

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Высшая школа современных социальных наук (факультет)

Утверждаю

Директор

ВШССН (факультета)

МГУ имени М.В.Ломоносова

академик Г.В.Осипов

_____ 20_ г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Корпоративная социальная ответственность»
для бакалавров по направлению подготовки:

38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки: «Общий»

Форма обучения: очная

Программа одобрена на заседании Ученого совета ВШССН
2021 года, протокол № 6

Москва, 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» для бакалавров.

ФГОС высшего образования утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №970.

Год (годы) приема на обучение _____

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к дисциплинам вариативной части, профессиональный блок. Данная дисциплина утверждена учебным планом в 3 семестре

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть):

Входные требования для освоения дисциплины (модуля) включают в себя освоение следующих дисциплин:

- «Основы менеджмента»
- «История управленческой мысли»

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: основную методологию принятия управленческих решений; принципы распределения ответственности в иерархии управления организацией; технологии реализации организационно-управленческих решений; Уметь: анализировать информацию для принятия управленческих решений с использованием формализованных и неформальных методов; контролировать результаты ранее принятого решения;
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Знать: современные методы оценки проблемных ситуаций в деятельности организаций; Уметь: анализировать, оценивать и находить решения проблемных организационно-управленческих ситуаций;

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся:

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108ч., из которых 36 часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (18ч – лекции, 18ч – семинарские занятия), 72 часов составляет самостоятельная работа обучающихся.

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

5.1. Структура дисциплины (модуля) по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий (в строгом соответствии с учебным планом)

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Номинальные трудозатраты обучающегося			Всего академических часов	Форма текущего контроля успеваемости*
	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, академические часы		Самостоятельная работа обучающегося, академические часы		
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа			
Раздел 1. Теоретические подходы к определению корпоративной социальной ответственности. Тема 1. Понятие корпоративной ответственности	2	-	6	8	Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 2. Теоретические концепции корпоративной социальной ответственности	2	2	7	11	Устный опрос, обсуждение докладов, эссе
Тема 3. Концепция КСО и стратегическое управление	2	4	10	16	Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 4. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	2	2	8	12	Устный опрос, обсуждение докладов, контрольная работа

Раздел 2. Система корпоративной социальной ответственности Тема 5. Построение системы корпоративной социальной ответственности. Виды, формы и система внутренней социальной ответственности	2	2	8	12	Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 6. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности	2	2	8	12	Устный опрос, обсуждение докладов, практическое задание
Тема 7. Некоммерческие организации в системе корпоративной социальной ответственности. Формирование социальных маркетинговых альянсов при реализации (Cause Related Marketing (CRM))	2	2	10	14	Устный опрос, обсуждение докладов
Тема 8. Корпоративная социальная ответственность в системе коммуникаций. Корпоративный бренд и социальная ответственность.	2	2	6	10	Устный опрос, обсуждение докладов, реферат
Тема 9. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	2	2	9	13	Устный опрос, обсуждение докладов
Промежуточная аттестация (зачет(ы) и (или) экзамен(ы))					
Итого	18	18	72	108	—

5.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические подходы к определению корпоративной социальной ответственности.

Тема 1. Понятие корпоративной ответственности

Социальная ответственность бизнеса - экономические, политические, экологические, социальные аспекты. Бизнес и общество — взаимодействие, этика бизнеса. Этика бизнеса:

экономическая, правовая, этическая и добровольная социальные виды ответственности (модель А. Кэррола). Дилемма экономической эффективности и общественного блага в контексте бизнес-развития.

Современное социальное законодательство. Благотворительность и бизнес. Особенности мотивации российских предприятий. 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. Межсекторное партнёрство. Зависимость генезиса концептуализации корпоративной социальной ответственности (КСО) от социально-экономической структуры общества. Качества корпоративной социальной политики — системность, прозрачность, широта, многообразие. Государство как актор корпоративной социальной политики - создание условий для развития социальной политики предприятий.

Тема 2. Теоретические концепции корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность (экономика, экология и социальная политика предприятия). Корпоративное управление. Концепция «корпоративного эгоизма» (Т. Левитт, М. Фридман), «компания собственников».

Концепция корпоративного альтруизма, «компания участников». Жизнеспособность организации - концепция тройной нижней грани (Д.Эллингтон). Интересы различных групп интересов (стейкхолдеров) в формулировании приоритетов корпоративной социальной политики.

Идеология промышленного патернализма. Глобальное неравенство. Неоклассические, менеджералистские и государственнические интерпретации социальной ответственности. Корпоративное гражданство. Глобальное корпоративное гражданство.

Стратегия создания общей разделяемой ценности (Creating Shared Value) М.Портера и М. Кремера: переосмысление продуктов и рынков за счет поиска социально-значимых проблем; переосмысление производительности в цепочке создания ценности посредством повышения социальных, экономических и экологических возможностей участников цепи поставок; создание благоприятных условий для развития местных сообществ посредством сотрудничества с местными поставщиками, т.е. нахождение новых потребностей для местных сообществ

Тема 3. Концепция КСО и стратегическое управление

Корпорация как моральный агент. Корпоративная миссия. Корпоративное видение. Корпоративная стратегия. Корпоративный имидж. Деловая репутация. Формирование деловой репутации, ее оценка контактными группами. Виды деловой репутации. Рейтинги деловой репутации. Факторы формирования деловой репутации российских организаций (по данным мониторинга Russia RepTrack)

Goodwill: методики оценки, направления повышения. Внешняя и внутренняя среда корпоративной ответственности. Приоритеты социальной политики компании. Социальные инвестиции. Социально значимые отрасли. Корпоративная идентичность. Стратегический уровень КСО

Тема 4. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации

Принципы устойчивого развития организации. КСО и антикризисное развитие организации. Концепция устойчивого развития. Ключевые показатели устойчивого развития компании: российские и зарубежные методики и инструменты оценки, тенденции развития. Концепция социального предпринимательства. "Реагирующая" и "стратегическая" формы КСО. Роль корпоративной социальной ответственности на различных этапах жизненного цикла организации

Индексы устойчивого социального развития Dow Jones Sustainability Index (DJSI); Global 100; GRI (Global Reporting Initiative). Behind the Brands. Тренды в области устойчивого развития

по результатам Sustainability and Reporting Trends in 2025: Preparing for the Future). Корпоративная власть и социальная политика в условиях глобализации. Социальный кодекс корпорации.

Раздел 2. Система корпоративной социальной ответственности.

Тема 5. Построение системы корпоративной социальной ответственности. Виды, формы и система внутренней социальной ответственности

Типология системных представлений. Основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности. Виды взаимодействий в системе корпоративной социальной ответственности. Принципы построения системы корпоративной социальной ответственности. Портфельный подход к формированию пакета социальных программ. Риски игнорирования социальной ответственности. Вынужденные формы социальной ответственности.

Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности. Управление знаниями в организации в ракурсе корпоративной социальной ответственности. Изменение мышления как фактор внутренней социальной ответственности в организации. Развитие «умной организации» (smart): основные подходы.

Виды и формы внутренней социальной ответственности. Развитие системы социальной ответственности в организациях. Развитие персонала и вклад в «человеческий капитал». Внутренняя политика. Политика доходов, жилищная политика, социальное обеспечение.

Корпоративное волонтерство: формы и виды. Развитие корпоративного волонтерства (Pro bono) в России и за рубежом: барьеры и перспективы

Направления социальной политики - работники с невысокой квалификацией, проблемы со здоровьем, потребность в жилплощади, полноценный отдых, поддержка бывших работников, в том числе выходящих на пенсию, культурные программы. Новые формы поддержки персонала: опыт Google и Zappos. Особенности внутренней социальной ответственности в "бирюзовых организациях"

Тема 6. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности

Внешняя среда социальной политики. Объекты — неимущие, незащищенные группы, культура, местное сообщество, экологическая безопасность. Инструменты - социальные конкурсы, корпоративные благотворительные фонды, фонды местного развития (фонды социальных инвестиций), программы, содержание коммунальных и общественных объектов, меценатство.

Поддержка образования и науки как основа формирования интеллектуального и инновационного потенциала. Поддержка здравоохранения как необходимость формирования здорового образа жизни и трудового потенциала.

Социальные программы российского бизнес-сообщества. Общие подходы к разработке социальных и благотворительных программ.

Развитие внешних краудсорсинговых проектов как фактор вовлечения широкой общественности в реализацию социальных программ компании: опыт российских и зарубежных компаний, направления развития.

Тема 7. Некоммерческие организации в системе корпоративной социальной ответственности. Формирование социальных маркетинговых альянсов при реализации CRM (Cause Related Marketing)

Развитие некоммерческих организаций в России. Корпоративная благотворительность. «Теневая» сторона социальной ответственности бизнеса. Особенности фандрайзинга в российских некоммерческих организациях.

Cause Related Marketing как технология взаимодействия коммерческих организаций и некоммерческого сектора при решении социальных проблем: цели и задачи, этапы, стратегии. Этические ограничения и самоограничения в применении Cause Related Marketing. Переход от CRM 1.0 к CRM 2.0. Технологические платформы для поиска-партнеров CRM: опыт Accelerist

Тема 8. Корпоративная социальная ответственность в системе коммуникаций.

Корпоративный бренд и социальная ответственность.

Корпоративный бренд: элементы, способы формирования и социальные технологии продвижения в коммуникативном поле. Роль социальной ответственности в конструировании имиджа современной организации. Проблемы коммуникационного сопровождения социальных программ российских организаций

Социальная реклама как инструмент информирования о социальной ответственности компаний: понятие, принципы, задачи и функции. Развитие социальной и общественной рекламы (PSA) в России и за рубежом. Психологические методы воздействия на целевую аудиторию в социальной рекламе. Онлайн игры в социальной рекламе: достоинства и ограничения. Критерии оценки эффективности социальной рекламы.

Тема 9. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности

Понятие эффективности КСО, социальный отчет организации. Оценка эффективности КСО. Оценка корпоративной социальной активности. Показатели эффективности – внешние/внутренние, с позиции общества/бизнеса/социальной среды. Сопоставление эффективности финансовых и нефинансовых показателей.

Корпоративный социальный отчет. Ключевые аспекты составления социального отчета компании. Наиболее важные показатели оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятий. Разработка системы оценочных показателей социальной политики предприятий. Главная задача, цели, актуальность, преимущества. Направления оценки – четыре основных направления. Путь достижения максимальной эффективности. Формы распространения социальных отчетов компании.

