

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Кировский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Директор Кировского филиала
РАНХиГС

Е.С. Симбирских

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Менеджмент организации
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.14 Корпоративная социальная ответственность
(код и наименование РПД)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Очная, очно-заочная
(форма(формы) обучения)

Год набора - 2025

Киров, 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2	Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3	Содержание и структура дисциплины	6
4	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	9
5.	Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	
6	Методические материалы для освоения дисциплины	44
7	Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	46
	7.1. Основная литература	46
	7.2. Дополнительная литература	46
	7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация	46
	7.5. Интернет-ресурсы	47
	7.6. Иные источники	47
8	Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	48

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.14 «Корпоративная социальная ответственность» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции и	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС- 3.5 (очная форма) УК ОС-3.4 (очно-заочная форма)	Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
разработка корпоративной социальной политики	УК ОС- 3.5 (очная форма) УК ОС-3.4 (очно-заочная форма)	на уровне знаний: <input type="checkbox"/> основных категории, понятий и проблем социального и личностного развития человека, феномена социальных групп и командной работы, принципов проведения и организации различных форм командной работы.
		на уровне умений: <input type="checkbox"/> использовать идеи философии в процессе самопознания и социальной коммуникации; <input type="checkbox"/> применять полученные знания для анализа социальной реальности и практических решений в личной жизни и профессиональной сфере; <input type="checkbox"/> определять способ обработки информации; <input type="checkbox"/> использовать в своей деятельности различные формы организации командной работы; <input type="checkbox"/> применять техники и приемы эффективного общения; <input type="checkbox"/> объяснять феномены общения; <input type="checkbox"/> устанавливать доверительные взаимоотношения.
		на уровне навыков:

		<input type="checkbox"/> использования полученных в эмпирических исследованиях фактов для подготовки и обоснования решений в области социального и личностного развития человека; <input type="checkbox"/> самостоятельного разрешения конфликтных ситуации в группе; <input type="checkbox"/> самостоятельной организации работы группы; <input type="checkbox"/> организовывать эффективную работу группы.
реализация корпоративной социальной политики	УК ОС- 3.1 (очная, очно-заочная формы обучения)	на уровне знаний: <input type="checkbox"/> Концепция прав человека и основные документы, регулирующие права человека; <input type="checkbox"/> Дискриминация социальных групп и ее виды, а также знание следующих категорий и понятий: толерантность, гуманизм, дискриминация, стигматизация.
		на уровне умений: <input type="checkbox"/> обосновать собственную позицию по вопросам толерантности и дискриминации, используя аргументы, рассмотренные в теоретических концепциях дискриминации и в рамках международной практики; <input type="checkbox"/> иллюстрировать суждения по вопросам различных видов дискриминации примерами из международной практики противодействия дискриминации.
		на уровне навыков: <input type="checkbox"/> различение потенциально уязвимых по отношению к дискриминации группы, требующих проявления толерантности.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 акад. ч. / 135 астр. ч.).

Дисциплина реализуется частично (или полностью) с применением дистанционных образовательных технологий (далее ДОТ).

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 64 часов (48 астр. ч.) по очной форме обучения (лекционных занятий 32 ч. (24 астр. ч.), практических занятий 32 ч. (24 астр. ч.)), 24 часа (18 астр. ч.) по очно-заочной форме обучения (лекционных занятий 8 ч. (6 астр. ч.), практических занятий 16 ч. (12 астр. ч.)). На самостоятельную работу обучающихся выделяется 116 (87 астр. ч.) и 156 часов (117 астр. ч.) по очной и очно-заочной форме соответственно.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.14 «Корпоративная социальная ответственность» изучается в 6 семестре очной формы обучения, на 2,3 курсах заочной формы обучения.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области делового общения; а также на приобретенные ранее умения и навыки, полученные при освоении образовательных программ на предшествующих уровнях образования.

На очной форме обучения дисциплина реализуется после изучения:

Б1.О.07 «История управленческой мысли» (1 семестр);

Б1.О.08 «Общий менеджмент» (2 семестр);

Б1.О.13 «Самоменеджмент» (1 семестр);

Б1.О.11 «Внешняя среда бизнеса» (3 семестр);

Б1.О.15 «Методы принятия управленческих решений» (6 семестр);

Б1.В.02 «Операционный менеджмент» (2 семестр);

Б1.В.10 «Деловые коммуникации» (2 семестр);

Б1.В.ДВ.01.01 «Социальное управление организацией» (1 семестр)

На заочной форме обучения дисциплина реализуется после изучения:

Б1.О.07 «История управленческой мысли» (1 курс);

Б1.Б.8 «Общий менеджмент» (1 курс);

Б1.О.13 «Самоменеджмент» (1 курс);

Б1.В.02 «Операционный менеджмент» (1 курс);

Б1.В.05 «Деловые коммуникации» (2 курс)

Формой промежуточной аттестации является зачет с оценкой (возможно прохождение промежуточной аттестации с использованием ДОТ).

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Теоретические основы корпоративной социальной ответственности.	28	4		4		20	О, СЗ, К
Тема 2	Практические подходы к корпоративной социальной ответственности: мировой и отечественный опыт.	32	6		6		20	О, Т, СЗ
Тема 3	Социальный аудит и отчетность.	32	6		6		20	О, СЗ
Тема 4	Управление корпоративной социальной ответственностью.	36	8		8		20	Т, СЗ, Д

Тема 5	Социально-ориентированный менеджмент. Внутренняя социальная политика.	28	4		4		20	О, Э, СЗ
Тема 6	Социально-ориентированный маркетинг. Внешняя социальная политика.	24	4		4		16	СЗ, ДП, Э
Промежуточная аттестация								ЗаО
Всего:		180	32		32		116	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СРО – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

* формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), доклад с презентацией (ДП), тестирование (Т), реферат (Р), кейс (К), дискуссия (Д), ситуационные задачи (СЗ).

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Теоретические основы корпоративной социальной ответственности.	27	1		2		24	О, СЗ, К
Тема 2	Практические подходы к корпоративной социальной	28	2		2		24	О, Т, СЗ

	ответственности: мировой и отечественный опыт.							
Тема 3	Социальный аудит и отчетность.	33	1		2		30	О, СЗ
Тема 4	Управление корпоративной социальной ответственностью.	33	1		2		30	Т, СЗ, Д
Тема 5	Социально- ориентированный менеджмент. Внутренняя социальная политика.	30	2		4		24	О, Э, СЗ
Тема 6	Социально- ориентированный маркетинг. Внешняя социальная политика.	29	1		4		24	СЗ, ДП, Э
Промежуточная аттестация								ЗаО
Всего:		180	8		16		156	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СРО – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

* формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), доклад с презентацией (ДП), тестирование (Т), реферат (Р), кейс (К), дискуссия (Д), ситуационные задачи (СЗ).

формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).

Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность: роль в создании положительного имиджа и деловой репутации компании. Социально ответственное поведение как основа развития современной компании. Корпоративная социальная ответственность и высшее профессиональное образование.

Тема 2. Практические подходы к корпоративной социальной ответственности: мировой и отечественный опыт

Модели корпоративной социальной ответственности: современные подходы. Анализ практики реализации концепции корпоративной социальной ответственности в России. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании. Анализ систем социального инвестирования в корпорациях: российский и зарубежный опыт.

Тема 3. Социальный аудит и отчетность

Соблюдение стандартов КСО и требований по представлению социальной отчетности. Роль государства в формировании программ корпоративной социальной ответственности.

Тема 4. Управление корпоративной социальной ответственностью

Разработка и применение систем рейтинговых оценок деловой репутации на основе социально ответственного поведения. Организационно-управленческий механизм социального инвестирования. Инновационные и социальные аспекты управления проектами государственно частного партнерства.

Тема 5. Социально-ориентированный менеджмент. Внутренняя социальная политика

Социальное инвестирование в корпорациях: сущность, возможности и факторы эффективности. Социально ответственное поведение и корпоративная культура в системе государственного управления.

Тема 6. Социально-ориентированный маркетинг. Внешняя социальная политика

Спонсорство и благотворительность как инструменты формирования деловой репутации на принципах корпоративной социальной ответственности. Необходимость взаимодействия государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения и выполнения социальных обязательств.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.14 «Корпоративная социальная ответственность» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся (возможно использование ДОТ):

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма	
Тема 1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности.	Опрос, ситуационные задачи, кейс
Тема 2. Практические подходы к корпоративной социальной ответственности: мировой и отечественный опыт.	Тестирование, опрос, ситуационные задачи
Тема 3. Социальный аудит и отчетность.	Опрос, ситуационные задачи
Тема 4. Управление корпоративной социальной ответственностью.	Ситуационные задачи, тестирование, дискуссия

Тема 5. Социально-ориентированный менеджмент. Внутренняя социальная политика.	Ситуационные задачи, опрос, эссе
Тема 6. Социально-ориентированный маркетинг. Внешняя социальная политика.	Ситуационные задачи, доклад с презентацией, эссе
Заочная форма	
Тема 1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности.	Опрос, ситуационные задачи, кейс
Тема 2. Практические подходы к корпоративной социальной ответственности: мировой и отечественный опыт.	Тестирование, опрос, ситуационные задачи
Тема 3. Социальный аудит и отчетность.	Опрос, ситуационные задачи
Тема 4. Управление корпоративной социальной ответственностью.	Ситуационные задачи, тестирование, дискуссия
Тема 5. Социально-ориентированный менеджмент. Внутренняя социальная политика.	Ситуационные задачи, опрос, эссе
Тема 6. Социально-ориентированный маркетинг. Внешняя социальная политика.	Ситуационные задачи, доклад с презентацией, эссе

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в данной системе. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы по теме 1

Средство оценивания - устный ответ (опрос) по теме дисциплины.

Вопросы для опроса:

1. Опишите модель корпоративной социальной деятельности Д.Вуда.
2. Опишите модель корпоративной социальной деятельности С.Варттика и Ф. Кохрена.
3. В чем суть стейкхолдерского подхода к корпоративной социальной ответственности?
4. В чем суть концепции корпоративного гражданства?
5. Каковы факторы развития корпоративной социальной ответственности?
6. Как трактуется понятие «корпорация» в отечественной практике?
7. На какие виды подразделяются корпорации зависимости от преследуемых целей?
8. Что объединяет концепция социально ответственного бизнеса?
9. Какая из релевантных концепций, разработанных, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, была наиболее распространена в США и в чем суть этой концепции?
10. Охарактеризуйте основные этапы развития корпоративной социальной ответственности с указанием временных периодов.

Средство оценивания - ситуационные задачи.

Примерные ситуационные задачи

1. Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире. Как вы понимаете каждое из данных высказываний, есть ли среди них такой тезис, с которым бы Вы согласились, а с которым категорически нет, обоснуйте Ваш ответ.

