|  |
| --- |
| **Кубанский институт социоэкономики и права**  **(филиал) Образовательного учреждения профсоюзов**  **высшего образования**  **«Академия труда и социальных отношений»** |
| **Утверждаю**  **Директор КубИСЭП (филиала)**  **ОУП ВО «АТиСО»**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.В.Кулинченко**  **26 июня 2017 г.**  ПОСЛЕДНИЙ ВАРИАНТ ЛОГОТИПА |

**рабочая программа ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |
| --- |
| **КОРПОРАТИВНАЯ**  **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**  **Направление подготовки**  38.03.04 Государственное и муниципальное управление  **Направленность/профиль подготовки**  Государственная и муниципальная служба  **Степень/квалификация выпускника**  бакалавр  **Форма обучения**  очная, заочная  **ФГОС ВО**  № 1567 от 10.12.2014 г.  **Год набора - 2017** |

***Одобрено на заседании кафедры профсоюзного движения, гуманитарных и социально-экономических дисциплин КубИСЭП (филиала) ОУП ВО «АТиСО»***

*(протокол № 11 от 26 июня 2017 г.)*

***Рекомендовано на заседании учебно-методического совета КубИСЭП (филиала) ОУП ВО «АТиСО»***

*(протокол № 4 от 26 июня 2017 г)*

***Утверждено решением ученого совета КубИСЭП (филиала) ОУП ВО «АТиСО»***

*(протокол № 11 от 26 июня 2017 г)*

***Согласовано:***

***Зам. директора по УиВР КубИСЭП***

***(филиала) ОУП ВО «АТиСО»***

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/И.Г.Жукова*

***Начальник УМО КубИСЭП***

***(филиала) ОУП ВО «АТиСО»***

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Н.А.Шевчук*

***Заведующая библиотекой КубИСЭП***

***(филиала) ОУП ВО «АТиСО»***

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Н.Б.Гришко*

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы** | **5** |
| **2** | **Место дисциплины в структуре образовательной программы** | **7** |
| **3** | **Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся** | **8** |
| **4** | **Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий** | **8** |
| 4.1 | *Структура дисциплины* | **8** |
| 4.2 | *Содержание дисциплины* | **9** |
| 4.3 | *План практических занятий* | **13** |
| 4.4 | *Лабораторные занятия* | **21** |
| **5** | **Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине** | **21** |
| 5.1 | *Рекомендуемая литература* | **21** |
| 5.2 | *Перечень учебно-методического обеспечения для СМР к разделу 1* | **21** |
| 5.3 | *Перечень учебно-методического обеспечения для СМР к разделу 2* | **24** |
| 5.4 | *Основные термины и понятия* | **27** |
| **6** | **Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине** | **35** |
| **7** | **Основная и дополнительная литература, необходимая для освоения дисциплины** | **35** |
| 7.1 | *Основная литература* | **35** |
| 7.2 | *Дополнительная литература* | **36** |
| 7.3 | *Нормативные правовые акты, материалы судебной практики* | **36** |
| 7.4 | *Периодические издания* | **37** |
| **8** | **Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины** | **37** |
| **9** | **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины** | **37** |
| 9.1 | *Методические указания по изучению дисциплины и организации самостоятельной работы студента* | **37** |
| 9.2 | *Методические указания по подготовке к практическим занятиям* | **38** |
| 9.3 | *Методические указания по подготовке к лабораторным занятиям* | **39** |
| 9.4 | *Методические указания по выполнению и оформлению контрольных работ* | **39** |
| 9.5 | *Методические указания по выполнению и оформлению курсовых работ* | **40** |
| 9.6 | *Методические указания по подготовке к зачету* | **41** |
| **10** | **Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем** | **42** |
| **11** | **Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине** | **42** |
| **12** | **Образовательные технологии** | **44** |
|  | *Приложение № 1 к разделу № 6* **Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине** | **45** |
| *6.1.* | *Перечень компетенций с указанием этапов их формирования* | **45** |
| *6.2* | *Описание показателей, критериев оценивания компетенций, шкал оценивания* | **45** |
| *6.3* | *Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины* | **49** |
| 6.3.1 | Типовые контрольные вопросы для подготовки к зачету по дисциплине | **49** |
| 6.3.2 | Типовые практические задачи | **50** |
| 6.3.3 | Тестовые материалы для проведения текущей аттестации | **50** |
| 6.3.4 | Тематика курсовых работ | **55** |
| 6.3.5 | Тематика контрольных работ | **55** |
| *6.4* | *Дополнительные задания* | **56** |
| 6.4.1 | Темы рефератов | **56** |
| 6.4.2 | Контрольные вопросы для проведения текущей аттестации | **58** |
|  |  |  |
| 6.5 | *Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций* | **59** |

## 

## ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

**Цель дисциплины:** освоение студентами концептуальных и практических основ формирования корпоративной социальной ответственности (КСО) как необходимого элемента устойчивого развития организации и инструмента корпоративной безопасности, а также понимание важности концепции социально ответственного бизнеса при разработке и реализации стратегии предприятия.

**Задачи дисциплины:**

* понимание особенностей современного международного бизнеса, его социальных функций в современном обществе;
* понимание природы, содержания и основных направлений корпоративной социальной ответственности, ее роли в социальном позиционировании современного бизнеса, его общественной рецепции, развитии социального партнерства, и гражданского общества;
* освоение концептуального и терминологического аппарата современных PR, интегрированных маркетинговых коммуникаций, прикладной этики;
* усвоение содержания, особенностей, проблем и преимуществ коммуникативных моделей и технологий КСО;
* освоение средств и методов социальной оценки различных моделей КСО, а также их эффективности;
* формирование готовности к работе по развитию в организации корпоративной социальной ответственности.
* усвоение современных теоретических представлений о корпоративной социальной ответственности;
* овладение основами методологии решения проблем корпоративной социальной ответственности;
* приобретение базовых навыков практической работы в сфере корпоративной социальной ответственности.

***Освоение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:***

***Общекультурных***

* способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)
* способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)

***Общепрофессиональных***

* способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2)

***Профессиональных***

* владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)

***В результате освоения компетенции* ОК-2 *студент должен:***

**Знать:**

* основные точки зрения, виды, категории, эволюцию, концепции и подходы к системе управления организации;
* роль, значение, цели и задачи социальной ответственности организаций и бизнеса перед государством и потребителями;
* социальные проявления корпоративной ответственности в процессе реализации программ экологии;
* основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), роль и место этики бизнеса в системе социальной ответственности;
* особенности, преимущества и проблемы различных моделей и технологий развития КСО;
* основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления.

**Уметь:**

* пользоваться средствами и методами оценки различных моделей и технологий корпоративной социальной ответственности;
* идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО;
* осуществлять выбор инструментальных средств для изучения состояния организаций, представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи;
* проводить анализ внутренней и внешней среды, а также целевых аудиторий предприятия;
* характеризовать (описывать) основные социальные объекты (факты, явления, нормы, процессы) организации;
* выделять и анализировать факторы внешней и внутренней среды организации, существенные их признаки;
* применять на практике основные требования международных стандартов по социальной ответственности, охране труда и экологической безопасности;
* определять направления совершенствования корпоративной социальной ответственности, адаптированных к финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

**Владеть:**

* способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
* методами исследований в сфере социальной ответственности бизнеса;
* методами прогнозирования развития системы корпоративной социальной ответственности;
* законодательными и правовыми актами в области КСО;
* понятийно-терминологическим аппаратом в области КСО;
* навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
* профессиональной лексикой в области теории КСО;
* методами работы с различными информационными источниками.

***В результате освоения компетенции ОК-7 студент должен:***

**Знать:**

* типологию, основные источники возникновения ценностей гражданского общества;
* формы социальных взаимодействий, их влияние на развитие взаимоотношений в обществе;

**Уметь:**

* ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;
* применять современные социальные технологии для реализации управленческих процессов в обществе и его различных подсистемах;
* анализировать политические процессы и оценивать эффективность управления.

**Владеть**:

* способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы;
* навыками регулирования социальных конфликтов, в том числе в сфере производственных интересов,
* понятийно-терминологическим аппаратом в области управленческой науки.

***В результате освоения компетенции* ОПК-2 *студент должен:***

**Знать:**

* основные точки зрения, виды, категории, эволюцию, концепции и подходы к системе управления организации;
* роль, значение, цели и задачи социальной ответственности организаций и бизнеса перед государством и потребителями;
* социальные проявления корпоративной ответственности в процессе реализации программ экологии;
* особенности, преимущества и проблемы различных моделей и технологий развития КСО;
* основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления.

**Уметь:**

* пользоваться средствами и методами оценки различных моделей и технологий корпоративной социальной ответственности;
* идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО;
* осуществлять выбор инструментальных средств для изучения состояния организаций, представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи;
* применять на практике основные требования международных стандартов по социальной ответственности, охране труда и экологической безопасности;
* определять направления совершенствования корпоративной социальной ответственности, адаптированных к финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

**Владеть:**

* способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;
* методами прогнозирования развития системы корпоративной социальной ответственности
* законодательными и правовыми актами в области КСО;
* понятийно-терминологическим аппаратом в области КСО;
* навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
* профессиональной лексикой в области теории КСО.

***В результате освоения компетенции* ОПК-2 *студент должен:***

**Знать:** основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), роль и место этики бизнеса в системе социальной ответственности, сущность формирования общественного мнения.

**Уметь:**

* проводить анализ внутренней и внешней среды, а также целевых аудиторий предприятия;
* характеризовать (описывать) основные социальные объекты (факты, явления, нормы, процессы) организации;
* выделять и анализировать факторы внешней и внутренней среды организации, существенные их признаки;
* применять технологии формирования общественного мнения.

**Владеть:**

* методами работы с различными информационными источниками;
* базовыми технологиями формирования общественного мнения.

1. **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

В соответствии с ФГОС ВО, учебным планом дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» входит в перечень дисциплин вариативной части (дисциплина по выбору) блока Б.1 ОПОП ВО 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

*Перечень дисциплин, знание которых необходимо для изучения данной дисциплины:*

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях следующих дисциплин: История, Политология, Социология, Основы права, Профсоюзы в системе социально-трудовых отношений, Теория организации.

*Перечень дисциплин, для изучения которых необходимы знания данной дисциплины:*

Освоение данной дисциплины является основой для последующего изучения следующих дисциплин: Теория управления, Основы государственного и муниципального управления, Психология, Социальное партнерство, Трудовое право, Социальная психология.

## ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Объем дисциплины** | **Всего часов** | |
| **Для ОФО** | **Для ЗФО** |
| ***Общая трудоемкость дисциплины (зачетных един/часов)*** | *2/72* | *2/72* |
| ***Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)*** | | |
| Аудиторная работа (всего) | *24* | *8* |
| в том числе: | | |
| *Лекции* | *10* | *2* |
| *Практические занятия* | *14* | *6* |
| ***Самостоятельная работа обучающегося (всего)*** | *48* | *60* |
| ***Вид промежуточной аттестации*** | *Зачет* | *Зачет* |

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

**4.1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

***Общая трудоемкость дисциплины:***

*72 - часа (очная форма обучения)*

*2 - зачетных единицы*

*зачет - форма промежуточной аттестации*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Модули, разделы, темы** | **Аудиторный фонд (в час.)** | | | | | | | **Самост. раб.**  **(час)** | **Компетенции** |
| **Всего** | **В том числе в интер.**  **форме** | **Лекц** | **В том числе лекц в интер. форме** | **Лаб** | **Практ** | **В том числе практ в интер.**  **форме** |
| **Раздел 1. Корпоративная социальная ответственность организации** | | | | | | | | | | **ОК-2**  **ОК-7**  **ОПК-2**  **ПК-11** |
| **1.1** | Корпоративная социальная ответственность: основные понятия, реализуемые функции. | **1** | - | 1 | - | - | - | - | 4 |
| **1.2** | История развития КСО за рубежом и в России. Типология, модели КСО.Стейкхолдеры | **2** | - | 2 | - | - | - | - | 4 |
| **1.3** | Нормативные правовые и организационные основания КСО. Кодексы этики и этических программ. Социальная политика организации | **2** | - | 2 | - | - | - | - | 5 |
| **Раздел 2. Новые технологии решения социальных проблем на корпоративном уровне** | | | | | | | | | |
| **2.1** | Коммуникация. Коммуникативные технологии КСО. Технологии работы со СМИ. | **3** | 1 | 1 | - | - | 2 | 1 | 5 |
| **2.2** | Имидж и репутация как выражение КСО. Основные элементы имиджа | **2** | 1 | - | - | - | 2 | 1 | 5 |
| **2.3** | События: структурные и процессуальные характеристики | **2** | 0.5 | - | - | - | 2 | 0.5 | 5 |
| **2.4** | Лоббизм как механизм формирования отношений с институциональными индивидуальными стейкхолдерами | **3** | 0.5 | 1 | - | - | 2 | 0.5 | 5 |
| **2.5** | Спонсорство и благотворительность. Технологии фандрайзинга. | **3** | 1 | 1 | - | - | 2 | 1 | 5 |
| **2.6** | Основные инструменты организации взаимодействия с инвесторами и акционерами | **3** | 1 | 1 | - | - | 2 | 1 | 5 |
| **2.7** | **Антикризисная стратегия организации** | **3** | 1 | 1 | - | - | 2 | 1 | 5 |
| **ИТОГО** | | **24** | **6** | **10** | **-** | **-** | **14** | **6** | **48** |  |

***Общая трудоемкость дисциплины:***

*72 - часа (заочная форма обучения)*

*2 - зачетных единицы*

*контрольная - письменная работа*

*зачет - форма промежуточной аттестации*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Модули, разделы, темы** | **Аудиторный фонд (в час.)** | | | | | | | **Самост. раб.**  **(час)** | **Компетенции** |
| **Всего** | **В том числе в интер.**  **форме** | **Лекц** | **В том числе лекц в интер. форме** | **Лаб** | **Практ** | **В том числе практ в интер.**  **форме** |
| **Раздел 1. Корпоративная социальная ответственность организации** | | | | | | | | | | **ОК-2**  **ОК-7**  **ОПК-2**  **ПК-11** |
| **1.1** | Корпоративная социальная ответственность: основные понятия, реализуемые функции. | **0.5** | - | 0.5 | - | - | - | - | 6 |
| **1.2** | История развития КСО за рубежом и в России. Типология, модели КСО.Стейкхолдеры | **0.5** | - | 0.5 | - | - | - | - | 6 |
| **1.3** | Нормативные правовые и организационные основания КСО. Кодексы этики и этических программ. Социальная политика организации | **1** | - | 1 | - | - | - | - | 6 |
| **Раздел 2. Новые технологии решения социальных проблем на корпоративном уровне** | | | | | | | | | |
| **2.1** | Коммуникация. Коммуникативные технологии КСО. Технологии работы со СМИ. | **1** | 0.5 | - | - | - | 1 | 0.5 | 6 |
| **2.2** | Имидж и репутация как выражение КСО. Основные элементы имиджа | **1** | 1 | - | - | - | 1 | 1 | 6 |
| **2.3** | События: структурные и процессуальные характеристики | **0.5** | 0.5 | - | - | - | 0.5 | 0.5 | 6 |
| **2.4** | Лоббизм как механизм формирования отношений с институциональными индивидуальными стейкхолдерами | **0.5** | 0.5 | - | - | - | 0.5 | 0.5 | 6 |
| **2.5** | Спонсорство и благотворительность. Технологии фандрайзинга. | **1** | 0.5 | - | - | - | 1 | 0.5 | 6 |
| **2.6** | Основные инструменты организации взаимодействия с инвесторами и акционерами | **1** | 0.5 | - | - | - | 1 | 0.5 | 6 |
| **2.7** | **Антикризисная стратегия организации** | **1** | 0.5 | - | - | - | 1 | 0.5 | 6 |
| **ИТОГО** | | **8** | **4** | **2** | **-** | **-** | **6** | **4** | **60** |  |

**4.2.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**РАЗДЕЛ 1. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Тема 1.1. Корпоративная социальная ответственность: основные понятия, реализуемые функции**

Актуальность курса. Междисциплинарный подход к пониманию «ответственность и «социальная ответственность». Данные понятия изучается философами, юристами, культурологами, психологами, экономистами и социологами. Первые представления о данном феномене были заложены в античности (Аристотель), в современном обществе возрастает роль социальной ответственности (П.Рикёр).