Актуальные вопросы представления социальной отчетности в России. Рейтинг социальной ответственности.

Международные стандарты в области корпоративной социальной политики: Account Ability 1000, ISO 14000 Management System Standards, Social Accountability 8000, Sunshine Standards for Corporate Reporting to Stakeholders), сертификация по принципам FSC.

Проблемы применения международных стандартов в России.

6. Фонд оценочных средств (ФОС, оценочные и методические материалы) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, критерии и шкалы оценивания (в отсутствие утвержденных соответствующих локальных нормативных актов на факультете)

Семинарские занятия

Семинар 1. Теоретические концепции корпоративной социальной ответственности.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Эволюция, содержание и роль концепции корпоративной социальной ответственности.
- 2) Потребность, необходимость и возможности корпоративной социальной ответственности.
- 3) Спонсорство, меценатство, благотворительность, социальное предпринимательство, социальные маркетинговые альянсы как формы социальной ответственности бизнеса: общее и особенное.
- 4) Внешние и внутренние источники корпоративной социальной ответственности
- 5) Концепция разумного эгоизма и корпоративного альтруизма. Корпоративная социальная восприимчивость. Корпоративное гражданство.

Семинар 2. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентного преимущества организации

Вопросы для обсуждения:

- 1) Основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности.
- 2) Принципы построения системы корпоративной социальной ответственности.

- 3) Достоинства и недостатки централизованного/децентрализованного способа внедрения КСО.
- 4) Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентного преимущества.

Семинар 3. Корпоративная социальная ответственность и деловая репутация как принципы устойчивого развития организации

Вопросы для обсуждения:

- 1) Концепция, основные факторы и принципы устойчивого развития организации при реализации корпоративной социальной ответственности.
- 2) Деловая репутация как результат корпоративной социальной ответственности и как фактор устойчивого развития организации: формирование, оценка контактными группами, виды и проявление в гудвилле.
- 3) «Реагирующая» и «стратегическая» корпоративная социальная ответственность.
- 4) Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития организации и её типы.
- 5) Создание экосистем бизнеса и решение острых социальных задач

Семинар 4. Внутренняя корпоративная социальная ответственность и роль лидера-руководителя в её реализации

Вопросы для обсуждения:

- 1) Управление знаниями и изменение мышления как фактор внутренней социальной ответственности в организации.
- 2) Особенности и виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
- 3) Социальные программы в стратегии развития внутренней корпоративной социальной ответственности.
- 4) Связь стиля менеджмента и корпоративной социальной ответственности.
- 5) Роль лидерства в развитии корпоративного волонтерства (pro bono)
- 6) Проявление лидерства в процессах реализации корпоративной социальной ответственности.

Семинар 5. Внешняя корпоративная социальная ответственность как фактор поддержки развития образования, науки, здравоохранения и культуры

Вопросы для обсуждения:

- 1) Внешняя среда ответственности менеджмента и бизнеса.
- 2) Способы поддержки развития науки, культуры и образования (опыт российских и зарубежных компаний). Спонсорство современных организаций.
- 3) Особенности здравоохранения как объекта корпоративной социальной ответственности.
- 4) Международные стандарты корпоративной социальной ответственности.
- 5) Структура и содержание стандарта социальной ответственности: принципы, проблемы, приоритеты.

Семинар 6. Cause Related Marketing как технология взаимодействия коммерческих организаций и некоммерческого сектора при решении социальных проблем: цели и задачи, этапы, стратегии.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Cause Related Marketing: цели и задачи, этапы, стратегии.
- 2) Основные риски внедрения CRM-кампаний.
- 3) Опыт зарубежных производителей по формированию CRM.
- 4) Особенности формирования социальных альянсов в России.

Семинар 7. Социальная реклама как инструмент информирования о социальной ответственности компаний.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Социальная реклама: понятие, принципы, задачи и функции.
- 2) Основные этапы планирования и производства социальной рекламы.
- 3) Психология восприятия социальной рекламы: когнитивные аспекты социальной рекламы, факторы, способствующие/препятствующие восприятию сообщения, технологии манипуляции общественным сознанием.
- 4) Принципы и критерии этичности социальной рекламы.
- 5) Нарушения принципов этичной рекламы в России и возможные меры повышения социальной ответственности.
- 6) Эпатаж в социальной рекламе: аргументы за и против

Семинар 8. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности

Вопросы для обсуждения:

- 1) Этика и организационная культура в реализации корпоративной социальной ответственности.
- 2) Этический кодекс (принципы, нормы) как регулятор реализации социальной ответственности.
- 3) Фактор образования в формировании интеллектуального потенциала социально ответственного бизнеса.
- 4) Понятие «эффективности» корпоративной социальной ответственности: социальный отчет организации, оценка корпоративной социальной ответственности и активности.
- 5) Социальный отчет: цель формирования, структура, типы оценок.

Темы рефератов по дисциплине

1. Социальная ответственность бизнеса и Корпоративная социальная ответственность.
2. Типы и направления социальных программ бизнеса.
3. «Пирамида КСО» А. Керрола.
4. Концепция КСО М. Фридмана.
5. Концептуальные различия американской, европейской и российской моделей КСО.
6. Понятие социального партнёрства.
7. Социальная ответственность платформенных компаний (на примере Uber, компаний кашеринга и др.)
8. Межсекторное партнёрство.
9. Гражданское общество как участник социального партнёрства.
10. Корпоративное гражданство как форма социального партнёрства.
11. Концепция заинтересованных лиц и корпоративная социальная ответственность.
12. Концепция triple bottom line.
13. Международные стандарты нефинансовой отчётности.
14. Этическая составляющая КСО.
15. КСО в рамках принципал-агентской теории.
16. Институализация КСО в России: «Социальная хартия российского бизнеса».
17. Сравнительный анализ развития КСО в России и за рубежом.
18. Внутренние программы социальной ответственности: опыт российских и зарубежных компаний.
19. Тенденции развития КСО в мире.
Благотворительность и спонсорство ТНК: текущее состояние и перспективы развития

Темы эссе по дисциплине

1. Корпоративная социальная ответственность: сущность, значение в современных условиях
2. Трансформация социальной ответственности бизнеса в условиях развития экономики платформ
3. Корпоративная социальная ответственность и социальная защита занятого населения

4. Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности – возможность использования в современных российских условиях
5. Социальное предпринимательство – будущее бизнеса или миф
6. Корпорация как моральный агент
7. Корпоративная репутация: сущность, значение
8. Эффективные инструменты формирования корпоративного имиджа в социальных медиа
9. Приоритеты социальной политики и социальные инвестиции российских компании
10. Социальные стартапы в России: возможности и барьеры реализации
11. Социальная хартия российского бизнеса: понятие, сущность, значение
12. Сравнительный анализ эффективности корпоративных социальных программ крупной российской или зарубежной компании (по выбору студента)
13. Социальные функции малого бизнеса
14. Состояние и проблемы развития социального предпринимательства в России
16. Международные стандарты социальной отчетности: применимость в российских условиях.
17. Социально-ответственный маркетинг: особенности внедрения в современную российскую бизнес-практику
18. Спонсорство и филантропия в деятельности современной организации.
19. Корпоративная социальная ответственность в современной России: проблемы и перспективы развития.
20. «Теневые» стороны социальной ответственности российского бизнеса.

Практических заданий по дисциплине

Подготовка к дискуссии «Корпоративная социальная ответственность в представлении М. Фридмана». На основе самостоятельной работы, предполагающей анализ статьи Т. Левитта «Угрозы социальной ответственности», книги М.Фридмана «Капитализм и свобода»; мнений российских и зарубежных социологов, управленцев студенту необходимо сформулировать и аргументировать свою точку зрения на следующие вопросы: что такое социальная ответственность бизнеса; в чем она должна проявляться?

Концепция дискуссии: студенты делятся на 2 части: одна половина презентует аргументы «за» позицию М.Фридмана, другая – «против». Следующим этапом вырабатывается коллективная позиция по поставленным вопросам.

Работа в малых полемических группах по кейсу "Торговцы добродетелью" (Нассим Талеб «Рискуя собственной шкурой: скрытая асимметрия повседневной жизни»)

Предварительно студенты в ходе самостоятельной работы подбирают статьи, примеры из практики организаций, касающиеся доводов "за" и "против" расширения зоны социальной ответственности современных организаций, расширения форм КСО, затем в ходе семинарского занятия знакомятся с предложенным кейсом, разбиваются на две группы (сторонники точки зрения Н.Талеба и критикующие), вырабатывают и аргументируют свою позицию по поставленному вопросу, а затем в ходе проведения семинара обмениваются точками зрения, критикуют аргументацию друг друга, вырабатывают консолидированную точку зрения.

Кейс:

Почти в любой гостиничной сети от Аргентины до Казахстана в ванной есть призыв, который вам полагается не пропустить: «Берегите окружающую среду». Владельцы хотят побудить вас пользоваться полотенцами подольше и не отправлять их в стирку сразу, потому что экономят на стирке десятки тысяч долларов в год. Точно так же коммивояжер говорит вам, что хорошо для вас, когда это в основном (и главным образом) хорошо для него. Гостиницы, разумеется, обожают окружающую среду, но можно биться об заклад: они обожали бы ее куда тише, если бы это не было им выгодно.

Сегодня глобальные идеи — бедность (особенно детская), экология, справедливое отношение к меньшинству, растоптанному колониальными державами, или какой-нибудь

доселе неведомый гендер, который точно будут преследовать, — есть последнее убежище негодяя, рекламирующего добродетель.

Добродетель нельзя рекламировать. Это не инвестиционная стратегия. Это не схема сокращения расходов. Это не стратегия продажи данной книги (или, хуже того, билетов на данный концерт).

