

*Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры  
Протокол №1 от 31 августа 2021 г*

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Российский университет дружбы народов»*

*Экономический факультет*

Рекомендовано МССН

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины Корпоративная социальная ответственность  
бизнеса**

**Рекомендуется для направления подготовки  
38.03.02 «Менеджмент»**

**Направленность программы (профиль) «Экономика»**

**Доцент, к.э.н., Черников С.Ю.**

### 1. Цели и задачи дисциплины:

**Основная цель дисциплины** – дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является освоение студентами концепции социально ответственного бизнеса. Обобщение отечественного и зарубежного опыта социально ответственного поведения бизнес-структур и возможности использования его в современных социально-экономических российских условиях.

**Задачи дисциплины:** Достижение указанной цели предусматривает решение следующих задач:

- приобретение знаний по теории корпоративной социальной ответственности;
- ознакомление с опытом социального участия бизнеса в России и за рубежом;
- освоение подходов, позволяющих оценить эффективность корпоративных социальных программ;
- приобретение умений анализировать типовые нефинансовые отчеты предприятий и знакомство с их структурой.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» относится к вариативной части блока. Вариативная часть. Дисциплина по выбору.

В таблице №1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица №1

#### **Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций**

#### **Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций**

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
1	ПКО-4 Способен отражать факты хозяйственной жизни экономического субъекта в соответствии с его деятельностью, осуществлять контроль полноты отражения данных фактов	Комплаенс- контроль хозяйствующего субъекта	Бухгалтерский финансовый учет (продвинутый курс)  ГИА Подготовка и защита ВКР

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКО-4 Способен отражать факты хозяйственной жизни экономического субъекта в соответствии с его деятельностью, осуществлять контроль полноты отражения данных фактов

В результате освоения компетенций студент должен:

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** - основные понятия, категории и инструменты экономической теории;

- современные концепции управления бизнес-процессами на предприятии;

- закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне;

- основные методы и подходы теории мотивации

- современные концепции и основные положения теории менеджмента.

**Уметь:** - осуществлять самостоятельный поиск информации по поставленной проблеме;

- выявлять и анализировать взаимосвязи экономических явлений и процессов на микро- и макроуровне

- выявлять проблемы управленческого экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учётом выявленных факторов влияния.

**Владеть:** - навыками логической аргументации своей позиции и ведения дискуссии;

- методологией и методикой управленческих исследований предприятия;

- методами и приемами анализа экономических явлений и процессов;

- навыками самостоятельной работы.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы

Вид учебной работы	Всего часов	Модули													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	18									18					
В том числе:															
Лекции															
Практические занятия (ПЗ)	18									18					
Семинары (С)															
Лабораторные работы (ЛР)															
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	54									54					
В том числе:															
Расчетно-графические работы															
Реферат	18									18					
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>															
Подготовка письменных работ и устных выступлений	18									18					
Чтение	18									18					

дополнительной литературы, рекомендованной по курсу															
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)															
Общая час трудоемкость зач. ед.	72								72						
	2								2						

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов дисциплины

#### Тема 1. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО).

Социальные функции бизнеса: от традиционной благотворительности через стратегическую благотворительность к социальным инвестициям. «Венчурная филантропия». Социальные и экономические выгоды социально ответственного бизнеса. Социальная политика бизнеса. Эволюция представлений о корпоративной социальной ответственности. Модель «корпоративного эгоизма». Модель «корпоративного альтруизма». Модель «разумного эгоизма».

Современное понимание корпоративной социальной ответственности.

Субъекты и объекты КСО. Соблюдение прав человека. Трудовое законодательство.

Окружающая среда. Добросовестные деловые практики. Соблюдение прав потребителей.

Участие в жизни сообществ. КСО и проблемы этики.

Международные нормы права и их отражение в КСО. Методология изучения КСО. КСО и смежные научные дисциплины: философия, экономика, социология, менеджмент, этика бизнеса, организационное поведение. Зарубежные и отечественные исследования КСО: литературный обзор. Основные категории концепции КСО: социальная ответственность, филантропия, социальные инвестиции, социальная политика, социальная защита, социальные гарантии. Методы исследования КСО: case-study; анализ документов, опросы, интервью, тесты; статистические методы.

#### Тема 2. СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО ГОСУДАРСТВА, БИЗНЕСА И ОБЩЕСТВА В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Государство как социальный и политический институт. Правовое социальное государство.

Признаки социального государства (welfare state). Соотношение понятий «социальное государство» и «государство всеобщего благоденствия». Функции социального государства.

Преимущества и недостатки социального государства. Этапы развития социального государства. Типология режимов социального государства (Г. Эспинг-Андерсен).

Либеральный (англо-американский), консервативный (франко-германский), социал-демократический (скандинавский) типы социального государства. Переход от

социалистического государства к социальному в России. Кризис социального государства в 1990-х гг. Либерализация и неоменеджеризм как мировые тенденции в развитии социального государства. Повышение роли бизнеса в решении социальных проблем.

Формирование смешанного типа государства всеобщего благосостояния (mix-welfare state).

Американская модель корпоративной социальной ответственности в либеральном

социальном государстве. Европейско-континентальная модель корпоративной социальной ответственности в консервативном социальном государстве. Британская модель

корпоративной социальной ответственности. Особенности корпоративной социальной ответственности в социал-демократическом социальном государстве (Скандинавские страны).

Case-studies: нефинансовые отчеты крупнейших международных компаний. Социальное партнерство как взаимодействие государства, бизнеса и гражданского общества.

Профсоюзное движение в Европе и Америке как субъект социального партнерства.

Формирование института социального страхования в Европе и Америке. Решение трудовых конфликтов. Объединения работодателей и их функции в рамках социального партнерства.

### Тема 3. ИСТОРИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ

Купеческая благотворительность в Российской империи как прообраз социальной ответственности современного российского бизнеса (XVIII – начало XX в.) Место купеческой и промышленной благотворительности и меценатства в системе государственной, церковной и общественной помощи нуждающимся. Основные направления благотворительности: церкви, приюты, образование, медицина, культура. Деятельность Морозовых, Рябушинских, Абрикосовых, Бахрушиных, Солодовниковых, Демидовых, Третьяковых и других известных российских предпринимателей в дореволюционном период. Благотворительность и меценатство в Московской губернии.

История социального страхования в дореволюционной России. Страхование законодательство 1903–1912 гг. и его значение в становлении института страхования в России. Обязанности работодателя и функции государства в организации социального страхования рабочих.

Медицинская помощь рабочим. Формирование системы обязательного государственного социального страхования. Социальное страхование в первые годы советской власти.

Социальное страхование в СССР. Роль профсоюзов в управлении социальным страхованием.