Понятие «ответственность» восходит к латинскому слову «respondere» (отвечать). В трактовке Аристотеля субъективное понимание ответственности соединяется с общественным интересом, ученый связывает ответственность со свободой выбора.

В современных европейских языках понятие «ответственность» укореняется в восемнадцатом веке. Дж.Ст.Милль в работе «О свободе» (1861г.). В конце девятнадцатого века, наиболее заметным мыслителем изучающим проблему ответственности был М.Вебер, он рассматривал два вида социальной ответственности: естественной и контакторной. П.Сорокин использует понятие ответственности как одни из факторов, определяющий социальную стратификацию.

В русле индетерминистской этики проблему свободы воли решали русские философы – К.Кавелин, Н.Николин, П.Нежданов, Н.Бердяев. В 80-е гг. XX в. в СССР Основы обществоведческой интерпретации феномена социальной ответственности были заложены в работах К.Муздыбаева, А.И.Ореховского, А.Ф.Плахотного.

В экзистенциализме ответственность связывают со свободой воли человека (Ж.-П. Сартр, С.Кьеркегор, Г.Марсель). В рамках постмодерна ответственность задается самой ситуацией плюрализма, деконструкции, но не как ситуация выбора, а как осуществление множественности возможностей (М.Фуко, Ж.Деррида, Ж.Лиотар). В коммуникативном понимании трактует ответственность Ю.Хабермас. Неклассическая концепция ответственности.

Понятие социальной ответственности соотносится с такими понятиями как свобода, контроль, социальная справедливость, социальное партнерство. КСО и этика профессиональной деятельности.

Вторая половина ХХ века формирование понимания КСО как элемента стратегии развития организации, ее конкурентоспособности. Функции корпоративной социальной ответственности: управленческие, экономические, маркетинговые, коммуникативные.

***Основные понятия:*** *ответственность, социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, свобода, социальная справедливость, доверие, конкурентоспособность, социальное партнерство, функции и дисфункции.*

**Тема 1.2. История развития КСО за рубежом и в России. Типология, модели КСО.**

**Стейкхолдеры**

Основные этапы развития концепции КСО. Г.Боуен. Работа «Социальная ответственность бизнесмена» (1953 г.) К.Девис, Р.Блом (1975 г.), Дж. МакГуир, П.Друкер (1984 г.)Модель А.Керолла. Точка зрения М.Фридман. Классический подход (корпоративный эгоизм), корпоративный альтруизм. Комитет по экономическому развитию США. Теория разумного эгоизма. Американская, европейская и российская модели КСО. Уровни и сферы корпоративной социальной ответственности: экономическая, юридическая, социальная, этическая.

Принципы КСО: системности, комплексности, интегрированности, подотчетности, адресности, динамичности, инновационности мероприятий и технологий, открытости и адекватность отчетности, кооперации, результативности многоуровневости.

Понятие «стейкхолдеры». Трактовка понятия в широком и узком смысле. Суть стейкхолдерского подхода как баланса интересов организации, в котором повышенную роль играют интересы различных общественных групп. Экономические, социологические, маркетинговые методы анализа заинтересованных групп.

Факторы становления концепции корпоративной социальной ответственности. КСО как системообразующий принцип и философия современного бизнеса. КСО и национальные деловые культуры. КСО и этика бизнеса. Содержание понятий «корпоративный имидж» и «деловая репутация». Роль корпоративной социальной ответственности в создании положительного имиджа и деловой репутации компаний.

Эволюция концепции социальной ответственности и ее интерпретации: классический подход, теория корпоративного альтруизма, теория «разумного эгоизма», интегрированный подход. Этапы развития концепции социальной ответственности. Модель пирамиды корпоративной социальной ответственности А.Керолла. Современные подходы к корпоративной социальной ответственности: агентская теория, теория оценки эффективности корпоративной социальной деятельности и др.

Роль стейкхолдеров в деятельности корпорации. Характеристика основных групп заинтересованных сторон. Необходимость эффективного

взаимодействия с заинтересованными сторонами для ведения цивилизованного бизнеса. Роль социальных программ в деятельности компании. Инструменты реализации социальных программ: благотворительные пожертвования, социальные инвестиции, эквивалентное финансирование, денежные гранты, социально значимый маркетинг, корпоративное волонтерство.

Определения понятий «социальная ответственность бизнеса» и «корпоративная социальная ответственность». Составляющие компоненты корпоративной социальной ответственности: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность. Сравнительный анализ концепции социальной ответственности и социального реагирования.

***Основные понятия:*** *модель, стейкхолдеры, субъект, объект, актор, агент, методы исследования, принципы.*

**Тема 1. 3. Нормативные правовые и организационные основания КСО.**

**Кодексы этики и** **этических программ Социальная политика организации**

Международная нормативная база регулирования корпоративной социальной ответственности: руководящие принципы и кодексы поведения; системы управления и схемы сертификации; рейтинговые индексы; системы подготовки отчетности. Глобальный договор ООН. Схема экологического менеджмента и аудита EMAS, эко-стандарты ИСО 9000 и 14001, стандарт для оценки социальных аспектов систем управления SA 8000. Индекс Доу Джонса по устойчивому развитию DJSI, "этические" индексы FTSE4Good. Глобальная инициатива по представлению отчетности в области устойчивого развития GRI и процессный стандарт разработки отчетов АА1000S. Российские стандарты корпоративной социальной ответственности. Проблемы внедрения

Нефинансовый (социальный) отчет. Цель нефинансовой отчетности. Основные функции корпоративной социальной отчетности. Основные формы социальной отчетности. Оценка и проверка (верификация) социальной отчетности независимым аудитом.

Кодексы этики, Социальные кодексы организаций.

Социальная политика организации. Социальная политика, социальные проекты предприятий. Принципы, приоритеты, нормы, формальные и неформальные правила регулирующие социальную политику предприятий. Миссия корпоративной социальной политики. Роль собственников и топ-менеджеров корпораций в реализации социальной политики. Роль НКО в реализации корпоративной социальной политики. Понятие социального партнерства. Преимущества компаний, проводящих активную социальную политику. Качества корпоративной социальной политики - системность, прозрачность, широта, многообразие. Государство, как актор корпоративной социальной политики

***Основные понятия:*** *социальный отчет, рейтинг, социальный кодекс, аудит, верификация, социальная политика.*

**РАЗДЕЛ 2. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ НА КОРПОРАТИВНОМ УРОВНЕ**

**Тема 2.1.Коммуникация. Коммуникативные технологии КСО.**

**Технология работы со СМИ**

Понятие коммуникация. Массовая и межличностная коммуникация: основные отличительные особенности. Понятие информации, основные направления исследования феномена и характеристики. Медийная коммуникация: общее и особенное. Функции СМК. Дисфункциональность СМК. Проблема эффективности массовой коммуникации. Отличие понятий «эффект» и «эффективность». *Качественные* эффекты (изменение знаний, эмоционального состояния, социальных установок, интересов, поведения и т. д.), *количественные* эффекты. Оценка деятельности коммуникатора на каждой стадии процесса: целеполагание, производство информации, тиражирование и передача информации, воздействие на потребителя информации.

Медиасообщение, как основной компонент коммуникации, мышления и типа текста, основные жанры журналистики. Понятие и функции текста. Содержательные характеристики текста. Жанры журналистики. Взаимодействие со СМИ: информационные материалы, организационные мероприятия. Технологии работы со СМИ. Основные принципы работы со СМИ. Стратегии коммуникативной деятельности. Специфика публичной деятельности. Три основных направления во взаимоотношениях со СМИ: подготовка и предоставление СМИ информационных материалов (пресс-релиз, кейс история, пресс-кит, интервью); организация мероприятий для журналистов (пресс-конференция, брифинг, экскурсия, конкурс), анализ медиатекстов. Методы исследования средств массовой коммуникации. Контент-анализ как основной метод исследования СМК.

*Основные понятия: текст, парадигма, мышление, магическое, рациональное, прагматическое, сетевое, жанр,пресс-релиз, кейс история, пресс-кит, интервью, пресс-конференция, брифинг, экскурсия, конкурс. мониторинг, контент-анализ, единицы контекста и единицы счета, сенсорность канала, эффективность.*

**Тема 2.2. Имидж и репутация как выражение КСО. Основные элементы имиджа.**

Понятие имидж и стереотип: понятие, функции. Создание концепции и модели имиджа фирмы. Понятие организационной (корпоративной) идентичности (corporate identity). Составные части корпоративной идентичности: система названий, символов, знаков, логотипа, цветов, мифов, ритуалов. Взаимосвязь корпоративной идентичности с миссией организации, структурой бизнеса и притязаниями компании.

Внутренние имиджесоставляющие: конкурентность фирмы, имидж продуктов и услуг, имидж сотрудников и руководителей фирмы. Внешние переменные, влияющие на имидж фирмы: политическая, экономическая, правовая стабильность. Имиджевые регуляторы поведения сотрудников в фирме.

Наиболее известные методики оценки эффективности имиджа организации (контент-анализ, интервьюирование, «семантический дифференциал» Ч.Осгуда и др.). Репутация: понятие и функции (социально-психологические аспекты). Бренд как механизм социальной регуляции, бренд-технологии. Символические аспекты потребления. Ценности бренда и показатели измерения. Механизмы социальной регуляции и типы социокультурной среды. Ребрендинг: основания и проблема эффективности.

Фирменный дизайн: информационный дизайн, архитектурный дизайн, оформительский дизайн, внешний вид сотрудников. Корпоративная культура: ценности, нормы, традиции, ритуалы. Стиль управления: стиль деловых отношений, стиль поведения, личная культура, профессионализм персонала и руководства, этические нормы и требования. Фирменный дизайн.

Корпоративная культура в документах: кредо, принципах, Правилах деловой этики, корпоративном кодексе, Уставе. Ключевые понятия документов: качество, совершенство, доверие, компетенция, гордость, забота, внимательность.

Внутрикорпоративные коммуникации. Система внутренних коммуникаций: формальных и неформальных, деловых и личных.

***Основные понятия****:**имидж и стереотип, репутация, брэнд, торговая марка, фирменный дизайн, корпоративная культура, ценности, нормы, традиции, ритуалы. стиль управления, стиль деловых отношений, стиль поведения, личная культура, профессионализм персонала и руководства, этические нормы и требования, эмблема, логотип, сильная и слабая корпоративная культура.*

**Тема 2.3. События: структурные и процессуальные характеристики.**

Социальная реальность как сеть социальных взаимоотношений. Г.Зиммель, П.Бурдье, Э.Гидденс и Н.Луман, П.Штомпка, И.Гофман, А.Ф.Филиппов, А.ЕСериков. Событие: соотношение прошлого настоящего и будущего. Понятия «факт» и «событие», «истинность» и «достоверность», «социальная проблема». Социальная проблема как основа события. Пространтсвенно-темпоральные характеристики события. Событие и ситуация. Реальные и специальные события.

Технологии создания события. Событийный менеджмент как инструмент КСО. Стратегии конструирования событий. Субъектная структура события. Массмедиа и проблема формирования повестки дня. Медиатекст и событие.

### Этапы организации и проведения события. Первый этап: аналитическая, финансово-экономическая деятельность, информационно-медийная, организационная работа разработка сценария события. Содержание. Зрелище. График мероприятий. Показатели эффективности. Общий райдер (описание) мероприятия. Второй этап: организационная работа, информационно-медийная деятельность. Информационный пакет материалов для специального события. Третий этап: оценка результатов кампании.

***Основные понятия****: событие, факт, ситуация, истина, достоверность,* райдер.

**Тема 2.4. Лоббизм как механизм формирования отношений с институциональными индивидуальными стейкхолдерами**

Понятие лоббизм. Лоббизм как коммуникация. Группы интересов и группы «давления». Основные функции лоббизма. Структура лоббизма. Типы лоббирования. Методы лоббирования. Каналы лоббирования. Требования к специалисту Вопросы правового регулирования лоббистской деятельности.

***Основные понятия:*** *лоббизм, лобби-бизнес.*

**Тема 2.5. Спонсорство и благотворительность. Технологии фандрайзинга.**

Спонсорство и благотворительность, определение понятий «спонсор», спонсоринг Формы спонсорства. Причины спонсорской деятельности. Объект и формы спонсоринга. Контроль расходованием спонсорских средств, методы контроля. Информационное сопровождение. Благотворительность. Отличие спонсорства от благотворительности. Попечительство. Фандрайзинг.

***Основные понятия:*** *корпоративная социальная ответственность, инвестор, попечитель, меценат, спонсор, благотворительность.*

**Тема 2.6. Основные инструменты организации взаимодействия**

**с инвесторами и акционерами**

Основные группы финансового сообщества: инвестиционные аналитики, институциональные и частные инвесторы, финансовые журналисты. Основные задачи деятельности специалистов по отношениям с инвесторами. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами. Создание программы отношений с инвесторами. Основные элементы программы коммуникаций с финансовой общественностью: цели, стратегия достижения коммуникаций, календарь финансовых коммуникаций.

Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ. Инструменты финансовых коммуникаций корпорации: годовые отчеты, годовое собрание акционеров, специализированные средства финансовых коммуникаций (брошюры, видеоотчеты и др.)

***Основные понятия:*** *инвестор, отчет, финансовая коммуникация.*

**Тема 2.7. Антикризисная стратегия организации.**

Понятие риск, кризис. Функции кризиса. Источники кризисных ситуаций. Естественно-природные, технические и технологические, управленческо-организационные. Типология кризисов. Пространственные и временные характеристиками. Этапы и периоды кризиса. Три периода, специфика деятельности управления общественными организациями. Разработка и реализация кризисных коммуникативных стратегий с учетом типологии кризиса. Реальная угроза и реакция общественного мнения. Антикризисная стратегия организации: система организационных и информационных мероприятий. Формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с группами общественности, СМИ.

Эффективность как интегральная характеристика управления. Виды и уровни эффективности. Эффективность как результативность, как экономичность и как целесообразность. Многовекторность и мультипликативность эффективность социально-экономической и социально-культурной деятельности.

***Основные понятия:*** *риск, кризис, антикризисная стратегия.*

**4.3. ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1**

**К РАЗДЕЛУ 2 к теме 2.1. Коммуникация. Коммуникативные технологии КСО.**

**Технологии работы со СМИ**

***Практическое занятие проводится в интерактивной форме (коллоквиум)***

***Вопросы для коллоквиума:***

1. Понятие коммуникация.
2. Массовая и межличностная коммуникация: основные отличительные особенности.
3. Понятие информации, основные направления исследования феномена и характеристики. Медийная коммуникация: общее и особенное.
4. Функции СМК.
5. Дисфункциональность СМК.
6. Проблема эффективности массовой коммуникации.
7. Отличие понятий «эффект» и «эффективность». *Качественные* эффекты (изменение знаний, эмоционального состояния, социальных установок, интересов, поведения и т. д.), *количественные* эффекты.
8. Оценка деятельности коммуникатора на каждой стадии процесса: целеполагание, производство информации, тиражирование и передача информации, воздействие на потребителя информации.
9. Медиасообщение как основной компонент коммуникации, мышления и типа текста, основные жанры журналистики.
10. Понятие и функции текста. С
11. одержательные характеристики текста.
12. Жанры журналистики.
13. Взаимодействие со СМИ: информационные материалы, организационные мероприятия.
14. Технологии работы со СМИ.
15. Основные принципы работы со СМИ.
16. Стратегии коммуникативной деятельности.
17. Специфика публичной деятельности.
18. Три основных направления во взаимоотношениях со СМИ: подготовка и предоставление СМИ информационных материалов (пресс-релиз, кейс история, пресс-кит, интервью); организация мероприятий для журналистов (пресс-конференция, брифинг, экскурсия, конкурс), анализ медиатекстов.
19. Методы исследования средств массовой коммуникации.
20. Контент-анализ как основной метод исследования СМК.