- «Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнес-решение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать, а потому, что это хорошо для нашего бизнеса»

(Н. Фицджеральд, Президент, Unilever);

- «С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы»

(Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell);

- «Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности»

(Андерс Далвиг, Президент IKEA).

2. Рассмотрите следующие три гипотетических примера с различных позиций.

Пример 1. Фармацевтическая компания XYZ производит лекарственный препарат, ослабляющий головную боль при мигрени. Он продавался в США и сначала считался достаточно безопасным для продажи без рецепта. Однако после его широкого распространения выясняется, что его побочным эффектом у значительного числа пациентов оказывается острая депрессия, иногда служащая причиной самоубийств. Поэтому препарат признан слишком опасным для продажи его в США без рецептов и разрешен к употреблению только под контролем врача. Врачей предупредили об опасном побочном эффекте препарата и рекомендовали строго следить за симптомами возникновения депрессии у их пациентов. Кроме США препарат продается и во многих других странах. После принятого в США решения об ограничении условий его продажи аналогичные решения были приняты еще в ряде стран. Но в некоторых странах такие решения не были приняты. Фармацевтическая компания XYZ продолжает там продавать этот препарат. Он продается без рецепта, а информация о возможности его опасных побочных эффектов отсутствует.

Пример 2. Фармацевтическая компания MNO разрабатывает и испытывает препарат для диабетиков, который несколько более эффективен, чем инсулин. После некоторого периода его употребления выясняется, что он вызывает раковое заболевание. В Соединенных Штатах его к продаже запрещают. Фармацевтическая компания MNO продолжает сбывать его в странах, где он к продаже не запрещен.

Пример 3. Фармацевтическая компания ABC разрабатывает препарат, способствующий лечению глаукомы. На рынке нет другого эффективного препарата для лечения этой болезни. После довольно широкого его употребления выясняется, что в значительном числе случаев препарат приводит к раковому заболеванию. В Соединенных Штатах препарат снимается с продажи. Но фармацевтическая компания продолжает продавать его в странах, где он не запрещен.

Приведенные три примера поднимают ряд разных вопросов. Оправданно ли морально действие компаний, а если нет, то почему? Пытаясь ответить на этот вопрос, рассмотрите два существенных принципа, которые здесь применимы.

Принцип 1: фармацевтическая компания не должна продавать никакого лекарства, о котором ей известно, что оно может причинить какой бы то ни было вред.

Принцип 2: фармацевтическая компания не должна продавать какое лекарство, о котором ей известно, что оно вредно, не уведомив покупателя о его вредном воздействии.

Средство оценивания - кейс.

Примерный вариант кейса

Кейс «Бизнес-клятва Гиппократа»

Автор теории множественного интеллекта Г. Гарднер убежден, что бизнесу необходим этический кодекс и каждый руководитель при вступлении на ответственный пост должен произносить деловой аналог клятвы Гиппократа. По мнению автора, бизнес от этого станет только успешнее и сильнее, да и имидж предпринимателей и менеджеров много выиграет. В бизнес-среде данная точка зрения подверглась критике. Ее оппоненты считают, что ограничение сознания бизнесмена — особенно предпринимателя — рамками этичности и социальной ответственности значительно сузит его способность генерировать новые идеи и начинать новые проекты. Если просчитывать последствия принятых решений для всех и каждого, ни одна идея не будет воплощена в жизнь, говорят скептики. Бизнес потерпит крах, если не расширит свое сознание и не станет социально ответственным, возражает Г. Гарднер. Ведь потребители, талантливые сотрудники, а со временем и акционеры отвернутся от неэтичной компании. Талантливые будут выбирать организации с высокими стандартами корпоративной культуры, оставляя работодателей, менее разборчивых в средствах ведения бизнеса, с заурядными, менее мотивированными и не столь эффективными сотрудниками. Что думаете вы по этому поводу?

Типовые оценочные материалы по теме 2

Средство оценивания - тестирование.

Тестовые задания

1. И. Адизес акцентирует внимание на двух параметрах жизнедеятельности организации:

- А) управляемости и творчества
- Б) умение привлекать и реализовывать новые идеи
- В) гибкости и контролируемости
- Г) организованности и слаженности
- Д) миссии и цели

2. Определяющим фактором успеха организации является способность справляться с:

- А) конкурентами
- Б) стихийными бедствиями
- В) прибылью
- Г) проблемами
- Д) внешним факторами

3. Вторая стадия жизненного цикла организации — это:

- А) упадок
- Б) юность
- В) младенчество
- Г) бюрократизация
- Д) аристократизм

4. Одним из наиболее удачных определений, является определение, предложенное Р. Дафтом: Организационные изменения определяются как:
- А) взаимоотношения субъектов рыночной экономики
 - Б) освоение компанией новых идей или моделей поведения
 - В) совокупность различных (объективных и субъективных) факторов
 - Г) экономическую свободу
 - Д) состояние законодательной базы
5. Эмпирическое наблюдение различий в форме, качестве или состоянии какого-либо организационного элемента в течение времени:
- А) предпринимательская жилка бизнесмена
 - Б) содержание изменения
 - В) свободы и гарантии государства
 - Г) единство экономического пространства
 - Д) конституционные положения
6. Последовательность событий, которые привели к наблюдаемому содержательному изменению в организации:
- А) внешнеполитическая и экономическая ситуация
 - Б) государственное регулирование
 - В) наличие в достаточном количестве природных факторов производства
 - Г) экономическое положение страны
 - Д) процесс изменения
7. По мнению Р. М. Кантер, корпоративная социальная ответственность происходит на одном из уровней:
- А) творческих союзов
 - Б) государственных и политических организаций
 - В) программы изменений
 - Г) силовых структур
 - Д) общественных организаций
8. Стив Дихтер (Steve Dichter), Крис Гэньон (Chris Gagnon) и Ашок Александер (Ashok Alexander) — сотрудники McKinsey — считают, что успех преобразований зависит от основных компонентов процесса преобразований, таких как:
- А) любых граждан
 - Б) физических лиц
 - В) трехмерное пространство
 - Г) физических лиц, достигших 25-летнего возраста
 - Д) граждан, состоящих на государственной службе
9. Третий компонент процесса преобразований:
- А) гражданство
 - Б) естественные законы
 - В) поддержка органов государственной власти
 - Г) политическая партия
 - Д) работники силовых министерств и служб
10. Метод сопротивления реинжинирингу, который Беннет назвал:
- А) обманывание процесса

- Б) психологический
- В) бенчмаркинг
- Г) финансовый
- Д) административный

Ключи

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	Г	Б	Б	Б	Д	В	В	В	А

Средство оценивания - устный ответ (опрос) по теме дисциплины.

Вопросы для опроса:

1. Что представляет собой корпоративная среда?
2. Кто из участников корпоративной среды может требовать от корпорации справедливой оплаты труда?
3. Каким образом может быть достигнут баланс в отношениях между всеми участниками корпоративной среды?
4. По какой причине корпоративность в нашей стране вызвала противоречивое отношение начинающих предпринимателей до 1987 года?
5. Какие условия необходимы для эффективной реализации корпоративного управления в нашей стране?

Средство оценивания - ситуационные задачи.

Примерные ситуационные задачи

Задача 1. Проанализируйте (письменно) три довода, выдвинутые Р.Оуэном в обращении к правительствам европейских стран, в пользу принятия международных трудовых норм об условиях труда на заводах и фабриках, рудниках и шахтах.

Приведите дополнительные аргументы в пользу их принятия.

Задача 2. Какая компания из перечисленных ниже демонстрирует тип корпоративной культуры, который в США называли бы «феодалная культура корпорации»?

Ответ _____ аргументируйте _____ письменно.

- 1) Компания А: работники принимают активное участие в инвестиционной деятельности компании, они хорошо информированы о финансовых делах и принимают участие в управлении; при этом юридическая защита прав работников-акционеров игнорируется, уровень их ответственности перед компанией очень высок.
- 2) Компания К: руководство ждёт от своих работников полной отдачи, экономической активности и готовности идти на риск ради быстрого роста и повышения конкурентоспособности компании; при этом не уделяется должного внимания доходу работника как акционера;
- 3) Компания В: работники не принимают участия в инвестиционной деятельности компании, руководство самостоятельно определяет возможную долю собственности работника-акционера в капитале и строго контролирует его активность; достаточно весома разница в социальных статусах между администрацией и персоналом;
- 4) Компания Г: работники образуют крупную коллективную силу (по типу профсоюза) и имеют своих представителей в Совете директоров, тем самым принимая непосредственное участие в решении важнейших дел компании;
- 5) Компания Д: заработная плата работников напрямую зависит от экономических результатов деятельности компании и может быть выдана в виде акций, достаточно высок риск её существенных колебаний; при этом инвесторская активность работника-акционера ограничена.

Задача 3. Корпоративная социальная ответственность не является абсолютно новой для российского бизнеса, поскольку градообразующие предприятия еще в советское время создавали и поддерживали социальную сферу и соответствующую инфраструктуру. Каким образом?

1) работники получали практически одинаковую заработную плату, так как командными методами государство регулировало величины всех заработных плат;

2). работники имели возможность покупать товары народного потребления по приемлемым для них ценам в специализированных магазинах, так как командными методами государство регулировало цены на все продукты;

3). работники получали путевки в дома отдыха, пользовались поликлиниками при предприятиях, имели продолжительные оплачиваемые отпуска;

4). предприятия оплачивали своим работникам курсы, семинары и тренинги, зарубежные симпозиумы, на которых они повышали свой уровень квалификации;

5). предприятия вкладывали существенные средства в специальные проекты, обеспечивающие экологическую безопасность регионов.

Задача 4. В современном обществе постепенно меняется подход к благотворительности от простого финансирования общественных и благотворительных организаций, которые самостоятельно распределяют средства между различными проектами, к партнерскому участию всех сторон. Результатом активного взаимодействия всех участников становится появление долгосрочных социальных программ, которые в равной степени интересны для общества и решают конкретные социальные задачи.

Такая модель сегодня получила название:

- 1) «тройственный союз»;
- 2) «социальная ответственность бизнеса»;
- 3) «социальные инвестиции»;
- 4) «социальное партнерство»;
- 5) «триединый итог».

Типовые оценочные материалы по теме 3

Средство оценивания – устный ответ (опрос) по теме дисциплины.

Вопросы для опроса:

1. Чем важны социальные отчеты для крупного бизнеса?
2. Нужна ли верификация социального отчета? Кто и как может ее осуществить?
3. Возможно ли применение социального аудита для малого и среднего бизнеса?
4. Перечислите основные стандарты, в соответствии с которыми составляется социальный отчет.