Социальные функции предприятий в СССР. Вклад работодателя в социальное обеспечение советских граждан: социальная защита, охрана труда, санаторно-курортное лечение, лечебно-профилактические учреждения, образование, культура, бытовое обслуживание.

### Тема 4. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Формирование российской модели корпоративной социальной ответственности в 1990–2000-х гг. Социальная хартия российского бизнеса (СХРП): содержание; присоединение крупнейших российских организаций к СХРП в 2000-х гг.

Социальные и политические интересы крупного бизнеса в регионах России. Внутренняя социальная политика предприятий: «социальный пакет»; поддержка социальной инфраструктуры; обязательное и добровольное социальное, медицинское и пенсионное страхование; социальная защита работников; оплата и охрана труда. Законодательство Российской Федерации, регулирующие основные направления скрытой социальной ответственности бизнеса. Социальные гарантии работающим гражданам в России.

Собственники, менеджеры, инвесторы и профсоюзы как субъекты внутренней социальной политики.

Внешняя социальная политика предприятий: поддержка социальной инфраструктуры и социально уязвимых слоев населения; спонсирование культурных, образовательных и спортивных мероприятий; экологическая политика; местные сообщества и т.д.

Особенности социальной политики на градообразующих предприятиях и в моногородах.

Масштабы КСО в России. Факторы формирования социальной ответственности бизнеса в России. Социальная политика ведущих российских предприятий (анализ нефинансовых отчетов и бизнес-кейсов). Социальная политика предприятий Московской области.

Благотворительность и бизнес: грантовые и стипендиальные программы, волонтерство и пожертвования. «Третий сектор». Нормативно-правовое обеспечение благотворительности в России. Некоммерческие организации (НКО) как посредники между корпоративной благотворительностью и бенефициантами.

Неформальная экономика и проблемы социальной ответственности бизнеса. Этническая экономика и социальные функции предпринимательства. Взаимодействие бизнеса,

государственной власти и НКО в России в области социальной политики. Современное социальное партнерство.

## Тема 5. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И ДОКУМЕНТАЦИЯ В ОБЛАСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Глобальный договор ООН (1999): содержание, принципы, опыт присоединения российских предприятий. Стандарт ISO 26000 (2010). Руководство по социальной ответственности.

Область применения. Понимание социальной ответственности: соблюдение прав человека, трудовые практики, охрана окружающей среды, борьба с коррупцией и справедливая конкуренция, соблюдение прав потребителя, инвестиции в развитие местных сообществ.

Стандарт SA 8000:2001. Социальная ответственность (Social Accountability 8000). Понимание социальной ответственности как защиты прав работников. Оценка социальных аспектов систем управления. Всеобщая декларация прав человека, Конвенция ООН по правам детей, конвенции Международной организации труда как основа стандарта SA 8000:2001.

Серия стандартов AccountAbility 1000. Руководства по основным принципам подотчетности (AA1000APS), верификации отчетов (AA1000AS), взаимодействию со стейкхолдерами (AA1000SES). Этические проблемы и экологическая ответственность бизнеса. Серия стандартов ISO 14000 – Система экологического менеджмента. Стандарт ISO 14001:2004.

Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению: общее содержание. Стандартизация в области системы внедрения экологического менеджмента.

Управление экологическими характеристиками. Оценка экологической результативности.

Распространение и использование экологических деклараций. Добровольная экологическая сертификация. Добровольная лесная сертификация.

Нефинансовая отчетность компаний. Содержание и типы отчетов. Социальные, экологические и комплексные отчеты; свободные и стандартизированные отчеты; внешние и внутренние отчеты. Аудит нефинансовых отчетов.

## Тема 6. ИЗМЕРЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Индекс социальной ответственности (методика Ассоциации менеджеров России). Результаты сравнительного исследования. Оценки эффективности программ КСО. Эффективность управленческого решения: понятие, критерии. Социологические и статистические методы оценки эффективности управленческих решений в области КСО. Отчеты, контроль и аудит как традиционные методы изучения эффективности управления. Социальные и экономические критерии эффективности КСО.

### 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Трудоемкость, часы					
		Л	ПЗ	ЛР	С	СРС	Всего
1	Социальное партнерство государства, бизнеса и общества	0,5	0,5			4	5
2	Социальное партнерство государства, бизнеса и общества в решении социальных проблем	0,5	0,5			4	5
3	История корпоративной социальной ответственности в России	0,5	0,5			5	6
4	Корпоративная социальная ответственность в современной России	0,5	0,5			5	6
5	Стандартизация и документация в области корпоративной	1	1			4	6

	социальной ответственности						
б	Измерение корпоративной социальной ответственности	1	1			6	8
	Всего	4	4			28	36

#### 6. Лабораторный практикум. Не предусмотрен.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудо-емкость (час.)
1.			
2.			
...			

#### 7. Практические занятия (семинары)

№ пп	№ раздела Дисциплины	Тематика и форма проведения практического занятия (семинара)	Трудо-емкость, час
	Тема 1,2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Заслушивание и обсуждение докладов о конкретных нефинансовых отчетах крупных зарубежных корпораций по различным отраслям экономики.</li> <li>Анализ деловых ситуаций на основе case-study</li> </ul>	1
	Тема 3,4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Проблемные семинары-дискуссии по вопросам социального партнерства государства и бизнеса</li> <li>Заслушивание и обсуждение докладов о деятельности важнейших меценатов и благотворителей дореволюционной России.</li> </ul>	1
	Тема 5,6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Практикум по составлению докладов и отчетов в различных системах – GRI, SA, AA и ISO.</li> <li>Заслушивание и обсуждение докладов о нефинансовых отчетах крупных российских корпораций в различных отраслях экономики.</li> <li>Анализ деловых ситуаций на основе case-study.</li> </ul>	2

#### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

– учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах); доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2007; мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

№ ауд.	Наименование оборудованных учебных кабинетов	Перечень основного оборудования
27	Компьютерный класс	Компьютеры Pentium 4-1700/256MB/cd/audio - 21 шт., мультимедиа проектор Panasonic PT-LC75 - 1 шт., экран

## 9. Информационное обеспечение дисциплины

### а) программное обеспечение

ОС MS Windows (XP и выше), MS Office 2007, Mentor

### б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Университетская библиотека ONLINE – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/> (дата обращения 25.09.2018).
2. Полнотекстовая коллекция российских научных журналов. eLibrary.ru – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?> (дата обращения 25.09.2018).
3. Рейтинговое агентство «РА-Эксперт» <http://www.raexpert.ru> – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?> (дата обращения 25.09.2018).
4. Информационно-издательский центр «Статистика России» <http://www.infostat.ru> – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?> (дата обращения 25.09.2018).