**Рекомендуемая литература**

**Основная литература**

Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, О.И.Базилевич [и др.]; под редакцией В.Я.Горфинкеля, А.И.Базилевич. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 c. — ISBN 978-5-238-02455-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81559.html>

Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н.Персикова. — Москва: Логос, 2015. — 288 c. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70694.html>

Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н., Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 256 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Жагловская, А.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / А.В.Жагловская, В.И.Чалов. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 92 c. — ISBN 978-5-87623-874-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].— URL: <https://www.iprbookshop.ru/97846.html>

**Дополнительная литература**

Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я.Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 287 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие / составители О.П.Маслова. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 236 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91763.html>

Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Шоба В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 108 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44949>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2**

**К РАЗДЕЛУ 2 к теме 2.2. Имидж и репутация как выражение КСО.**

**Основные элементы имиджа.**

***Практическое занятие проводится в интерактивной форме (дискуссия, реферирование)***

***Вопросы для дискуссии:***

1. Понятие имидж и стереотип: понятие, функции.
2. Создание концепции и модели имиджа фирмы.
3. Понятие организационной (корпоративной) идентичности (corporate identity).
4. Составные части корпоративной идентичности: система названий, символов, знаков, логотипа, цветов, мифов, ритуалов.
5. Взаимосвязь корпоративной идентичности с миссией организации, структурой бизнеса и притязаниями компании.
6. Внутренние имиджесоставляющие: конкурентность фирмы, имидж продуктов и услуг, имидж сотрудников и руководителей фирмы.
7. Внешние переменные, влияющие на имидж фирмы: политическая, экономическая, правовая стабильность.
8. Имиджевые регуляторы поведения сотрудников в фирме.
9. Наиболее известные методики оценки эффективности имиджа организации (контент-анализ, интервьюирование, «семантический дифференциал» Ч.Осгуда и др.).
10. Репутация: понятие и функции (социально-психологические аспекты).
11. Бренд как механизм социальной регуляции, бренд-технологии. Символические аспекты потребления.
12. Ценности бренда и показатели измерения.
13. Механизмы социальной регуляции и типы социокультурной среды.
14. Ребрендинг: основания и проблема эффективности.
15. Фирменный дизайн: информационный дизайн, архитектурный дизайн, оформительский дизайн, внешний вид сотрудников.
16. Корпоративная культура: ценности, нормы, традиции, ритуалы.
17. Стиль управления: стиль деловых отношений, стиль поведения, личная культура, профессионализм персонала и руководства, этические нормы и требования.
18. Фирменный дизайн.

***Тематика рефератов:***

1. Корпоративная культура в документах: кредо, принципах, Правилах деловой этики, корпоративном кодексе, Уставе.
2. Ключевые понятия документов: качество, совершенство, доверие, компетенция, гордость, забота, внимательность.
3. Внутрикорпоративные коммуникации. Система внутренних коммуникаций: формальных и неформальных, деловых и личных.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3**

**К РАЗДЕЛУ 2 к теме 2.3. События: структурные и процессуальные характеристики.**

***Практическое занятие проводится в интерактивной форме (семинар тематического типа)***

***Вопросы для обсуждения:***

1. Социальная реальность как сеть социальных взаимоотношений (Г.Зиммель, П.Бурдье, Э.Гидденс и Н.Луман, П.Штомпка, И.Гофман, А.Ф.Филиппов, А.ЕСериков).
2. Событие: соотношение прошлого настоящего и будущего.
3. Понятия «факт» и «событие», «истинность» и «достоверность», «социальная проблема».
4. Социальная проблема как основа события.
5. Пространтсвенно-темпоральные характеристики события.
6. Событие и ситуация.
7. Реальные и специальные события.
8. Технологии создания события.
9. Событийный менеджмент как инструмент КСО.
10. Стратегии конструирования событий.
11. Субъектная структура события.
12. Массмедиа и проблема формирования повестки дня.
13. Медиатекст и событие.

### Этапы организации и проведения события.

### Первый этап: аналитическая, финансово-экономическая деятельность, информационно-медийная, организационная работа разработка сценария события.

### Содержание. Зрелище.

### График мероприятий. Показатели эффективности.

### Общий райдер (описание) мероприятия.

### Второй этап: организационная работа, информационно-медийная деятельность.

### Информационный пакет материалов для специального события.

### Третий этап: оценка результатов кампании.

**Рекомендуемая литература**

**Основная литература**

Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, О.И.Базилевич [и др.]; под редакцией В.Я.Горфинкеля, А.И.Базилевич. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 c. — ISBN 978-5-238-02455-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81559.html>

Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н.Персикова. — Москва: Логос, 2015. — 288 c. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70694.html>

Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н., Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 256 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Жагловская, А.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / А.В.Жагловская, В.И.Чалов. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 92 c. — ISBN 978-5-87623-874-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].— URL: <https://www.iprbookshop.ru/97846.html>

**Дополнительная литература**

Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я.Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 287 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие / составители О.П.Маслова. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 236 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91763.html>

Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Шоба В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 108 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44949>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4**

**К РАЗДЕЛУ 2 к теме 2.4. Лоббизм как механизм формирования отношений**

**с институциональными индивидуальными стейкхолдерами.**

***Практическое занятие проводится в интерактивной форме (семинар тематического типа)***

***Вопросы для обсуждения:***

1. Понятие лоббизм.
2. Лоббизм как коммуникация.
3. Группы интересов и группы «давления».
4. Основные функции лоббизма.
5. Структура лоббизма.
6. Типы лоббирования.
7. Методы лоббирования.
8. Каналы лоббирования.
9. Требования к специалисту.
10. Вопросы правового регулирования лоббистской деятельности.

**Рекомендуемая литература**

**Основная литература**

Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, О.И.Базилевич [и др.]; под редакцией В.Я.Горфинкеля, А.И.Базилевич. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 c. — ISBN 978-5-238-02455-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81559.html>

Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н.Персикова. — Москва: Логос, 2015. — 288 c. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70694.html>

Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н., Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 256 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Жагловская, А.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / А.В.Жагловская, В.И.Чалов. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 92 c. — ISBN 978-5-87623-874-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].— URL: <https://www.iprbookshop.ru/97846.html>

**Дополнительная литература**

Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я.Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 287 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие / составители О.П.Маслова. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 236 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91763.html>

Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Шоба В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 108 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44949>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5**

**К РАЗДЕЛУ 2 к теме 2.5. Спонсорство и благотворительность.**

**Технологии фандрайзинга.**

***Практическое занятие проводится в интерактивной форме (дискуссия)***

***Вопросы для обсуждения:***

1. Спонсорство и благотворительность, определение понятий «спонсор», спонсоринг
2. Формы спонсорства.
3. Причины спонсорской деятельности.
4. Объект и формы спонсоринга.
5. Контроль расходованием спонсорских средств, методы контроля.
6. Информационное сопровождение.
7. Благотворительность.
8. Отличие спонсорства от благотворительности.
9. Попечительство.
10. Фандрайзинг.

**Рекомендуемая литература**

**Основная литература**

Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, О.И.Базилевич [и др.]; под редакцией В.Я.Горфинкеля, А.И.Базилевич. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 c. — ISBN 978-5-238-02455-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81559.html>

Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н.Персикова. — Москва: Логос, 2015. — 288 c. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70694.html>

Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н., Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 256 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Жагловская, А.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / А.В.Жагловская, В.И.Чалов. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 92 c. — ISBN 978-5-87623-874-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].— URL: <https://www.iprbookshop.ru/97846.html>

**Дополнительная литература**

Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я.Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 287 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие / составители О.П.Маслова. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 236 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91763.html>

Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Шоба В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 108 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44949>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6**

**К РАЗДЕЛУ 2 к теме 2.6. Основные инструменты организации**

**взаимодействия с инвесторами и акционерами.**

***Практическое занятие проводится в интерактивной форме (семинар тематического типа)***

***Вопросы для обсуждения:***

1. Основные группы финансового сообщества: инвестиционные аналитики, институциональные и частные инвесторы, финансовые журналисты.
2. Основные задачи деятельности специалистов по отношениям с инвесторами.
3. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.
4. Создание программы отношений с инвесторами.
5. Основные элементы программы коммуникаций с финансовой общественностью: цели, стратегия достижения коммуникаций, календарь финансовых коммуникаций.
6. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ.
7. Инструменты финансовых коммуникаций корпорации: годовые отчеты, годовое собрание акционеров, специализированные средства финансовых коммуникаций (брошюры, видеоотчеты и др.)

**Рекомендуемая литература**

**Основная литература**

Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, О.И.Базилевич [и др.]; под редакцией В.Я.Горфинкеля, А.И.Базилевич. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 c. — ISBN 978-5-238-02455-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81559.html>

Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н.Персикова. — Москва: Логос, 2015. — 288 c. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70694.html>

Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н., Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 256 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Жагловская, А.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / А.В.Жагловская, В.И.Чалов. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 92 c. — ISBN 978-5-87623-874-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].— URL: <https://www.iprbookshop.ru/97846.html>

**Дополнительная литература**

Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я.Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 287 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие / составители О.П.Маслова. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 236 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91763.html>

Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Шоба В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 108 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44949>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7**

**К РАЗДЕЛУ 2 к теме 2.7. Антикризисная стратегия организации.**

***Практическое занятие проводится в интерактивной форме (дискуссия)***

***Вопросы для обсуждения:***

1. Понятие риск, кризис.
2. Функции кризиса.
3. Источники кризисных ситуаций.
4. Естественно-природные, технические и технологические, управленческо-организационные.
5. Типология кризисов.
6. Пространственные и временные характеристиками.
7. Этапы и периоды кризиса.
8. Три периода, специфика деятельности управления общественными организациями.
9. Разработка и реализация кризисных коммуникативных стратегий с учетом типологии кризиса.
10. Реальная угроза и реакция общественного мнения.
11. Антикризисная стратегия организации: система организационных и информационных мероприятий.
12. Формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с группами общественности, СМИ.
13. Эффективность как интегральная характеристика управления.
14. Виды и уровни эффективности.
15. Эффективность как результативность, как экономичность и как целесообразность.
16. Многовекторность и мультипликативность эффективность социально-экономической и социально-культурной деятельности.

**Рекомендуемая литература**

**Основная литература**

Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, О.И.Базилевич [и др.]; под редакцией В.Я.Горфинкеля, А.И.Базилевич. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 c. — ISBN 978-5-238-02455-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81559.html>

Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н.Персикова. — Москва: Логос, 2015. — 288 c. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70694.html>

Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н., Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 256 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Жагловская, А.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / А.В.Жагловская, В.И.Чалов. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 92 c. — ISBN 978-5-87623-874-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].— URL: <https://www.iprbookshop.ru/97846.html>

**Дополнительная литература**

Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я.Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 287 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие / составители О.П.Маслова. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 236 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91763.html>

Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Шоба В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 108 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44949>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ**

(не предусмотрено учебным планом)

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

**5.1. Рекомендуемая литература**

**Основная литература**

Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, О.И.Базилевич [и др.]; под редакцией В.Я.Горфинкеля, А.И.Базилевич. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 c. — ISBN 978-5-238-02455-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81559.html>

Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н.Персикова. — Москва: Логос, 2015. — 288 c. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70694.html>

Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н., Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 256 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Жагловская, А.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / А.В.Жагловская, В.И.Чалов. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 92 c. — ISBN 978-5-87623-874-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].— URL: <https://www.iprbookshop.ru/97846.html>

**Дополнительная литература**

Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я.Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 287 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие / составители О.П.Маслова. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 236 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91763.html>

Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Шоба В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 108 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44949>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

**5.2. Перечень учебно-методического обеспечения для СМР к разделу 1**

**Тема 1.1. Корпоративная социальная ответственность: основные понятия,**

**реализуемые функции**

***Вопросы для самопроверки:***

1. Междисциплинарный подход к пониманию «ответственность» и «социальная ответственность».
2. Феноменология «социальной ответственности» Аристотеля.
3. Роль социальной ответственности в современном обществе (П.Рикёр).
4. Дж. Ст. Милль в работе «О свободе» (1861 г.).
5. М.Вебер о двух видах социальной ответственности: естественной и контакторной.
6. П.Сорокин об ответственности как одному из факторов, определяющим социальную стратификацию.

***Задания для самостоятельной работы:***

1. К.Кавелин.
2. Н.Николин.
3. П.Нежданов.
4. Н.Бердяев.
5. 80-е гг. XX в. Основы обществоведческой интерпретации феномена социальной ответственности в работе К.Муздыбаева.
6. 80-е гг. XX в. Основы обществоведческой интерпретации феномена социальной ответственности в работе А.И.Ореховского.
7. 80-е гг. XX в. Основы обществоведческой интерпретации феномена социальной ответственности в работе А.Ф.Плахотного.

Экзистенциализм – об ответственности как свободы воли человека (Ж.-П. Сартр).

Экзистенциализм – об ответственности как свободы воли человека (С.Кьеркегор).

Экзистенциализм – об ответственности как свободы воли человека (Г.Марсель).

В рамках постмодерна ответственность задается самой ситуацией плюрализма, деконструкции, но не как ситуация выбора, а как осуществление множественности возможностей. (М.Фуко).

В рамках постмодерна ответственность задается самой ситуацией плюрализма, деконструкции, но не как ситуация выбора, а как осуществление множественности возможностей. (Ж.Деррида).

В рамках постмодерна ответственность задается самой ситуацией плюрализма, деконструкции, но не как ситуация выбора, а как осуществление множественности возможностей. (Ж.Лиотар).

В коммуникативном понимании трактует ответственность Ю.Хабермас.

Неклассическая концепция ответственности.

***Темы эссе:***

1. Соотношение понятий «социальная ответственность», «свобода», «контроль», «социальная справедливость», «социальное партнерство».
2. КСО и этика профессиональной деятельности.
3. Формирование понимания КСО как элемента стратегии развития организации, ее конкурентоспособности (вторая половина ХХ века).
4. Функции корпоративной социальной ответственности: управленческие, экономические, маркетинговые, коммуникативные.

**Тема 1.2. История развития КСО за рубежом и в России. Типология КСО, модели КСО.**

**Стейкхолдеры**

***Вопросы для самопроверки:***

1. Основные этапы развития концепции КСО.
2. Г.Боуен - работа «Социальная ответственность бизнесмена» (1953 г.)
3. К.Девис, Р.Блом (1975 г.).
4. Дж.МакГуир, П. Друкер (1984 г.)
5. Модель А.Керолла.
6. Точка зрения М.Фридмана.
7. Классический подход (корпоративный эгоизм), корпоративный альтруизм.
8. Комитет по экономическому развитию США.
9. Теория разумного эгоизма.
10. Американская, европейская и российская модели КСО.
11. Уровни и сферы корпоративной социальной ответственности: экономическая, юридическая, социальная, этическая.
12. Принципы КСО: системности, комплексности, интегрированности, подотчетности, адресности, динамичности, инновационности мероприятий и технологий, открытости и адекватность отчетности, кооперации, результативности многоуровневости.
13. Понятие «стейкхолдеры». Трактовка понятия в широком и узком смысле.
14. Суть стейкхолдерского подхода как баланса интересов организации, в котором повышенную роль играют интересы различных общественных групп.
15. Экономические, социологические, маркетинговые методы анализа заинтересованных групп.

***Задания для самостоятельной работы:***

1. Факторы становления концепции корпоративной социальной ответственности.
2. КСО как системообразующий принцип и философия современного бизнеса.
3. КСО и национальные деловые культуры.
4. КСО и этика бизнеса.
5. Содержание понятий «корпоративный имидж» и «деловая репутация».
6. Роль корпоративной социальной ответственности в создании положительного имиджа и деловой репутации компаний.
7. Эволюция концепции социальной ответственности и ее интерпретации: классический подход, теория корпоративного альтруизма, теория «разумного эгоизма», интегрированный подход.
8. Этапы развития концепции социальной ответственности.
9. Модель пирамиды корпоративной социальной ответственности А.Керолла.
10. Современные подходы к корпоративной социальной ответственности: агентская теория, теория оценки эффективности корпоративной социальной деятельности и др.

***Темы эссе:***

1. Роль стейкхолдеров в деятельности корпорации.
2. Характеристика основных групп заинтересованных сторон.
3. Необходимость эффективного взаимодействия с заинтересованными сторонами для ведения цивилизованного бизнеса.
4. Роль социальных программ в деятельности компании.
5. Инструменты реализации социальных программ: благотворительные пожертвования, социальные инвестиции, эквивалентное финансирование, денежные гранты, социально значимый маркетинг, корпоративное волонтерство.
6. Определения понятий «социальная ответственность бизнеса» и «корпоративная социальная ответственность».
7. Составляющие компоненты корпоративной социальной ответственности: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность.
8. Сравнительный анализ концепции социальной ответственности и социального реагирования.

