бизнеса:*

- 1) внешнюю социальную политику компании;
- 2) мотивы социальной ответственности бизнеса;
- 3) социальные функции бизнеса;
- 4) принципы корпоративной социальной ответственности.

7. *К аргументам в пользу социальной ответственности можно отнести следующие:*

- 1) получение налоговых льгот, реклама товаров и услуг, недостаток умения разрешать социальные проблемы;
- 2) сбыт и продажа товаров, безопасность труда, расходы на социальную вовлеченность;
- 3) благоприятные перспективы для бизнеса, моральные обязательства, оказание помощи в решении социальных проблем.

8. *К аргументам против социальной ответственности относятся следующие:*

- 1) недостаток умения разрешать социальные проблемы, расходы на социальную вовлеченность, нарушение принципа максимизации прибыли;
- 2) развитие человеческих ресурсов, понижение производительности труда, дополнительные расходы на социально значимые мероприятия;
- 3) эффективность финансового контроля, управление закупками и поставками, принятие моральных обязательств.

9. *К социальным функциям бизнеса относятся (несколько вариантов ответов):*

- 1) развитие человеческих ресурсов;
- 2) соблюдение норм безопасности и экологических норм при производственных процессах;
- 3) ведение хозяйственной деятельности;
- 4) максимизация потребления и прибыли компании;
- 5) удовлетворение всех заинтересованных сторон;
- 6) открытость финансовой документации, ведение социальной отчетности.

10. *К принципам социальной ответственности можно отнести:*

- 1) принцип контроля, принцип организации, принцип демократизации;
- 2) принцип легитимности, принцип публично-правовой ответственности, принцип свободы управленческого выбора;
- 3) принцип взаимодействия с властями, принцип мотивации, принцип гибкости.

11. *Корпоративная этика представляет собой:*

- 1) систему ценностей, регулирующую отношения сотрудников организации;
 - 2) проблемы, возникающие в деловой среде;
 - 3) международные стандарты ответственности бизнеса перед обществом.
- 12. Основными элементами корпоративной этики являются:*
- 1) продукция, способы продвижения и каналы сбыта;
 - 2) мотивация сотрудников и авторитет лидера;
 - 3) материальные ценности, доходы и межличностные отношения.
- 13. Совокупность моделей поведения, приобретенных организацией в процессе адаптации к окружающему миру, определяется как:*
- 1) корпоративная культура;
 - 2) корпоративная этика;
 - 3) внутренняя и внешняя среды организации.
 - 4) корпоративный фонд.
- 14. Спонсорство подразумевает:*
- 1) добровольные пожертвования на безвозмездной основе;
 - 2) то же самое что и меценатство;
 - 3) осуществление финансовых вложений в деятельность другого лица на условиях распространения рекламы о вкладчике и его товарах.
- 15. Дайте общее определение благотворительности:*
- 1) инвестирование, заключающееся не только в извлечении финансовых доходов и реализации социальных целей;
 - 2) оказание безвозмездной помощи нуждающимся;
 - 3) определение приоритетов социальной политики компании.
- 16. Образ компании, обеспечивающий отклик клиентов и партнеров по бизнесу характеризует:*
- 1) корпоративную культуру;
 - 2) корпоративную этику;
 - 3) корпоративное поведение;
 - 4) корпоративный имидж.
- 17. Средствами корпоративного имиджа являются:*
- 1) система маркетинга, PR, корпоративный дизайн;
 - 2) корпоративная культура и правила делового общения;
 - 3) маркетинговые исследования потребителей, сотрудников и конкурентов компании.
- 18. Укажите один из этапов формирования корпоративного имиджа:*
- 1) финансирование разработки корпоративного дизайна;
 - 2) определение целевой аудитории;
 - 3) реклама в СМИ;
 - 4) анализ маркетинговой среды предприятия.
- 19. Отметьте основное направление формирования корпоративного имиджа:*
- 1) формирование правил социальной ответственности бизнеса;
 - 2) формирование корпоративной политики компании;
 - 3) проведение мероприятий по формированию положительного образа компании.
- 20. Целью этического консьюмеризма является:*
- 1) регулирование деятельности производителей и продавцов;
 - 2) контроль результативности бизнеса;
 - 3) анализ финансово-хозяйственной деятельности организации.
- 21. Отметьте основные направления реализации имиджа:*
- 1) реклама в СМИ, развитие этического консьюмеризма, внутренний имидж;
 - 2) фундаментальный имидж, внешний, внутренний, сопутствующий имидж;
 - 3) корпоративный имидж для партнеров, для госструктур, персонала, общественных организаций.
- 22. Бизнес-имидж – это:*
- 1) целенаправленное воздействие на зрительные ощущения (дизайн, фирменная символика, реклама);

- 2) внедрение в сознание целевых групп представлений о социальных целях и роли организации в экономической, социальной и культурной жизни общества;
- 3) формирование представлений о субъекте деловой активности (деловая репутация, объем продаж, доля рынка, инновации).