## 10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

### а) основная литература:

1. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность : технологии и оценка эффективности : учебник для бакалавров / Г. Л. Тульчинский. - М. : Юрайт, 2014. - 338 с. - ISBN 978-5-9916-3056-6.
2. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебник / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. - М. : Дашков и К°, 2016. - 248 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02477-1. – Режим доступа : [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=387010](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=387010).

### 9.2. Дополнительная литература:

1. Хоманн, К. Экономическая этика и этика предпринимательства [Электронный ресурс] / К. Хоманн, Ф. Бломе-Дрез. - М. : Директ-Медиа, 2013. - 227 с. - 978-5-4458-2215-8. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137214>.
2. Кикал, Д. Социальное предпринимательство. Миссия - сделать мир лучше / Дж. Кикал, Т. Лайонс ; пер. - М. : Альпина Паблишер, 2014. - 304 с. - ISBN 978-5-9614-4458-2.
3. Управление частными капиталами в системе социальных финансов [Электронный ресурс] / И. П. Хоминич, Ю. Т. Ахведиани, Е. И. Ивашкин [и др.] ; под ред. И. П. Хоминич. - М. : Финансы и статистика, 2014. - 609 с. - ISBN 978-5-279-03367-6. – Режим доступа : [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=125526](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=125526).
4. Поварич, И. П. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. П. Поварич. - Кемерово : Кемеров. госуд. ун-т, 2013. - 149 с. – Режим доступа : [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437483](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437483).

## 11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

При организации самостоятельной работы студент в рамках курса «Бенчмаркинг» применяет следующие формы работы:

- изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;
- подготовку докладов и рефератов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ;
- участие в работе студенческих конференций, комплексных научных исследованиях.

Задачами самостоятельной работы студента в рамках дисциплины «КСО» являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;



- углубление и расширение теоретических знаний по маркетинговым исследованиям;
- формирование умений использовать нормативную, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей к исследованиям и активности студентов;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических занятиях, при написании курсовой работы и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к экзамену.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной в УМК учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к семинарам;
- выполнение микроисследований;
- подготовка практических разработок;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплины и т.д.;
- компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- промежуточное тестирование как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин;
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- выполнение учебно-исследовательской работы (руководство, консультирование и защита УИРС в рамках кафедральной работы).

Процесс организации самостоятельной работы студентов включает в себя следующие этапы:

- подготовительный (определение целей, составление программы, подготовка методического обеспечения, подготовка оборудования);
- основной (реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы);
- заключительный (оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда).

При организации самостоятельной работы студенту следует обратить внимание на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

**При работе с рекомендованной литературой необходимо соблюдать следующие правила:**

- Составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- Сам такой перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, что для экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что интересует за рамками официальной учебной деятельности).
- Обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).
- Разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.
- При составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателем и научным руководителем.
- Все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

**Правила подготовки к итоговым занятиям:**

- Лучше сразу сориентироваться во всем материале и обязательно расположить весь материал согласно экзаменационным вопросам.
- Сама подготовка связана не только с «запоминанием». Подготовка также предполагает и переосмысление материала, и даже рассмотрение альтернативных идей.
- Готовить «шпаргалки» полезно. Главный смысл подготовки «шпаргалок» – это систематизация и оптимизация знаний по данному предмету, что само по себе прекрасно – это очень сложная и важная для студента работа, более сложная и важная, чем простое поглощение массы учебной информации. Если студент самостоятельно подготовил такие «шпаргалки», то, скорее всего, он и экзамены сдавать будет более уверенно, так как у него уже сформирована общая ориентировка в сложном материале.

Рейтинговая система обучения предполагает многобалльное оценивание студентов. Кроме того, в систему рейтинговой оценки включаются дополнительные поощрительные баллы за оригинальность, новизну подходов к выполнению заданий для самостоятельной работы или разрешению научных проблем. У студента имеется возможность повысить учебный рейтинг путем участия во внеучебной работе (участие в олимпиадах, конференциях; выполнение индивидуальных творческих заданий, рефератов; участие в работе научного кружка и т.д.). При этом студенты, не спешащие сдавать работу вовремя, могут получить и отрицательные баллы. Вместе с тем, поощряется более быстрое прохождение программы отдельными студентами. Например, если учащийся готов сдавать зачет или писать самостоятельную работу раньше группы, можно добавить ему дополнительные баллы.

**12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «КСО»**

## Примерный вариант тестов для текущего, промежуточного и итогового контроля

### Тема 1. Понятие и виды бенчмаркинга.

1. Что такое «Бенчмаркинг»

- А) метод использования чужого опыта для повышения эффективности компании
- Б) один из методов оценки конкурентоспособности компании
- В) метод использования накопленного опыта одного подразделения компании
- Г) один из методов определения стратегии развития компании

2. Первым этапом колеса бенчмаркинга является:

- А) планирование
- Б) поиск
- В) наблюдение
- Г) анализ

### Тема 2. История бенчмаркинга.

1. Страна, которая является родоначальником бенчмаркинга:

- А) Китай
- Б) Япония
- В) США
- Г) Германия

2. Наиболее ярким примером бенчмаркинга в США является компания:

- А) Westinghouse
- Б) American Express
- В) Veap
- Г) Херох

### Тема 3. Конкурентоспособность страны, региона и отрасли.

1. К группе отстающих регионов «D» относится:

- А) Липецкая область
- Б) Свердловская область
- В) Тульская область
- Г) Смоленская область

2. К группе регионов-средняков «С» относится:

- А) Липецкая область
- Б) Свердловская область
- В) Республика Ингушетия
- Г) Смоленская область

### Тема 4. Конкурентоспособность компании.

1. Сравнение эффективности подразделений внутри организации является:

- А) внутренний бенчмаркинг
- Б) бенчмаркинг конкурентоспособности
- В) функциональный бенчмаркинг
- Г) общий бенчмаркинг

2. Сравнение эффективности деятельности компании с «прямыми» конкурентами является:

- А) внутренний бенчмаркинг
- Б) бенчмаркинг конкурентоспособности
- В) функциональный бенчмаркинг
- Г) общий бенчмаркинг

### **Тема 5. Конкурентоспособность товара и персонала.**

1. При проведении экспертной оценки конкурентоспособности компании, параметр «качества сервиса» имеет весомый фактор:

- А) 1
- Б) 2
- В) 3
- Г) 4

2. Единичный индекс конкурентоспособности товара рассчитывается:

- А) путем деления числового значения данного показателя на значение аналогичного показателя базового товара;
- Б) путем суммирования итогов единичного индекса конкурентоспособности данного показателя на его коэффициент весомости;
- В) путем деления группового индекса по техническим показателям на групповой индекс по экономическим показателям;
- Г) путем ранжирования показателей товара.