**Тема 1.3. Нормативные правовые и организационные основания КСО.**

**Кодексы этики и** **этических программ Социальная политика организации**

***Вопросы для самопроверки:***

1. Международная нормативная база регулирования корпоративной социальной ответственности: руководящие принципы и кодексы поведения.
2. Международная нормативная база регулирования корпоративной социальной ответственности: системы управления и схемы сертификации.
3. Международная нормативная база регулирования корпоративной социальной ответственности: рейтинговые индексы.
4. Международная нормативная база регулирования корпоративной социальной ответственности: системы подготовки отчетности.
5. Глобальный договор ООН.
6. Схема экологического менеджмента и аудита EMAS, эко-стандарты ИСО 9000 и 14001.
7. Стандарт для оценки социальных аспектов систем управления SA 8000.
8. Индекс Доу Джонса по устойчивому развитию DJSI.
9. «Этические» индексы FTSE4Good.
10. Глобальная инициатива по представлению отчетности в области устойчивого развития GRI и процессный стандарт разработки отчетов АА1000S.
11. Российские стандарты корпоративной социальной ответственности. Проблемы внедрения

***Задания для самостоятельной работы:***

1. Нефинансовый (социальный) отчет.
2. Цель нефинансовой отчетности.
3. Основные функции корпоративной социальной отчетности.
4. Основные формы социальной отчетности.
5. Оценка и проверка (верификация) социальной отчетности независимым аудитом.
6. Кодексы этики.
7. Социальные кодексы организаций.

***Темы эссе:***

1. Социальная политика организации.
2. Социальная политика, социальные проекты предприятий.
3. Принципы, приоритеты, нормы, формальные и неформальные правила регулирующие социальную политику предприятий.
4. Миссия корпоративной социальной политики.
5. Роль собственников и топ-менеджеров корпораций в реализации социальной политики.
6. Роль НКО в реализации корпоративной социальной политики.
7. Понятие социального партнерства.
8. Преимущества компаний, проводящих активную социальную политику.
9. Качества корпоративной социальной политики - системность, прозрачность, широта, многообразие.
10. Государство как актор корпоративной социальной политики

**5.3. Перечень учебно-методического обеспечения для СМР к разделу 2**

**Тема 2.1. Коммуникация. Коммуникативные технологии КСО.**

**Технология работы со СМИ.**

***Вопросы для самопроверки:***

1. Функции СМК.
2. Дисфункциональность СМК.
3. Проблема эффективности массовой коммуникации.
4. Отличие понятий «эффект» и «эффективность».
5. *Качественные* эффекты (изменение знаний, эмоционального состояния, социальных установок, интересов, поведения и т. д.), *количественные* эффекты.
6. Оценка деятельности коммуникатора на каждой стадии процесса: целеполагание, производство информации, тиражирование и передача информации, воздействие на потребителя информации.

***Задания для самостоятельной работы:***

1. Взаимодействие со СМИ: информационные материалы, организационные мероприятия.
2. Технологии работы со СМИ.
3. Основные принципы работы со СМИ.
4. Стратегии коммуникативной деятельности.
5. Специфика публичной деятельности.
6. Три основных направления во взаимоотношениях со СМИ: подготовка и предоставление СМИ информационных материалов (пресс-релиз, кейс история, пресс-кит, интервью).
7. Три основных направления во взаимоотношениях со СМИ: организация мероприятий для журналистов (пресс-конференция, брифинг, экскурсия, конкурс.
8. Три основных направления во взаимоотношениях со СМИ: анализ медиатекстов.
9. Методы исследования средств массовой коммуникации.
10. Контент-анализ как основной метод исследования СМК.

***Темы эссе:***

1. Понятие коммуникация.
2. Массовая и межличностная коммуникация: основные отличительные особенности.
3. Понятие информации, основные направления исследования феномена и характеристики.
4. Медийная коммуникация: общее и особенное.
5. Медиасообщение как основной компонент коммуникации, мышления и типа текста, основные жанры журналистики.
6. Понятие и функции текста.
7. Содержательные характеристики текста.
8. Жанры журналистики.

**Тема 2.2. Имидж и репутация как выражение КСО. Основные элементы имиджа.**

***Вопросы для самопроверки:***

1. Понятие имидж и стереотип: понятие, функции.
2. Создание концепции и модели имиджа фирмы.
3. Понятие организационной (корпоративной) идентичности (corporate identity).
4. Составные части корпоративной идентичности: система названий, символов, знаков, логотипа, цветов, мифов, ритуалов.
5. Взаимосвязь корпоративной идентичности с миссией организации, структурой бизнеса и притязаниями компании.
6. Внутренние имиджесоставляющие: конкурентность фирмы, имидж продуктов и услуг, имидж сотрудников и руководителей фирмы.
7. Внешние переменные, влияющие на имидж фирмы: политическая, экономическая, правовая стабильность.
8. Имиджевые регуляторы поведения сотрудников в фирме.

***Задания для самостоятельной работы:***

1. Наиболее известные методики оценки эффективности имиджа организации (контент-анализ, интервьюирование, «семантический дифференциал» Ч.Осгуда и др.).
2. Репутация: понятие и функции (социально-психологические аспекты).
3. Бренд как механизм социальной регуляции, бренд-технологии.
4. Символические аспекты потребления.
5. Ценности бренда и показатели измерения.
6. Механизмы социальной регуляции и типы социокультурной среды.
7. Ребрендинг: основания и проблема эффективности.
8. Фирменный дизайн: информационный дизайн, архитектурный дизайн, оформительский дизайн, внешний вид сотрудников.
9. Корпоративная культура: ценности, нормы, традиции, ритуалы.
10. Стиль управления: стиль деловых отношений, стиль поведения, личная культура, профессионализм персонала и руководства, этические нормы и требования.
11. Фирменный дизайн.

***Темы эссе:***

1. Корпоративная культура в документах: кредо, Правилах деловой этики, корпоративный кодекс, Устав.
2. Ключевые понятия документов: качество, совершенство, доверие, компетенция, гордость, забота, внимательность.
3. Внутрикорпоративные коммуникации.
4. Система внутренних коммуникаций: формальных и неформальных, деловых и личных.

**Тема 2.3. События: структурные и процессуальные характеристики.**

***Вопросы для самопроверки:***

1. Социальная реальность как сеть социальных взаимоотношений.
2. Г.Зиммель
3. П.Бурдье.
4. Э.Гидденс и Н.Луман.
5. П.Штомпка.
6. И.Гофман.
7. А.Ф.Филиппов.
8. А.ЕСериков.
9. Событие: соотношение прошлого настоящего и будущего.
10. Понятия «факт» и «событие», «истинность» и «достоверность», «социальная проблема».
11. Социальная проблема как основа события.
12. Пространтсвенно-темпоральные характеристики события.
13. Событие и ситуация.
14. Реальные и специальные события.

***Задания для самостоятельной работы***

1. Технологии создания события.
2. Событийный менеджмент как инструмент КСО.
3. Стратегии конструирования событий.
4. Субъектная структура события.
5. Массмедиа и проблема формирования повестки дня. Медиатекст и событие.

### *Темы эссе:*

### Этапы организации и проведения события.

### Аналитическая, финансово-экономическая деятельность, информационно-медийная, организационная работа разработка сценария события.

### Содержание.

### Зрелище.

### График мероприятий.

### Показатели эффективности.

### Общий райдер (описание) мероприятия.

### Организационная работа, информационно-медийная деятельность.

### Информационный пакет материалов для специального события.

### Оценка результатов кампании.

**Тема 2.4. Лоббизм как механизм формирования отношений с институциональными индивидуальными стейкхолдерами**

***Темы эссе:***

1. Понятие лоббизм.
2. Лоббизм как коммуникация.
3. Группы интересов и группы «давления».
4. Основные функции лоббизма.
5. Структура лоббизма.
6. Типы лоббирования.
7. Методы лоббирования.
8. Каналы лоббирования.
9. Требования к специалисту.
10. Вопросы правового регулирования лоббистской деятельности.

**Тема 2.5. Спонсорство и благотворительность. Технологии фандрайзинга.**

***Темы эссе:***

1. Спонсорство и благотворительность, определение понятий «спонсор», спонсоринг.
2. Формы спонсорства.
3. Причины спонсорской деятельности.
4. Объект и формы спонсоринга.
5. Контроль расходованием спонсорских средств, методы контроля.
6. Информационное сопровождение.
7. Благотворительность.
8. Отличие спонсорства от благотворительности.
9. Попечительство.
10. Фандрайзинг.

**Тема 2.6. Основные инструменты организации взаимодействия**

**с инвесторами и акционерами**

***Задания для самостоятельной работы:***

1. Основные группы финансового сообщества: инвестиционные аналитики, институциональные и частные инвесторы, финансовые журналисты.
2. Основные задачи деятельности специалистов по отношениям с инвесторами.
3. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.
4. Создание программы отношений с инвесторами.
5. Основные элементы программы коммуникаций с финансовой общественностью: цели, стратегия достижения коммуникаций, календарь финансовых коммуникаций.

***Темы эссе:***

1. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ.
2. Инструменты финансовых коммуникаций корпорации: годовые отчеты, годовое собрание акционеров, специализированные средства финансовых коммуникаций (брошюры, видеоотчеты и др.)

**Тема 2.7. Антикризисная стратегия организации.**

***Вопросы для самопроверки:***

1. Понятие риск, кризис.
2. Функции кризиса.
3. Источники кризисных ситуаций.
4. Естественно-природные, технические и технологические, управленческо-организационные.
5. Типология кризисов.
6. Пространственные и временные характеристиками.
7. Этапы и периоды кризиса.
8. Три периода, специфика деятельности управления общественными организациями.

***Задания для самостоятельной работы:***

1. Разработка и реализация кризисных коммуникативных стратегий с учетом типологии кризиса.
2. Реальная угроза и реакция общественного мнения.
3. Антикризисная стратегия организации: система организационных и информационных мероприятий.
4. Формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с группами общественности, СМИ.

***Темы эссе:***

1. Эффективность как интегральная характеристика управления.
2. Виды и уровни эффективности.
3. Эффективность как результативность, как экономичность и как целесообразность.
4. Многовекторность и мультипликативность эффективность социально-экономической и социально-культурной деятельности.

**5.4. ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ**

**Акционер** - лицо, являющееся собственником акции организации

**Акция** - ценная бумага, выпускаемая акционерным обществом и удостоверяющая право на участие в управлении акционерным обществом, получение дивиденда по ней, а также части имущества общества при его ликвидации.

**Аффилированные лица** - физические или юридические лица (за исключением государственных органов, осуществляющих контрольные и надзорные функции в рамках предоставленных им полномочий), имеющие возможность прямо и/или косвенно определять решения и/или оказывать влияние на принимаемые в зависимости друг от друга (одним из лиц) решения, в том числе решения в силу заключенной сделки.

**Благотворительность** - (филантропия - philanthropía, греч. ):

- добровольная и безвозмездная деятельность частных лиц или организаций по оказанию помощи отдельным людям или организациям в виде предоставления имущества, финансовых средств, выполнения работ, оказания услуг и иной поддержки. В отличие от спонсора, благотворитель не рассчитывает на выгоду от своих действий и не претендует на нее даже в случаях, если эта выгода наступает. В отличие от спонсорства, благотворительность может быть скрытой – тайной или анонимной.

– добровольное бескорыстное пожертвование физических и юридических лиц в предоставление приобретателям материальной, финансовой, организационной и иной благотворительной помощи. Б. может быть направлена на поощрение и развитие каких-либо общественно значимых форм деятельности (напр., защита окружающей среды, охрана памятников культуры).

**Благотворительная деятельность** – добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки. **Благотворитель** – частное лицо или организация, по собственной воле и собственному выбору на бескорыстной и безвозмездной основе осуществляющая помощь.

**Благотворители** – лица, осуществляющие благотворительные пожертвования в формах:

• бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передачи в собственность имущества, в том числе денежных средств и (или) объектов интеллектуальной собственности;

• бескорыстного (безвозмездного или на льготных условиях) наделения правами владения, пользования и распоряжения любыми объектами права собственности;

• бескорыстного (безвозмездного или на льготных условиях) выполнения работ, предоставления услуг благотворителями – юридическими лицами.

Благотворители вправе определять цели и порядок использования своих пожертвований.

**Благотворительная организация** - неправительственная, некоммерческая организация, созданная для благотворительной деятельности в интересах общества в целом или отдельных категорий лиц. Благотворительные организации создаются в формах общественных объединений, фондов, учреждений и др.

**Благополучатели:**

– адресаты благотворительной помощи или пожертвования от благотворителей.

– лица или часть общества, получающие помощь добровольцев и (или) благотворительные пожертвования от благотворителей.

**Благотворительная общественная организация (объединение).** Благотворительной организацией является неправительственная (негосударственная и немуниципальная) некоммерческая организация, созданная для реализации предусмотренных законом целей путем осуществления благотворительной деятельности в интересах общества в целом или отдельных категорий лиц. Организации, учрежденные для общего блага и преследующие некоммерческие цели, вследствие чего их доходы не являются объектом налогообложения.

**Благотворительная программа** – комплекс мероприятий, направленных на решение конкретных задач, соответствующих благотворительным задачам организации. Благотворительная программа предполагает наличие целей, задач, механизмов реализации, план, бюджет, ожидаемые результаты и методы их оценки.

**Благотворительная акция** – единовременное мероприятие, проводимое с благотворительными целями.

**Благотворительное учреждение** – благотворительная организация, созданная собственником, финансирующим ее полностью или частично и закрепляющим за ней имущество на правах оперативного управления для решения частных задач благотворительности.

**Благотворительный вклад** – пожертвование в благотворительную организацию или вклад в благотворительных целях.

**Благотворительный фонд** – общественная некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов и имеющая целью своей деятельности финансирование различных благотворительных (в широком смысле) программ. На микроэкономическом уровне – часть прибыли предприятия, которая может быть направлены на благотворительные цели и которая льготируется на налогообложение в пределах установленного норматива.

**Венчурная благотворительность -** вид помощи, основанный на долгосрочных партнерских отношениях с благополучателем, при которой благотворитель вкладывает средства, интеллектуальные и иные ресурсы для достижения конкретных измеримых результатов в обозримое время. Основные ценности венчурной филантропии – творческий, инновационный подход к решению социальных проблем и долгосрочное финансирование; ее цели - не текущие социальные нужды, а развитие благополучателя, укрепление его инфраструктуры, создание саморазвивающихся социальных механизмов.

**Венчурная филантропия** – вид поддержки, при которой донор вкладывает не только значительные средства, но и время, интеллектуальные и другие ресурсы в долгосрочные партнерские отношения с выбранной организацией для достижения конкретных измеримых результатов в обозримом будущем.

**Внутренние расходы** - расходы, направленные на улучшение качества жизни сотрудников предприятий. Внутренние расходы включают в себя все социальные льготы и гарантии сотрудников предприятий, пенсионеров и ветеранов труда, общественные, культурные, образовательные, здравоохранительные мероприятия, инициированные предприятием, объекты социальной инфраструктуры, предназначенные для использования предприятиями и сотрудниками. В**нешние расходы** направлены на улучшение качества жизни местного сообщества и/или территории присутствия предприятий, поддержание социально значимых инициатив и объектов, не относящихся к деятельности предприятий. Внешние расходы производятся как по инициативе предприятий и УК, так и по предложениям сторонних лиц и организаций.

**Гражданская инициатива** – форма коллективной самоорганизации граждан для взаимопомощи или защиты своих интересов в политической, экономической и социальной областях; основа гражданской инициативы – личный контакт, полная добровольность и свобода участия при отсутствии формального членства, иерархической организации деятельности, дифференциации по социальному, партийному и иным признакам.

**Грант долевой** – грант, предоставляемый при условии предварительного сбора соискателем гранта части средств на реализацию предлагаемого к финансированию проекта.

**Грант корпоративный** – грант на осуществление проекта, в котором задействована сразу группа организаций, одна из которых – главная в проекте.

**Грант общего назначения** – грант, обеспечивающий возможность функционирования некоммерческой организации и расходуемый в основном на административные нужды.

**Грант целевой** – грант, обеспечивающий реализацию конкретного проекта; не может быть использован в других целях или на другие проекты.

**Годовой отчет** – письменный документ, издаваемый ежегодно, содержащий описание цели организации, сведения о программах, мероприятиях и достижениях; обоснование права организации получать соответствующие взносы; информацию о руководящем органе и структуре; финансовый отчет организации за год, отражающий количество привлеченных денежных средств, материальных ресурсов и полученных услуг в денежном выражении и их расходование за истекший финансовый год.

**Гражданское общество** – Термин, употребляемый в разных значениях; введен Аристотелем, который называл Г.о. сообщества свободных и равных граждан, связанных между собой определенной формой политического устройства (государство-полис). В современном значении Г.о. обозначает совокупность отношений в сфере экономики, культуры и др., развивающихся в рамках демократического общества независимо, автономно от государства.