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

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

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

Средство оценивания - ситуационные задачи.

Примерные ситуационные задачи

1. Проанализируйте нефинансовый публичный отчет о социальной деятельности любой российской крупной компании. Охарактеризуйте позиции, по которым составлен отчет, и дополните полученный список своими предложениями. Предложите технологию составления социального отчета.

2. Определите основные информационные потребности ключевых групп заинтересованных сторон в качестве пользователей социальной отчетности и те цели, для которых они ее используют. Ответ оформите в виде таблицы.

3. Подготовьте заключения по исследованиям в области анализа современной практики разработки нефинансовой отчетности, требований и тенденций ее развития.

Типовые оценочные материалы по теме 4

Средство оценивания - тестирование.

Тестовые задания

1. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции - это:

А) повышение национального дохода;

Б) повышение уровня (качества) жизни;

В) получение прибыли;

Г) повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей.

2. Основной показатель эффективности социального инвестирования - это:

А) социальный эффект;

Б) социальная эффективность;

В) социально-экономическая эффективность;

Г) экономическая эффективность.

3. Ученый, концептуально исследовавший в своих работах понятие и содержание социальной ответственности:

А) Г. Боуэн;

Б) К. Девис;

В) Дж. МакГуир;

Г) С. Сети.

4. Страны, придерживающиеся концепции активного участия государства в регулировании социально – трудовых отношений:

А) Австрия, Франция, Германия;

Б) Бразилия, Аргентина, Колумбия;

В) Россия, Индия, Китай;

Г) Бельгия, Финляндия, Швеция.

5. Внешним стимулом компаний, занимающихся меценатством – является:

А) гражданский долг;

Б) снижение налоговых ставок;

В) высокий уровень самосознания;

Г) реклама, способствующая формированию имиджа.

6. Что относится к видам госрегулирования социальной среды:

А) налоговые льготы, финансирование, юридическая поддержка;

Б) реклама, тарифная политика, подотчетность;

- В) таможенное регулирование, освобождение от налогов;
- Г) ежегодные выплаты, продвижение бренда компаний.

7. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – это теория:

- А) благотворительности;
- Б) ответственного поведения;
- В) корпоративного альтруизма;
- Г) социальной ответственности.

8. В основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса» 2004 года, положены:

- А) принципы экономической и финансовой устойчивости, экологической безопасности;
- Б) принципы прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями;
- В) принцип участия в развитии местного сообщества;
- Г) все ответы верны.

9. Социальная ответственность - это:

- А) правило;
- Б) этический принцип;
- В) закон, обязательный для исполнения;
- Г) норматив.

10. Среди христианских предпринимателей Германии, уже в XIX веке как проявление социальной ответственности практиковались:

- А) благотворительность;
- Б) выплата пенсий;
- В) социальные инвестиции;
- Г) финансирование мероприятий по охране окружающей среды.

Ключи

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
Г	А	А	Г	А	А	Г	А	Б	Б

Средство оценивания - ситуационные задачи.

Примерные ситуационные задачи

Задание 1. Провести анализ (по доступным источникам) практики действий российских компаний в области социальной ответственности, которая оказывает экономическое и социальное влияние на благополучие местных сообществ.

Задание 2. Охарактеризуйте алгоритм действий при выборе стратегии поведения в местном сообществе. Сформулируйте вопросы, на которые должен ответить менеджер при выборе такой стратегии.

Задание 3. Чем определяются региональные социальные стратегии? Может ли выбор стратегии определяться размером компании, уровнем «укорененности» в регионе, социально-экономическим состоянием, существующими отношениями с властью и др? Поясните свой ответ примерами.

Задание 4. Как вы понимаете суждение: «Социальная активность современного бизнеса становится узко-фокусной, деловой, экономной, клиентской, партнерской, инициативной, комплексной»? Обоснуйте ответ по каждому направлению социальной активности.

Задание 5. Продолжите перечень основных направлений внутренней социальной политики (не менее 4х):

Образовательная программа, молодежная программа,

Прокомментируйте каждое направление (не более 2х предложений по каждому направлению).

Задание 6. Предложите свои формулировки свода правил менеджера для формирования эффективной социальной политики.

Задание 7. В книге «Corporate Community Relation» Эдмунд Брук рассматривает три основные стратегии компании в местном сообществе:

- Построить отношения доверия
- Отталкиваться от потребностей местного сообщества и пытаться на них реагировать
- Разработать программы, которые отвечают потребностям компании и местного сообщества.

Приведите примеры построения социальной политики в соответствии с перечисленными стратегиями.

Задание 8. Продолжите определение региональной социальной политики:

«Отношения компании с местным сообществом является частью текущей бизнес-стратегии на территории; они улучшают.....»

Сформулируйте три цели, которые преследует региональная социальная политика.

Задание 9. Международный благотворительный Фонд "Дети Мира" и компания "Кимберли Кларк" провели совместную благотворительную акцию "Из добрых рук с любовью - Кимберли Кларк детям сиротам" в рамках широкомасштабного общероссийского проекта "Не оттолкни меня!" ("Антибезразличие"). Была осуществлена безвозмездная передача необходимых гигиенических средств детям из детских домов, школ-интернатов, приютов и больниц Москвы и Подмосковья.

Укажите направление социальной программы Компании "Кимберли Кларк":

- 1) развитие местного общества;
- 2) развитие персонала;
- 3) социально ответственное инвестирование;
- 4) природоохранная деятельность и ресурсосбережение;
- 5) добросовестная деловая практика.

Задание 10. На примере известной широкому кругу потребителей компании «Макдоналдс» проанализируйте, какие конкретные принципы корпоративной социальной ответственности (как внутренние, так и внешние) практикуют российские представительства данной компании.

Средство оценивания - дискуссия.

Примерные вопросы дискуссии: «Социальная ответственность компании: за и против»

1. Социально ответственное поведение и корпоративная культура в системе государственного управления.

2. Спонсорство и благотворительность как инструменты формирования деловой репутации на принципах корпоративной социальной ответственности.

3. Необходимость взаимодействия государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения и выполнения социальных обязательств.

4. Какие аргументы в поддержку против использования принципов КСО в практике управления компанией кажутся вам наиболее весомыми? Чью позицию вы разделяете и почему?

5. Какие факторы определяют актуальность внедрения программ КСО в практику?

6. Согласны ли вы с точкой зрения, что КСО — исключительно обязанность крупных компаний?

7. В какой мере практика корпоративной социальной ответственности должна носить обязательный характер для компании?

8. Могут ли государство и общество принуждать компании к введению практики КСО в свою систему управления и корпоративных коммуникаций?

9. В каких случаях программы социальной ответственности могут восприниматься обществом «негативно»? В чем возможные причины?

Типовые оценочные материалы по теме 5

Средство оценивания - устный ответ (опрос) по теме дисциплины.

Вопросы для опроса:

1. Перечислите компетенции общего собрания акционеров в процессе организации КСО.

2. Какие преимущества дает компании использование института независимых директоров?

3. Каково назначение комитетов при совете директоров? Какие функции должен выполнять комитет по КСО?

4. Какова роль корпоративного омбудсмана в процессе организации КСО?

5. Опишите основные варианты организации социальной ответственности в системе менеджмента компании.

6. Назовите основные должностные обязанности, а также ключевые компетенции менеджера КСО.

Средство оценивания - ситуационные задачи.

Примерные ситуационные задачи

Задача 1. В каком из вариантов приведён пример базового уровня социальной ответственности бизнеса?

1). В Калининградской области проводился конкурс социальных и культурных проектов ООО "Лукойл- калининградморнефть". Конкурс социальных и культурных проектов организуется ООО "Лукойл- калининградморнефть" и некоммерческой благотворительной организацией "Благотворительный фонд "Лукойл" с целью поддержки инициатив общественных организаций и населения в решении актуальных социальных проблем;

2). Организация «Успех» передала безвозмездно хоккейному клубу автобусы. За это на свитерах хоккеистов решением руководства клуба был размещен фирменный логотип данной организации;

3). ОАО "Нойзидлер Сыктывкар" заключает с сотрудниками соглашения о долевом участии в строительстве жилых домов. Компания полностью покрывает затраты на подготовительные работы. Возведение жилого дома происходит за счет предприятия, работник впоследствии возмещает расходы из своих доходов;

4). работнику аптеки ООО "Будем здоровы" выделена путевка на лечение. При этом 70 % ее стоимости оплачивает организация, остальное самим работником;

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

Задача 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.

Задача 3. Сеть ресторанов быстрого питания McDonalds перешла на упаковочные материалы из небеленой бумаги вторичного производства и тем самым на 30% снизила объем своих твердых отходов.

Какая из составляющих концепции корпоративной социальной ответственности бизнеса реализуется в вышеописанном примере наиболее ярко?

- 1) милосердие;
- 2) экология;
- 3) экономика;
- 4) социальная сфера;
- 5) благотворительность.

Задача 4. Укажите три конкретных направления в реализации социально ответственного поведения современных компаний (так называемые «триединый итог», или «тройная линия ответственности»). Приведите примеры возможных мероприятий, которые проводят социально-ответственные компании по каждому из направлений.

Средство оценивания - эссе.

Примерные темы эссе

Напишите эссе, отразив в нем один из следующих вопросов (по выбору):

1. Какие выгоды для основной деятельности компаний приносит следование практике социальной ответственности?
2. В какой мере бизнес ответственен за решение социальных проблем страны?
3. Обладает ли бизнес правом на стратегическую инициативу, насколько самостоятельным он может быть в определении приоритетов своих социальных программ?
4. Эффективность социальных инвестиций и КСО – для бизнеса или для общества?
5. Кто и как может оценивать эффективность КСО?
6. Как связаны корпоративная социальная ответственность и брендинг?
7. Как связаны корпоративная социальная ответственность и корпоративная культура?

Типовые оценочные материалы по теме 6

Средство оценивания - ситуационные задачи.

Примерные ситуационные задачи

Задание 1. Прокомментируйте письменно 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 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 продаж и укрепила имидж корпоративного гражданина.

Задание 2. Покажите на конкретном примере, что социальная активность способна повысить узнаваемость продукта и компании.

Задание 3. Приведите примеры совместных (группы компаний) социальных проектов в России.

Задание 4. Объясните письменно, почему приведенный ниже в кавычках текст является препятствием для развития проекта «Святой источник».

Компания "Святой Источник" с момента своего возникновения пытается подключить своих клиентов к делу помощи Русской православной церкви. На бутылках с водой «Святой источник» помещена надпись: "Часть полученных от продажи денег пойдет на строительство храмов. На пожертвования компании восстанавливаются храмы, содержатся служащие ряда епархий, приюты для детей-сирот и богадельни для престарелых».