Написав это, я задался вопросом: почему... в древних текстах так редко упоминаются сигналы о добродетели. Разве это новое явление? Нет, не такое уж новое, просто в прошлом его не считали чем-то значимым, чтобы на него жаловаться и клеймить его как порок. Но упоминания есть: посмотрим на пассаж из Евангелия от Матфея (6: 1–4) о том, что достойные дела совершаются втайне:

Смотрите, не творите милостыни вашей пред людьми с тем, чтобы они видели вас: иначе не будет вам награды от Отца вашего Небесного. Итак, когда творишь милостыню, не труби перед собою, как делают лицемеры в синагогах и на улицах, чтобы прославляли их люди. Истинно говорю вам: они уже получают награду свою. У тебя же, когда творишь милостыню, пусть левая рука твоя не знает, что делает правая, чтобы милостыня твоя была втайне; и Отец твой, видящий тайное, воздаст тебе явно.

Быть или казаться?

Инвестор Чарли Мангер как-то сказал: «Посмотрите правде в глаза. Что лучше — быть лучшим любовником на Земле, но сделать так, чтобы все думали, будто вы худший... или быть худшим любовником на Земле, но сделать так, чтобы все считали, что вы — лучший?» Как обычно, то, что имеет смысл, находится в классике — в древности это называли *esse quam videri*, что я перевожу как «быть таковым — или казаться таковым». Эту мысль можно найти у Цицерона и Саллюстия, и даже у Макиавелли, который характерным образом ее перевернул: *videri quam esse*, «скорее казаться, чем быть».

Симония

Был в истории период, когда, если у вас были деньги, вы могли расстаться с их частью, чтобы освободиться от грехов. Состоятельные люди очищали совесть через покупку церковных благ и привилегий — и хотя кульминация эта практика достигла в IX и X веках, в более мягкой и скрытой форме она существовала и позднее, став, естественно, одной из причин озлобления, приведшего к Реформации.

Практикуя симонию, то есть торгуя должностями, церковь легко пополняла свою казну, причем все были счастливы. То же с индульгенциями: покупатель приобретал недорогой опцион на рай, продавец сбывал то, что ничего ему не стоило. Это были, как говорим мы, трейдеры, «легкие деньги». Однако, если вдаваться в подробности, симония нарушала каноническое право: она обменивала нечто временное на духовное и вневременное...

А теперь посмотрим на миллионы долларов, которые публично даются на «благотворительность». Часть их уходит на рекламу того факта, что эти деньги дали именно вы. Благотворительные фонды по определению — организации некоммерческие, они «тратят» кучу денег на то, чем занимаются: собрания, будущие сборы средств, множачиеся имейлы, которыми обмениваются институции (все это, скажем, чтобы помочь стране оправиться от землетрясения). Вы видите разницу между этой практикой — и симонией с индульгенциями? Да, симония и индульгенции возродились в светском обществе в форме благотворительных обедов..., в обличье людей, которые ощущают свою полезность, участвуя в эгоистических мероприятиях типа марафонов — те волшебным образом перестают быть эгоистическими, если проводятся с целью спасти чьи-то почки (как будто нельзя спасти почки, выписывая чеки на спасение почек), в обличье топ-менеджеров, нарекающих своими именами здания, чтобы все помнили, сколь эти топ-менеджеры добродетельны. Вы можете надуть мир на миллиард; все, что вам надо, — потратить часть, скажем, миллион-другой, чтобы попасть в сферу рая с вывеской «Те, кто дает».

Учтите, я не говорю, что все те, кто нарекает своим именем здания, обязательно недобродетельны и покупают себе местечки в раю. Многие делают это, потому что на них давят коллеги и общественность; единственный способ избавиться от давления — согласиться. Мы

показали, что добродетель — не украшение, что ее нельзя купить. Сделаем шаг вперед и посмотрим, когда добродетель требует шкуры на кону в терминах принятия риска, особенно если вы рискуете репутацией.

Добродетель – забота о других и о коллективе

Отталкиваясь от свойства масштаба, мы можем уверенно сказать, что быть добродетельным — значит делать что-то для коллектива, особенно когда действие вступает в конфликт с вашими узко определенными интересами. Добродетель не сводится к доброте в отношении людей, к которым добры все остальные. Истинная добродетель означает в основном, что вы добры и к тем, кем остальные пренебрегают, к менее очевидным нуждающимся, к тем, кого люди в большом благотворительном бизнесе не видят в упор. Или к тем, у кого нет друзей — и кто хочет, чтобы иногда им просто позвонили или пригласили на чашечку итальянского эспрессо.

Непопулярная добродетель

Высшая форма добродетели — добродетель непопулярная. Это не значит, что добродетель непопулярна по природе или непопулярна в значительной мере; это значит, что непопулярные действия дают сигнал о принятии риска и искреннем поведении...

Тот, кто не отступает от правды, когда она непопулярна, куда добродетельнее других: ему есть что терять — свою репутацию. Если вы журналист и действуете, рискуя подвергнуться остракизму, вы добродетельны. Некоторые высказывают мнение, только когда это безопасно — заодно с толпой хулителей, и думают, что проявляют добродетель. Но это не добродетель, а порок, смесь издевательства и трусости.

Рискуйте!

Наконец: когда молодые люди, желающие «помочь человечеству», спрашивают меня: «Что я должен делать? Я хочу, чтобы стало меньше бедных, я хочу спасти мир!» — и перечисляют иные благородные поползновения на макроуровне, я предлагаю следующее:

- 1) не выставляйте добродетель напоказ;
- 2) не гонитесь за рентой;
- 3) вы должны заняться бизнесом.

Рискните своим благополучием, откройте свое дело. Да, рискните, и, если станете богатыми (это опционально), щедро тратьте деньги на других. Нам нужны люди, которые принимают на себя (ограниченный) риск. Идея в том, чтобы отвести потомков Homo sapiens подальше от макро, от абстрактных всеобщих целей, от социального конструирования, из-за которого у общества появляются хвостовые риски. Открыть свое дело — отличный выход (вы участвуете в экономической активности, не навязывая экономике масштабных изменений); еще можно пойти в госсектор (скажем, в спасатели), хотя госсектор равно лечит и калечит (скажу оптимистично; сам я уверен, что за малым исключением госсектор только калечит). Храбрость (принятие риска) — наивысшая добродетель. Нам нужны предприниматели.

Задание: «Корпоративная социальная ответственность в социальных медиа». Каждый студент подбирает не менее 5 сообществ (групп) в социальных сетях, аккумулирующих мнения и отношения пользователей о социальной ответственности компаний, реализации различных социальных инициатив бизнесом. Студент сначала проводит формальный анализ выбранных сообществ, а затем проводит анализ сообщений, содержащих доводы «за» и «против» КСО. На основе анализа аргументов, составляется таблица, в которой представлены доводы «за» и «против» использования КСО с позиции пользователей социальных сетей.

Задание: «Принципы КСО» (выполняется в мини-группах). Студенты анализируют представленную на сайтах российских и зарубежных компаний информацию о внутренних и внешних социальных программах. На основе анализа сайтов выделяют принципы КСО, которых чаще всего придерживаются компании.

Задание: Исследование «Ожидания потребителей социальной ответственности от компаний и практика развития КСО предприятиями различных отраслей и сфер деятельности»

Цель: найти расхождение (или его отсутствие) между ожиданиями потребителей и практикой развития КСО. Студенческая группа разбивается на 2 подгруппы.

1 подгруппа осуществляет анализ материалов исследований по КСО, мониторинг сайтов российских и зарубежных компаний (по согласованию с преподавателем выбирается регион/город), находит компании, которые относятся к социально-ответственным, группируют по отраслевому/рыночному признаку; анализируют структуру компаний по отраслям.

При анализе сайтов также необходимо выделить основные направления КСО, которые развивают компании.

2 подгруппа проводит мини-опрос методом онлайн анкетирования, предварительно, опираясь на данные, полученные первой подгруппой, разработав инструментарий исследования. Цель опроса - определить, что потребители понимают под социальной ответственностью, от компаний, какой сферы деятельности, потребители ждут социальной ответственности (целевая аудитория –выбирается по согласованию с преподавателем), какие направления и формы реализации социальной ответственности, являются предпочтительными со стороны потребителей. Заключительный этап работы подгруппы совместно обрабатывают результаты исследования, выявляют проблемные зоны, формулируют рекомендации по совершенствованию деятельности организаций в части реализации социальных программ.

Решение кейса: «Социально ответственная компания»

Компания Техностройметалл» производит агрегаты для производственных цехов металлургических компаний с 1989 года. Сергей Михайлов и его брат Игорь изобрели агрегат, который снижал отходы от производства примерно в 2 раза, и решили организовать компанию. С того момента бизнес братьев постепенно рос и развивался. Однако Сергей говорит: «Хотя мы весьма преуспеваем в экономическом плане, больше всего мы гордимся своими этическими ценностями. По сути, главное, что мы стараемся делать это продавать свои идеи». Речь идет об идеях, основанных на неизменном стремлении компании к социальной ответственности бизнеса. В технологическом процессе компании практически отсутствуют производственные отходы. Например, оставшийся лом идет на переплавку, либо как основа строительства зданий, либо отдается «художникам», создающим произведения искусства из металлических деталей. Кроме того, Сергей делает упор на то, что используемое при производстве сырье должно быть экологически рациональным. Так, в компании используют только отечественное экологическое сырье и принципиально высоко держат контроль над вопросами экологии и безопасности производства.

Кроме экологической составляющей бизнеса, в компании большое значение придается участию работников в управлении фирмой и жизни вообще (в особенности, что касается политики в области персонала). Работники получают премии (до 40% от основной зарплаты) за посещение различных корпоративных мероприятий (образовательных, спортивных, благотворительных). Компания также активно относится к проблем найма разнообразного персонала. Например, на производстве работают люди практически всех возрастных групп и различных национальностей. Благодаря своему подходу, основанному на социальной ответственности, компания была неоднократно отмечена различными наградами, однако это скорее мешало Сергею развивать свой бизнес, поскольку в его планах наметен выход на новые рынки и, с этой точки зрения, не разумно держать такой уровень социальной ответственности, так как это лишь увеличивает расходы.

Вопрос для анализа:

Стоит ли ради долгосрочной перспективы снизить уровень социальной ответственности и больше сосредоточиться на прибыли?

Задание (в составе мини-групп). "Факторы устойчивого развития предприятия" студентам предлагаются результаты исследования компании Ipsos в 2020 году, где выделены для России 5 быстрорастущих трендов, в отношении устойчивого развития. В составе групп студенты отбирают российские компании разных сфер деятельности/индустрий, которые уже используют и/или могут использовать данные тренды в коммуникациях с ключевыми стейкхолдерами для формирования/ поддержания имиджа социально ответственной компании

(Необходимо обосновать выбор тренда/ сферы деятельности компании и выгод, от использования именно этого тренда для имиджа и деловой репутации организации/ выбор определенных групп стейкхолдеров организации, которые затрагивает /будет в перспективе затрагивать данный тренд).