### **Тема 6. Выбор основных конкурентов.**

1. Ключевые конкуренты – это:

- А) конкуренты, продающие аналогичный товар на аналогичном рынке и работающие с целевой аудиторией компании
- Б) конкуренты, продающие товар с другими характеристиками или абсолютно другой продукт, но работающие с целевой аудиторией компании
- В) конкуренты, действия которых могут значимо повлиять на продажи компании
- Г) все определения правильные

2. Прямые конкуренты – это:

- А) конкуренты, продающие аналогичный товар на аналогичном рынке и работающие с целевой аудиторией компании
- Б) конкуренты, продающие товар с другими характеристиками или абсолютно другой продукт, но работающие с целевой аудиторией компании
- В) конкуренты, действия которых могут значимо повлиять на продажи компании
- Г) все определения правильные

### **Тема 7. Направления анализа конкурентов.**

2. Для оценки угрозы ухода потребителей используют следующий параметр:

- А) ограниченность ресурсов поставщиков
- Б) чувствительность потребителей к цене
- В) уровень инвестиций для входа в отрасль
- Г) количество игроков на рынке

2. Для оценки угрозы входа новых игроков используют следующий параметр:

- А) ограниченность ресурсов поставщиков
- Б) чувствительность потребителей к цене
- В) уровень инвестиций для входа в отрасль
- Г) количество игроков на рынке

### **Тема 8. Конкурентный анализ.**

1. К факторам влияния политической среды на рынок:

- А) свобода информации и независимость СМИ
- Б) уровень безработицы
- В) темп роста населения

Г) уровень инноваций

2. К факторам влияния технологической среды на рынок:

А) свобода информации и независимость СМИ

Б) уровень безработицы

В) темп роста населения

Г) уровень инноваций

### **Тема 9. Матрица 7Р и матрица Портера**

1. В модели 7Р «процесс» включают в себя:

А) международное признание

Б) стажировки в странах

В) командная работа

Г) все ответы правильные

2. В модели 7Р «персонал» включают в себя:

А) международное признание

Б) стажировки в странах

В) командная работа

Г) все ответы правильные

### **Тема 10. Матрица SWOT и PEST анализ**

1. В процессе исследования рыночной ситуации используется матрица SWOT, которая включает в себя следующие поля (квадранта):

А) сила и возможности

Б) сила и слабость

В) слабость и стабильность

Г) возможность и эффективность

2. В процессе исследования рыночной ситуации используется матрица SWOT, которая включает в себя следующие поля (квадранта):

А) слабость и угрозы

Б) сила и слабость

В) слабость и стабильность

Г) возможность и эффективность

### **Тема 11. Матрица McKinseyGE, ADL и Ансоффа**

1. Цена потребления – это:

А) цена покупки, цена утилизации

Б) цена покупки, цена ремонта товара, цена утилизации

В) цена покупки, цена функционирования товара, цена утилизации

Г) цена покупки, цена подключения товара, цена утилизации

2. Конкурентоспособность товара – это:

А) отношение выгод, которые получает потребитель к цене утилизации

Б) отношение выгод, которые получает потребитель к цене функционирования товара

В) отношение выгод, которые получает потребитель к цене потребления

Г) отношение цены функционирования товара к выгодам, которые получает

Необходимость дисциплины: *a* – обязательная дисциплина, порядок изучения определяется учебным планом.

**Условия и критерии выставления оценок:**

Максимальная сумма баллов – 100 баллов

Посещение занятий – 9 баллов

Работа на семинарах – 18 баллов

Внутрисеместровые аттестации – 15 баллов

Подготовка и презентация групповых проектов и докладов – 20 баллов

Подготовка и презентация индивидуальных проектов и докладов – 20 баллов

Итоговый тест – 18 баллов

### Сводная оценочная таблица дисциплины «Бенчмаркинг»

Раздел	Тема	Формы контроля уровня освоения ООП							Баллы темы	Баллы раздела
		Работа на занятии	Текущие опросы	Выполнение ДЗ	Выполнение КР	Выполнение РИР	Тесты	Зачетный кейс		
<b>Раздел 1.</b> Задачи и виды бенчмаркинга	Тема 1. Понятие и виды бенчмаркинга	2	2	2			1	1	8	15,5
	Тема 2. История бенчмаркинга	2	2	2			0,5	1	7,5	
<b>Раздел 2.</b> Уровни бенчмаркинга	Тема 3. Конкурентоспособность страны, региона и отрасли	2	2	2			1	2	9	31
	Тема 4. Конкурентоспособность компании	3	2	2			1	2	10	
	Тема 5. Конкурентоспособность товара и персонала	3	3	3			1	2	12	
<b>Раздел 3.</b> Оценка конкурентов компании	Тема 6. Выбор основных конкурентов	2	2	2			1	1	8	23,5
	Тема 7. Направления анализа конкурентов	2	2	2			1	1	8	
	Тема 8. Конкурентный анализ	2	2	2			0,5	1	7,5	
<b>Раздел 4.</b> Матрицы бенчмаркинга	Тема 9. Матрица 7P и матрица Портера	3	2	2			1	1	9	30
	Тема 10. Матрица SWOT и PEST анализ	3	2	2			1	1	9	

	Тема 11. Матрица McKinseyGE, ADL и Ансоффа	3	3	3			1	2	12	
Контр оль										
Итого		27	24	24			10	15		100

**Бально-рейтинговая система оценки знаний, шкала оценок:**

**Данный курс оценивается в 2 кредита**

**Соответствие систем оценок**

**(используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости)**

Баллы	Традиционные оценки	Оценки ECTS
95-100		A
86-94	5	B
69-85	4	C
61-68	3	D
51-60		E
31-50	2	FX
0-30		F
51-100	зачет	зачет

*Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Бенчмаркинг» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.*

**Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН**

**Разработчики:**

Доцент кафедры Маркетинга  
Должность, название кафедры

\_\_\_\_\_   
подпись

Чернышева А.М.

\_\_\_\_\_   
инициалы, фамилия

**Руководитель программы:**

зав.кафедрой Маркетинга  
Должность, название кафедры

\_\_\_\_\_   
подпись

Зобов А.М.

\_\_\_\_\_   
инициалы, фамилия

**Заведующий кафедрой**

Маркетинг  
название кафедры

\_\_\_\_\_   
подпись

Зобов А.М.

\_\_\_\_\_   
инициалы, фамилия

УТВЕРЖДЕН  
На заседании кафедры Маркетинга  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020г., протокол № \_\_\_\_  
Заведующий кафедрой Маркетинга  
\_\_\_\_\_ Зобов А.М.