Задание 5. Программа корпорации Avon «Вместе против рака груди» реализуется на территории нескольких стран мира. Часть средств от продажи косметики и парфюмерии марки Avon перечисляется в фонд, который финансирует медицинские исследования рака груди, а также диагностику и лечение женщин, страдающих этим заболеванием. Какой из принципов внедрения корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии прослеживается в вышеописанном примере:

1) «Делайте то, что говорите» - базовый принцип бизнес-этики и демонстрация уважения к потребителю;

- 2) реклама должна быть честной и не преувеличивать свойства товаров или услуг;
- 3) маркетинговые материалы должны быть прозрачны и правдивы;
- 4) предлагайте специальные этические продукты или услуги;
- 5) осваивайте производство «зеленых» продуктов.

Оценочное средство – доклад с презентацией

Примерные темы докладов

1. Корпоративная культура и КСО
2. Благотворительность в корпорациях Запада
3. Особенности благотворительности в современных российских корпорациях.
4. Русское меценатство конца XIX- начала XX в.

Средство оценивания - эссе.

Примерные темы эссе

1. Благотворительность – дело бизнеса или бизнесменов?
2. Не способствуют ли благотворительность и социальная политика развитию потребительского отношения к бизнесу как «дойной корове»?
3. В чем выражается эффективность ответственности бизнеса перед потребителями?
4. Чем отличается эффективность социальных инвестиций в человеческий капитал и в человеческие ресурсы?

Оценочные шкалы форм текущего контроля успеваемости

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

Оценка в баллах (в соответствии с БРС)	Оценка (по 5-балльной шкале)	Перечень компетенций	Критерии оценивания	Показатели оценивания
5	«5»	УК ОС – 3	<input type="checkbox"/> полно раскрыто содержание материала; <input type="checkbox"/> материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; <input type="checkbox"/> продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; <input type="checkbox"/> полно используется терминология; <input type="checkbox"/> показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;	<input type="checkbox"/> Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, <input type="checkbox"/> знание основной и дополнительной литературы; <input type="checkbox"/> последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы; <input type="checkbox"/> уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; <input type="checkbox"/> демонстрирует

			<input type="checkbox"/> продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; <input type="checkbox"/> ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; <input type="checkbox"/> продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; <input type="checkbox"/> продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; <input type="checkbox"/> допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	<p>способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;</p> <input type="checkbox"/> подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
4	«4»	УК ОС – 3	<input type="checkbox"/> вопросы излагаются систематизировано и последовательно; <input type="checkbox"/> продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; <input type="checkbox"/> продемонстрировано усвоение основной литературы. <input type="checkbox"/> ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков: <input checked="" type="checkbox"/> в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; <input type="checkbox"/> допущены один – два недочета при освещении основного содержания	<input type="checkbox"/> обучающийся показывает полное знание <input type="checkbox"/> программного материала, основной и <input type="checkbox"/> дополнительной литературы; <input type="checkbox"/> даст полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; <input type="checkbox"/> правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; <input type="checkbox"/> демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом

			<p>ответа, исправленные по замечанию преподавателя;</p> <p><input type="checkbox"/> допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя</p>	<p>подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой</p>
3	«3»	УК ОС – 3	<p><input type="checkbox"/> неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;</p> <p><input type="checkbox"/> усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;</p> <p><input type="checkbox"/> имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</p> <p><input type="checkbox"/> при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;</p> <p><input type="checkbox"/> продемонстрировано усвоение основной литературы</p>	<p><input type="checkbox"/> обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;</p> <p><input type="checkbox"/> при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;</p> <p><input type="checkbox"/> не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;</p> <p><input type="checkbox"/> подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне</p>
2	«2»	УК ОС – 3	<p><input type="checkbox"/> не раскрыто основное содержание учебного материала;</p> <p><input type="checkbox"/> обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее</p>	<p><input type="checkbox"/> обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;</p>

			<p>важной части учебного материала;</p> <p><input type="checkbox"/> допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.</p> <p><input type="checkbox"/> сформированы компетенции, умения и навыки.</p>	<p><input type="checkbox"/> способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;</p> <p><input type="checkbox"/> подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой</p>
--	--	--	--	--

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при использовании оценочного средства: решения кейса

Параметр	Оценка в баллах (в соответствии с БРС)	Оценка (по 5-балльной шкале)
Обучающийся эффективно исследует ситуацию, применяя теоретические знания к решению практических задач; способен определить свою роль в решении кейса и роль других с учетом личностных, социальных и профессиональных интересов; разбирается в поставленной проблеме, предлагает возможные варианты решения, может выбрать лучшее из них.	10	5 «отлично»
Обучающийся исследует ситуацию. Применяет теоретические знания к решению практических задач, допуская незначительные ошибки; разбирается в сути проблемы, обсуждает возможные варианты решения, участвует в выработке наилучшего из них.	9-7	4 «хорошо»
Обучающийся имеет слабое представление о решении рассматриваемого кейса, его этапах и связанных с ним понятий; посредственно участвует в обсуждении возможных вариантов его решения.	6-4	3 «удовлетворительно»
Обучающийся не способен дать решение кейса; не может обосновать сформулированные цель и задачи; не участвует в обсуждении его решения.	3-1	2 «неудовлетворительно»

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при использовании оценочного средства: решения ситуационной задачи

Параметр	Оценка в баллах (в соответствии с БРС)	Оценка (по 5-балльной шкале)
Обучающийся четко изложил условие задачи, выполнил решение в полном объеме, обосновал решение точной ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление.	5	5 «отлично»
Обучающийся четко изложил условие задачи, выполнил решение в полном объеме, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на формулу, правило, закономерность, явление.	4	4 «хорошо»
Обучающийся изложил условие задачи, но решение обосновал общей ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление.	3	3 «удовлетворительно»
Обучающийся не уяснил условие задачи, решение не обосновал ссылкой на формулу, правило, закономерность, явление.	2	2 «неудовлетворительно»

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться табличными, нормативными, специализированными управленческими, вероятностно-статистическими, экономико-финансовыми справочными материалами.

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при использовании оценочного средства: тестирования

Параметр	Оценка в баллах (в соответствии с БРС)	Оценка (по 5-балльной шкале)
Все задания теста выполнены обучающимся без ошибок или дано не менее 90% правильных ответов	5	5 «отлично»
Дано не менее 80% правильных ответов	4	4 «хорошо»
Дано не менее 50% правильных ответов	3	3 «удовлетворительно»
Дано менее 50% правильных ответов	2	2 «неудовлетворительно»

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при использовании оценочного средства: доклада (выступления) с презентацией

Алгоритм выступления с презентацией:

- 1) подбор материала по предложенной теме;
- 2) разработка примерного плана выступления;
- 3) подготовка презентации по данной теме;
- 4) обдумывание возможных вопросов аудитории по итогам выступления.

Параметр	Оценка в баллах (в соответствии с БРС)	Оценка (по 5-балльной шкале)
Обучающийся раскрыл тему доклада в полном объеме; показал умение критически анализировать информацию, сумел обобщить информацию с помощью таблиц, схем, рисунков; аргументированно сделал выводы. При подготовке презентации проявил оригинальность, креативность. Обучающийся отвечает на вопросы по теме сообщения.	10	5 «отлично»
Обучающийся показывает понимание темы, владеет предусмотренной терминологией, демонстрирует верный ход изложения материала, правильные аргументы, рассуждения, примеры, способен к критике своей и чужой точек зрения, может убедительно обосновать свои суждения, но допускаются некоторые недочеты, негрубые ошибки, может ответить не на все вопросы и замечания.	8	4 «хорошо»
Обучающийся показал понимание темы. Цель общения достигнута не до конца, тема раскрыта в ограниченном объеме; социокультурные знания мало использованы в соответствии с ситуацией общения; студент не может ответить на вопросы по теме сообщения.	6	3 «удовлетворительно»
Обучающийся не раскрыл тему; социокультурные знания не использованы в соответствии с ситуацией общения; не может ответить на вопросы по теме сообщения.	4	2 «неудовлетворительно»

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при использовании оценочного средства: эссе

Параметр	Оценка в баллах (в соответствии с БРС)	Оценка (по 5-балльной шкале)
Текст эссе по содержательному критерию полностью соответствует теме. Тема раскрыта исчерпывающе; содержание ясное по структуре, последовательное по изложению. Позиция автора представлена в полной мере. Языковое оформление монолога полностью соответствует научному стилю и нормам речи.	10	5 «отлично»
Текст эссе по содержательному критерию	8	4

соответствует теме. Тема раскрыта не достаточно полно, содержание логичное по структуре, последовательное по изложению. Позиция автора представлена не в полной мере. Языковое оформление монолога соответствует научному стилю и нормам речи.		«хорошо»
Текст эссе в целом соответствует теме, однако присутствует неполнота изложения. Тема раскрыта в основном. Позиция автора представлена недостаточно определенно. Структура монолога, его изложение последовательное.	6	3 «удовлетворительно»
Тема эссе не раскрыта (раскрыта частично). Присутствует неполнота и неточность изложения. Фиксируется нарушение требований научного стиля речи, имеются другие типы речевых ошибок.	3	2 «неудовлетворительно»

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при использовании оценочного средства: дискуссии

Параметр	Оценка в баллах (в соответствии с БРС)	Оценка (по 5-балльной шкале)
Обучающийся показывает полное понимание темы, полностью владеет предусмотренной терминологией, демонстрирует верный ход изложения материала, правильные аргументы, рассуждения, примеры; способен к критике своей и чужой точек зрения; может убедительно обосновать свои суждения.	10	5 «отлично»
Обучающийся показывает понимание темы, владеет предусмотренной терминологией, демонстрирует верный ход изложения материала, правильные аргументы, рассуждения, примеры, способен к критике своей и чужой точек зрения, может убедительно обосновать свои суждения, но допускаются некоторые недочеты, негрубые ошибки, может ответить не на все вопросы и замечания.	7	4 «хорошо»
Обучающийся знает и понимает основные положения темы, но излагает материал недостаточно точно, допускает ошибки, не даёт полного ответа на вопросы; испытывает трудности изложения; демонстрирует неоднозначность и неточность формулирования мыслей; бессистемность и неубедительность	4	3 «удовлетворительно»

приводимых аргументов.		
Обучающийся демонстрирует незнание большей части темы или совсем не ориентируется в ней, искажает смысл определений, не владеет терминологией, понятийным аппаратом дисциплины, излагает материал бессистемно и неуверенно; не может ответить на вопросы и замечания по теме.	2	2 «неудовлетворительно»

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации

5.1. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств):

При проведении промежуточной аттестации для выявления освоения компетенций на соответствующих этапах их формирования проводится зачет с оценкой в письменной форме в форме тестового задания теоретико-практической направленности.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный /ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК ОС- 3.5 (очная форма) Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию	<ul style="list-style-type: none"> - способность нести ответственность за принятие решений с позиций социальной значимости принимаемых решений - готовность нести ответственность за принимаемые организационно-управленческие решения. - способность анализировать социально-значимые процессы. - способность учитывать аспекты социальной ответственности при разработке решений. 	<ul style="list-style-type: none"> - способен нести ответственность за принятие решений с позиций социальной значимости принимаемых решений - готов нести ответственность за принимаемые организационно-управленческие решения. - способен анализировать социально-значимые процессы. - способен учитывать аспекты социальной ответственности при разработке решений.