**Грантодающая организация (grantmaker)** – организация, предоставляющая грант.

**Грантовое соглашение** – это документ, который имеет форму договора между донором (благотворителем) и реципиентом (грантополучателем), и в котором отражены порядок и условия финансирования проекта.

**Донорство** (лат. donare – дарить) — добровольное предоставление части крови, а также других тканей или органов для лечебных целей.

**Донор** – частное лицо или организация, которая делает пожертвования или дает гранты. Наиболее часто в роли доноров выступают благотворительные фонды, банки, крупные компании. Синонимы – благотворитель, жертвователь.

**Донор государственный** – государственное учреждение, финансирующее некоммерческие организации за счет государственных средств.

**Донор-посредник** – некоммерческая организация, получающая средства от других доноров и распределяющая их по некоммерческим организациям.

**Донор частный** – частная организация, фонд, а также частное лицо, собирающие пожертвования от граждан или коммерческих структур и распределяющие их по некоммерческим организациям

**Дарение** – безвозмездная передача гражданам или организациям денежных средств или имущества

**Заинтересованные лица, стейкхолдеры (Stakeholders)** - любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые компанией решения или оказывающиеся под воздействием этих решений (например, сотрудники компании, клиенты, контрагенты, деловые объединения, общественные организации, государство и т.д.)

**Имущество некоммерческой организации** – находящиеся в собственности или в оперативном управлении здания, сооружения, жилищный фонд, оборудование, инвентарь, денежные средства в рублях и иностранной валюте, ценные бумаги и иное имущество, а также земельные участки в собственности или в бессрочном пользовании.

**Инициативная группа** – группа единомышленников, начинающих какое-либо де-ло.

**Исполнительный директор** – одно из высших должностных лиц организации, осуществляющее повседневное руководство делами организации и проводящее в жизнь решения высшего руководящего органа или руководителя организации.

**Корпоративная социальная ответственность, КСО (формулировка CAF)** – ответственность компании как работодателя, делового партнера, «гражданина», члена сообщества (пределы сообщества определяются географией деятельности компании: на уровне района, города, страны, мира); частьпостоянной стратегии компании по увеличению своего присутствия в обществе и развитию своего бизнеса; возможность оказать позитивное влияние на сообщество, в котором работает компания.

**Корпоративная социальная ответственность, КСО (формулировка АМР)** – это философия поведения т концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития и сохранения ресурсов для будущих поколений

**Корпоративная социальная ответственность (КСО)** - это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития и сохранения ресурсов для будущих поколений с выделением следующих приоритетов:

* производство качественной продукции и услуг для потребителей;
* создание привлекательных рабочих мест, инвестиции в развитие производства и человеческого потенциала;
* неукоснительное выполнение требований законодательства: налогового, трудового, экологического и др.;
* построение добросовестных и взаимовыгодных отношений со всеми заинтересованными сторонами;
* эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и повышение национальной конкурентоспособности в интересах акционеров и общества;
* учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
* вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты общественного развития.

**Корпоративная социальная ответственность** – часть постоянной стратегии компании по развитию бизнеса. КСО определяется географией корпоративной деятельности и дает возможность с помощью благотворительных акций и программ позитивно воздействовать на сообщества физических и юридических лиц, оказывающих влияние на бизнес компании.

**Корпоративный социальный отчет (нефинансовый отчет) -** это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров и всего общества о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии или стратегических планах развития цели в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности.

**Конкурс грантов** – процесс, включающий приглашение организованным образом предоставлять заявки в соответствии с набором заранее утвержденных критериев, а также отбор и последующее финансирование некоторого их количества. Различают закрытые конкурсы, региональные конкурсы, текущие, призовые конкурсы, конкурс первого гранта, одноэтапные, многоэтапные конкурсы.

**Конфликт интересов** – ситуация, в которой лицо, являющееся членом правления, экспертом или штатным сотрудником организации, может иметь прямой или косвенный финансовый или иной личный интерес в положительном либо отрицательном решении по заявленному проекту.

**Корпоративная грантовая программа** – грантовая программа, разработанная и администрируемая оммерческой компанией. Гранты и пожертвования формируются в рамках бюджета самой компании.

**Корпоративные социальные инвестиции (формулировка АМР**) – это материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы компании, направляемые -5 ($на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта.

**Корпоративный социальный отчет и отчет в области устойчивого развития, или нефинансовый отчет) (формулировка АМР**) **-** это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров и всего общества о том, как и какими темпами компания реализует заложеные в своей миссии или стратегических планах развития цели в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности

**Корпоративные социальные программы (формулировка АМР**) **-** это добровольно осуществляемая компанией деятельность в экономической, социальной и экологической сферах, направленная на удовлетворение соответствующих ожиданий внутренних и внешних заинтересованных сторон

**Корпоративные социальные программы** - добровольно осуществляемая компанией деятельность в экономической, социальной и экологической сферах, направленная на удовлетворение соответствующих ожиданий внутренних и внешних заинтересованных сторон.

**Корпоративные социальные инвестиции** — это материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта.

**Корпоративная филантропия** – предоставление компанией (корпорацией) различных ресурсов для поддержки общественно значимых инициатив граждан или организаций, не преследующих коммерческих целей.

**Корпоративное гражданство** – этическая концепция ведения бизнеса, управление совокупностью отношений между компанией и сообществом на всех уровнях, от местного до международного.

**Меценатство** – покровительство искусству, наукам, собирание больших библиотек, коллекций, создание художественных галерей, театров и т.д. В отличие от добровольчества, помощь меценатов и благотворителей заключается не в предоставлении своих услуг и труда, а в оказании материальной поддержки. М. – добровольная бескорыстная деятельность физических лиц по материальной, финансовой и иной поддержке благополучателей. направление благотворительности, связанное с поддержкой культуры, искусства, реже – науки. Как и благотворительность в целом, меценатство не предусматривает запланированной, заранее намеченной выгоды.

**Маркетинг благотворительный** – (англ. Cause Marketing): содействующая стратегия, связывающаяимя компании-спонсора с мероприятиями, которые решают общественные проблемы в надежде, что ассоциация с ними приведет к положительному общественному мнению о компании. При этом стратегия продаж компании обычно связывается с некоммерческой организацией: спонсор предлагает сделать ей пожертвование в случае приобретения организацией товара или услуги спонсора. В отличие от благотворительности, средства, потраченные на благотворительный маркетинг, не пожертвование, а вложение средств, так как подразумевают возвращение инвестиции.

**Миссия** – совокупность главных целей организации, разъясняющих, для чего она существует, область ее деятельности.

**Мониторинг** – непрерывный контроль за реализацией проекта, программы и т. д.

**Некоммерческая организация** – организации, не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками. Юридические лица, являющиеся некоммерческими организациями, могут создаваться в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций (объединений), финансируемых собственником учреждений, благотворительных и иных фондов, а также в других формах, предусмотренных законом.

**Некоммерческий** (третий, нон-профитный) **сектор** – объединения людей для решения проблем или воплощения общественно значимых идей не с целью извлечения прибыли

**Подотчетность** - ответственность. В сотрудничестве в целях развития эта концепция появляется всегда, когда кого-либо призывают к ответственности, либо когда кто-либо должен объяснить или обосновать проект, меру или программу. Это может быть правительство или министерство, Всемирный банк, менеджер или отдельный руководитель проекта. Он должен объяснить и обосновать способ выполнения соответствующего предписания, как были использованы средства, в какой степени были достигнуты цели и выполнены ожидания.

**Прозрачность** - принцип, который позволяет тем, на кого влияют административные решения, сделки или благотворительная деятельность знать не только основные факты и цифры, но и механизмы и процессы. Комментарий: обязанность государственных служащих, руководителей и попечителей - действовать видимо, предсказуемо и понятно.

**Принцип ответственности (Responsibility)** - один из основных принципов системы корпоративного управления (наряду с принципами подотчетности, прозрачности и справедливости заключающийся в том, что система корпоративного управления должна признавать предусмотренные законом права заинтересованных лиц и способствовать активному сотрудничеству между акционерными обществами и заинтересованными лицами в целях создания благосостояния, рабочих мест и обеспечения устойчивости здоровых, с финансовой точки зрения, компаний.

**Принцип подотчетности (Accountability)** - система корпоративного управления должна обеспечивать стратегическое руководство акционерным обществом, эффективный контроль над управляющими со стороны совета директоров, а также подотчетность совета директоров акционерному обществу и его акционерам.

**Принцип прозрачности (Transparency)** - система корпоративного управления должна обеспечивать своевременное раскрытие достоверной информации по всем существенным вопросам, касающимся акционерного общества, в том числе о его финансовом состоянии, результатах деятельности, структуре собственности и управления.

**Принцип справедливости (Fairness)** - система корпоративного управления должна обеспечивать защиту прав акционеров и равное отношение ко всем акционерам, в том числе, миноритарным и иностранным. Все акционеры должны иметь доступ к эффективным средствам защиты в случае нарушения их прав.

**Ресурсный капитал** – финансовые средства, выделяемые в виде благотворительного пожертвования и принадлежащие на началах доверительной собственности в неизменном виде. Капитал состоит из активов, принимаемых на условиях, предполагающих сохранение основной его части и инвестирования его с целью создания источника поступлений в интересах организации.

**Ресурсный центр** (поддержки НКО) – некоммерческая организация, которая является базовым консультационным, информационным, обучающим центром для других некоммерческих организаций своего региона.

**Социально ответственная компания -** компания, действующая по принципам социальной ответственности и осуществляющая комплекс социальных программ в приоритетных для нее направлениях.

**Сбор пожертвований** - любое прямое или косвенное обращение за средствами, собственностью, добровольными услугами или другими ценностями, предоставляемыми при условии, что они будут использованы для благотворительных целей.

**Спонсорство** – финансировавние программы, проекта, мероприятия как с целью его поддержки, так и для рекламы собственной деятельности. Предусматривает прямое или косвенное извелечение прибыли или иной выгоды.

**Сбор благотворительных пожертвований** – любое прямое или косвенное обращение за деньгами, собственностью, кредитом, добровольными услугами или другими ценностями, предоставляемыми немедленно или с отсрочкой, при условии, что они будут использованы для благотворительных, образовательных, религиозных, патриотических, гражданских или иных филантропических целей.

**Социальный бренд –** восприятие компании в широких слоях общества, формирование которого достигается за счет проектов и деятельности, направленные на репутационное продвижение, улучшение имиджа, поддержку традиций, с которыми ассоциируются предприятия – это яркие запоминающиеся мероприятия, не имеющие прямого отношения к деятельности предприятий, но приносящие ему или создающие для него дополнительные ценности в восприятии общественности, СМИ, партнеров, конкурентов, местных сообществ.

**Социальная деятельность компании** – комплекс мер по реализации корпоративной социальной ответственности, некоммерческая деятельность компании, например, в области благотворительности, поддержки культуры и образования, охраны окружающей среды.

**Социальные инвестиции** - системная, долгосрочная деятельность, направленная на развитие перспективных направлений, создание или поддержку элементов социальной инфраструктуры, в итоге приводящая к качественному изменению (улучшению) социальной среды.

**Социальное партнерство** –

1) конструктивное взаимовыгодное сотрудничество между тремя секторами общества – государственными структурами, коммерческими предприятиями и некоммерческими организациями с целью решения проблем социальной сферы в интересах всего населения или его отдельных групп, проживающих на данной территории;

2) система взаимоотношений между работниками (представителями работников), работодателями (представителями работодателей), органами государственной власти, органами местного самоуправления, направленная на обеспечение согласования интересов работников и работодателей по вопросам регулирования трудовых отношений и иных, непосредственно связанных с ними отношений.

**Социально ответственный бизнес** – коммерческие организации, которые активно участвуют в жизни сообщества, вкладывая свои силы и средства в социально значимые проекты.

**Социальный отчет** – документ, рассказывающий об оценке общественного влияния компании.

**Социальная помощь** – поддержка в денежной и/или натуральной форме, предоставляемая с учетом законодательно установленных гарантий по социальному обеспечению. Социальная помощь оказывается за счет средств местных органов власти, предприятий, внебюджетных и благотворительных фондов в целях оказания дифференцированной помощи нуждающимся, безработным и/или нетрудоспособным гражданам и семьям с детьми.

**Социальная реклама** – реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей. В социальной рекламе не должны упоминаться коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, а также конкретные марки (модели, артикулы) их товаров, равно как и марки (модели, артикулы) товаров, являющихся результатом предпринимательской деятельности некоммерческих организаций. Осуществляемая на безвозмездной основе деятельность юридических и физических лиц по производству и распространению социальной рекламы, передаче своего имущества, в том числе денежных средств, другим юридическим и физическим лицам для производства и распространения социальной рекламы признается благотворительной деятельностью и пользуется предусмотренными законодательством льготами.

**Социальный эффект** - ощутимое изменение в социальной сфере, например, в сфере услуг (появление новых, отказ от старых, малоэффективных практик, как то новые методики работы с детьми-сиротами для их лучшей социализации по достижению совершеннолетия), улучшение качества услуг (инновационные технологии, новые методики, как то повышение качества и доступности образования для выпускников интернатов и детдомов) или системные изменения (например, детей стало меньше в детских домах, потому что их стали забирать в семьи благодаря распространению модели фостерных семей), снижение числа наркоманов и алкоголиков (профилактика), улучшение городской среды, т.д.

**Спонсор** – частное лицо или организация, финансирующая какое-либо мероприятие, как с целью его поддержки, так и для рекламы собственной деятельности.

**Спонсорство** (в рекламе) – осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемым рекламы о спонсоре, его товарах.

**Техническая помощь** – вид безвозмездной помощи (содействия), предоставляемой в целях оказания поддержки в осуществлении экономической, социальной реформ в том числе путем проведения исследований, обучения, обмена специалистами, аспирантами и студентами, передачи опыта и технологий, поставок оборудования и других материально-технических средств по проектам и программам, которые зарегистрированы в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

**Управление корпоративными социальными программами -** это непрерывно протекающий в компании процесс, который состоит из следующих этапов: Определение приоритетов социальной политики компании;Создание специальной структуры управления социальными программами;Проведение программ обучения в области социальной ответственности; Реализация социальных программ компании; Оценка и доведение до сведения заинтересованных сторон результатов социальных программ компании.

**Устойчивое развитие (формулировка АМР**) – это такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу возможности будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности

**Участники благотворительной деятельности** – граждане и юридические лица, осуществляющие благотворительную деятельность, в том числе путем существующей поддержки или создания новой благотворительной организации, а также граждане и юридические лица, в интересах которых осуществляется благотворительная деятельность: благотворители, добровольцы, благополучатели.

**Фандрайзинг** – организованный поиск и сбор финансовых и иных средств, в частности, для осуществления благотворительной поддержки социально значимых проектов, программ и акций, общественных институтов. Деятельность по сбору средств, формированию различных финансовых, денежных фондов, в частности, для благотворительных либо образовательных целей.

**Фонд благотворительный** – общественная некоммерческая организация, учрежденная физическими или юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, обладающая профессиональными технологиями благотворительной деятельности и имеющая цель финансировать благополучателей из собственных или привлеченных средств.

**Филантропия** – синоним: благотворительность.

**Филантропическая деятельность** – синоним: благотворительная деятельность.

**Фонд** – не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов и преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели. Могут также создаваться корпорациями и государством.

**Фонд местных сообществ** – благотворительная организация, аккумулирующая средства предприятий и частных лиц конкретного региона и предоставляющая финансирование некоммерческим организациям на благотворительные цели в пределах конкретного сообщества или региона.

**Фонд общественный** – один из видов некоммерческих фондов, который представляет собой не имеющее членства общественное объединение, цель которого заключается в формировании имущества на основе добровольных взносов и иных, не запрещенных законом поступлений и использовании этого имущества на общественно полезные цели.

**Фонд частный** – один из видов благотворительных фондов, управляющий средствами (обычно полученными из одного источника, которым может быть частное лицо, семья или корпорация) посредством доверенных лиц или директоров с целью выполнения образовательной, социальной или иной благотворительной деятельности, служащей на благо обществу.

**Эксперт** – специалист в той или иной области науки, техники, экономики и т. д., приглашаемый для исследования, консультирования, выработки суждений по вопросам, требующим наивысшей квалификации, а именно: абсолютного владения методологией данной дисциплины и способности компенсировать недостаточность этой методологии профессиональной интуицией и опытом.