По разделу 2.

Подготовка к семинару пресс-конференция «Достоинства и недостатки централизованного и децентрализованного способа внедрения КСО».

Семинар-пресс-конференция является одной из разновидностей семинара-обсуждения докладов. В ходе самостоятельной работы студенты находят примеры организаций, использовавших централизованный или децентрализованный способ внедрения КСО (в группах по 3-4 человека). Они всесторонне изучают проблему и выделяют докладчика для изложения тезисов. После первого доклада участники семинара задают вопросы, на которые отвечают докладчик и другие члены экспертной группы. Вопросы и ответы составляют центральную часть семинара. На основе вопросов и ответов разворачивается творческая дискуссия, итоги которой подводит сначала докладчик, а затем преподаватель. Аналогичным образом обсуждаются примеры, найденными другими группами. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения темы, оценивает работу экспертных групп, определяет задачи самостоятельной работы.

Подготовка к дискуссии. «Должен ли сотрудник верить в этические стандарты своей организации, разделять их и применять в своей работе?».

Предварительно студенты в ходе самостоятельной работы подбирают статьи, примеры из практики организаций, касающиеся доводов за соблюдение и следования этическим стандартом и против, вырабатывают и аргументируют свою позицию по поставленному вопросу, а затем в ходе проведения семинара обмениваются точками зрения, критикуют аргументацию друг друга, вырабатывают консолидированную точку зрения по поставленному вопросу.

Проект "Отражение социальной ответственности в HR-бренде организации". Предварительно студенты в ходе самостоятельной работы анализируют существующие обзоры по факторам выбора сотрудниками компании работодателя в России, обосновывают для компаний, каких секторов /индустрий будет актуальным включение в ценностное предложение HR-бренда социальной ответственности (внутренних или внешних социальных программ). Какие организационные задачи поможет такой подход к HR-бренду решить в настоящий момент (с учетом сложившихся условий рынка труда)? В перспективе? Группы должны подобрать удачные/ неуспешные примеры из зарубежной/российской практики по использованию в HR-брендинге социальных программ организаций.

Задание «Методики оценки Goodwill». Студенты по списку рекомендованной литературы собирают и анализируют различные методики оценки гудвилла. Результат анализа оформляется в виде аналитической записки..

Задание. Студенты должны подобрать примеры поддерживающих стратегий CRM – кампаний (использование упаковки, создание совместных логотипов, обмен старой вещи на новую с доплатой, селебрити и др.), используемых российскими производителями.

Задание. Студенты знакомятся с программами ВТБ «Мир без слез» и Сбербанк и Фонда «Подари жизнь» «VISA - Подари жизнь». Основная цель сформулировать достоинства и недостатки реализации социально-ориентированных программ напрямую или с участием НКО.

Задание: используя знания об эффективных технологиях воздействия на целевую аудиторию, студентам необходимо собрать примеры эффективной/неэффективной российской и зарубежной социальной рекламы, касающейся выбранной ими социальной проблемы для разработки CRM (ролики, печатную рекламу). В ходе выполнения данного задания студентам необходимо подобрать примеры социальной рекламы с использованием различных социально-психологических приемов.

Подготовка к развернутой беседе «Анализ программы «Мой выбор».

Предварительно студенты в ходе самостоятельной работы анализируют социальную программу «Мой выбор», финансируемую табачной компанией. Вырабатывают точку зрения на вопрос: насколько эффективно программа борется с подростковым курением? Аргументируют свою позицию. В ходе развернутой беседы обмениваются аргументами, вырабатывают консолидированную точку зрения по поставленному вопросу.

Групповое задание «Разработка Cause Related Marketing» (проводится в мини-группах).

Программа CRM-кампании должна содержать:

- 1) обоснование выбора социальной проблемы для проведения кампании (соответствие целевой аудитории, бренду компании (ий) производителя (ей) и т.д.);
- 2) выбор НКО (на основе анализа российских и зарубежных НКО, которые занимаются данной проблемой, выбрать НКО и обосновать, какими критериями руководствовались при отборе)
- 3) выбор типа стратегии (срок проведения, отбор основных и поддерживающих мероприятий, каким образом предполагается осуществлять отчисления (как, кем, в каком соотношении будет осуществляться сбор финансирования для решения проблемы), какой продукт (товар/услуга) производителя выбираются для проведения кампании);
- 4) определение каналов и способов продвижения кампании (каналы коммуникации). Необходимо обосновать, какие каналы коммуникации соответствуют целям и задачам CRM- кампании.

Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Вопрос 1. Пример наступления социальной ответственности бизнеса

1. - субъект бизнеса уделит 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

Вопрос: 2 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

Вопрос: 3 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

Вопрос: 4 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 большей части населения

Вопрос: 5 Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью

1. (+) нравственные мотивы
2. - рост доверия потребителей
3. - реклама
4. - любовь к искусству

Вопрос: 6 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

Вопрос: 7 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

Вопрос: 8 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

Вопрос: 9 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

Вопрос: 10 «Хартия бизнеса в России» декларирует принципы, исключаящие ...

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

Вопрос: 11 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

Вопрос: 12 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

Вопрос: 13 Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции

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

Вопрос: 14 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

Вопрос: 15 Ученый, концептуально исследовавший в своих работах понятие и содержание социальной ответственности

1. (+) Г. Боуэн
2. - К. Девис
3. - Дж. МакГуир
4. - С. Сети

Вопрос: 16 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

Вопрос: 17 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

Вопрос: 18 Виды проявления госрегулирования социальной сферы

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

Вопрос: 19 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

Вопрос: 20 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

Вопрос: 21 Социальная ответственность – это ...

1. - правило
2. (+) этический принцип
3. - закон, обязательный для исполнения
4. - норматив

Вопрос: 22 Проявление социальной ответственности, которое уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях

1. - благотворительность
2. (+) выплата пенсий
3. - социальные инвестиции
4. - финансирование мероприятий по охране окружающей среды

Вопрос: 23 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

Вопрос: 24 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

Вопрос: 25 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

Вопрос: 26 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»

Вопрос: 27 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

Вопрос: 28 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»

Вопрос: 29 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

Вопрос: 30 Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме ...

1. - замкнутого графа
2. (+) пирамиды
3. - вертикальной линии
4. - круга

Вопрос: 31 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

Вопрос: 32 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

Вопрос: 33 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

Вопрос: 34 Возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях может быть связано с ...

1. (+) резким ростом прибыли крупнейших компаний
2. (+) несоразмерным своим доходам ростом вложений компаний в социальную сферу
3. (+) особенно осторожным подходом компаний к объектам социального инвестирования
4. (+) износом оборудования и связанными с ним существенными вложениями в модернизацию производства, а не в социальный капитал
5. - отставанием российских компаний в сфере экономической эффективности производства
6. - низкой инвестиционной привлекательностью российских компаний

Вопрос: 35 Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов

1. (+) не нормируются, и их размер произволен
2. - расходуются под четким контролем государства
3. - не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда
4. - исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках

5. - взимаются в принудительном порядке

Вопрос: 36 Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат

1. (+) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов
2. - совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании
3. - сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления
4. - усиление корпоративной сплоченности коллектива
5. - ужесточение дисциплины, введение штрафных санкций за нарушения трудовой дисциплины

Вопрос: 37 Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил

1. - повышение темпа роста производительности
2. (+) повышение ее инвестиционной привлекательности
3. - увеличение доходности
4. - приток рабочей силы
5. - улучшение качества товара и снижение его себестоимости

Вопрос: 38 Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется ...

1. - полностью за счет работника — путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ
2. - за счет государства через Пенсионный фонд РФ
3. (+) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами
4. - за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

Вопрос: 39 В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает ...

1. - исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний
2. (+) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний — SRI – фонды
3. - анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний
4. - анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

Вопрос: 40 Чтобы увеличить свою стоимость в долгосрочной перспективе и получать прибыль, благодаря коллективным действиям (гражданская стадия организационного обучения) компании ...

1. (+) способствуют широкому распространению норм корпоративной социальной ответственности в отрасли

2. - отрицают свою вину за конкретные нарушения организационного обучения корпоративной социальной ответственности
3. - не признают своей ответственности за негативные последствия нарушений обеспечения организационного обучения корпоративной социальной ответственности
4. - учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса

Вопрос: 41 В стратегической стадии организационного обучения корпоративной социальной ответственности организации ...

1. - учитывают социально значимые вопросы в основных управленческих процессах
2. (+) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса
3. - способствуют широкому распространению норм социальной ответственности в отрасли
4. - придерживаются политики следования правилам как издержкам ведения бизнеса

Вопрос: 42 Проблема, которая приводит современные российские компании к непоследовательным действиям в области инвестиций и снижению эффективности их социальных программ

1. (+) отсутствие прозрачной структуры и стратегии социальных инвестиций
2. (+) ориентация компаний, в первую очередь, на краткосрочные программы
3. (+) отсутствие запроса на формирование корпоративной стратегии социальных инвестиций со стороны государства и общества, из-за чего компаниям приходится действовать без четких ориентиров
4. (+) внутренние программы превалируют над внешними, в результате чего бизнес занимается в первую очередь развитием собственного персонала и не включен активно в общестрановые социальные программы
5. - низкий уровень инновационной активности компаний
6. - отставание российских компаний в технологической сфере

Вопрос: 43 Такая компания, как, например, корпоративный медицинский центр, может способствовать снижению трудопотерь работающих из-за высокой заболеваемости ...

1. (+) используя средства ранней диагностики профессиональных заболеваний
2. - организовывая регулярные проверки предприятий на соответствие принятым стандартам безопасности
3. - проводя модернизацию оборудования
4. - пропагандируя здоровый образ жизни

Вопрос: 44 Стадия организационного обучения корпоративной социальной ответственности, на которой организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия – стадия ...