4.3.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для оценки знаний, умений и навыков при проведении промежуточной аттестации обучающихся

Вопросы для подготовки к зачету с оценкой

1. Корпоративная социальная ответственность: роль в создании положительного имиджа и деловой репутации компании.
2. Социально ответственное поведение как основа развития современной компании.
3. Этапы развития концепции социальной ответственности.
4. Модели корпоративной социальной ответственности: современные подходы.

5. Анализ практики реализации концепции корпоративной социальной ответственности в России.
6. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.
7. Анализ систем социального инвестирования в корпорациях: российский и зарубежный опыт.
8. Соблюдение стандартов КСО и требований по предоставлению социальной отчетности.
9. Роль государства в формировании программ корпоративной социальной ответственности.
10. Разработка и применение систем рейтинговых оценок деловой репутации на основе социально ответственного поведения.
11. Организационно - управленческий механизм социального инвестирования.
12. Инновационные и социальные аспекты управления проектами государственно - частного партнерства.
13. Социальное инвестирование в корпорациях: сущность, возможности и факторы эффективности.
14. Социально ответственное поведение и корпоративная культура в системе государственного управления.
15. Спонсорство и благотворительность как инструменты формирования деловой репутации на принципах корпоративной социальной ответственности.
16. Необходимость взаимодействия государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения и выполнения социальных обязательств.
17. Пути и проблемы повышения социальной ответственности российских компаний.
18. Организация эффективной системы социальной ответственности в России.
19. Сущность, основные функции и задачи социального аудита.
20. Процесс менеджмента корпоративной социальной ответственности.

Типовые тестовые задания для подготовки к зачету с оценкой ВАРИАНТ I

1. КСО важна тем, что она:
 - А) способствует формированию гражданского общества;
 - Б) способствует повышению рентабельности;
 - В) обеспечивает повышение качества бизнеса;
 - Г) верны все ответы.
2. Показателем эффективности программ КСО является:
 - А) рост количества мероприятий;
 - Б) рост количества публикаций о компании в СМИ;
 - В) снижение уровня негативного отношения к организации;
 - Г) включение в программу государственной финансовой поддержки.
3. Социальные нефинансовые отчеты в КСО – это оформление стандартной формы ответственности бизнеса:
 - А) перед партнерами;
 - Б) перед потребителями;
 - В) перед органами власти и общественности;
 - Г) разновидность добровольной социальной обязанности и формы связи с общественностью.
4. К коммуникативным технологиям КСО относятся:

- А) организация специальных событий и мероприятий;
- Б) договоры о совместной деятельности;
- В) подготовка и рассылка информационных материалов;
- Г) нет верных ответов.

5. Успешному социальному партнерству мешают:

- А) низкий уровень коммуникативной компетентности представителей бизнеса;
- Б) особенности российского общественного мнения по отношению к бизнесу;
- В) недоброжелательность и «продажность» СМИ;
- Г) верны все ответы.

6. Дополнительные средства привлекаются НКО (включая бизнес – ассоциации) потому что:

- А) виды их деятельности коммерчески неконкурентны;
- Б) необходимо обеспечить занятость работников этих организаций;
- В) они дают возможность реализации социального партнерства;
- Г) нет верных ответов.

7. Успешному социальному партнерству мешают:

- Г) низкий уровень коммуникативной компетентности представителей бизнеса;
- Д) особенности российского общественного мнения по отношению к бизнесу;
- Е) недоброжелательность и «продажность» СМИ;
- Г) верны все ответы.

8. Социальное партнерство - это:

- А) сотрудничество бизнеса и органов государственной власти на местах;
- Б) социальные инвестиции в работников организации;
- В) участие в формировании гражданского общества;
- Г) все ответы верны.

9. Социальные нефинансовые отчеты, согласно международным стандартам, это:

- А) форма развития связей с общественностью (PR);
- Б) добровольно берущиеся на себя компанией дополнительные социальные обязательства;
- В) оформление стандартных форм ответственности бизнеса перед партнерами, потребителями, органами власти, общественностью;
- Г) нет верных ответов.

10. Успешному социальному партнерству мешают:

- А) законодательство, регулирующее деятельность НКО;
- Б) недостаточное финансирование этой работы;
- В) непрофессионализм исполнителей;
- Г) верны все ответы.

11. КСО - это:

- А) технология рекламы;
- Б) технология маркетинга, расширения также и на вне рыночную социальную среду;
- В) технология наращивания нематериальных активов;
- Г) нет верных ответов.

12. Социальное партнерство - это:

- Б) сотрудничество бизнеса и органов государственной власти на местах;

- Б) социальные инвестиции в работников организации;
- В) участие в формировании гражданского общества;
- Г) все ответы верны.

13. Нефинансовый социальный отчет верифицируется:

- А) руководством компании и местными органами власти;
- Б) организованной общественностью (общественными организациями);
- В) сертифицированными специалистами;
- Г) налоговыми органами.

14. Проблемы социального развития монопрофильных городов могут быть решены:

- А) за счет изменения конъюнктуры рынка;
- Б) за счет налаживания многовекторного социального партнерства;
- В) исключительно за счет государственной поддержки;
- Г) расселением этих городов.

15. Бренд организации - это:

- А) её название и аббревиатура;
- Б) имидж и репутация;
- В) её дела;
- Г) устав организации.

16. Разработка программ КСО начинается:

- А) с определения целей;
- Б) с выявления актуальных проблем;
- В) с поиска необходимых проблем;
- Г) только после регистрации устава организации.

17. Разработчиков программ КСО интересует прежде всего:

- А) получение прибыли;
- Б) получение дополнительных выгод;
- В) наращивание нематериальных активов;
- Г) известность.

18. Некоммерческая деятельность, включая работу бизнес - ассоциаций, это:

- А) невыгодная деятельность;
- Б) деятельность, осуществляемая некоммерческими организациями;
- В) социально значимая деятельность, не осуществимая на коммерческой основе;
- Г) лишь популяризация и продвижение идей КСО.

19. Показатели оценки эффективности КСО:

- А) должны быть обязательно увязаны с конечными показателями бизнеса;
- Б) должны учитывать развитие человеческого капитала организации;
- В) должны ориентироваться на рост социальных инвестиций (внешних и внутренних);
- Г) должны стремиться к привлечению финансирования органами местной власти.

20. Показателем эффективности программ КСО является:

- А) рост количества мероприятий;
- Б) рост количества публикаций о компании в СМИ;
- В) снижение уровня негативного отношения к организации;
- Г) включение в программу государственной финансовой поддержки.

21. Особенности КСО в России обусловлены:

- А) историческими особенностями российского бизнеса;
- Б) спецификой общественного мнения по отношению к бизнесу;
- В) спецификой российского законодательства;
- Г) спецификой негативного отношения общественности ко всем негосударственным организациям.

22. Использование интернет – ресурсов в коммуникативных технологиях КСО - это:

- А) обязательное формирование своих электронных ресурсов;
- Б) использование электронных ресурсов других организаций;
- В) мониторинг с помощью сети Интернет общественного мнения об организации, отрасли, регионе;
- Г) использование интернет – ресурсов только вредит деятельности КСО.

23. Социальная ответственность бизнеса проявляется:

- А) во внутренних социальных инвестициях в человеческий капитал;
- Б) в благотворительности владельцев и топ – менеджмента компании;
- В) в участии в избирательных компаниях;
- Г) нет верного ответа.

24. Реализация проектов и программ по развитию КСО организации:

- А) может полностью осуществляться работниками организации в рамках вмененных им обязанностей за штатную заработную плату;
- Б) требуют отдельных проектов со своими бюджетами;
- В) требуют обязательного привлечения внешних специалистов (экспертов, консультантов);
- Г) только принуждением своих сотрудников.

25. Измерение эффективности КСО необходимо:

- А) специалистам, исполнителям;
- Б) заказчикам, руководству организации;
- В) экспертам - аналитикам;
- Г) только конкурирующей КСО.

Ключ к тесту

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.
А	Б	Г	А,В	А,Б	В	А, Б	В	А,Б	В	Б	Г	Б,В
14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	23.	24.	25.		
Б	А,Б	Б	Б, В	В	Б	В	А,Б	А,В	Б	А,Б		

ВАРИАНТ II.

1. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции - это:

- А) повышение национального дохода;
- Б) повышение уровня (качества) жизни;
- В) получение прибыли;
- Г) повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей.

2. Основной показатель эффективности социального инвестирования - это:

- А) социальный эффект;
- Б) социальная эффективность;

- В) социально-экономическая эффективность;
- Г) экономическая эффективность.

3. Ученый, концептуально исследовавший в своих работах понятие и содержание социальной ответственности:

- А) Г. Боуэн;
- Б) К. Девис;
- В) Дж. МакГуир;
- Г) С. Сети.

4. Страны, придерживающиеся концепции активного участия государства в регулировании социально – трудовых отношений:

- А) Австрия, Франция, Германия;
- Б) Бразилия, Аргентина, Колумбия;
- В) Россия, Индия, Китай;
- Г) Бельгия, Финляндия, Швеция.

5. Внешним стимулом компаний, занимающихся меценатством – является:

- А) гражданский долг;
- Б) снижение налоговых ставок;
- В) высокий уровень самосознания;
- Г) реклама, способствующая формированию имиджа.

6. Что относится к видам госрегулирования социальной среды:

- А) налоговые льготы, финансирование, юридическая поддержка;
- Б) реклама, тарифная политика, подотчетность;
- В) таможенное регулирование, освобождение от налогов;
- Г) ежегодные выплаты, продвижение бренда компаний.

7. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – это теория:

- А) благотворительности;
- Б) ответственного поведения;
- В) корпоративного альтруизма;
- Г) социальной ответственности.

8. В основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса» 2004 года, положены:

- А) принципы экономической и финансовой устойчивости, экологической безопасности;
- Б) принципы прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями;
- В) принцип участия в развитии местного сообщества;
- Г) все ответы верны.