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Приложение №1 к рабочей программе дисциплины

## 

## 7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**7.1.Основная литература:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Автор, название, выходные данные, место издания,**  **изд-во год издания** | **Наличие в ЭБС** |
|  | Социальная ответственность менеджмента: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я.Горфинкель, А.И.Базилевич, О.И.Базилевич [и др.]; под редакцией В.Я.Горфинкеля, А.И.Базилевич. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 287 c. — ISBN 978-5-238-02455-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81559.html> | \* |
|  | Персикова, Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н.Персикова. — Москва: Логос, 2015. — 288 c. — ISBN 978-5-98704-467-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70694.html> | \* |
|  | Ермакова Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н., Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 256 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю | \* |
|  | Жагловская, А.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / А.В.Жагловская, В.И.Чалов. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 92 c. — ISBN 978-5-87623-874-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].— URL: <https://www.iprbookshop.ru/97846.html> | \* |

**7.2.Дополнительная литература:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Автор, название, выходные данные, место издания,**  **изд-во год издания** | **Наличие в ЭБС** |
|  | Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я.Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 287 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю | \* |
|  | Корпоративная социальная ответственность: учебно-методическое пособие / составители О.П.Маслова. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 236 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91763.html> | \* |
|  | Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Шоба В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 108 c.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44949>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю | \* |

**7.3.Нормативные правовые акты, материалы судебной практики**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Название** | **Принят** | **Источник** |
|  | Всеобщая декларация прав человека | принята на третьей сессии Генеральной Ассамблеи ООН резолюцией 217 А (III) от 10 декабря 1948 г. | СПС «Консультант Плюс» |
|  | Всеобщая Декларация прав человека | ООН, 1948 г. | СПС «Консультант Плюс» |
|  | Концепция социального государства  Российской Федерации | Разработана Временным творческим коллективом; обсуждена и одобрена на заседании круглого стола в Академии труда и социальных отношений 19 ноября 2002 г.; рассмотрена и одобрена на заседании «круглого стола» в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации 10 ноября 2003 г. с учетом предложений министерств, ведомств и государственных внебюджетных фондов; одобрена участниками научно-практической конференции в Академии труда и социальных отношений 20 января 2004 г. | СПС «Консультант Плюс»,  филиал |

**7.4.Периодические издания**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Данные издания** | **Наличие в библиотеке филиала** | **Наличие в ЭБС** | **Другой источник** |
|  | Человек и современный мир | - | \* | - |
|  | Экономическое развитие России | - | \* | - |
|  | Экономика и менеджмент систем управления | - | \* | - |
|  | Экономик и современный менеджмент: теория и практика | - | \* | - |
|  | Управление в современных системах | - | \* | - |
|  | Управление | - | \* | - |
|  | Территория науки | - | \* | - |
|  | Стратегия бизнеса | - | \* |  |
|  | Российский экономический журнал | - | \* | - |
|  | Россия и современный мир | - | \* | - |
|  | Государственное и муниципальное управление. Ученые записки | - | \* | - |

## 8. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Интернет ресурс (адрес)** | **Описание ресурса** |
|  | [www.amr.ru](http://www.amr.ru) | Ассоциация менеджеров России |
|  | [www.soc-otvet.ru](http://www.soc-otvet.ru) | сайт по КСО, поддерживаемый Агентством социальной информации |
|  | [www.rspp.ru](http://www.rspp.ru) | Российский союз промышленников и предпринимателей |
|  | [www.asi.org.ru](http://www.asi.org.ru) | Агентство социальной информации |
|  | [www.goldenheart.ru](http://www.goldenheart.ru) | сайт по спонсорству, благотворительности, меценатству «Золотое сердце», спонсорская программа поддержки социально-значимых событий |
|  | <http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml> | официальный сайт ООН, декларация прав человека |
|  | <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2010/2596> | Новости гуманитарных технологий. Гуманитарное развитие в России и за рубежом. Экспертно-аналитический Портал |

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

* 1. **Методические указания по изучению дисциплины и организации**

**самостоятельной работы студента**

Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, выполняемый студентом без непосредственного контакта с преподавателем или управляемый преподавателем опосредовано через специальные учебные материалы; неотъемлемое обязательное звено процесса обучения, предусматривающее прежде всего индивидуальную работу обучающихся в соответствии с установкой преподавателя, программы обучения. В образовательном процессе высшего профессионального образовательного учреждения выделяется два вида самостоятельной работы – аудиторная, под руководством преподавателя, и внеаудиторная. Тесная взаимосвязь этих видов работ предусматривает дифференциацию и эффективность результатов ее выполнения и зависит от организации, содержания, логики учебного процесса (межпредметных связей, перспективных знаний и др.):

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная и индивидуальная работа призвана обеспечить закрепление студентами знаний, полученных в ходе аудиторных и практических занятий.

Целью самостоятельной и индивидуальной работы студента является детальная и глубокая проработка отдельных тем дисциплины, выяснение сложных вопросов учебного курса.

*Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:*

* формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
* написание рефератов;
* подготовка к семинарам и лабораторным работам, их оформление;
* подготовка практических разработок;

*Самостоятельная и индивидуальная работа студентов осуществляется в следующих формах:*

* подбор учебной литературы по проблеме;
* самостоятельное прочтение, просмотр, конспектирование учебной литературы;
* подготовка сообщений, докладов, выступлений на практические занятия;
* написание контрольных работ, рефератов, эссе, научных статей;
* участие в научно-исследовательской работе;
* выполнение специальных творческих заданий.

В процессе самостоятельной деятельности студент должен научиться выделять познавательные задачи, выбирать способы их решения, выполнять операции контроля за правильностью решения поставленной задачи, совершенствовать навыки реализации теоретических знаний. Формирование умений и навыков самостоятельной работы студентов может протекать как на сознательной, так и на интуитивной основе. В первом случае исходной базой для правильной организации деятельности служат ясное понимание целей, задач, форм, методов работы, сознательный контроль за ее процессом и результатами. Во втором случае преобладает смутное понимание, действие привычек, сформировавшихся под влиянием механических повторений, подражание и т.п.

Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя протекает в форме делового взаимодействия: студент получает непосредственные указания, рекомендации преподавателя об организации самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию управления через учет, контроль и коррекцию ошибочных действий. Опираясь на современные требования в рамках высшего образования преподаватель должен установить требуемый тип самостоятельной работы студентов и определить необходимую степень ее включения в изучение дисциплины.

**9.2 Методические указания по подготовке к практическим занятиям**

На практические занятия выносятся наиболее важные темы курса, подводится итог самостоятельной работы студентов, обобщаются, уточняются и углубляются полученные знания. Студент учится выступать, самостоятельно анализировать материал, критически подходить к самому материалу и выступлениям своих товарищей. На семинаре приобретаются навыки ораторского искусства, полемики, ведь в спорах рождается истина.

Цель подготовки к практическому занятию состоит в том, чтобы студент самостоятельно изучил, усвоил и правильно понял учебный материал по каждому вопросу темы. Для этого он вначале должен просмотреть текст лекции по данной теме, учебник и дополнительную литературу. Если в них он не найдёт необходимый материал, то обратиться к учебной и научной литературе, находящейся в читальных залах библиотеки. В ходе самостоятельной работы необходимо изучить основные понятия и термины по изученной теме, ознакомиться с деятельностью представителей изучаемого периода, известных государственных и общественных деятелей, с их ролью и местом в истории России. Конкретную помощь в этом окажет преподаватель, а также всевозможные словари и справочники.

На следующем этапе работы с литературой, понятиями и персоналиями следует подготовить краткий план-конспект по каждому вопросу темы семинарского занятия. Для этого необходимо иметь специальную тетрадь, в которую следует вносить всё, что понадобится для полного и точного ответа по каждому вопросу, выносимому на практические занятия. Объём записей может быть разным. Он зависит от уровня знаний студента и его памяти и может носить характер плана, тезисов или выписок.

Итог самостоятельной работы студентов венчают их глубокие познания проблем истории, которые проявляются, прежде всего, в умении выступать аргументировано и логично с докладом или сообщением на семинарских занятиях и прежде всего, на итоговом экзамене по данному курсу. Рекомендуется готовиться к экзаменам после глубокого изучения содержания разделов программы, на основе примерного перечня экзаменацион­ных вопросов.

**9.3 Методические указания по подготовке к лабораторным занятиям**

*(не предусмотрены учебным планом)*

**9.4 Методические указания по выполнению и оформлению контрольных работ**

Контрольная работа - одна из основных форм самостоятельной работы студентов-заочников в ходе усвоения и изложения изучаемого учебного материала. Выполнение контрольной работы студентом-заочником по истории предусмотрено учебным планом.

Работа над контрольной работой включает в себя следующие этапы:

**1. Подбор и изучение источников (литературы)**

Получив от преподавателя во время установочной сессии индивидуальное задание и тему контрольной работы, студент знакомится в библиотеке с каталогом литературы по соответствующей тематике, заказы­вает книги и журналы, делает необходимые выписки и составляет предва­рительный план работы. После изучения основных источников необходимо ознакомиться с другими книгами, брошюрами, журнальными и газетными статьями, а также изучить прослушанные лекции, подобрать статистиче­ский материал, который поможет студенту глубже усвоить изучаемые вопросы (проблемы) и обогатить тем самым свою работу конкретным фактическим материалом.

Выделяются **три основные группы печатных источников.**

**Первая группа** — нормативные документы государства: Конституционные и Федеральные Законы, Указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ и др.

**Вторая группа источников** - монографии, сборники статей, учебные пособия, различного рода справочные издания, в которых освещается история и теория вопроса, анализируются различные точки зрения на проблему.

**Третья группа источников** - журнальные и газетные статьи по исследуемой теме. Главное достоинство этой группы источников - оперативность публикаций, новизна и актуальность приводимых данных.

**2. Составление плана контрольной работы**

План - это основа письменной контрольной работы, от правильного составления которого во многом зависит ее структура, содержание, логика изложения и вся дальнейшая работа над текстом. План работы является отражением того, как студент усвоил необходимый для изучения материал и как он из него сумел выбрать главное, существенное. При его составлении важное значение имеют правильная формулировка и последовательность постановки вопросов плана, которые отражают сущность того, что излагается в контрольной работе. Вопросы должны быть поставлены в такой последовательности, чтобы можно было избежать повторов при изложении материала, а из изложения одного вопроса логически вытекал переход к следующему вопросу и таким образом, достигалась бы логика и полнота изложения всего текста.

**3. Написание текста работы**

После того, как литература подобрана и систематизирована, материал изучен и осмыслен, план составлен, можно приступать к раскрытию содержания каждого пункта плана, к написанию текста работы. Успешное выполнение этого зависит от уровня знаний студента, его способности и умения излагать материал по выбранной теме.

**Основные требования к плану работы**

К числу **обязательных элементов плана** относятся: **введение, наименование вопросов, заключение, список использованных источников.** Наименование и количество вопросов в основной части плана в первую очередь определяются объемом работы и характером предлагаемых вариантов работы.

**Во введении, во-первых**, автор должен показать **актуальность** рассматриваемой проблемы.

**Во-вторых**, во введении указывается **цель** контрольной работы и те основные **задачи,** которые необходимо решить для достижения цели. Как правило, задачи формулируются исходя из содержания вопросов работы.

Введение не следует формулировать в виде общих рассуждений на вопросы контрольной работы (зачастую просто заимствованных из учебных пособий). Автором должны быть **самостоятельно** обозначены актуальность, цель и задачи работы.

**Основная часть** представляет собой развернутое изложение рассматриваемой проблемы. Что касается **стиля изложения**, то он целиком определяется научными и литературными способностями студента. Важно, чтобы изложение было последовательным, каждый последующий абзац логически вытекал из предыдущего. В конце каждого вопроса должны быть изложены краткие выводы.

**В заключении** формулируются основные **выводы,** вытекающие из содержания рассмотренной проблемы. Выводы можно представить в виде кратких ответов на обозначенные во введении задачи работы.

По завершении работы над текстом составляется **список использованных источников.** В списке помещаются все работы, которые так или иначе были использованы студентом в работе. Список использованных источников представляет собой указатель библиографических описанных литературных и документальных письменных источников, используемых при написании контрольной работы. Если есть необходимость привести какие-либо схемы, графики, таблицы, то их можно поместить в конце работы, после списка литературы, сделав отметку, что это соответствующее приложение.

**4. Большое значение имеет правильное оформление работы:**

- На обложке (титуле) работы студент указывает свою фамилию, имя, отчество, специальность или направление подготовки, курс, шифр, наименование предмета и номер темы, по которому выполнена работа.

-Тему и план работы указывают вначале текста. Текст работы должен быть написан разборчиво, без грамматических и стилистических ошибок.

- В контрольной работе должны быть пронумерованы страницы и оставлены поля для замечаний рецензента.

- На последней странице работы студент ставит свою подпись, указывает дату ее выполнения.

Объем контрольной работы может колебаться от 20 до 25 страниц машинописного текста на листах стандартных размеров формата А-4. Рекомендованный шрифт – Times New Roman. Размер шрифта – 14. Междустрочный интервал – одинарный. Выравнивание – по ширине. Рекомендуется устанавливать следующие параметры полей: верхнее поле страницы - 2 см.; нижнее поле - 2 см.; левое поле - 2,5 см.; правое поле - 1 см.

**5. Собеседование с преподавателем-рецензентом по контрольной работе.**

Контрольная работа должна быть зачтена до начала экзаменационной сессии. Подготовка контрольной работы имеет целью углубить, систематизировать и закрепить полученные студентами теоретические знания, совершенствовать навыки обобщения опыта практической социальной работы, а также разработки докладов, лекций и контрольных работ. Написание контрольной работы требует от студентов умения обращаться с различными источниками информации.

Таким образом, процесс написания контрольной работы хорошего уровня достаточно сложен, требует значительных усилий и времени. Вместе с тем подготовка работы выступает средством формирования необходимых мировоззренческих, научно-исследовательских и профессиональных качеств.

**9.5 Методические указания по выполнению и оформлению курсовых работ**

(не предусмотрены учебным планом)

* 1. **Методические указания по подготовке к зачету**

Наиболее ответственным этапом в обучении студентов является экзаменационная сессия. На ней студенты отчитываются о выполнении учебной программы, об уровне и объеме полученных знаний. Это государственная отчетность студентов за период обучения, за изучение учебной дисциплины, за весь курс. Поэтому так велика их ответственность за успешную сдачу экзаменационной сессии. На сессии студенты сдают экзамены и зачеты. Зачеты могут проводиться с дифференцированной отметкой или без нее, с записью «зачтено» в зачетной книжке.

Залогом успешной сдачи зачета являются систематические, добросовестные занятия студента. Однако это не исключает необходимости специальной работы перед сессией и в период сдачи сессии. Специфической задачей студента в период экзаменационной сессии являются повторение, обобщение и систематизация всего материала, который изучен в течение года.

Начинать повторение рекомендуется за месяц-полтора до начала сессии. Прежде чем приступить к нему, необходимо установить, какие учебные дисциплины выносятся на сессию и, если возможно, календарные сроки сдачи.

Установив выносимые на сессию дисциплины, необходимо обеспечить себя программами. В основу повторения должна быть положена только программа. Не следует повторять ни по билетам, ни по контрольным вопросам. Повторение по билетам нарушает систему знаний и ведет к механическому заучиванию, к "натаскиванию". Повторение по различного рода контрольным вопросам приводит к пропускам и пробелам в знаниях и к недоработке иногда весьма важных разделов программы.

Повторение - процесс индивидуальный; каждый студент повторяет то, что для него трудно, неясно, забыто. Поэтому, прежде чем приступить к повторению, рекомендуется сначала внимательно посмотреть программу курса, установить наиболее трудные, наименее усвоенные разделы и выписать их на отдельном листе.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала: данные учебника, записи лекций, конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций или семинаров, и др. Ни в коем случае нельзя ограничиваться только одним конспектом, а тем более, чужими записями. Всякого рода записи и конспекты - вещи сугубо индивидуальные, понятные только автору. Готовясь по чужим записям, легко можно впасть в очень грубые заблуждения.

Само повторение рекомендуется вести по темам программы и по главам учебника. Закончив работу над темой (главой), необходимо ответить на вопросы учебника или выполнить задания, а самое лучшее - воспроизвести весь материал.

Консультации, которые проводятся для студентов в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, для восполнения пробелов и для разрешения всех возникших трудностей. Без тщательного самостоятельного продумывания материала беседа с консультантом неизбежно будет носить «общий», поверхностный характер и не принесет нужного результата.