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА**

---

(наименование дисциплины)

---

**38.03.02 «Менеджмент».**

---

(код и наименование направления подготовки)

**Экономика**  
для очной формы обучения  
(наименование профиля подготовки)

---

**Бакалавр**

---

Квалификация (степень) выпускника





## Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность»

№ п.п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Количество тестовых заданий	Другие оценочные средства	Количество
1	Тема 1	УК-5, УК-10, УК-12, ОПК-3	7	Контрольные вопросы Кейс-задача Доклад	3 1 1
2	Тема 2	УК-5, УК-10, УК-12, ОПК-3	6	Контрольные вопросы Кейс-задача Доклад	3 1 1
3	Тема 3	УК-5, УК-10, УК-12, ОПК-3	6	Дискуссия Контрольные вопросы Доклад	1 3 1
4	Тема 4	УК-5, УК-10, УК-12, ОПК-3	5	Дискуссия Контрольные вопросы Доклад	1 4 1
5	Тема 5	УК-5, УК-10, УК-12, ОПК-3	8	Задание Контрольные вопросы Доклад Кейс-задача	1 4 1 1
6	Тема 6	УК-5, УК-10, УК-12, ОПК-3	6	Задание Контрольные вопросы Доклад Кейс-задача	1 3 1 1

# І. КЕЙСЫ И ДРУГИЕ АКТИВНЫЕ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

## Раздел 1 дисциплины «Корпоративная Социальная Ответственность»

**Задание К-1. Кейс-анализ по разделу «Социальное партнерство государства, бизнеса и общества».**

Количество учебных часов – 2.

### ***Краткое описание ситуации:***

Российская компания с иностранно звучащим названием получила международный сертификат соответствия British Retailer Consortium (BRC). «Вимм-Билль-Данн» (WBD) стала первым российским производителем, получившим сертификат такого уровня.

BRC прошла известная серия морсов «Чудо-Ягода». BRC сертифицирует оборудование, производственные и технологические процессы, а также процессы контроля качества. Сертификацией занималась бельгийская компания, процесс занял более года. Зачем это было нужно WBD? Да затем, что при выборе экспортного продукта, который должен пойти в Европу, маркетологи остановились на «Чудо-Ягоде». Эти морсы производятся из натуральных лесных ягод и не имеют аналогов в мире.

WBD присматривался к мировому рынку с 1997 г. Но реальное продвижение морсов началось только с лета 2001 г., после получения сертификата BRC. Начав раскрутку бренда с Европы, сейчас WBD активно продает свои чудо-морсы в Канаде, Австралии, Индии и других странах. Без получения международного сертификата продажи были бы невозможны. Наличие международного сертификата, безусловно, повышает конкурентные преимущества морсов WBD и на внутреннем рынке.

Проанализируйте данную ситуацию и ответьте на вопросы:

- 1) Является ли поведение компании примером КСО? Аргументируйте свою позицию.
- 2) В чем отличие КСО от обычной практики маркетингового продвижения?

## Раздел 2

### **Задание К-2. Кейс-анализ по разделу «Социальное партнерство государства, бизнеса и общества в решении социальных проблем».**

Краткое описание ситуации:

Ведущие табачные компании – «Бритиш Американ Тобакко», «Дж. Т. Интернэшнл», «Галлахер», «Филип Моррис» – совместно с Общественным Советом по проблеме подросткового курения ведут с 2000 г. широкомасштабную программу по предотвращению продажи сигарет несовершеннолетним «Мы не продаем табачные изделия лицам моложе 18 лет».

В рамках этой программы производители табака ищут наиболее эффективные пути напомнить продавцам о недопустимости продавать табачные изделия несовершеннолетним. Программа предусматривает размещение в магазинах, торговых павильонах и киосках специальных информационных материалов, уведомляющих покупателей о том, что продавцы данной торговой точки соблюдают Федеральный закон «Об ограничении курения табака» и не продают сигареты лицам моложе 18 лет. Наряду с этим торговые представители табачных компаний ведут разъяснительную работу с розничными продавцами, стремясь убедить их не продавать табачные изделия несовершеннолетним.

Программа сопровождается наружной рекламой, адресованной розничным продавцам. Так, осенью 2004 г. информационные щиты под девизом «Продавец! Не иди на сделку с совестью!» были размещены в 17 крупнейших городах России. Социальная реклама под девизом «Большие, но не взрослые!» размещалась в метро и в московских и петербургских популярных печатных изданиях.

Сегодня программой охвачено более 200 тыс. торговых точек в 800 городах России, в нее вовлечены сотни сотрудников четырех табачных компаний, их региональных представителей и партнеров. Характерно, что в разработке и реализации программы были задействованы отделы корпоративных отношений, маркетинга и сбыта. Налицо совместная работа различных подразделений нескольких компаний

Проанализируйте данную ситуацию и ответьте на вопросы:

- 1) Отражением какой страновой модели КСО может являться данное мероприятие? Аргументируйте.
- 2) В чём состоят мотивы действий компаний? Возможна ли другая трактовка мотивов?
- 3) Какие подобные примеры кампаний от производителей потенциально опасной продукции вы можете привести (не меньше 2)?

## Раздел 5

### **Задание К-3. Кейс-анализ по разделу «Стандартизация и документация в области корпоративной социальной ответственности».**

Краткое описание ситуации (примеры взяты из книги «Как выгодно быть добрым. Сделайте свой бизнес социально ответственным» С. Туркина):

Алмазная компания АЛРОСА активно включилась в работу по развитию местных сообществ в регионе своей активности. Для этого был создан собственный фонд, куда ежегодно отчисляется 2 % прибыли компании.

АК «АЛРОСА» была создана в 1992 г. АЛРОСА – крупнейшая в Российской Федерации компания, занимающаяся разведкой, добычей, обработкой и реализацией алмазов, и один из крупнейших мировых производителей алмазов. Объем производства АЛРОСА составляет почти 100 % всех алмазов, добываемых в России, и приблизительно 20 % мировой добычи. Фонд «САПИ» – некоммерческая организация, созданная компанией специально для выполнения программ социально-экономического развития улусов алмазной провинции.

В рамках программы осуществляется развитие инфраструктуры восьми улусов, учредителей АК «АЛРОСА», создание совместных предприятий и развитие малого предпринимательства производственной ориентации. В 1999 г. фонд приступил к газификации населенных пунктов Вилюйского улуса. На эти цели из бюджета САПИ было выделено около 29 млн. руб. Только с августа по декабрь 2000 г. в Вилюйске газифицировано 117 жилых домов, в Вилюйском улусе проложено более 10 км газопровода, произведена реконструкция 8 котельных. В социально-экономическое развитие Нюрбинского улуса в 2000 г. было вложено 85 млн руб., что позволило компании снизить налоги, так как передача непромышленных объектов осуществлялась через благотворительные фонды.