9. Социальная ответственность - это:

- А) правило;
- Б) этический принцип;
- В) закон, обязательный для исполнения;
- Г) норматив.

10. Среди христианских предпринимателей Германии, уже в XIX веке как проявление социальной ответственности практиковались:

- А) благотворительность;

- Б) выплата пенсий;
- В) социальные инвестиции;
- Г) финансирование мероприятий по охране окружающей среды.

11. Субъекты социальных инвестиций - это:

- А) органы государственной власти, муниципальные предприятия, коммерческие организации;
- Б) специальные отечественные и иностранные фонды;
- В) учреждения культуры и здравоохранения;
- Г) государственные и коммерческие банки.

12. Сферы, в которых проявляется социальная ответственность бизнеса – это:

- А) финансирование избирательной компании мэра;
- Б) финансирование государственных целевых программ;
- В) участие корпораций в делах местных сообществ;
- Г) уплата налогов в фонд медицинского страхования, благотворительность.

13. Результаты корпоративного поведения компаний в модели А. Керолла - это:

- А) воздействие на общество, социальные политика и программа;
- Б) финансирование мероприятий по охране окружающей среды;
- В) экономический эффект;
- Г) налоговые льготы.

14. В 1950-е годы В США получила распространение релевантная концепция:

- А) «социальной ответственности бизнеса»;
- Б) «корпоративной социальной восприимчивости»;
- В) «корпоративной социальной ответственности»;
- Г) «корпоративной социальной добросовестности».

15. Сущность немецкой концепции социального рыночного хозяйства Л. Эрхарда - это:

- А) автономность предпринимателей и профсоюзов при государственном вмешательстве в социально – трудовые отношения;
- Б) государство полностью регулирует социально – трудовые отношения без участия предпринимателей и профсоюзов;
- В) социально – трудовые отношения регулируются профсоюзами и предпринимателями без участия государства;
- Г) социально – трудовые отношения формируются в результате борьбы между государством и предпринимателями с профсоюзами.

16. Модель многоуровневой корпоративной социальной ответственности А. Керолл представлял в форме:

- А) замкнутого графа;
- Б) пирамиды;
- В) вертикальной линии;
- Г) круга.

17. Элементы понятия «качество жизни» - это:

- А) потребление материальных благ, продуктов питания и качество жилищных условий и занятости;
- Б) развитие сферы услуг, культуры и социального обеспечения;
- В) удовлетворенность человека работой и жизненными условиями;

Г) удовлетворенность человека социальным статусом, финансовым положением и семейными отношениями.

18. В понятии «уровень жизни», согласно рекомендации ООН входят:

- А) здоровье, пища, одежда, жилище, условия труда, образование, занятость и социальное обеспечение;
- Б) развитие, транспорт, охрана окружающей среды, сфера услуг и образования;
- В) доступность учреждений культуры, здравоохранения, сон, отдых;
- Г) здоровое питание, культурное развитие, медицинская страховка, возможность развития талантов и умений.

19. В каких странах в конце 60-х – начале 70-х годов XX века стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса:

- А) Япония, Китай, Индонезия и Сингапур;
- Б) Япония, США, Великобритания и Германия;
- В) Австрия, Швеция, Финляндия и Нидерланды;
- Г) Бразилия, Аргентина, Перу и Эквадор.

20. Что является примером социальной ответственности бизнеса:

- А) субъект бизнеса занимается только получением прибыли;
- Б) субъект бизнеса уделяет внимание запросам общества;
- В) субъект бизнеса замедляет воспроизводство трудовых ресурсов, если это не относится к его ресурсной базе;
- Г) финансирует избирательную кампанию мэра, если у него есть предприятия в этом муниципальном образовании.

21. Как называется форма финансовой помощи, выделяемая бизнесом на реализацию и развитие совместных партнерских программ:

- А) корпоративный фонд;
- Б) социальные инвестиции;
- В) спонсорство;
- Г) денежные гранты.

22. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью:

- А) нравственные мотивы;
- Б) рост доверия покупателей;
- В) налоговые льготы;
- Г) самореклама.

23. «Хартия бизнеса В России» была принята в:

- А) 2000 году;
- Б) 2004 году;
- В) 2006 году;
- Г) 2008 году.

24. Определяющий фактор уровня жизни в России - это:

- А) социальный минимум;
- Б) прожиточный минимум;
- В) потребительская корзина;
- Г) минимальный размер оплаты труда.

25. «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие:

- А) эксплуатацию человека человеком, неуважение партнеров;
 Б) коррупцию, обман и недостоверную рекламу;
 В) принуждение работников, административный ресурс и уход от налогов;
 Г) обман, фальсификацию качества, беззаконие, возможность получения незаконных доходов.

Ключ к тесту

вопрос	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.
ответ	Г	А	А	Г	А	А	Г	А	Б	Б	А	Г	А	В	А
вопрос	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.					
ответ	Б	А	А	Б	Б	Б	А	Б	Б	Г					

Шкала оценивания.

Согласно Положению о БРС максимальная итоговая оценка – 100 баллов (отлично), включает в себя текущий рейтинг (максимально – 60 баллов) и максимальный балл, полученный на экзамене (40 баллов). Для удобства расчётов по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» обучающийся в течение семестра может набрать максимально 100 баллов и его результат будет умножен на коэффициент 0,6. Результат, полученный на зачете с оценкой из 100 баллов, умножается на коэффициент 0,4. Суммарный результат находится в диапазоне от 50 до 100 баллов. Итоговый семестровый рейтинг по дисциплине, рассчитанный таким образом, переводится в академическую оценку.

Значения рейтинговых баллов для осуществления текущего контроля

№ п/п	Вид учебной деятельности	Баллы
1.	Опрос по теме	5 (5*4=20)
2.	Доклад с презентацией	10 (10*1=10)
3.	Решение кейса	10
4.	Тестирование по теме	5 (5*2=10)
5.	Решение ситуационной задачи	5 (5*6=30)
6.	Дискуссия	10
7.	Эссе	10
8.	Всего за семестр	100

Значения рейтинговых баллов при прохождении промежуточной аттестации

Оценочная шкала уровня знаний, умений и навыков (зачет с оценкой)

Показатели	Баллы/оценка
Тестирование	
Все задания теста выполнены обучающимся без ошибок или дано не менее 90% правильных ответов	100-86
Дано не менее 80% правильных ответов	85-70
Дано не менее 50% правильных ответов	69-50
Дано менее 50% правильных ответов	До 50

Значение итоговой оценки по дисциплине

Российская система оценок	Итоговый семестровый рейтинг по дисциплине в соответствии со шкалой Филиала	Итоговый семестровый рейтинг по дисциплине (Ситог), баллы	Академическая оценка в соответствии с системой оценки ECTS	
Отлично «5»	86-100	93...100	A: Excellent — выдающиеся знания с возможными незначительными погрешностями	«зачтено»
		86...92	B: Very Good - знания выше среднего уровня, с некоторыми ошибками	
Хорошо «4»	70-85	78...85	C: Good правильно выполненная работа с несколькими заметными ошибками	
		70...77	D: Satisfactory - работа, выполненная удовлетворительно, с заметными недостатками	
Удовлетворительно «3»	50-69	50...69	E: Sufficient - знания, удовлетворяющие минимальным критериям	
Неудовлетворительно «2»	0-49	0...49	F: Unsatisfactorily - требуется значительная дальнейшая работа	«не зачтено»

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Условием допуска обучающегося к промежуточной аттестации является выполнение предусмотренных программой видов учебной деятельности, форм текущего контроля успеваемости в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Промежуточная аттестация является формой контроля качества знаний студентов, осуществляемого в периоды проведения сессий с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков студента требованиям, установленным рабочей программой дисциплины.

Процедура проведения зачета включает: проведение тестирования на бумажных носителях в учебных аудиториях или в компьютерных классах. Продолжительность тестирования составляет не более 30 минут.

Процедура оценивания промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся в РАНХиГС:

http://lip.ranepa.ru/upload/iblock/0d5/Formi_sroki_kontrolya_30.01.2018_02-66.pdf.

Методические указания для обучающихся по подготовке к текущему

контролю успеваемости

Освоение содержания дисциплины предусматривает сформированность заявленных компетенций, уровень и качество которых определяет ОС РАНХиГС направления подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Данные указания являются обязательной частью методического обеспечения процессов обучения, контроля и оценивания результатов освоения дисциплины. Они содержат комплекс разъяснений и указаний, позволяющих обучающемуся оптимальным образом выстроить работу по изучению дисциплины и предоставляющих ему возможность для самоконтроля и самооценки освоения содержания дисциплины.

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» осуществляется в процессе аудиторной (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Лекционные занятия направлены на овладение преимущественно теоретическими аспектами дисциплины, на основе которых формируются заявленные компетенции. Объектом контроля и оценивания уровня и качества освоения содержания лекционных занятий является письменный и / или устный продукт (ответы на вопросы, выполнение письменных заданий, сообщения, доклады, тесты).

Практические занятия имеют целью овладение преимущественно практическими аспектами дисциплины (соответствующими навыками и умениями), а также развитие личностных качеств и способностей, необходимых для формирования заявленных компетенций. Объектом контроля и оценивания уровня и качества освоения содержания практических занятий является устный и / или письменный продукт в форме выполненного комплексного задания, теста, ответа на вопрос, конспекта самостоятельной подготовки к занятиям, содержащихся в рабочей тетради студента (РТС), портфолио достижений студента.

Самостоятельная внеаудиторная работа включает подготовку к аудиторным занятиям; изучение литературы, включенной в основной и дополнительный список, а также просмотр периодических журналов; использование информации, полученной на других курсах с целью повышения эффективности понимания дисциплины; а также подготовку к предметным конкурсам, проектам, выступлениям на научно-практических конференциях.

Текущий контроль успеваемости обучающегося по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» проводится в форме следующих мероприятий:

контроль посещения лекционных занятий;

контроль активности обучающегося и качества его деятельности на практических занятиях;

контроль самостоятельной работы студента по видам.

Успешность достижения обучающимися результатов обучения при освоении дисциплины устанавливается путем осуществления текущего контроля, который проводится в ходе обучения при освоении обучающимися отдельных тем, разделов и иных структурных элементов дисциплины.

Методические указания, позволяющие обучающимся организовать процесс освоения дисциплины

Рекомендации по самостоятельной работе студента

Рекомендуется следующий алгоритм самостоятельного изучения темы:

1. Прочитать теоретический материал учебника.
2. Составить краткий конспект прочитанного, максимально используя графические элементы и схемы.
3. Ответить на вопросы в конце соответствующей главы учебника.

4. Если при ответах на вопросы возникли затруднения – обратиться к соответствующему материалу для повторения.