Есть целый ряд принципов («секретов»), которыми следует руководствоваться при подготовке к экзаменам.

Первый - подготовьте свое рабочее место, где все должно способствовать успеху: тишина, расположение учебных пособий, строгий порядок.

Второй - сядьте удобнее за стол, положите перед собой чистые листы бумаги, справа - тетради и учебники. Вспомните все, что знаете по данной теме, и запишите это в виде плана или тезисов на чистых листах бумаги слева. Потом проверьте правильность, полноту и последовательность знаний по тетрадям и учебникам. Выпишите то, что не сумели вспомнить, на правой стороне листов и там же запишите вопросы, которые следует задать преподавателю на консультации. Не оставляйте ни одного неясного места в своих знаниях.

Третий - работайте по своему плану. Вдвоем рекомендуется готовиться только для взаимопроверки или консультации, когда в этом возникает необходимость.

Четвертый - подготавливая ответ по любой теме, выделите основные мысли в виде тезисов и подберите к ним в качестве доказательства главные факты и цифры. Ваш ответ должен быть кратким, содержательным, концентрированным.

Пятый - помимо повторения теории не забудьте подготовить практическую часть, чтобы свободно и умело показать навыки работы с текстами, картами, различными пособиями, решения задач и т.д.

Шестой - установите четкий ритм работы и режим дня. Разумно чередуйте труд и отдых, питание, нормальный сон и пребывание на свежем воздухе.

Седьмой - толково используйте консультации преподавателя. Приходите на них, продуктивно поработав дома и с заготовленными конкретными вопросами, а не просто послушать, о чем будут спрашивать другие.

Восьмой - бойтесь шпаргалки - она вам не прибавит знаний.

Девятый - не допускайте как излишней самоуверенности, так и недооценки своих способностей и знаний. В основе уверенности лежат твердые знания. Иначе может получиться так, что вам достанется тот единственный вопрос, который вы не повторили.

Десятый - не забывайте связывать свои знания по любому предмету с современностью, с жизнью, с производством, с практикой.

При подготовке к занятиям необходимо еще раз проверить себя на предмет усвоения основных категорий и ключевых понятий курса.

Зачет по дисциплине проводится путем проведения собеседования по представленным в РПД вопросам.

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩУСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***№ п/п*** | ***Название программы/Системы*** | ***Описание программы/Системы*** |
|  | СПС «КонсультантПлюс» | Справочно-поисковая система, в которой аккумулирован весь спектр продуктов направленный на то, чтобы при принятии того или иного решения пользователь обладал всей полнотой информации. Ежедневно в систему вводятся тысячи новых документов, полученных из разных источников: органов власти и управления, судов, экспертов. |
|  | Официальный сайт Филиала | <http://kubisep.ru/> |
|  | Программное обеспечение | - ESET NOD 32 Antivirus Business Edition  - Пакет офисных приложений Apache OpenOffice - свободное программное обеспечение. |
|  | ЭБС | - ЭБС «IPRbooks»  - Электронная библиотека ОУП ВО «АТиСО»  - Электронная полнотекстовая база данных филиала |
|  | Автоматизированная система управления | - АСУ «СПРУТ» |

## МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩУСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Лекционный зал на 120 мест  Мультимедийная аудитория № 203  Мультимедийная аудитория № 207  Мультимедийная аудитория № 102  Аудитория № 312  Мультимедийная аудитория № 404  Читальный зал | - телевизор, обеспечивающий просмотр видеоинформации;  - учебная доска;  - столы;  - кресла;  - шкафы;  - трибуна.  -Интерактивная доска;  - проектор;  - дата-камера;  - скайп-камера;  -компьютер с выходом в интернет;  - монитор.  - Интерактивная доска;  - телевизор;  - проектор;  - дата-камера;  - микшерский пульт;  - экран;  - микрофоны;  - скайп-камера;  -компьютер с выходом в интернет;  - монитор.  - Столы;  - стулья;  - монитор;  - компьютер;  - интерактивная доска;  - проектор.  - Столы;  - стулья;  - учебная доска;  - монитор.  - Столы;  - стулья;  - проектор;  - экран;  - учебная доска  - компьютер с выходом в интернет.  - Столы;  - стулья;  - шкафы  -компьютер с выходом в интернет;  - мониторы;  - локальная сеть. | - ESET NOD 32 Antivirus Business Edition  - Пакет офисных приложений ApacheOpenOffice - свободное программное обеспечение.  - Система Консультант Плюс  - ESET NOD 32 Antivirus Business Edition  - Пакет офисных приложений ApacheOpenOffice - свободное программное обеспечение.  - Система Консультант Плюс  - ESET NOD 32 Antivirus Business Edition  - Пакет офисных приложений ApacheOpenOffice - свободное программное обеспечение.  - ESETNOD 32 AntivirusBusinessEdition  - Пакет офисных приложений ApacheOpenOffice - свободное программное обеспечение.  - ESETNOD 32 AntivirusBusinessEdition  - Пакет офисных приложений ApacheOpenOffice - свободное программное обеспечение.  - Система Консультант Плюс  - ESET NOD 32 Antivirus Business Edition  - Пакет офисных приложений ApacheOpenOffice - свободное программное обеспечение.  - Система Консультант Плюс  - ESET NOD 32 Antivirus Business Edition  - Пакет офисных приложений ApacheOpenOffice - свободное программное обеспечение. |

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. **Стандартные методы обучения:**

* лекции;
* практические занятия;
* письменные или устные задания;
* самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше заданий, работа с литературой.

2. **Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:**

* дискуссии;
* коллоквиумы;
* обсуждение подготовленных студентами эссе;
* реферирование;
* семинары тематического типа.

# ***Приложение №1***

# ***к разделу № 6 Фонд оценочных средств***

# ***для проведения промежуточной аттестации***

# ***обучающихся по дисциплине***

* 1. **ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ**

Фонд оценочных средств является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление. При помощи фонда оценочных средств осуществляется контроль и управление процессом формирования компетенций, приобретения студентами необходимых знаний, умений и навыков, определенных ФГОС ВО, по дисциплине Корпоративная социальная ответственность.

*В результате освоения данной дисциплины должны быть сформированы*

*следующие компетенции общекультурные компетенции*

***Общекультурные***

* способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2)
* способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)

***Общепрофессиональные***

* способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2)

***Профессиональные***

* владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Код формируемой компетенции и ее содержание** | **Этапы (семестры) формирования компетенции в процессе освоения**  **дисциплины** | |
| **Очная форма обучения** | **Заочная форма обучения** |
|  | **ОК-2** | 2 | 6 |
|  | **ОК-7** | 2 | 6 |
|  | **ОПК-2** | 2 | 6 |
|  | **ПК-11** | 2 | 6 |

* 1. **ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ. ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ**

В зависимости от количества баллов оценивание компетентность

и студента оценивается по уровням:

- от 3 до 4 баллов - «минимальный уровень»,

- от 5 до 7 баллов - «базовый уровень»,

- от 8 до 9 баллов - «высокий уровень».

**Описание показателей и критериев оценивания компетенций**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатели оценивания** | **Критерии оценивания компетенций** | **Шкала оценивания** |
| **Понимание смысла компетенции** | Имеет базовые общие знания в рамках диапазона выделенных задач (1 балл)  Понимает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию. (2 балла)  Имеет фактические и теоретические знания в пределах области исследования с пониманием границ применимости (3 балла) | Минимальный уровень  Базовый уровень  Высокий уровень |
| **Освоение компетенции в рамках изучения дисциплины** | Наличие основных умений, требуемых для выполнения простых задач. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной (выделенной) задаче (1 балл)  Имеет диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию. (2 балла)  Имеет широкий диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем. Способен выявлять проблемы и умеет находить способы решения, применяя современные методы и технологии. (3 балла) | Минимальный уровень  Базовый уровень  Высокий уровень |
| **Способность применять на практике знания, полученные в ходе изучения дисциплины** | Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания к решению конкретных задач. (1 балл)  Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем, не выделяет типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы (2 балла)  Способен контролировать работу, проводить оценку, совершенствовать действия работы. Умеет выбрать эффективный прием решения задач по возникающим проблемам. (3 балла) | Минимальный уровень  Базовый уровень  Высокий уровень |

**Шкала оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Оценка уровня подготовки** | **Характеристика ответа**  **(экзамен, устные ответы)** | **Процент результативности (правильных ответов)** |
| 1 | 5/Отлично | – полно раскрыто содержание материала;  – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;  – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;  – точно используется терминология;  – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;  – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;  – ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;  – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;  – продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;  – допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию. | 80 - 100 |
| 2 | 4/Хорошо | – вопросы излагаются систематизировано и последовательно;  – продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;  – продемонстрировано усвоение основной литературы.  – ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя. | 70 - 79 |
| 3 | 3/Удовлетворительно | – неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;  – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;  – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;  – при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;  – продемонстрировано усвоение основной литературы. | 60 - 69 |
| 4 | 2/Неудовлетворительно | – не раскрыто основное содержание учебного материала;  – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;  – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов  - не сформированы компетенции, умения и навыки, количество баллов за освоение компетенций менее 3.  - отказ от ответа или отсутствие ответа | менее 60 |

**Шкала оценки письменных ответов по дисциплине**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Оценка** | **Характеристика ответа** | **Процент результативности (правильных ответов)** |
| 1 | 5/Отлично/  зачтено | Материал раскрыт полностью, изложен логично, без существенных ошибок, выводы доказательны и опираются на теоретические знания | 80 - 100 |
| 2 | 4/Хорошо/  зачтено | Основные положения раскрыты, но в изложении имеются незначительные ошибки выводы доказательны, но содержат отдельные неточности | 70 - 79 |
| 3 | 3/Удовлетворительно/  зачтено | Изложение материала не систематизированное, выводы недостаточно доказательны, аргументация слабая. | 60 - 69 |
| 4 | 2/Неудовлетворительно/  не зачтено | Не раскрыто основное содержание материала, обнаружено не знание основных положений темы.  Не сформированы компетенции, умения и навыки. | менее 60 |

**Шкала оценки в системе «зачтено – не зачтено»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Оценка за ответ** | **Характеристика ответа** | **Процент результативности (правильных ответов)** |
| 1 | Зачтено | Достаточный объем знаний в рамках изучения дисциплины  В ответе используется научная терминология.  Стилистическое и логическое изложение ответа на вопрос правильное  Умеет делать выводы без существенных ошибок  Владеет инструментарием изучаемой дисциплины, умеет его использовать в решении стандартных (типовых) задач.  Ориентируется в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине.  Активен на практических (лабораторных) занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий. | 60 - 100 |
| 2 | Не зачтено | Не достаточно полный объем знаний в рамках изучения дисциплины  В ответе не используется научная терминология.  Изложение ответа на вопрос с существенными стилистическими и логическими ошибками.  Не умеет делать выводы по результатам изучения дисциплины  Слабое владение инструментарием изучаемой дисциплины, не компетентность в решении стандартных (типовых) задач.  Не умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине.  Пассивность на практических (лабораторных) занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.  Не сформированы компетенции, умения и навыки.  Отказ от ответа или отсутствие ответа. | менее 60 |

**Шкала оценки образовательных достижений для тестовых материалов**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Процент результативности**  **(правильных ответов)** | **Оценка уровня подготовки** | |
| **балл (отметка)** | **вербальный аналог** |
| 80 - 100 | 5 | отлично |
| 70 ÷ 79 | 4 | хорошо |
| 60 ÷ 69 | 3 | удовлетворительно |
| менее 60 | 2 | неудовлетворительно |

**6.3 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Этап формирования компетенций в процессе изучения дисциплины **Корпоративная социальная ответственность** характеризуется следующими типовыми контрольными заданиями

* + 1. **Типовые контрольные вопросы для подготовки к зачету при проведении**

**промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Социальная ответственность бизнеса – экономические, политические, экологические, социальные аспекты.
2. Бизнес и общество - взаимодействие, этика бизнеса.
3. Социальная политика, социальные проекты предприятий.
4. Принципы, приоритеты, нормы, формальные и неформальные правила, регулирующие социальную политику предприятий.
5. Понятие социального партнерства.
6. Развитие зарубежной корпоративной социальной политики.
7. Логика корпоративного управления (модель «группы интересов» и модель «акционеров»).
8. Бисмаркианская модель социальной политики – создание ориентированного на предприятия социального страхования.
9. Развитие корпоративной социальной политики в России.
10. Социальная инфраструктура предприятий и социальная ответственность советского типа.
11. Корпоративная социальная ответственность (экономика, экология и социальная политика предприятия).
12. Концепция корпоративного альтруизма, «компания участников».
13. Интересы различных групп интересов (стейкхолдеров) в формулировании приоритетов корпоративной социальной политики
14. Этапы развития корпоративной социальной ответственности в ХХ1 в.
15. Социальная ответственность организации, корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная способность к реагированию, корпоративная социальной нравственность, социальный разум.
16. Неоклассические, менеджералистские и государственнические интерпретации социальной ответственности.
17. Человеческий капитал, инвестиции в человеческий капитал, человеческие ресурсы.
18. Социальный капитал.
19. Учет и реализация различных групп интересов в процессе управления (концепция групп интересов П.Дракера).
20. Риски игнорирования социальной ответственности.
21. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.
22. Внешняя и внутренняя социальная политика.
23. Благотворительность и социальные инвестиции.
24. Внешняя среда социальной политики.
25. Типы предприятий по специфике и масштабам социальной политики (крупные-малые, традиционные-новые, промышленные-сервисные), универсальные и специальные социальные гарантии для работников.
26. Влияние государства на объем и направленность социальных инвестиций предприятий.
27. Рейтинги деловой репутации.
28. Индексы устойчивого социального развития - «социальные» Доу-Джонс, Никкей.
29. Корпоративная власть и социальная политика в условиях глобализации.
30. Международные некоммерческие организации и их взаимодействие с международными корпорациями в области социальной политики.
31. Международные стандарты в области корпоративной социальной политики.
32. Роль государства в развитии и поддержании КСО – правовое регулирование, налоговая политика, институциональная политика.
33. Социальная ответственность бизнеса и приоритетные национальные проекты в России.
34. Мотивация предпринимателей в отношении социальной политики предприятий в России (традиции, модернизационный подход, прагматизм).
35. Социальные установки о роли предпринимателей в общественном развитии.
36. Социально-ответственное поведение и корпоративная культура.
37. Оценка внешних и внутренних социальных программ.
38. Бизнес-эффективность социальных программ.
39. Результаты социальных проектов.
40. Индикаторы эффективности корпоративной социальной политики.
41. Оценки рисков, преимуществ и оптимизация социальных проектов.

**6.3.2 Типовые практические задачи**

*Не предусмотрено данной программой*

**6.3.3. Тестовые материалы для проведения текущей аттестации по дисциплине**

1. Основные принципы работы биржевых маклеров, которые были особенно выделены и зафиксированы в “Банковской энциклопедии”, изданной в России в 1916 году

1. благотворительность и меценатство
2. нравственность и добродетельность
3. честность и соблюдение торговой тайны
4. уважение прав частной собственности
5. верность слову
6. правдивость и уважение к власти

2. Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции

1. повышение национального дохода
2. повышение уровня (качества) жизни
3. получение прибыли
4. повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей

3. Основной показатель эффективности социального инвестирования, который характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни

1. социальный эффект
2. социальная эффективность
3. социально-экономическая эффективность
4. экономическая эффективность

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

1. Г.Боуен
2. К.Девис
3. Дж.МакГуир
4. С.Сети

5. Страны, придерживающиеся такой разновидности социального партнерства, которая предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия

1. Австрия
2. Канада
3. Германия
4. Россия
5. Франция
6. Бельгия
7. Нидерланды
8. Финляндия
9. Швеция

6. Внешний стимул для бизнеса компании, занимающейся меценатством

1. гражданский долг
2. высокий уровень самосознания
3. известность
4. реклама, способствующая формированию имиджа
5. снижение налоговых ставок

7. Виды проявления госрегулирования социальной сферы

1. налоговые льготы
2. информационная поддержка
3. финансирование
4. юридическая поддержка
5. тарифная политика
6. таможенное регулирование

8. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – теория …

1. корпоративного эгоизма
2. корпоративного альтруизма
3. ответственного поведения
4. социальной ответственности
5. благотворительности

9. Вопросы, положенные в основу принципов “Социальной хартии российского бизнеса”, принятой в 2004 г.