1. - «следование правилам»
2. - «управленческая»
3. (+) «оборонительная»
4. - «стратегическая»
5. - «гражданская»

Вопрос: 45 Сектор российской экономики периода 2003-2007 гг., в котором наблюдалось однозначное увеличение социальных инвестиций

1. (+) услуг
2. - переработки
3. - производства
4. - сырьевой

Вопрос: 46 Общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе

1. - этика близка к соблюдению законодательства, но не включает корпоративной социальной ответственности
2. - этика сфокусирована на корпоративной социальной ответственности, но только отчасти связана с соблюдением законодательства
3. (+) корпоративная социальная ответственность не носит принудительного характера
4. - этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются и в достаточно произвольном порядке
5. - общая черта в трактовке понятия «деловая этика» у США и Европы отсутствует

Вопрос: 47 В основу концепции рациональности и выгоды компании от вложений в социальную сферу положены ...

1. - материальные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта
2. - технологические ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта
3. - управленческие ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта
4. (+) финансовые и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта

Вопрос: 48 Поддерживая в рамках благотворительных программ социально незащищенные группы населения, компания ...

1. - пропагандирует здоровый образ жизни
2. (+) снижает риск бедности и социальной напряженности на территориях присутствия
3. - делает доступным негосударственное пенсионное обеспечение для всех работников
4. - улучшает статистику социальных инвестиций
5. - создает себе имидж и повышает деловую репутацию

Вопрос: 49 Применение этических формулировок в судебной практике позволит ...

1. (+) повысить эффективность функционирования российской правовой системы
2. (+) оптимизировать нахождение баланса между публичными и частными интересами
3. (+) обеспечить соблюдение законодательства и обязательность реализации корпоративно/социально ответственного поведения
4. - увеличить финансирование социальной сферы
5. - повысить ответственность компаний за нарушение экологического законодательства

Вопрос: 50 Этические категорий в правовой системе России, в англо-американском праве, которая получила название «фидуциарной обязанности»

1. - добросовестный налогоплательщик
2. - необходимость добросовестности и разумности действий директоров и топ-менеджеров в интересах акционерного общества
3. - добросовестность и разумность участников гражданских правоотношений
4. (+) деловая этика бизнесмена

Вопрос: 51 Особенность российского трактовки понятия «деловой этики»

1. (+) в ней соединяются черты, характерные как для европейского, так и для американского понимания данного термина
2. - государство существенно влияет на выработку содержания деловой этики
3. - соблюдение российского законодательства — всего лишь один из частных аспектов деловой этики
4. - данное понятие широко используется в судебных разбирательствах в налоговой сфере
5. - данный термин часто применяется российскими судами при пресечении злоупотребления правом, борьбе с недобросовестной конкуренцией

Вопрос: 52 Компании, которые не внедряют принципы и стратегии корпоративной социальной ответственности ...

1. (+) не отслеживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду
2. (+) не полностью реализуют свой экономический потенциал
3. (+) упускают возможности в бизнесе
4. (+) теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении
5. - отстают в производительности труда
6. - теряют возможность выхода на международный рынок

Вопрос: 53 Сфера права, содержащая этические нормы

1. - Налоговое право
2. - Гражданское право
3. - Корпоративное право
4. (+) ни одна сфера права не содержит этических норм

Вопрос: 54 Способы, при помощи которых государственные органы власти, в том числе профильные федеральные министерства, законодательные органы, исполнительные органы на местах могут способствовать внедрению российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами

1. (+) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность, развивать новые формы социального партнерства и проводить регулярные встречи для выработки соответствующих рекомендаций для бизнеса
2. (+) способствовать превращению деятельности по корпоративной социальной ответственности и социального партнерства в естественный признак респектабельности российского бизнеса
3. (+) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность именно как комплексную систему, стимулирующую планомерные социальные инвестиции бизнеса

4. (+) совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования корпоративной социальной ответственности бизнеса, включая корпоративную благотворительность
5. - принять законодательный акт, устанавливающий обязательные сроки и формы корпоративной отчетности по социальной ответственности
6. - проводить отраслевые совещания и региональные форумы по обобщению опыта внедрения российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами

Вопрос: 55 Элемент, который в дополнение к традиционной модели корпоративной социальной ответственности должен подключиться для ее эффективной реализации в современных российских условиях

1. - стейкхолдеры
2. - бизнес
3. - работники
4. (+) региональная власть
5. - работодатели

Вопрос: 56 Условие необходимое для того, чтобы российские компании имели возможность использовать отчетность по международным стандартам

1. (+) повышение роли частного сектора в инвестировании экономики
2. (+) рационализация управления в российском бизнесе
3. (+) повышение конкурентоспособности российских компаний
4. (+) активизация выхода российского бизнеса на международные фондовые рынки
5. - технологическое перевооружение российских компаний
6. - повышение инновационной активности российского бизнеса

Вопрос: 57 Результат реализации политики социальной ответственности, взаимоувязанной с финансовой эффективностью компании

1. - снижает риск, связанный с реализацией основной деятельности и повышает стоимость капитала
2. - снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулирующими органами
3. (+) создаёт и поддерживает бренд компании
4. - улучшает человеческие отношения и производительность работников

Вопрос: 58 Две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности

1. - увеличение прибыли и снижение расходов
2. - характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов
3. (+) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации
4. - минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса

Вопрос: 59 Инструмент, который может быть использован для повышения эффективности благотворительной деятельности компаний

1. (+) диалоги

2. (+) общественные консультации «лицом к лицу» с различными группами заинтересованных сторон
3. (+) оценка эффективности социальных программ
4. - целевые государственные программы
5. - налоговые льготы

Вопрос: 60 Теория или концепция, получившая распространение после 1980 года вплоть до начала XXI в.

1. - концепция «заинтересованных сторон»
2. (+) концепция «этики бизнеса»
3. - теория «устойчивого развития»
4. - теория «корпоративного гражданства»

Вопрос: 61 Основная причина лидерства именно европейских компаний в общемировых списках лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию

1. (+) высокий уровень экологичности производств (при постоянно снижающейся энергоёмкости)
2. - высокие темпы роста доходов компаний
3. - низкие показатели по безработице
4. - большое число инвестиционных проектов
5. - низкий уровень расходов на производство и сырьё

Вопрос: 62 Негативные последствия недоработок и ошибок в развитии корпоративной социальной ответственности в современной России

1. (+) инвестированные средства расходуются неэффективно
2. (+) консервируется устаревшая структура социальной сферы
3. (+) возникает сомнение в способности властей представлять действительные интересы общества
4. (+) обострение существующих проблем в условиях многочисленных моногородов
5. - общее снижение эффективности производства
6. - снижение производительности труда

Вопрос: 63 Подход к изучению корпоративной социальной ответственности, который устанавливает взаимосвязь между социально ответственным поведением компании и ее финансовыми показателями

1. (+) стратегический
2. - инструментальный
3. - классический
4. - методологический
5. - корпоративный

Вопрос: 64 Международный стандарт, действующий по принципу «триединого итога», лежащий в основе индекса Доу-Джонса

1. (+) Global Reporting Initiative – GRI
2. - IFRS
3. - EcoMaterial 1.0/2009
4. - ИСО серии 14000

5. - ИСО 10012:2003

Вопрос: 65 Критерий правовых норм (правил поведения)

1. - добровольность выполнения правил поведения
2. - обеспечение обязательности правовых норм принудительной силой государства
3. - соблюдение единых для всех норм деловой этики
4. (+) наличие правовых норм в законе
5. - разумность и справедливость правил поведения

Вопрос: 66 Временной период развития корпоративной социальной ответственности в России, который характеризовался стабилизацией социальной инфраструктуры, когда предприятия стали применять долгосрочный горизонт планирования и выгоды применения социальной политики в перспективе

1. - 1990-1995 гг.
2. - 1998-2000 гг.
3. - 2000-2005 гг.
4. (+) 2005-20010 гг.
5. - 1980-1988 гг.

Вопрос: 67 Этическим правилам внутри компании можно придать юридически обязательный характер ...

1. (+) включив этические правила в учредительные и локальные документы компаний
2. - применяя этические правила в процессе регулирования правоотношений внутри саморегулируемых организаций
3. - наработав судебную практику по экономическим спорам
4. - предприниматель должен уяснить содержание этических правил с целью соблюдения требований законодательства

Вопрос: 68 В США содержание понятия «деловая этика» ...

1. - подразумевает ответ на «какие правила игры являются правильными?»
2. - не является синонимом словосочетания «соблюдение законодательства»
3. (+) сфокусировано на корпоративной социальной ответственности
4. - близко к понятию «соблюдение законодательства»

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), критерии и шкалы оценивания (в отсутствие утвержденных соответствующих локальных нормативных актов на факультете)

Примерные вопросы к зачету по дисциплине

1. Корпоративная социальная ответственность: понятие, сущность, значение
2. Объекты корпоративной социальной ответственности.
3. Типы социальной ответственности.
4. Основные атрибуты системы КСО и их особенности.
5. Основные теоретические подходы к пониманию сущности КСО (Т.Левитт, М.Фридман; Дж.Гелбрейт; пирамида Кэрролла, концепция корпоративной восприимчивости, концепция корпоративного гражданства, концепция стейкхолдеров и т.д.)