В 1999 г. в помощь средним школам, детским домам, специализированным учебным заведениям Якутии АЛРОСА передала более 230 единиц компьютерной техники (для республики с населением чуть больше 1 млн человек это достаточно много). АЛРОСА перечислила Комитету государственной архивной службы Якутии 2 млн руб., которые направлены на сохранение архивного фонда республики. Создан фонд для оказания финансовой помощи правоохранительным органам. На создание материально-технической базы и решение социальных вопросов уже выделено 600 млн. руб.

Забота о местном сообществе, в том числе поддержка архивного дела и милиции, особенно в немногочисленном национальном образовании, укрепляет отношения как с местным населением, так и с местной властью. Создание собственного фонда для реализации социальных программ в регионе активности компании не столь частая практика в России. Этот фонд отличают достаточная финансовая прозрачность и фиксированный процент отчислений от прибыли компании-учредителя

Проанализируйте данную ситуацию и ответьте на вопросы:

- 1) Изучите приложенную нефинансовую отчетность компании. Объясните сущность содержания каждого раздела.
- 2) В каком разделе отражается деятельность фонда АПРОСА?
- 3) Оцените сложность перевода данного отчета в стандарты AccountAbility 1000.

## Раздел 6

### **Задание К-4. Кейс-анализ по разделу «Измерение корпоративной социальной ответственности».**

Краткое описание ситуации:

«Цифровые» компании часто используют проекты в сфере культуры и искусства для обкатки своих новых технологий. Motorola использовала раздачу телефонов во время кризиса в Косово для проверки новых аппаратов. Эта компания занимает в мировых рейтингах корпоративных граждан лидирующие позиции, активно поддерживает программы, связанные с внедрением передовых компьютерных технологий в музейное дело. Bell Atlantic тестировала новое высокотехнологичное оборудование в американских государственных школах.

Проект IBM – Эрмитаж начался в 1997 г., когда корпорация выделила Эрмитажу 2 млн долл. на оснащение музея современными компьютерными технологиями. В рамках проекта создана новая веб-страница музея, включающая более 3 тыс. оцифрованных изображений (всего в собрании Эрмитажа более 3 млн экспонатов). Посетители сайта могут пользоваться технологией zoom для увеличения изображений (Java-based zoom) и совершать виртуальные прогулки по залам Эрмитажа (технология панорамного осмотра 3-D HotMedia). По словам директора Эрмитажа Михаила Пиотровского, посещать веб-страницу музея может более 2 млн человек в год.

В рамках проекта в Эрмитаже была оборудована Студия создания оцифрованных изображений (The Image Creation Studio). Студия была создана усилиями специалистов IBM и оснащена сканером Pro / 3000. Созданные здесь изображения отличаются насыщенностью цвета и защищены патентованными цифровыми водяными знаками (это должно исключить возможность пиратства). Изображения хранятся в полностью каталогизированной цифровой базе данных компьютеров IBM. Со временем всю коллекцию музея планируется представить в цифровой форме.

В Галерее Растрелли Зимнего дворца создан Центр обучения и информационных технологий (The Education and Technology Center). Он оборудован интерактивными рабочими станциями для школьников и других посетителей, желающих изучать сокровища музея с помощью компьютерных технологий. Разрабатываются мультимедийные обучающие курсы. Созданы пособия: «Евангельские сюжеты в западноевропейской живописи» и «Античные сюжеты в западноевропейском искусстве». Третий курс под рабочим названием «Зимний дворец и его обитатели» готовится к выходу.

В самом Эрмитаже установлены информационно-справочные киоски (компьютеры с сенсорными экранами), с помощью которых посетители могут ознакомиться с экспозицией музея, выбрать и распечатать оптимальный маршрут своего движения, узнать о новостях Эрмитажа и проводимых в нем мероприятиях. Пока таких киосков четыре.

Кроме гранта в размере 2 млн долл. IBM предоставила мощную и дорогостоящую технологическую поддержку (3-D HotMedia, Java-based zoom views, Query by Image Content (QBIC), BD2 Digital Library, RS / 6000 servers, Pro 3000 scanner).

Вложения IBM в Проект не ограничиваются деньгами. Время сотрудников компании, затраченное на работу по проекту, не поддается точной оценке. Над проектом работала команда специалистов IBM в России, Италии, Израиле и США.

В процессе реализации Проекта в Эрмитаже была создана совместная команда из представителей IBM и сотрудников музея. Работники Эрмитажа не только учились обращаться с новыми технологиями, но и осваивали навыки бизнес-менеджмента, примеряли деловой подход к своей деятельности.

По словам представителей IBM, процесс сближения с Эрмитажем был двухсторонним. Несомненно, что свою роль сыграла харизматическая личность директора музея Михаила Пиотровского и его активная рыночная политика привлечения спонсоров. Кроме IBM Эрмитажу удалось получить финансовую поддержку из Японии и Нидерландов, а также от компаний Honeywell и Coca-Cola. Пиотровский считает проект «моделью органичного слияния передовых информационных технологий и великолепного творческого наследия прошлых веков. Задача проекта – предоставить посетителям Эрмитажа новые услуги, расширить доступ к экспонатам музея».

Подобные, но меньшие по размаху проекты были осуществлены в Италии (библиотека Ватикана, Пьета Микеланджело), Бразилии (Музей изящных искусств), Мексике (Музей Монтеррей), США (Библиотека Конгресса), в Германии и Перу. Однако первый вице-президент IBM Билл Этерингтон заявил, что виртуальный Эрмитаж превосходит по технологической сложности и богатству содержания подобный предыдущий проект IBM – музей Ватикана.

Проект получил хорошие оценки. Используя различные этапы подготовки и реализации проекта, IBM неоднократно создавала информационные поводы для общения с прессой. После активной помощи Эрмитажу со стороны IBM к музею с подобными проектами обратились крупные отечественные компании. Возникли предложения создать «виртуальные экспозиции» Музея Кремля и Третьяковской галереи.

Проанализируйте данную ситуацию и ответьте на вопросы:

- 1) Кто является стейкхолдером КСО в данной ситуации?
- 2) Как бы вы оценивали эффективность данной программы?
- 3) Какие социальные и экономические критерии КСО из пройденного материала могли бы быть здесь применены?

## II. РАСЧЕТНЫЕ И АНАЛИТИЧЕСКИЕ ДОМАШНИЕ ЗАДАНИЯ

### Раздел 1

**Задание ДЗ-1.1.** Покажите сущность и выделите этапы развития корпоративной социальной ответственности. Проанализируйте три довода в пользу принятия международных трудовых норм, выдвинутые Оуэном в обращении к правительствам европейских стран с предложениями принять международные законы об условиях труда на заводах и фабриках, рудниках и шахтах.