Рекомендации по подготовке к устному ответу

При устном опросе в ответе студента на практическом занятии должны быть отражены следующие моменты:

- анализ взглядов по рассматриваемой проблеме;
- изложение сути вопроса;
- связь рассматриваемой проблемы с современностью, значимость ее в будущей деятельности;
- вывод, вытекающий из рассмотрения вопроса (проблемы).

Лучшим выступлением считается то, в котором студент в течение до 4-6 минут свободно и логично по памяти излагает изученный материал, используя для доказательства наглядные пособия, структурно-логические схемы, классную доску.

Рекомендации по подготовке доклада с презентацией

Доклад – оценочное средство, позволяющее определить готовность обучающегося к самостоятельной устной монологической коммуникации (публичному выступлению) на заданную тему по предмету изучаемой дисциплины, а также готовность обсуждать содержание изучаемого курса. Продолжительность доклада составляет 10-15 минут. Разрешается использовать опорный текст (план, план-конспект, полный текст выступления). Обязательны средства диалогизации публичного монолога (обращения к аудитории, авторизация своей позиции, риторические и прямые вопросы, ответы на вопросы из аудитории).

Алгоритм подготовки доклада с презентацией

- соберите материал по предложенной теме;
- разработайте примерный план речи;
- создайте презентацию по данной теме;
- обдумайте, какие вопросы могут быть заданы по итогам выступления.

Правила создания презентации

1. Принцип «Один слайд – одно информационное сообщение». Желательно, чтобы на одном слайде содержалось одно информационное сообщение, которое будет лаконично, емко, системно раскрыто и проиллюстрировано.

2. Не стремитесь к большому количеству информационных блоков (слайдов). В выступлении, рассчитанном на 15 минут, оптимально использовать от 5 до 15 слайдов. Большее количество слайдов создаст эффект «мелькания» и не позволит аудитории глубже понять содержание.

3. Хорошо, когда информационный блок представлен разнотипными средствами, дополняющими друг друга, например, текстом, схемой, графиком, таблицей, иллюстрацией. Однако не стремитесь использовать все возможные средства, достаточно комбинировать 2 из них, например, текст и фото.

4. Следите за плотностью размещения материалов на слайде. Психологи считают, что на слайде должно обязательно оставаться до ½ свободного пространства.

Наиболее распространенные недостатки презентаций

1. Злоупотребление вербальными (текстовыми) средствами. Помните, что презентация делается для аудитории, а не для выступающего, который не должен просто считывать текст со слайда. Визуально воспринимаемая информация должна поддерживать, акцентировать и усиливать информацию, воспринимаемую на слух со слов выступающего. Поэтому – меньше слов, больше графиков и схем.

2. Слишком мелкий шрифт. Шрифт должен быть такого размера, чтобы текст мог быть доступен для прочтения с любого места в аудитории.

3. Лишние элементы. Избегайте в презентации рисунков или образов, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилизового оформления.

4. Дизайнерское разнообразие цветов и шрифтов. «Многоцветие» визуальных компонентов отвлекает, уводит от основной мысли. Как правило, в презентации используются один (например, корпоративный), максимум два шрифта или цвета.

Использование «нечитаемых» цветов. Старайтесь выбирать цвета фона и текста так, чтобы они не «конфликтовали» друг с другом. В аудитории хорошо будут восприниматься черный, синий, коричневый цвет шрифта на фоне белого, светло-серого, светло-бежевого цвета.

Рекомендации по подготовке к тестированию

Тесты – это достаточно краткие стандартизированные или не стандартизированные пробы, испытания, позволяющие за сравнительно короткие промежутки времени оценить результативность познавательной деятельности обучающихся, т.е. оценить степень и качество достижения каждым студентом целей обучения (целей изучения). Тесты достижений предназначены для того, чтобы объективно оценить успешность овладения теми или иными разделами учебных дисциплин.

Подготовка к тестированию осуществляется на основе материала лекций и учебников. Тест предусматривает 3-4 варианта заданий. На выполнение теста отводится 10-15 минут аудиторного времени. Возможно также компьютерное тестирование с применением АСТ-оболочки.

Для успешного прохождения тестирования рекомендуется пройти тренировочные тесты для самопроверки.

Методические рекомендации по решению ситуационной задачи (кейса)

Решение ситуационных задач - это вид самостоятельной работы студента по систематизации информации в рамках постановки или решения конкретных проблем. Обучающиеся должны исследовать конкретную экономическую, социальную и бизнес-ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Ситуационные задачи основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Методика решения ситуационных задач.

1. Понимание задачи:

усвоение какой учебной темы предполагает решение ситуационных задач;
какого рода требуется результат;
должны ли вы дать оценку тому, что произошло, или рекомендации в отношении того, что должно произойти;
если требуется прогноз, на какой период времени вы должны разработать подробный план действий;
какая форма презентации требуется, каковы требования к ней;
сколько времени вы должны работать с кейсом?

2. Просмотр ситуационных задач:

просмотрите содержание, стараясь понять основную идею и вид предоставленной вам информации;
если возникают вопросы, или рождаются важные мысли, или кажутся подходящими те или иные концепции курса, прочитав текст до конца, выпишите их;
после этого прочтите ситуационную задачу медленнее, отмечая маркером или записывая пункты, которые кажутся существенными.

3. Составление описания как путь изучения ситуации и определения тем:

необходимо структурировать ситуацию, оценивая одни аспекты как важные, а другие как несущественные;
определить и отобразить все моменты, которые могли иметь отношение к ситуации;

рассмотреть факторы, находящиеся вне прямого контекста проблемы, так как они могут быть чрезвычайно важны;

выделить «темы» - связанные группы факторов, которые могут воздействовать на каждый аспект ситуации. Например, одна их часть может иметь дело с воспринимаемым низким качеством, другая - с поведением конкурента;

опишите ситуацию, ответив на вопросы:

Кто считает, что проблема, и почему? определение лиц, чьи интересы затрагивает проблемная ситуация и умение учитывать их различные, зачастую противоположные интересы и точки зрения;

На каком основании базируется мнение этих людей?

Что происходит (или не происходит), когда и где?

Какие связанные с происходящим вещи не являются проблемными и почему?

Что составляет более широкий контекст существующей ситуации?

Кто или что может влиять на проблемную ситуацию?

Есть ли другие заинтересованные лица, и кто они?

Каковы сдерживающие факторы, ограничивающие «пространство решения»?

4. Диагностическая стадия.

Диагностическая стадия — одна из тех, к которым вы должны приложить максимум усилий, хотя ее успех зависит от эффективности предыдущих стадий:

вспомните изученные вами ранее темы и проведите по ним мозговой штурм для выявления потенциально соответствующих кейсу теоретических знаний;

вертикально структурируйте вопрос, начиная с тех, которые касаются отдельных работников, затем группы или подразделения, организации в целом и, наконец, окружающей среды;

изучите обстоятельства возникновения ситуации;

не забывайте возвращаться к информации кейса и более внимательно рассматривать факторы, ставшие важными в ходе диагностики.

5. Формулировка проблем.

На этой стадии очень полезно:

письменно сформулировать восприятие основных проблем;

при наличии нескольких проблем полезно установить их приоритетность;

6. Выбор критериев решения проблемы.

Сразу после выяснения структуры проблемы следует подумать о критериях выбора решений. В определенном смысле структура и определит критерии. Например, если выяснилось, что самая серьезная проблема связана с корпоративной культурой, тогда решения должны будут повлиять на ее улучшение. Но если существуют также финансовые проблемы, тогда будут критерии выбора, связанные и с ними.

7. Генерирование альтернатив.

Достигнув ясного понимания своих целей, приняв решение о том, к каким областям проблемы вы хотите обратиться, и, имея достаточную уверенность, что проанализировали основные причины возникновения проблемы, вы должны обдумать возможные дальнейшие пути. Важно разработать достаточно широкий круг вариантов, опираясь на известные или изучаемые концепции, чтобы предложить лучшие способы действий, опыт решения других кейсов, креативные методы (мозговой штурм, аналогия и метафора, синектика и др.).

8. Оценка вариантов и выбор наиболее подходящего.

На стадии выбора вариантов определите критерии предпочтительности варианта. Критерии выбора варианта должны быть основаны на том, в какой мере они способствуют решению проблемы в целом, а также по признакам выполнимости, быстроты, эффективности, экономичности. Каждый из критериев необходимо проанализировать с позиций всех групп интересов. При оценке вариантов вы должны подумать о том, как они будут воздействовать не только на центральную проблему, но и на всю ситуацию в целом. Определите вероятные последствия использования ваших вариантов.

9. Презентация выводов. Оформление и сдача решения.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии (круглый стол, групповое обсуждение)

Круглый стол, дискуссия являются оценочными средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, необязательно достигая общего мнения;

смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Эта форма отражает особенности современного профессионального общения в профессиональной сфере. Семинар-дискуссия – диалогическое общение участников, в процессе которого через совместное участие обсуждаются и решаются теоретические и практические проблемы курса.

На таком семинаре осуществляются сотрудничество и взаимопомощь, каждый студент имеет право на интеллектуальную активность, заинтересован в достижении общей цели семинаров, принимает участие в коллективной выработке выводов и решений. В условиях совместной работы студент занимает активную позицию.

На обсуждение выносятся наиболее актуальные проблемные вопросы изучаемой дисциплины. Каждый из участников дискуссии должен научиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу; активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию, что формирует способность логически верно и юридически грамотно строить устную и письменную речь, пользоваться иностранными языками в целях изучения зарубежного опыта.

Кроме того, дискуссия применяется и как метод обучения, и как форма обучения и заключается в коллективном обсуждении какого-либо вопроса, проблемы или сопоставлении информации, идей, мнений, предложений.

Общие требования к ведению научной дискуссии:

1) Научная дискуссия возможна лишь при наличии общего предмета обсуждения. Предполагается взаимопонимание в оценке некоторого положения дел и наличие разногласий относительно одной и той же ситуации. Общий предмет диалога выражается с помощью некоторой совокупности вопросов, каждый из которых содержит в себе противоречие между знанием и незнанием и побуждение к его решению.

2) Используемые в дискуссии средства должны признаваться всеми, кто принимает в ней участие (общий язык, общие логические правила оперирования знаками).

3) Наличие желания и потребности в общении между участниками дискуссии.

4) Сотрудничество сторон - умение отдавать предпочтение слушанию перед говорением.

5) Необходимость критического отношения к высказываниям и взглядам оппонентов.

6) Свобода в выражении различных взглядов (автономность сторон, недопустимость диктата).

7) Дискуссия должна обладать свойством избыточности (отсутствие ограничений на число участников и число мнений, выдвигаемых к обсуждению).