6. Основные принципы реализации социальной ответственности
7. Понятия «социальная ответственность» и «социальное реагирование»: сходство и различия.
8. Корпорация как моральный агент. Корпоративная миссия. Корпоративная стратегия. Корпоративный имидж. Корпоративная репутация.
9. Корпоративная социальная ответственность и социально-трудовые отношения
10. Социальное партнерство и международное регулирование социально-трудовых отношений. Опыт стран Европейского союза в развитии социального партнерства в сфере трудовых отношений.
11. Сущность и принципы социального партнерства. Трипартизм.
12. Социальные инвестиции: ключевые признаки, основные направления
13. Предпосылки формирования концепции устойчивости. Генезис развития.
14. Принципы устойчивого развития на различных уровнях и их взаимосвязь.
15. Ключевые показатели устойчивого развития на уровне компании (Dow Jones Sustainability Index, Global 100, GRI (Global Reporting Initiative))
16. Построение корпоративной системы социальной ответственности в организации: факторы, принципы, основные подходы.
17. Факторы, влияющие на изменение внутренней социальной ответственности организаций.
18. Актуальные вопросы социальной ответственности цифровых платформ.
19. Социальная хартия российского бизнеса. Рейтинг социальной ответственности
20. Направления социальных программ компании. Типы социальных программ компании
21. Оценка эффективности корпоративных социальных программ
22. Корпоративный социальный отчет: цель формирования, типы оценок.
23. Ключевые аспекты составления социального отчета компании
24. Понятие и критерии эффективности корпоративной социальной ответственности
25. Инструменты конструирования положительного имиджа компании. Социальная акция. Спонсорство, филантропия.
26. Сущность и проблемы социального маркетинга. Риски реализации программ социально-ответственного маркетинга (Cause Related Marketing).
27. Этические ограничения и самоограничения в применении Cause Related Marketing.
28. Cause Related Marketing: цели, задачи, типы, элементы организации.
29. Социальная реклама как инструмент информирования о социальной ответственности компаний: понятие, принципы, задачи и функции.
30. Критерии оценки эффективности социальной рекламы.
31. Национальные модели корпоративной социальной ответственности
32. Основные характеристики и этапы краудсорсингового проекта.
33. Корпоративная социальная ответственность в современной России: проблемы и перспективы развития
34. Социальная ответственность бизнеса и социальное предпринимательство: сходство и различия.
35. Социальное предпринимательство в России: барьеры и перспективы развития

Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям. Самостоятельная работа включает: проработку конспекта лекций и учебной литературы, поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, а также выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях.

Одним из важных методов самостоятельной работы студента является работа с научной литературой. При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой позволяют экономить время и повышают продуктивность. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Основные *приемы* можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что выходит за рамки официальной учебной деятельности и расширяет общую культуру);
- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит экономить время);
- определить, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть;
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц);
- если книга – собственная, то допускается делать на полях книги краткие пометки или же в конце книги, на пустых страницах просто сделать свой «предметный указатель», где отмечаются наиболее интересные мысли и обязательно указываются страницы в тексте автора;
- следует выработать способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать);

Таким образом, чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Грамотная работа с научной литературой, предполагает соблюдение ряда правил. Прежде всего, при такой работе необходимо сознательное усвоение прочитанного, осмысление его, стремление дойти до сути, невозможен формальный, поверхностный подход, механическое заучивание, простое накопление цитат, выдержек. При работе над книгой требуется определенная последовательность.

Вначале следует ознакомиться с оглавлением, содержанием предисловия или введения. Это дает общую ориентировку, представление о структуре и вопросах, которые рассматриваются в книге. Следующий этап – чтение. Первый раз целесообразно прочитать книгу с начала до конца, чтобы получить о ней цельное представление. При повторном чтении происходит постепенное глубокое осмысление каждой главы, критического материала и позитивного изложения; выделение основных идей, системы аргументов, наиболее ярких примеров и т.д. Непременным правилом чтения должно быть выяснение незнакомых слов, терминов, выражений, неизвестных имен, названий. Важная роль принадлежит библиографической подготовке студентов. Она включает в себя умение активно, быстро

пользоваться научным аппаратом книги, справочными изданиями, каталогами, умение вести поиск необходимой информации, обрабатывать и систематизировать ее.

В рамках учебной деятельности основным для студентов является изучающее чтение – оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом.

Научная методика работы с литературой предусматривает также ведение записи прочитанного. Это позволяет привести в систему знания, полученные при чтении, сосредоточить внимание на главных положениях, зафиксировать, закрепить их в памяти, а при необходимости вновь обратиться к ним.

Одной из форм обучения студентов, направленных на организацию и повышение уровня их самостоятельной работы, а также на усиление контроля за этой работой является написание реферата.

Целью написания реферата является приобретение навыков самостоятельной работы с литературой с тем, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты могли делать собственные выводы теоретического и практического характера, обосновывая их соответствующим образом.

Реферат более объемный вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определенную тему на семинарах, конференциях.

Регламент озвучивания реферата – 7-10 мин.

Слово "реферат" (от латинского – *referre* – докладывать, сообщать) означает сжатое изложение в устной или письменной форме содержания какого-либо вопроса или темы на основе критического обзора информации.

При подготовке реферата необходимо соблюдать следующие правила. Определить идею и задачу реферата. Следует помнить, что реферат будут читать другие. Поэтому постоянно задавайте себе вопрос, будет ли понятно написанное остальным, что интересного и нового найдут они в работе.

Ясно и четко сформулировать тему или проблему. Она не должна быть слишком общей.

Найти нужную литературу по выбранной теме. Составить перечень литературы, которая обязательно должна быть прочитана.

После предварительной подготовки следует приступать к написанию реферата. Прежде всего, составить план, выделить в нем части.

Введение, в котором раскрывается цель и задачи сообщения; здесь необходимо сформулировать социальную или политическую проблему, которая будет проанализирована в реферате, изложить своё отношение к ней, то есть мотивацию выбора; определить особенность постановки данной проблемы авторами изученной литературы; объяснить актуальность и социальную значимость выбранной темы.

Основная часть. Разделы, главы, параграфы основной части должны быть направлены на рассмотрение узловых моментов в теме реферата. Изложение содержания изученной литературы предполагает его критическое осмысление, глубокий логический анализ.

Каждый раздел основной части реферата предполагает детальное изучение отдельного вопроса темы и последовательное изложение структуры текстового материала с обязательными ссылками на первоисточник. В целом, содержание основной части должно отражать позиции отдельных авторов, сравнительную характеристику этих позиций, выделение узловых вопросов дискурса по выбранной для исследования теме.

Студент должен показать свободное владение основными понятиями и категориями авторского текста. Для лучшего изложения сущности анализируемого материала можно проиллюстрировать его таблицами, графиками, сравнением цифр, цитатами.

Заключение. В заключении автор реферата должен сформулировать личную позицию в отношении изученной проблемы и предложить, может быть, свои способы её решения. Целесообразно сделать общие выводы по теме реферата и ещё раз отметить её актуальность и социальную значимость.

Список использованных источников и литературы.

Начать реферат можно с изложения яркого, впечатляющего факта, который требует пояснения. Далее изложение должно идти от простого – к сложному. Не останавливайтесь на подробностях. Главное требование к реферату - максимум пользы для читателя при минимуме информации.

В зависимости от содержания и назначения в учебном процессе рефераты можно подразделить на две основные группы (типы): научно-проблемные и обзорно-информационные.

Научно-проблемный реферат. При написании такого реферата студент должен изучить и кратко изложить имеющиеся в литературе суждения по определенному, спорному в теории, вопросу (проблеме) по данной изучаемой теме, высказать по этому вопросу (проблеме) собственную точку зрения с соответствующим ее обоснованием.

На основе написанных рефератов возможна организация «круглого стола» студентов данной учебной группы. В таких случаях может быть поставлен доклад студента, реферат которого преподавателем признан лучшим, с последующим обсуждением проблемы всей группой студентов.

Обзорно-информационный реферат. Разновидностями такого реферата могут быть:

- 1) краткое изложение основных положений той или иной книги, монографии, другого издания (или их частей: разделов, глав и т.д.) как правило, только что опубликованных, содержащих материалы, относящиеся к изучаемой теме по курсу дисциплины. По рефератам, содержание которых может представлять познавательный интерес для других студентов, целесообразно заслушивать в учебных группах сообщения их авторов;
- 2) подбор и краткое изложение содержания статей по определенной проблеме (теме, вопросу), опубликованных в различных журналах за тот или иной период, либо в сборниках («научных трудах», «ученых записках» и т.д.). Такой реферат может рассматриваться и как первоначальный этап в работе по теме курсовой работы.

Темы рефератов определяются преподавателем, ведущим занятия в студенческой группе. Литература либо рекомендуется преподавателем, либо подбирается студентом самостоятельно, что является одним из элементов самостоятельной работы.

Объем реферата должен быть в пределах 15-20 страниц машинописного текста через 1,5 интервала. При оформлении реферата необходимо ориентироваться на правила, установленные для оформления курсовых работ.

Написание реферата и его защита перед преподавателем или группой предполагает, что студент должен знать правила написания и оформления реферата, а также уметь подготовить сообщение по теме своего реферата, быть готовым отвечать на вопросы преподавателя и студентов по содержанию реферата.

Роль студента: написание реферата имеет особенности, касающиеся: выбора литературы (основной и дополнительной); изучения информации (уяснение логики материала источника, выбор основного материала, краткое изложение, формулирование выводов); оформления реферата согласно установленной форме.

Критерии оценки:

- актуальность темы;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;

- грамотность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата требованиям.

Важной частью самостоятельной работы студента является написание эссе.

Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Цель эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей. Написание эссе позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные понятия, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать опыт соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов.
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы.

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире. Стиль отражает особенности личности.

Эссе по содержанию бывают:

- описательные,
- повествовательные,
- рефлексивные,
- критические,
- аналитические,
- литературные и др

Признаки эссе

Можно выделить некоторые общие признаки (особенности) жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях:

1. *Небольшой объем.*

Каких-либо жестких границ, не существует. Объем эссе - от трех до семи страниц компьютерного текста.

2. *Конкретная тема и подчеркнута субъективная ее трактовка.*

Тема эссе всегда конкретна. Эссе не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает только один вариант, одну мысль. И развивает ее. Это ответ на один вопрос.

3. *Свободная композиция - важная особенность эссе.*

Эссе по своей природе устроено так, что не терпит никаких формальных рамок. Оно нередко строится вопреки законам логики, подчиняется произвольным ассоциациям, руководствуется принципом "Всё наоборот".

4. *Непринужденность повествования.*

Автору эссе важно установить доверительный стиль общения с читателем; чтобы быть понятным, он избегает намеренно усложненных, неясных, излишне строгих построений. Считается, что хорошее эссе может написать только тот, кто свободно владеет темой, видит ее с различных сторон и готов предъявить читателю не исчерпывающий, но многоаспектный взгляд на явление, ставшее отправной точкой его размышлений.

5. *Склонность к парадоксам.*

Эссе призвано удивить читателя (слушателя) - это, по мнению многих исследователей, его обязательное качество. Отправной точкой для размышлений, воплощенных в эссе, нередко является афористическое, яркое высказывание или парадоксальное определение, буквально сталкивающее на первый взгляд бесспорные, но взаимоисключающие друг друга утверждения, характеристики, тезисы.