1. экономической и финансовой устойчивости
2. прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями
3. участия в развитии местного сообщества
4. экологической безопасности
5. этики бизнеса
6. сотрудничества государства и бизнеса

10. Социальная ответственность – это …

1. правило
2. этический принцип
3. закон, обязательный для исполнения
4. норматив

11. Проявление социальной ответственности, которое уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях благотворительность

1. выплата пенсий
2. социальные инвестиции
3. финансирование мероприятий по охране окружающей среды

12. Технология внедрения социальных инвестиционных проектов, которая предусматривает создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта – технология … вида социального инвестирования

1. массового
2. точечного
3. рыночного
4. агрессивного
5. пассивного

13. Субъекты социальных инвестиций

1. органы государственной власти
2. государственные и муниципальные предприятия
3. российские и иностранные частные коммерческие и некоммерческие организации
4. физические лица
5. специальные фонды
6. банки
7. здравоохранение
8. учреждения культуры

14. Сферы, в которых проявляется социальная ответственность бизнеса

1. уплата налогов в фонд медицинского страхования
2. финансирование корпорацией мероприятий по охране окружающей среды
3. благотворительность
4. социально-ориентированная политика в отношении сотрудников корпорации
5. государственные целевые программы
6. участие корпораций в делах местных сообществ

15. Документ, принятый главами 15 государств на саммите Евросоюза в марте 2000г. (Лиссабон), посвященный вопросам социальной сплоченности, экономического развития и занятости

1. специальное обращение по вопросам корпоративной социальной ответственности
2. программа “Национальная инициатива устойчивого развития”
3. “Кодекс чести банкира”
4. “Правила добросовестной деятельности членов профессиональной ассоциации участников фондового рынка”
5. “Социальная хартия”

16. Результаты корпоративного поведения компании, предусматриваемые моделью корпоративной социальной деятельности А. Керолла

1. воздействие на общество
2. социальные программы
3. социальная политика
4. экономический эффект
5. налоговые льготы

17. Релевантная концепция, разработанная, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, наиболее распространенная в США

1. “социальная ответственность бизнеса” и ее вариация: “социальная ответственность бизнесменов”
2. “корпоративная социальная восприимчивость”
3. “корпоративная социальная ответственность”
4. “корпоративная социальная деятельность” и “корпоративная социальная добросовестность”

18. Сущность немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л.Эрхард

1. государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию
2. государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию
3. государство вмешивается в социально-трудовые отношения, а предприниматели и профсоюзы отстаивают свои права
4. государство не вмешивается в социально-трудовые отношения, эта сфера всецело контролируется предпринимателями и профсоюзами
5. предприниматели не вмешиваются в социально-трудовые отношения

19. Согласно модели А.Керолла, корпоративная социальная ответственность являет собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме …

1. замкнутого графа
2. пирамиды
3. вертикальной линии
4. круга

20. Элементы понятия “качество жизни”

1. потребление материальных благ
2. продуктов питания
3. качество жилищных условий и занятости
4. развитие сферы услуг
5. образования, культуры
6. социального обеспечения
7. удовлетворенность человека работой и жизненными условиями
8. удовлетворенность человека социальным статусом, финансовым положением и семейными отношениями

21. Элементы, по рекомендации ООН, которые включает в себя понятие “уровень жизни”

1. здоровье, пища
2. одежда, условия труда
3. занятость, образование
4. развитие, транспорт
5. жилище, социальное обеспечение
6. доступность учреждений культуры
7. здравоохранение

22. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х – начале 70-х годов XX в.

1. США
2. Великобритания
3. Япония
4. Германия
5. Китай
6. Турция
7. Греция
8. СССР

23. Пример наступления социальной ответственности бизнеса

1. субъект бизнеса уделил недостаточно внимания требованиям общества
2. субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества
3. происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса
4. происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса

24. Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности

1. возникновение дополнительных социальных услуг
2. изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем
3. уменьшение безработицы
4. увеличение рождаемости и снижение смертности
5. рост доходов госбюджета
6. снижение преступности

25. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества

1. корпоративный фонд
2. социальные инвестиции
3. спонсорство
4. денежные гранты
5. социально значимый маркетинг

26. Причина упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996 г.

1. ограничение субсидий на строительство жилья
2. сокращение ассигнований некоммерческим организациям на период 1999-2002 гг.
3. снижение доступа к бесплатной медицинской помощи
4. бедность, наркомания и бездомность большой части населения

27. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью

1. нравственные мотивы
2. рост доверия потребителей
3. реклама
4. любовь к искусству

28. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к …

1. потребителям
2. собственникам
3. сотрудникам
4. обществу в целом
5. клиентам
6. государству
7. частным предприятиям
8. государственным предприятиям

29. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса

1. добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума
2. участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства
3. определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
4. взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

30. “Хартия бизнеса в России” была принята в \_\_\_\_\_\_\_ году

31. Концепция социально ответственного бизнеса объединяет …

1. определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
2. добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах
3. взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом
4. теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма

32. Определяющий фактор уровня жизни в России …

1. физиологический минимум
2. прожиточный минимум
3. социальный минимум
4. система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум
5. потребительская корзина

33. “Хартия бизнеса в России” декларирует принципы, исключающие …

1. обман
2. фальсификацию качества
3. возможность получения незаконных доходов
4. беззаконие
5. некорректную рекламу
6. неуважение партнеров

34. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства

1. расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения
2. повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации
3. создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе
4. развитие культурного образования детей и юношества
5. обеспечение занятости инвалидов

**6.3.4. Тематика курсовых работ**

Не предусмотрено учебным планом

**6.3.5.Тематика контрольных работ**

1. Роль международного стандарта ISO 26000 (Руководство по социальной ответственности) в реализации политики КСО.

2. Риски игнорирования корпоративной социальной ответственности.

3. Связи с общественностью - успехи и провалы.

4. Социальная ответственность бизнеса и приоритетные национальные проекты в России

5. Интересы различных групп интересов (стейкхолдеров) в формулировании приоритетов корпоративной социальной политики.

6. Социально-ответственное поведение - как основа развития современной корпорации.

7. Благотворительность и социальные инвестиции.

8. Корпоративное волонтёрство как форма осуществления компанией своей региональной социальной политики.

9. Научное и правовое понимание социального партнерства.

10. Взаимодействие субъектов социального партнерства - профсоюзов и работодателей.

11. Разрешение социально-трудовых конфликтов в рамках социального партнерства.

12. Принципы социального партнерства.

13. Стиль сотрудничества и партнерства.

14. Сущность и значение социального кодекса в организации.

15. Изучение стратегии достижения персонального успеха и социально ответственное лидерство.

16. Современные модели взаимодействия «общество-бизнес-государство»: американская, германская и скандинавская.

17. Партнерство с некоммерческими организациями как способ повышения социальной ответственности российского бизнеса.

18. Американская модель корпоративной социальной ответственности.

19. Европейская модель корпоративной социальной ответственности

20. Канадская модель корпоративной социальной ответственности.

21. Азиатская модель корпоративной социальной ответственности.

22. Роль «этичных инвестиций» в повышении уровня инвестиционной привлекательности корпораций.

23. Корпоративные конфликты. Причины корпоративных конфликтов и различные категории собственников в них.

24. Критика концепции социальной ответственности.

25. Социальная акция и социальный маркетинг: сущность, значение.

26. Сущность и значение социального кодекса в организации.

27. Спонсорские проекты российских компаний как инструмент современных управленческих технологий.

28. Социальная отчетность корпораций. Стандарты нефинансовой отчётности.

29. Оценка деятельности корпорации «этическими инвесторами». Этические индексы: Индекс Домини, индекс устойчивого развития Доу Джонса.

30. Стандарт верификации AA1000. Понятие и принципы действия.

31. Стандарт SA 8000 (Social Accountability 8000). Понятие и принципы действия.

32. Стандарт GRI (The Global Reporting Initiative).

33. Стандарт ISO 14000.

34. Корпоративная социальная ответственность и бренд организации.

* 1. **Дополнительные задания**

**6.4.1 Темы рефератов**

*Работа над рефератом включает в себя следующие этапы:*

**1. Подбор и изучение источников (литературы)**

Получив от преподавателя во время установочной сессии индивидуальное задание и тему реферата, студент знакомится в библиотеке с каталогом литературы по соответствующей тематике, заказывает книги и журналы, делает необходимые выписки и составляет предва­рительный план работы. После изучения основных источников необходимо ознакомиться с другими книгами, брошюрами, журнальными и газетными статьями, а также изучить прослушанные лекции, подобрать статистический материал, который поможет студенту глубже усвоить изучаемые вопросы (проблемы) и обогатить тем самым свою работу конкретным фактическим материалом.

Выделяются **три основные группы печатных источников.**

**Первая группа** - нормативные документы государства: Конституционные и Федеральные Законы, Указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ и др.

**Вторая группа источников** - монографии, сборники статей, учебные пособия, различного рода справочные издания, в которых освещается история и теория вопроса, анализируются различные точки зрения на проблему.

**Третья группа источников** - журнальные и газетные статьи по исследуемой теме. Главное достоинство этой группы источников - оперативность публикаций, новизна и актуальность приводимых данных.

**2. Составление плана реферата**

План - это основа письменной работы, от правильного составления которого во многом зависит ее структура, содержание, логика изложения и вся дальнейшая работа над текстом. План работы является отражением того, как студент усвоил необходимый для изучения материал и как он из него сумел выбрать главное, существенное. При его составлении важное значение имеют правильная формулировка и последовательность постановки вопросов плана, которые отражают сущность того, что излагается в контрольной работе. Вопросы должны быть поставлены в такой последовательности, чтобы можно было избежать повторов при изложении материала, а из изложения одного вопроса логически вытекал переход к следующему вопросу и таким образом, достигалась бы логика и полнота изложения всего текста.

**3. Написание текста работы**

После того, как литература подобрана и систематизирована, материал изучен и осмыслен, план составлен, можно приступать к раскрытию содержания каждого пункта плана, к написанию текста работы. Успешное выполнение этого зависит от уровня знаний студента, его способности и умения излагать материал по выбранной теме.

**Основные требования к плану работы**

К числуобязательных элементов плана относятся: введение, наименование вопросов, заключение, список использованных источников. Наименование и количество вопросов в основной части плана определяются объемом работы и характером предлагаемых вариантов работы.

**Во введении, во-первых**, автор должен показать **актуальность** рассматриваемой проблемы.

**Во-вторых**, во введении указывается **цель** реферата и те основные **задачи,** которые необходимо решить для достижения цели. Как правило, задачи формулируются исходя из содержания вопросов работы.

Введение не следует формулировать в виде общих рассуждений на вопросы контрольной работы (зачастую просто заимствованных из учебных пособий). Автором должны быть **самостоятельно** обозначены актуальность, цель и задачи работы.

**Основная часть** представляет собой развернутое изложение рассматриваемой проблемы. Что касается **стиля изложения**, то он целиком определяется научными и литературными способностями студента. Важно, чтобы изложение было последовательным, каждый последующий абзац логически вытекал из предыдущего. В конце каждого вопроса должны быть изложены краткие выводы.

**В заключении** формулируются основные **выводы,** вытекающие из содержания рассмотренной проблемы. Выводы можно представить в виде кратких ответов на обозначенные во введении задачи работы.

По завершении работы над текстом составляется **список использованных источников.** В списке помещаются все работы, которые так или иначе были использованы студентом в работе. Список использованных источников представляет собой указатель литературных и документальных письменных источников, используемых при написании работы. Если есть необходимость привести какие-либо схемы, графики, таблицы, то их можно поместить в конце работы, после списка литературы, сделав отметку, что это соответствующее приложение.

**4. Большое значение имеет правильное оформление работы:**

- На обложке (титуле) работы студент указывает свою фамилию, имя, отчество, специальность (направление подготовки), шифр, курс, наименование предмета и тему реферата.

- Текст реферата должен быть написан без грамматических и стилистических ошибок.

- Объем работы может колебаться от 20 до 25 страниц машинописного текста на листах стандартных размеров формата А-4. Рекомендованный шрифт – Times New Roman. Размер шрифта – 14. Междустрочный интервал – одинарный. Выравнивание – по ширине. Рекомендуется устанавливать следующие параметры полей: верхнее поле страницы - 2 см.; нижнее поле - 2 см.; левое поле - 2,5 см.; правое поле - 1 см.

**Темы рефератов:**

1. История становления социальной ответственности.
2. Сущность социальной ответственности: определение, источники, подходы
3. Виды, уровни и модели социальной ответственности
4. Стейкхолдеры: понятие и типология, методы изучения
5. Основные международные и корпоративные документы социальной отчетности
6. Кодексы этики, Социальные кодексы организаций.
7. Социальные программы организации
8. Понятие коммуникация и информация
9. Медийная коммуникация: основные отличительные особенности.
10. Взаимодействие со СМИ: информационные материалы, организационные мероприятия, исследование медийных сообщений
11. Имидж, стереотип, репутация, бренд: содержание понятий и функции
12. Фирменный дизайн. Корпоративная культура. Стиль управления.
13. Система внутренних коммуникаций:
14. Событие: содержание понятия. Технологии создания события.
15. Понятие лоббизм. Основные функции лоббизма. Технологии лоббистской деятельности
16. Благотворительность и спонсорство: научные подходы к определению дефиниций
17. Спонсорство и благотворительность как вид социального взаимодействия
18. Отношения с инвесторами и акционерами.
19. Организационные аспекты реализации антикризисной стратегии
20. Информационно-коммуникативная деятельность по реализации антикризисной стратегии

**6.4.2 Контрольные вопросы для проведения текущей аттестации**

1. Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности.

2. Эволюция концепции корпоративной социальной ответственности.

3. Основные характеристики концепции корпоративной социальной ответственности и ее растущая значимость в контексте глобальных экономических и социальных проблем.

4. Положительные эффекты от внедрения элементов КСО в стратегию корпорации.

5. Зарубежный опыт социальной составляющей бизнеса.

6. Элементы корпоративной социальной ответственности.

7. Основные характеристики элементов корпоративной социальной ответственности.

8. Теоретические принципы корпоративной социальной ответственности.

9. Социальные установки о роли предпринимателей в общественном развитии.

10. Внутренние и внешние источники корпоративной социальной ответственности.

11. Создание эффективной системы корпоративной социальной ответственности.

12. Внутренние социальные инвестиции – инвестиции в работников своей компании.

13. Развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня работников.

14. Формирование корпоративной культуры.

15. Рекреация и оздоровление работников и членов их семей.

16. Привлечение и поддержка молодежи, в том числе и в образовательных программах. Спортивные программы.

17. Оказание материальной помощи. Помощь ветеранам.

18. Реализация разнообразных детских программ.

19. Направления социального партнерства и внешнего инвестирования.

20. Соотношение понятий бизнес и общество.

21. Роль государства в развитии и поддержании КСО - правовое регулирование, налоговая политика, институциональная политика.

22. Рейтинги социальной ответственности.

23. Социально-ответственное поведение и корпоративная культура.

24. Оценки внешних и внутренних социальных программ.

25. Концепция заинтересованных сторон.

26. Системный подход к теории заинтересованных сторон.

27. Понятие стейкхолдеров.

28. Принципы и модели отношений с заинтересованными сторонами.

29. Построение и анализ матрицы заинтересованных сторон.

30. Процедуры первичного анализа заинтересованных сторон.

31. Анализ сфер влияния заинтересованных сторон.

32. Корпоративное гражданство и корпоративная социальная ответственность: особенности реализации.

33. Особенности понятия корпоративного гражданства.

34. Становление понятия «корпоративное гражданство».

35. Отличия понятия «корпоративное гражданство» от практики корпоративной социальной ответственности.

36. Корпоративное гражданство - как опережающее сотрудничество компании с обществом и государством.

37. Социально-культурные основания этики трудовых отношений.

38. Свод правил корпоративной этики.

39. Этическая или нравственная сторона управленческих решений.

40. Бизнес и общество в историческом и национально-культурном контекстах.

41. Рейтинги деловой репутации компаний.

42. Анализ социально-культурных оснований этики трудовых отношений России.

* 1. **МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ**

**ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ)**

**ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Зачет проводится в устной форме путем проведения собеседования по перечню вопросов, представленных в данной РПД. Утвержденный перечень вопросов к зачету находится в папке «Промежуточная аттестация» к ОПОП ВО 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.