Требования к формулируемому вопросу:

1) Вопрос должен быть разумным (имеющим смысл).

2) Вопрос должен быть ясным и точным. Необходимым условием понятности вопроса является сообщение спрашивающим всего предпосылочного знания, на котором этот вопрос ставится и которым предопределяется его решение.

3) Предпосылки вопроса должны быть истинными высказываниями. Вопрос опирается на множество предпосылок, аккумулирующих ранее полученную и усвоенную информацию:

- позитивная предпосылка (свидетельствует о том, что существует, по крайней мере, один истинный ответ на поставленный вопрос);
- негативная (утверждение о том, что существует, по крайней мере, один ложный ответ на вопрос);
- предпосылка единственности;
- предпосылка, ограничивающая область неизвестной.

4. Вопрос должен ставиться конкретно. Конкретность требует рассмотрения того или иного явления в контексте его социально-исторического развития, рассмотрения всех обстоятельств, сопровождающих данный факт.

Требования к формулируемым ответам:

1) Ответ должен даваться по существу. Это требование выполнимо, если ответ формулируется на языке вопроса, соответствует его основе и области неизвестной, не содержит избыточной информации. Ясность, точность и однозначность ответа во многом зависит от того, как отвечающий понимает вопрос, а понимание - от того, насколько его основа и область неизвестной делают явным предполагаемое знание, используемое при формулировке вопроса.

2) Ответ должен уменьшать неопределенность вопроса, быть информативнее его. В принципе ответ должен стремиться к полноте, хотя в научных дискуссиях приемлемы и частичные ответы, если они приближают к истине.

3) При некорректной постановке вопроса ответ должен заключаться в указании на эту некорректность (например, вопрос неясен, уже известен ответ, пока нет средств для ответа, ложны предпосылки). Недопустим ответ вопросом на вопрос.

Требования к тезису аргументации:

1) Тезисом становится не всякий прямой ответ на обсуждаемый вопрос, а лишь тот, который вызывает определенное сомнение у участников дискуссии.

2) Тезис должен излагаться ясно, точно, однозначно и лаконично.

3) Тезис должен быть правильно понят участниками дискуссии. Чтобы выяснить, насколько правильно понят тезис, нужно найти ответ на три вопроса:

- все ли значения слов и выражений тезиса известны и понятны участникам дискуссии;
- отчетливыми ли являются количественные характеристики тезиса (идет ли речь в нем обо всех предметах рассматриваемого класса или только о некоторых);
- об установлении какой ценностной характеристики должна идти речь при аргументации тезиса (несомненной истинности, несомненной ложности, вероятности в той или иной степени).

4. Тезис должен оставаться одним и тем же на протяжении всего процесса обсуждения. Это не означает, что он не может уточняться. Но если он принят к рассмотрению, то должен подчиняться требованию тождественности самому себе.

5. Тезис каждого участника дискуссии должен быть логически связан с тезисом любого другого ее участника.

Требования к аргументам:

1) Аргументы должны быть истинными высказываниями. В объяснении, подтверждении могут использоваться гипотетические аргументы.

2) Аргументы должны быть суждениями, оценка которых с точки зрения истинности, ложности, вероятности устанавливается независимо от тезиса. При нарушении этого требования возникает ошибка, называемая «порочный круг в аргументации».

3) В доказательствах и опровержениях аргументы должны быть достаточными для принятия тезиса. Нарушение данного требования приводит к ошибкам:

- «не следует» - для обоснования тезиса приводятся такие аргументы, из которых он логически не вытекает;

- «кто много доказывает, тот ничего не доказывает» - для обоснования тезиса приводятся такие аргументы, что из них вытекает не только тезис, но и несовместимое с ним положение.

С нарушением требования достаточности аргументов связан ряд эристических приемов, так или иначе влияющих на формирование убеждений:

- «апелляция к публике» (апелляция к мыслям, чувствам и настроениям людей без обоснования истинности или ложности тезиса по существу, с приведением объективных аргументов);

- «апелляция к личности» (компрометация оппонента, чтобы убедить всех в неприемлемости его точки зрения);

- «апелляция к авторитету»;

- «апелляция к общественному мнению» и т.д.

Рекомендации по написанию эссе

Эссе обучающегося – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (обучающимся). Эссе позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Вопросы для самостоятельной работы обучающихся

1. Корпоративная социальная ответственность: роль в создании положительного имиджа и деловой репутации компании.
2. Социально ответственное поведение как основа развития современной компании.
3. Корпоративная социальная ответственность и высшее профессиональное образование.
4. Модели корпоративной социальной ответственности: современные подходы.
5. Анализ практики реализации концепции корпоративной социальной ответственности в России.
6. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.
7. Анализ систем социального инвестирования в корпорациях: российский и зарубежный опыт.
8. Соблюдение стандартов КСО и требований по представлению социальной отчетности.
9. Роль государства в формировании программ корпоративной социальной ответственности.
10. Разработка и применение систем рейтинговых оценок деловой репутации на основе социально ответственного поведения.
11. Организационно-управленческий механизм социального инвестирования.
12. Инновационные и социальные аспекты управления проектами государственно частного партнерства.
13. Социальное инвестирование в корпорациях: сущность, возможности и факторы эффективности.
14. Социально ответственное поведение и корпоративная культура в системе государственного управления.

15. Спонсорство и благотворительность как инструменты формирования деловой репутации на принципах корпоративной социальной ответственности.
16. Необходимость взаимодействия государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения и выполнения социальных обязательств.
17. Пути и проблемы повышения социальной ответственности российских компаний. Социальные стратегические альянсы в современной экономике.
18. Организация эффективной системы социальной ответственности в России.
19. Управление социальной ответственностью бизнеса в условиях реализации приоритетных национальных проектов в России.

Примерные темы рефератов

1. КСО и ее роль в имидже компании.
2. Российская модель корпоративного менеджмента в ракурсе социальной ответственности.
3. Практика КСО в странах Запада.
4. Внешние и внутренние источники корпоративной социальной ответственности.
5. Развитие КСО в дореволюционной России.
6. Стандарты КСО.
7. Менеджмент в области социальной ответственности.
8. Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности.
9. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности.
10. Человеческий капитал как социально-экономическое богатство нации.
11. Социальная политика и социально-ответственное поведение бизнеса.
12. Понятие эффективности корпоративной социальной ответственности.
13. Социальный отчет организации.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1 Основная литература

1. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под редакцией В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 490 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14561-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477943> (дата обращения: 07.09.2021).
2. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468747> (дата обращения: 07.09.2021).
3. Божук, С. Г. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / С. Г. Божук, В. В. Кулибанова, Т. Р. Тэор. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09589-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470277> (дата обращения: 07.09.2021).

7.2 Дополнительная литература

1. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности : учебник и практикум для вузов / Г. Л. Тульчинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03469-1. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469064> (дата обращения: 07.09.2021).

2. Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность : учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12389-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476619> (дата обращения: 07.09.2021).

1. Божук С.Г., Кулибанова В.В., Тэор Т.Р. Корпоративная социальная ответственность 2-е изд., испр. и доп. Учебник М.:Издательство Юрайт, 2017 - <https://www.biblio-online.ru/book/965F2EA3-EAAF-42A4-A0FF-ED99A422B471>

7.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации. СПб: ООО “Виктория плюс”, 2014.
2. Стандарт ГОСТ Р ИСО/МЭК 12207
3. Концепция всеобщего управления качеством TQM

7.4. Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Администрации Президента Российской Федерации: <http://president.kremlin.ru>
2. Официальный сайт Кировского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации: <http://lip.ranepa.ru>
3. Официальный сайт Правительства Российской Федерации: <http://www.government.gov.ru>
4. Сервер органов государственной власти Российской Федерации: <http://www.rsnet.ru>
5. Сайт Российской государственной библиотеки: <http://rsl.ru>
6. Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru>
7. Электронная библиотека КнигаФонд: <http://www.knigafund.ru/>
8. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru/>
9. Энциклопедия маркетинга: <http://www.marketing.spb.ru/>
10. Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>;
11. Научная библиотека Кировского филиала РАНХиГС. URL: <http://lfags48.ru/ellibrary>
12. Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
13. Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru;
14. Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru;
15. Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru;
16. Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>;
17. Электронно-библиотечная система Znanium, URL: <https://znanium.com/>
18. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>;
19. Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <https://urait.ru/>;
20. Электронно-библиотечная система IPRBOOKS. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>.

7.5. Иные источники

1. «Социологические исследования (Социс)»
2. «Управление персоналом»
3. Ingenta Библиографическая база данных Ingenta, прежнее название – UnCover, англоязычная, универсального содержания. В настоящее время содержит описания более 11 миллионов статей из наиболее авторитетных журналов и сборников <http://www.ingentaconnect.com/>
4. Журналы Palgrave Журналы по универсальной тематике (биотехнологии, бизнес, менеджмент, образование, экономика, финансы, ИТ, маркетинг, статистика, политология,

гуманитарные науки, дизайн, строительство). Язык ресурса: Английский
<https://www.palgrave.com/gp/journals>

5. Oxford Journals Журналы Оксфордского университета

<https://academic.oup.com/journals/>

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Реализация учебной дисциплины Б1.В.09 «Корпоративная социальная ответственность» осуществляется в аудитории, оснащённой модульной мебелью, видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, компьютером(ами), имеющим(ими) выход в сеть Интернет.

Возможно проведение всех видов занятий с использованием ДОТ. Материалы для проведения учебных занятий с использованием ДОТ могут быть размещены в системе дистанционного обучения Академии (на портале: <https://lms.ranepa.ru.>).

Доступ к системе ДОТ осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru.> Пароль и логин к личному кабинету/профилю предоставляется студенту в отделе ИКиДО.

Для организации и проведения контактной и самостоятельной работы обучающихся используется:

а) лицензионное программное обеспечение:

Наименование программного обеспечения	Назначение и тип лицензии программного обеспечения
Microsoft Windows	Операционная система. Лицензионная версия
Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)	Офисный пакет приложений. Лицензионная версия
Adobe Acrobat Reader	Программное обеспечение для чтения, печати и рецензирования файлов PDF. Свободная лицензия
7-Zip	Архиватор с высокой степенью сжатия. Свободная лицензия
Microsoft Edge Google Chrome Mozilla FireFox Opera Yandex	Браузеры. Свободная лицензия
Ramus Educational	Средство для создания диаграмм в формате IDEF0 и DFD. Свободная лицензия
AST	Программное обеспечение для тестирования. Лицензионная версия

б) информационные справочные системы:

Наименование информационной справочной системы	Ссылка на ресурс
Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (официальный сайт)	http://www.consultant.ru
Справочная правовая система «Гарант» (официальный сайт)»	http://www.garant.ru