6. *Внутреннее смысловое единство*

Возможно, это один из парадоксов жанра. Свободное по композиции, ориентированное на субъективность, эссе вместе с тем обладает внутренним смысловым единством, т.е. согласованностью ключевых тезисов и утверждений, внутренней гармонией аргументов и ассоциаций, непротиворечивостью тех суждений, в которых выражена личностная позиция автора.

7. *Ориентация на разговорную речь*

В то же время необходимо избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона. Язык, употребляемый при написании эссе, должен восприниматься серьезно. Итак, при написании эссе важно определить (уяснить) его тему, определить желаемый объем и цели каждого параграфа.

Начните с главной идеи или яркой фразы. Задача - сразу захватить внимание читателя (слушателя). Здесь часто применяется сравнительная аллегория, когда неожиданный факт или событие связывается с основной темой.

Правила написания эссе

- Из формальных правил написания эссе можно назвать только одно - наличие заголовка.
- Внутренняя структура эссе может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок.
- Аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.

Ошибки при написании эссе

1 Плохая проверка.

Не думайте, что можно ограничиться лишь проверкой правописания.

Перечитайте свои эссе и убедитесь в том, что там нет каких - либо двусмысленных выражений, неудачных оборотов и т. д.

2 Утомительные предисловия. Недостаточное количество деталей.

Слишком часто интересное эссе проигрывает в том, что представляет собой перечисление утверждений без иллюстрации их примерами. Для эссе характерны обычные клише: важность усердной работы и упорства, учеба на ошибках и т. д.

3 Многословие.

Эссе ограничены определенным количеством слов, поэтому вам необходимо разумно распорядиться этим объемом. Иногда это означает отказ от каких-то идей или подробностей, особенно, если они уже где-то упоминались или не имеют непосредственного отношения к делу. Такие вещи только отвлекают внимание читателя (слушателя) и затмевают основную тему эссе.

4 Длинные фразы.

Длинные фразы еще не доказывают правоту автора, а короткие предложения часто производят больший эффект. Лучше всего, когда в эссе длинные фразы чередуются с короткими. Не перегружайте эссе.

При написании эссе отбросьте слова из энциклопедий. Неправильное употребление таких слов отвлекает внимание, приуменьшает значение эссе.

Методические материалы для проведения процедур оценивания результатов обучения

Для подготовки к контрольным работам и тестам студентов рекомендуется:

Самостоятельно дать письменный ответ на вопрос, рассматриваемый в рамках учебной дисциплины. Содержание ответа на поставленный вопрос включает: знание теории, выделение актуальных проблем данной темы в сфере общественной жизни.

Качество письменной работы оценивается, прежде всего, по тому, насколько самостоятельно и правильно студент раскрывает содержание главных вопросов темы, использует знание рекомендованных к теме первоисточников. При изложении материала следует стремиться к тому, чтобы каждое теоретическое положение было убедительно аргументировано и всесторонне обосновано, а также подкреплено практическим материалом.

Ключевым моментов в облегчении подготовки к **контрольным работам и тестам** является активная работа студентов на занятиях (внимательное прослушивание и тщательное конспектирование лекций, активное участие в практических занятиях) и регулярное повторение материала и выполнение домашних заданий. В таком случае требуется минимальная подготовка, заключающаяся в повторении и закреплении уже освоенного материала.

Устный опрос (По всем разделам дисциплины).

Преподаватель ставит студентам вопросы по содержанию изученного материала и побуждает их к ответам, выявляя, таким образом, степень его усвоения.

Критерии ответов студентам во время устного опроса:

5 баллов	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, активно участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемые решения, демонстрирует способность к самостоятельной работе.
3-4 балла	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал, иногда демонстрирует способность к самостоятельной работе.

1-2 балла	Студент демонстрирует фрагментарное знание основной теории. На занятиях ведет себя пассивно.
0 баллов	Студент не участвует в работе.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Критерии оценки презентации доклада (сообщения): Презентация доклада (сообщения) на семинаре

9-10 баллов	Студент активно занимался подготовкой презентации, в том числе с использованием современной экономической литературы, глубоко погружен в тему и может ответить на любой вопрос относительно ее содержания. Сама презентация логически построена, орфографически и стилистически грамотная, содержит интересные данные и вызывает у присутствующих живой интерес. Выступающему задают дополнительные уточняющие вопросы.
7-8 баллов	Студент занимался подготовкой презентации, владеет темой и может ответить на большинство вопросов относительно ее содержания. Однако материал проанализирован недостаточно глубоко. Сама презентация логически построена, содержит орфографические и стилистические ошибки и вызывает у присутствующих интерес.
5-6 баллов	Студент слабо занимался подготовкой презентации, плохо разбирается в теме и не может ответить на вопросы относительно ее содержания. Сама презентация логически плохо построена, содержит орфографические и стилистические ошибки, не вызывает у присутствующих интереса.
менее 5 баллов	Студент не подготовил презентацию или она не отвечает критериям качества

Критерии оценки подготовленного эссе:

9-10 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал глубокое погружение в тему, сформулировал и обосновал собственную точку зрения на проблемы. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно, содержит разнообразные примеры из практики/теории, подтверждающие выводы.
7-8 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал недостаточно глубокое погружение в тему, в формулировке собственной точки зрения присутствуют отдельные недостатки. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно.
5-6 баллов	Присутствует нарушение структуры эссе. Студент демонстрирует поверхностное знание и понимание темы; не сформулировал собственную точку зрения. Эссе содержит стилистические и орфографические ошибки
менее 5 баллов	Эссе не раскрывает содержание проблемы и/или является плагиатом.

Критерии оценки подготовленного реферата:

11-15 баллов	Реферат логически выстроен и содержание излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, отсутствуют орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
6-10 баллов	В реферате не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует отдельную специализированную лексику, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, однако присутствуют отдельные незначительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
1-5 баллов	В реферате полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует отдельную специализированную лексику, допускает отдельные, но значительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют недостаточно обоснованные выводы.
менее 1 балла	Реферат содержит бессистемно представленный текст. Студент не ориентируется в источниках, не использует специализированную лексику, допускает большое количество значительных орфографических, пунктуационных, стилистических, фактических ошибок. Текст реферата несамостоятельный, вторичный, отсутствуют выводы.

Критерии выполнения разбора кейса:

11-15 баллов	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, тем самым дает исчерпывающие ответы на все вопросы, а также правильно решает задачу
6-10 баллов	В ответе не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы на вопросы, поставленные в кейсе.
1-5 баллов	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них,

	использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы.
менее 1 балла	Ответ излагается бессистемно, речь несвязанная. Студент не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы

Круглый стол

Концепция круглого стола: на обсуждения приглашаются специалисты (преподаватели, занимающиеся данной проблематикой, специалисты исследовательских центров и т.д.), внутри группы студентов выбирается модератор, который будет организовывать дискуссию.

Остальные студенты становятся участниками круглого стола. Начинается круглый стол с выступления преподавателя и приглашенных участников, затем сообщения делают участники семинара (мини-выступления по 5-7 мин.). Участники излагают собственную точку зрения на современные проблемы, возникающие в сфере делового общения, аргументируют свою позицию, задают вопросы коллегам, коллективно обсуждают пути решения данных проблем. Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии выступлений студентов во время проведения «Круглого стола»:

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к круглому столу дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, демонстрирует знание иностранных и отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание только отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, способен самостоятельно формулировать проблемы, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры
1-2 балла	Выставляется студенту, если он неуверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Развернутая беседа

Концепция развернутой беседы: предполагает подготовку всех студентов по каждому вопросу плана, занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления студентов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя.

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии оценки участия студента в развернутой беседе:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, подобрал статистический материал, подтверждающий его позицию, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры из практики разрешения проблем в разных странах, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал;
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Дискуссия

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии оценки участия студента в дискуссии

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к дискуссии дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, собрал разнообразные примеры, подтверждающих позицию, демонстрирует знание российской и зарубежной практики по решению обозначенных проблем, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание отечественных работ по проблематике дискуссии, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Деловая игра

Ожидаемые результаты: научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и умения, которые потребуются для успешной реализации делового общения.

Критерии оценки участия студента в деловой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры продемонстрировал навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения. Проявил гибкость и креативность мышления, способность критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения, не смог критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.

«Мозговой штурм»

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов обсуждать спорные/ дискуссионные вопросы; повысить мотивацию неактивных студентов; сформировать банк идей для последующей работы, обсуждения

Критерии оценки участия студента в «мозговом штурме»

1-2 балла	Выставляется студенту, если он активно участвовал в мозговом штурме, в проведении и оценке результатов;
0 баллов	Выставляется студенту, если он не проявил активности в проведении и оценке результатов мозгового штурма.

Ролевая игра

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и характеристики, которые были приобретены ими в ходе освоения учебной дисциплины.

Критерии оценки участия студента в ролевой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы, продемонстрировал гибкость и креативность мышления, способность отобрать необходимый материал, провести сравнительный анализ предложенных концепций и достойно отстаивать выбранную позицию
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы в области социологии рождаемости, не смог критически осмыслить поставленную проблему и отобрать необходимый материал.

Коллоквиум

Коллоквиум представляет собой разновидность опроса студентов по пройденной проблематике, в центре которого стоят вопросы, задаваемые преподавателем. Преподаватель формулирует вопрос к одному из студентов, он дает свой ответ, затем остальные студенты имеют возможность дополнить ответ данного студента. Вопросы преподавателя могут вытекать один из другого, быть взаимосвязанными, наводящими, и т.п.

Критерии оценки участия студента в коллоквиуме:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, хорошо логически выстраивает ответ, приводит адекватные примеры, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию.
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал.
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал.
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Критерии оценки ответов на вопросы зачета:

40 баллов за вопрос	Выставляется студенту, если он обнаруживает всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала; способен творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; - владеет понятийным аппаратом дисциплины; демонстрирует способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в вопросе проблематики; подтверждает теоретические постулаты примерами из социальной практики
менее 40 баллов	Выставляется студенту, если он обнаруживает значительные пробелы в знаниях основного программного материала; допускает принципиальные ошибки в ответе на вопрос билета; демонстрирует незнание теории и практики социологии глобализации.