**Задание ДЗ-1.2.** Покажите примеры практического применения ключевых аспектов корпоративного управления социальной ответственностью. Проанализируйте принципы структуры управления исходя из тезиса «интересам корпорации отвечает признание интересов заинтересованных лиц и их вклада в долгосрочный успех корпорации».

### Раздел 2

**Задание ДЗ-2.1.** Исследуйте основные направления государственного участия в совершенствовании корпоративной социальной ответственности России. Выделить один из двух путей развития корпоративной социальной ответственности бизнеса при условии, что государство, постепенно снимает с себя часть социальной ответственности.

**Задание ДЗ-2.2.** Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире.

Напишите, как вы понимаете каждое из данных высказываний и аргументируйте степень вашего согласия с ними.

- «Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнес-решение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать, а потому, что это хорошо для нашего бизнеса» (Н. Фицджеральд, Президент, Unilever);
- «С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы» (Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell);
- «Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности» (Андерс Далвиг, Президент ИКЕА)



### Раздел 3

**Задание ДЗ-3.1.** Объясните ваше понимание концептуального различия в подходах к благотворительности в начале 20 века в США и Российской Империи и уровень его принципиальности.

### Раздел 4

**Задание ДЗ-4.1.** Рассмотрите пример проекта социально значимого маркетинга, реализованного дочерней компанией ОАО «Мобильные ТелеСистемы» - ЗАО «Амурская сотовая связь» в Амурской области весной 2004 г. Проект «Областной дом ребенка - «Поможем вместе» по сбору средств для областного Дома ребенка.

Проект реализовывался в течение двух месяцев, при этом любой абонент мог использовать альтернативное подключение по тарифу «Джинс» на 0,5 у.е. дороже. К этому вкладу МТС добавляла такую же сумму. В результате Дом ребенка получал с каждого альтернативного подключения 1 у. е.

Другой вариант участия в проекте заключался в том, что участник мог отправить SMS-сообщение на выделенный короткий номер, при этом с его лицевого счета списывалась сумма 0,5 у.е. Такой вариант позволил подключить к проекту уже имеющихся у компании клиентов. Этот вариант оказался более продуктивным, и по этой схеме было собрано больше денег, чем по первой.

По оценкам компании, в проекте приняли участие около 5 тыс. абонентов и было собрано почти 100 тыс. руб. С учетом взноса МТС областной Дом ребенка получил более 120 тыс.руб.

Какие факторы обеспечили успех данного проекта? Выделите минимум три цели, которых добилась компания при реализации данного проекта

**Задание ДЗ-4.2.** В силу исторических традиций ведущая роль в развитии корпоративной социальной ответственности должна принадлежать государству. В условиях российской действительности, также как и в других странах, должны быть объединены усилия бизнес-сообщества и государства.

Как Вы считаете, почему так необходима государственная поддержка развития корпоративной социальной ответственности, а также сформулируйте, что на Ваш взгляд должно стать основной задачей органов государственной власти в данном процессе?

### Раздел 5

**Задание ДЗ-5.1** Этический кодекс компании «Кока-Кола» состоит из пяти разделов. Первый регулирует выполнение обязательств по бухгалтерским счетам и отчетам компании. Во втором описаны потенциальные конфликты, которые могут возникнуть в результате столкновения интересов служащих компании. Третий регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками. В

четвертой части регламентируется участие служащего в деятельности политических партий и других компаний. Пятый раздел содержит указания по реализации правил кодекса

Ознакомьтесь с кодексом и укажите причины по которой данный кодекс нельзя считать на 100% социально-ориентированным.

### **Раздел 6**

**Задание ДЗ-6.1.** Ознакомьтесь с текстом международного стандарта IC CSR-08260008000 СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ.

ТРЕБОВАНИЯ, приведенного в Приложении 1 и охарактеризуйте его основные положения (Приложение Б).

### III. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ)

1. КСО: понятие и становление концепции
1. Пирамида КСО А. Керрола
2. Концепция КСО М. Фридмана
3. Концептуальные различия американской, европейской и российской моделей КСО
4. Социальные права и гарантии персонала. Типы социальных пакетов
5. Концепция устойчивого развития бизнеса
6. Социальное партнерство в рамках теории экономической демократии
7. Участники и формы социального партнерства
8. КСО в контексте этики бизнеса
9. Социальный маркетинг российского и западного бизнеса
10. Инструменты реализации программ КСО
11. Роль гражданского общества в развитии социальной ответственности
12. Критика концепции социальной ответственности
13. Традиции благотворительности в дореволюционной России
14. Международные конвенции и стандарты КСО
15. Социальные отчеты российских компаний: общее и особенное
16. Социальные отчеты российского и западного бизнеса: сравнительный анализ
17. Особенности социальной политики компаний в стадии первоначального накопления
18. КСО как философия существования современного бизнеса: от дискуссий к практике
19. Бизнес и НКО
20. КСО: от благотворительности к социальным инвестициям и корпоративному гражданству

#### IV. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

- 1) Вопрос 1 Какие факторы определяют экономическое превосходство над конкурентами?
  - a. Технологии
  - b. Конкурентные преимущества
  - c. Исследования и разработки
  - d. Персонал
  
- 2) Вопрос 2 Что означает принцип комплексности при построении системы корпоративной социальной ответственности?
  - a. Подотчетность перед заинтересованными сторонами и обществом в целом
  - b. Скоординированность деятельности организации по трем направлениям устойчивого развития: экономическому, социальному, экологическому
  - c. Адекватность отчетности предприятий их составу и содержанию
  - d. Обеспечение эффективности реализации функций и направлений корпоративной социальной ответственности в системе корпоративного управления
  
- 3) Вопрос 3 Какое внутреннее преимущество формируется на основе корпоративной социальной ответственности?
  - a. Формирование позитивного мнения инвесторов
  - b. Привлечение и удержание профессиональных кадров
  - c. Стратегическое сотрудничество в партнерами
  - d. Крепление репутации компании
  
- 4) Вопрос 4 К какому разделу стандарта социальной ответственности относится проблема «Создание благосостояния и дохода»?
  - a. Добросовестные деловые практики
  - b. Трудовые практики
  - c. Права человека
  - d. Участие в жизни сообществ и их развитие
  
- 5) Вопрос 5 Что не относится к внутренней корпоративной социальной ответственности?
  - a. Гранты
  - b. Удовлетворение жалоб работников
  - c. Предоставление дополнительных отпусков работникам
  - d. Развитие системы оплаты труда
  
- 6) Вопрос 6 К какому разделу стандарта социальной ответственности относится проблема «Социальный диалог»?