23. Фирменный стиль представляет собой:

- 1) совокупность художественно-текстовых и технических составляющих, обеспечивающих зрительное и смысловое единство продукции и деятельности фирмы;
- 2) дизайнерские приемы, включающие создание упаковки, оформление витрин, офисов, выставок;
- 3) использованные в каждом конкретном случае рекламные средства, способствующие формированию благоприятного отношения.

24. Социальная политика представляет собой:

- 1) взаимодействие с органами государственной власти, профессиональными союзами, общественными организациями;
- 2) систему экономических отношений между государственными и негосударственными институтами, с одной стороны, и отдельными социальными группами и индивидами, с другой стороны;
- 3) соблюдение кодекса корпоративного поведения и деловой этики приводят к укреплению ее репутации и имиджа в обществе и государстве.

25. Укажите направления социального партнерства бизнеса и власти:

- 1) добровольное медицинское страхование, реализация инновационных и экологических проектов;
- 2) финансирование медицинских, спортивных и культурных объектов;
- 3) составление программ и мероприятий по укреплению имиджа компании.

26. К основным принципам социальной ответственности компании можно отнести:

- 1) соблюдение законодательства; следование общепринятым морально-этическим нормам; учет интересов общества;
- 2) охрану труда и промышленную безопасность, развитие кадрового потенциала, обучение и развитие персонала;
- 3) формирование корпоративной культуры, привлечение и поддержку молодежи, оказание медицинской помощи;

27. Добровольное медицинское страхование, жилищное кредитование и негосударственное пенсионное обеспечение – вместе это:

- 1) основные направления социальной политики компании;
- 2) стандартные социальные программы;
- 3) принципы социальной ответственности организации.

28. Отметьте приоритеты внутренней социальной политики компании:

- 1) добросовестная уплата налогов, реализация социальных проектов, благотворительность;
- 2) совершенствование систем вознаграждения и стимулирования, мотивированность сотрудников, достижение мировых стандартов в области охраны труда и промышленной безопасности;
- 3) поддержка стратегии развития компании, формирование положительной репутации, укрепление их бренда.

29. Управление социальной политикой включает:

- 1) совершенствование социальной политики компании;
- 2) укрепление репутации компании;
- 3) развитие динамичной культуры.

30. Социальная политика, проводимая для местного сообщества, является:

- 1) внешней социальной политикой;
- 2) внутренней социальной политикой;
- 3) разграничение уровней социальной политики в данном вопросе нецелесообразно.

31. К преимуществам социально ориентированной политики компании относятся:

- 1) укрепление репутации и имиджа компании, повышение качества управления бизнесом, повышение инвестиционной привлекательности и т.д.;

- 2) возникновение дополнительных затрат на охрану труда, обучение и развитие персонала; создание специализированных фондов для премирования сотрудников и участия в благотворительных акциях;
- 3) ведение дополнительной общественной деятельности помимо основной, снижение финансовых показателей, отвлечение сотрудников от основных обязанностей.

32. *Социальная отчетность – это:*

- 1) отчеты компании, включающие информацию не только о результатах экономической деятельности, но социальные и экологические показатели;
- 2) отчеты компании, включающие только результаты экономической деятельности;
- 3) публикация плана различных мероприятий компании, не связанных с ее основной деятельностью.

33. *Что входит в понятие «социальный аудит»:*

- 1) документально оформленные принципы социальной ответственности организации;
- 2) анализ эффективности социальных программ компании и проверка их соответствия выбранным стандартам;
- 3) стандарт отчетности в области устойчивого развития?

34. *Дайте определение термину «стейкхолдеры»:*

- 1) менеджеры по организации и управлению социальной деятельностью компании;
- 2) социально ответственные организации;
- 3) специализированные органы, занимающиеся вопросами КСО;
- 4) группы заинтересованных сторон.

35. *Разрабатываемые авторитетными международными организациями принципы, правила и показатели раскрытия информации о социальной активности компании, носящие рекомендательный характер, – это:*

- 1) стандарты отчетности в области устойчивого развития;
- 2) систематическая оценка влияния компании на общество;
- 3) стандарты по предоставлению консолидированной финансовой отчетности;
- 4) социально ответственная реструктуризация.

36. *Укажите верный набор регуляторов корпоративной социальной ответственности:*

- 1) политические, демографические, социальные, культурные;
- 2) социальные, экономические, экологические, этические;
- 3) внешние и внутренние факторы деятельности компании в рамках региона.

37. *К заинтересованным сторонам относятся:*

- 1) все физические или юридические лица;
- 2) акционеры, кредиторы, сотрудники компании, клиенты и т.д.;
- 3) международные и национальные организации, занимающиеся проблемами КСО.