- a. Окружающая среда
  - b. Права человека
  - c. Трудовые практики
  - d. Участие в жизни сообществ и их развитие
- 7) Вопрос 7 Какое преимущество в микросреде формируется за счет корпоративной социальной ответственности?
- a. Рост доверия к компании
  - b. Стратегическое сотрудничество с партнерами
  - c. Снижение операционных расходов
  - d. Создание устойчивых отношений с местным сообществом
- 8) Вопрос 8 Какой фактор является ограничением корпоративной социальной ответственности организации?
- a. Повышение качества продукции
  - b. Изменение технологии производства
  - c. Повышение квалификации персонала
  - d. Финансирование непрофильных направлений бизнеса
- 9) Вопрос 9 К какому разделу стандарта социальной ответственности относится проблема «Противодействие коррупции»?
- a. Права человека
  - b. Добросовестные деловые практики
  - c. Участие в жизни сообществ и их развитие
  - d. Трудовые практики
- 10) Вопрос 10 К какому разделу стандарта социальной ответственности относится проблема «Избежание соучастия»?
- a. Участие в жизни сообществ и их развитие
  - b. Трудовые практики
  - c. Окружающая среда
  - d. Права человека
  - e.
- 11) Вопрос 11 Как называется согласование интересов работников, работодателей и государства?
- a. Репутация
  - b. Корпоративное гражданство
  - c. Конкуренция
  - d. Социальное партнерство

- 12) Вопрос 12 С чего начинается рекомендованный РСРП процесс самооценки организации в области корпоративной социальной ответственности?
- Определение целей самооценки
  - Согласование критериев и инструментов самооценки
  - Подбор необходимых документов
  - Определение границ самооценки
- 13) Вопрос 13 Какой аргумент является аргументом «против» социальной ответственности?
- Отсутствие норм и границ в оценках корпоративной социальной ответственности
  - Подготовка трудовых ресурсов
  - Прибыль в перспективе
  - Диверсификация бизнеса
- 14) Вопрос 14 Какова нормативная база проектов корпоративной социальной ответственности?
- Корпоративные кодексы
  - Устав
  - Федеральное законодательство
  - Документы бухгалтерской отчетности
- 15) Вопрос 15 К какому разделу стандарта социальной ответственности относится проблема «Основные принципы и права в сфере труда»?
- Права человека
  - Проблемы, связанные с потребителями
  - Окружающая среда
  - Трудовые практики
- 16) Вопрос 16 Какой аргумент является аргументом «за» социальную ответственность?
- Отсутствие норм и границ в оценках корпоративной социальной ответственности
  - Лучше добровольное участие по возможности, чем обязательное по закону
  - Финансирование непрофильных направлений бизнеса
  - Ответственность за приоритеты и формы корпоративной социальной деятельности

## **V. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В ВИРТУАЛЬНОМ КЛАССЕ**

Не предусмотрено программой

### **VI. ВОПРОСЫ К ИТОГОВОМУ КОНТРОЛЮ (ЗАЧЕТ)**

1. Опишите основные подходы к управлению в социальной сфере
2. Какова роль правительства в рамках концепции «государства социального благополучия»?
3. Какие изменения претерпела концепция «социального управления» в 20 веке?
4. Как различаются понятия «корпоративная филантропия» и «корпоративная благотворительность» ?
5. Почему модели корпоративной филантропии столь различны от государства к государству?
6. Какие факторы оказывают влияние на уровень корпоративной благотворительности?
7. Какое влияние национальная культура оказывает на корпоративную социальную работу?
8. Какое отношение национальная религия имеет к корпоративной благотворительности? – приведите примеры
9. Приведите примеры контрастирующих между собой моделей корпоративной филантропии в различных государствах мира
10. Что оказывает большее влияние на корпоративное социальное поведение – этика или законодательство?
11. Как основные системы права определяют корпоративную благотворительность и социальную филантропию?
12. Каковы основные различия в регулировании корпоративной филантропии в рамках англо-саксонской и континентальной систем права?
13. Каковы основные меры законодательного стимулирования социальной активности корпораций?
14. Каковы основные организационные формы корпоративной социальной работы?
15. Почему корпорации создают специальные фонды, управляющие их ресурсами, направляемыми на социальную деятельность?
16. Как взаимосвязаны между собой концепции корпоративной социальной ответственности, устойчивого развития и конкурентоспособности бизнеса?
17. Что такое «социально ответственные» инвестиции?
18. Дайте характеристику 4 моделям принятия решений, затрагивающие проблемы КСО, этики ведения бизнеса

19. Каковы положительные эффекты от внедрения элементов концепции КСО в корпоративную стратегию компании?
20. Дайте характеристику основным элементам системы корпоративной социальной ответственности.
21. Приведите примеры основных стандартов в области корпоративной социальной отчетности.
22. Что является основной проблемой российского бизнеса, с точки зрения общественности?
23. Что подразумевает под собой концепция «покрытия основных социальных потребностей»?
24. Как крупные российские компании «отдают свой долг» региону, на территории которого работают?
25. Какие формы корпоративной социальной работы можно назвать «традиционными», а какие «инновационные»?
26. Дайте характеристику нескольким видам инновационной социальной активности российских компаний. Приведите практические примеры



## VII. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ЗНАНИЙ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ

5-ти балльная оценка/ балльно-рейтинговая оценка	Пояснение к оценке
<b>«Отлично», 86 - 100 баллов</b>	теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество их выполнения оценено числом баллов, близким <b>к максимальному</b> .
<b>«Хорошо», 71 – 85 баллов</b>	теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, <b>некоторые</b> практические навыки работы с освоенным материалом сформированы <b>недостаточно</b> , <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество выполнения <b>ни одного</b> из них <b>не оценено минимальным</b> числом баллов, некоторые виды заданий выполнены <b>с ошибками</b>
<b>«Удовлетворительно», 56 – 70 баллов</b>	теоретическое содержание курса освоено <b>частично</b> , но пробелы <b>не носят существенного</b> характера, <b>необходимые</b> практические навыки работы с освоенным материалом в <b>основном</b> сформированы, <b>большинство</b> предусмотренных программой обучения учебных заданий <b>выполнены</b> , <b>некоторые</b> из выполненных заданий, возможно, содержат <b>ошибки</b> .
<b>«Неудовлетворительно», До 55 баллов</b>	теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы <b>не сформированы</b> , <b>все</b> выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, <b>дополнительная самостоятельная</b> работа над материалом курса <b>не приведет</b> к какому-либо значимому <b>повышению качества</b> выполнения учебных заданий.

При передаче зачета с общего рейтинга студента снимается:

- первая передача зачета – 5 баллов
- вторая передача зачета – 10 баллов