38. *Индивидуумы, организации и сообщества, имеющие прямое отношение к деятельности компании:*

- 1) косвенные стейкхолдеры;
- 2) основные заинтересованные стороны;
- 3) внутренние стейкхолдеры;
- 4) внешние стейкхолдеры.

39. *Социальный аудит включает изучение:*

- 1) ответственности компании во взаимоотношениях с партнерами и потребителями;
- 2) ответственности перед сотрудниками и обществом;
- 3) экологической ответственности компании;
- 4) все ответы верны.

40. *Концепция тройственной базовой отчетности предполагает составление следующих отчетов:*

- 1) экономический, нормативный, технологический;
- 2) управленческий, плановый, маркетинговый;
- 3) финансовый, социальный, экологический.

8.3.2. Текущий контроль (подготовка реферата)

(формирование компетенции ОПК-3, индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3)

Примерные темы рефератов

1. Корпоративная социальная ответственность: сущность и значение в современных условиях.
2. Социальное партнерство между работниками и работодателями: сущность, значение.
3. Корпоративная социальная ответственность и социальная защита занятого населения.
4. Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности: плюсы и минусы.
5. Социально ответственный бизнес как явление в России и мире.
6. Корпорация как моральный агент.
7. Корпоративный имидж. Корпоративная репутация: сущность, значение.
8. Социальная ответственность бизнеса и корпоративная социальная ответственность.
9. Типы и направления социальных программ бизнеса.
10. Концептуальные различия американской, европейской и российской моделей КСО.
11. Социальное партнёрство.
12. Социальное партнёрство в рамках теории экономической демократии.
13. Межсекторное партнёрство.
14. Гражданское общество как участник социального партнёрства.
15. Корпоративное гражданство как форма социального партнёрства.
16. Стейкхолдеры: сравнительный страновой анализ.
17. Международные стандарты нефинансовой отчётности.
18. Этическая составляющая корпоративной социальной ответственности.
19. Корпоративная социальная ответственность в рамках принципал-агентской теории.
20. Институализация корпоративной социальной ответственности в России: «Социальная хартия российского бизнеса».
21. Динамика развития корпоративной социальной ответственности в России.
22. Приоритеты социальной политики и социальные инвестиции компании.
23. Социальные функции малого бизнеса.
24. Семейное предпринимательство как стратегия борьбы с бедностью.
25. Спонсорство и филантропия в жизни современной преуспевающей компании.

8.3.4. Промежуточный контроль (вопросы к зачету)

(формирование компетенции ОПК-3, индикаторы ИОПК-3.1, ИОПК-3.2, ИОПК-3.3)

Примерные вопросы к зачету

1. Характеристика основных групп заинтересованных сторон (стейкхолдеров) и их роль в деятельности компании.
2. Определения понятий «социальная ответственность бизнеса» и «корпоративная социальная ответственность».
3. Американская модель корпоративной социальной ответственности.
4. Европейская модель корпоративной социальной ответственности.
5. Канадская модель корпоративной социальной ответственности.
6. Роль «этичных инвестиций» в повышении уровня инвестиционной привлекательности корпораций.
7. Оценка деятельности корпорации «этическими инвесторами». Этические индексы: индекс устойчивого развития Доу Джонса.
8. Характеристика концепции социального маркетинга в развитых рыночных экономиках.
9. Особенности развития концепции корпоративной социальной ответственности в России: исторические, географические, социальные, политические и др.
10. Опыт внедрения концепции корпоративной социальной ответственности отечественными компаниями.
11. Партнерство с некоммерческими организациями как способ повышения социальной ответственности российского бизнеса.
12. Основные проблемы, затрудняющие реализацию принципов корпоративной социальной

ответственности в России.

13. Сравнительная характеристика благотворительной деятельности в западных странах и России.
14. Особенности ведения благотворительной деятельности отечественными компаниями.
15. Особенности взаимоотношения корпорации с социальной средой.
16. Факторы внутренней и внешней среды, влияющие на деятельность компании.
17. Международные стандарты принципов корпоративной социальной ответственности: глобальный договор, глобальные принципы Салливана и др.
18. Основные направления взаимодействия бизнеса и власти в продвижении принципов КСО в России.
19. Зарубежный опыт эффективного взаимодействия государства и бизнеса.
20. Особенности воплощения концепции социальной ответственности бизнеса в России.
21. Сущность, основные функции и задачи социального аудита.
22. Понятие и содержание корпоративной социальной ответственности
23. Источники корпоративной социальной ответственности
24. Субъекты корпоративной социальной ответственности
25. Социальная политика в корпоративных отношениях
26. Корпоративная социальная ответственность как форма юридической ответственности
27. Виды корпоративной социальной ответственности