Критерии оценки ответов на вопросы экзамена:

29-40 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы.
19-28 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 несущественные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Студент испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.
9-18 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Студент испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.
0-8 баллов	Выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах

	экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности в использовании научной терминологии.
--	---

Обоснование балльной системы оценки

Балльная структура оценки

Посещение лекций – **0,5 балла за посещение 1 лекционного занятия**

Активная работа на семинарах – **5 баллов (максимальное количество баллов за работу на 1 семинарском занятии)**

Презентация доклад (сообщения) на семинаре- **10 баллов**

Подготовка эссе – **10 баллов**

Подготовка реферата – **15 баллов**

Разбор кейсов – **8 баллов**

Практическое задание – **15 баллов**

Внутрисеместровая аттестация (внутрисеместровое тестирование) – 20 баллов

Итоговое испытание (зачет/экзамен)– 40 баллов

Шкала перевода баллов в традиционную шкалу оценки

Трудоемкость каждой учебной дисциплины рассчитывается по формуле: **50 баллов \times количество кредитов — это 100%**.

1. Кредит – это единица измерения трудоемкости учебной дисциплины. Балл – это единица оценки качества выполнения работы студентом.

В балльно-рейтинговой системе 1 кредит соответствует 50 баллам.

Для перевода баллов, набранных студентом, в проценты необходимо использовать формулу:

$$z = \frac{100\% * y}{x}, \text{ где}$$

z — сумма набранных баллов студентом (%).

x — трудоемкость каждой учебной дисциплины (балл);

y — сумма набранных баллов студентом (балл).

Экзамен:

- $z > 85\%$ выставляется оценка «5»;
- $65\% < z < 85\%$ выставляется оценка «4»;
- $50\% < z < 65\%$ выставляется оценка «3»;
- $20\% < z < 50\%$ выставляется оценка «2»;
- $z < 20\%$ выставляется оценка «1».

Зачет:

- $z > 50\%$ выставляется оценка «зачет»;
- $z < 50\%$ выставляется оценка «не зачет»;

7. Ресурсное обеспечение:

7.1. Перечень основной и дополнительной литературы

А. Основная литература.

Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика : учеб. пособие для студентов вузов. / А. Д. Зарецкий, Т. Е. Иванова. - М. : КНОРУС, 2021. - 292 с.

Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности (учебник) Сер.58. Бакалавр. Академический курс. М.: Юрайт, 2019. 338 с.

Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавриата и магистратуры/ Е.Завьялова, Ю. Зайцев, Н.Студеникин. - М.: Юрайт, 2017, 2018

Корпоративная социальная ответственность: уч. пособие для студентов вузов под ред. Бондаренко В.В. – М.:Инфра- М, 2017

Aluchna M., Idowu S. The Dynamics of Corporate Social Responsibility A Critical Approach to Theory and Practice. Springer International Publishing Switzerland, 2017 DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-39089-5> режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-39089-5>

Blagov, Y., Aray, Y. The emergence of social entrepreneurship in Russia // Social Enterprise Journal, 2019, Vol. 15 No. 2. P. 158-178.

Managing Sustainable Business. An Executive Education Case and Textbook Ed. By Gilbert N. Craig Smith - G. Lenssen Springer, Dordrecht, 2019. режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-94-024-1144-7?page=2#editorsandaffiliations>

Б) дополнительная литература:

Вилло С.Ф. Чрезвычайные негативные события в контексте корпоративной социальной ответственности// Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент, 2015. (1): 125–150. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23480703_95087411.pdf

Арай Ю., Бурмистрова, Т. Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве// Российский журнал менеджмента. 2014. №12(4). С. 55–78. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_22808042_87321450.pdf

Бабакаев С.В., Виноградова М.В., Кулямина О.С. Корпоративная социальная ответственность бизнеса: перспективы развития негосударственного пенсионного обеспечения в оценках руководителей российских компаний // Социальная политика и социология. 2017. Т. 16. № 4 (123). С. 42–50. DOI: 10.17922/2071-3665-2017-16-4-42-50

Благов Ю.Е., Кабалина В.И., Петрова-Савченко А.А., Соболев И.С. Создание ценности для бизнеса и для общества: анализ корпоративной социальной ответственности российских компаний// Российский журнал менеджмента, 2015. Том 13, № 2. С.57-98 URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23846448_55507790.pdf

Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2014. 272 с. URL: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_007557059/

Гладких В.В., Грибкова Г.И., Ульянова Е.В. Корпоративное волонтерство как перспективное направление социально-культурного партнерства: особенности, преимущества и перспективы развития // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. Тамбов, 2019. Т. 24, № 179. С. 113-120. DOI 10.20310/1810-0201-2019-24-179- 113-120

Даньшина В.В. Зарубежный опыт реализации социальной ответственности бизнеса// Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2017. № 40. С.152-170

Измайлова М. А. Устойчивое развитие как новая составляющая корпоративной социальной ответственности // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2021. Т. 12. № 2. С. 100–113 <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2021.12.2.100-113>

Кельчевская Н. Р., Черненко И. М., Попова Е. В. Влияние корпоративной социальной ответственности на инвестиционную привлекательность российских компаний // Экономика региона. — 2017. — Т. 13, вып. 1. — С. 157-169

Киварина М. Корпоративное гражданство – современный способ ведения бизнеса//Российское предпринимательство. 2016. Т17. № 19. С. 2485-2494 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnoe-grazhdanstvo-sovremennyu-sposob-vedeniya-biznesa>

Маркеева А. В., Калиновская К. В. Модернизация корпоративной социальной ответственности на различных этапах жизненного цикла организации // Креативная экономика. — 2018. — Т. 12, № 11 DOI: 10.18334/ce.12.11.39532

Мартин Р., Осберг С. Выходя за рамки лучшего. Как работает социальное предпринимательство. – М.: Фонд "Наше будущее", Smartreading, 2019. Режим доступа: <http://nb-forum.ru/library/books/kniga-vihodya-za-ramki-luchshego>

Нарциссова С.Ю., Шеркунов С.А. Корпоративная социальная ответственность. – М.: "Академия МНЭПУ", 2018. 167 с. режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=34973242>

Пономарев С. В. Корпоративная социальная ответственность в Европе: что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейские рынки // Евро инфо корреспондентский центр. Пермь, 2014. - URL: <http://permtpp.ru/upload/iblock/58c/kso.pdf>

Российский бизнес и Цели устойчивого развития. Сборник корпоративных практик. / Е. Н. Феоктистова, Г. А. Копылова, М. Н. Озерянская, М. В. Москвина, Н. И. Хофманн, Д. Р. Пуртова — РСПП, Москва, 2018г. — 200 стр. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/b/2/b24091d44c9660fcf3a9fdad6551b88f.pdf>

Сотрудничество бизнеса и власти для достижения устойчивого развития экономики : монография / под общ. ред. О.В. Кузнецова, М.Е. Родионовой, П.С. Селезнева / О. А. Горбунова, В. Ю. Диденко, Маркеева А.В., и др. — Москва: Инфра-М, 2019. — 308 с.

Туркин С. Как выгодно быть добрым. Сделайте свой бизнес социально ответственным. М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. 381 с. Режим доступа: <https://b-ok.cc/book/3694098/649499>

Фридман. М. Капитализм и свобода. М.: Фонд Либеральная миссия, 2006. 236 с. Режим доступа: <https://b-ok.cc/book/583114/e73164>

Чеглакова, Л., Батаева, Б., & Мелитонян, О. Характерные черты социальной ответственности и этики в организациях малого бизнеса в России//Российский журнал менеджмента. 2018. №16(1). С. 63–94. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu18.2018.103> URL: <https://rjm.spbu.ru/article/view/900>

Blagov, Yi. The Search for a New Model of Corporate Sustainability: Evidence from the CSR Strategies of Leading Russian Companies. 2019. 25-26. Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=41593287>

Kinard, B.R., Lecal M.P. Cause-Related Marketing: The Effect of Check out Charity Requests on Consumer Donation Behavior// Atlantic Marketing Journal ISSN: 2165-3879 (print), 2165-3887(electronic). 2017.6(2),77-91. URL:<https://digitalcommons.kennesaw.edu/amj/vol6/iss2/6/>

Okpara, J., Idowu, S. Corporate Social Responsibility Challenges, Opportunities and Strategies for 21st Century Leaders.- Berlin. Springer Heidelberg. 2013. 296 p. DOI: 10.1007/978-3-642-40975-2 режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-642-40975-2>

Levitt, T. The dangers of social-responsibility. Harvard business review, 1958, 36(5), 41-50.

Porter M., Kramer M. George Serafeim Where ESG Fails//Institutional Investor, October 16, 2019 режим доступа: <https://sharedvalue.org.au/wp-content/uploads/2019/11/Where-ESG-Fails--Institutional-Investor.pdf>

Porter M., Kramer M. The competitive advantages of corporate philanthropy// Harvard Business Review. Dec, 2002, 5-16.

Rubin, J., and Carmichael C. Reset: Business and Society in the New Social Landscape. Columbia University Press, 2018, <https://doi.org/10.7312/rubi17824>.

Scott, E. Ethics and Human Resource Management/ Practicing Professional Ethics in Economics and Public Policy, 2016, pp. 215-219 режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-94-017-7306-5>

Wood, Donna J. Corporate Social Performance //Organizational Behavior. Volume 11. 2015. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom110041>

7.2. Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства (подлежит обновлению при необходимости)

7.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем (подлежит обновлению при необходимости)

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Интернет-ресурсы:

	Web-адрес
1. Журнал «Социс. Социологические исследования»	http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm -
2. Ассоциация менеджеров. Комитет по КСО	https://amr.ru/committees/kso/materials/
3. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8 Менеджмент	http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/
4. Российский журнал менеджмента	https://rjm.spbu.ru/
5. Отчеты консалтинговой компании MCKinsey	http://www.mckinsey.com/
6. отчеты консалтинговой компании AC Nielsen	http://www.nielsen.com/
7. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество)»	http://www.spa.msu.ru/page_162.html
8. Государственное управление. Электронный вестник	http://e-journal.spa.msu.ru/
9. Журнал "Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность"	https://1economic.ru/journals/social
10. Журнал "Экономическая социология"	https://ecsoc.hse.ru/
11. Журнал "Harvard Business Review. Россия"	https://hbr-russia.ru/
12. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент"	http://mgubs.ru/about-2/bulletin/
13. Платформа Accelerist	http://accelerist.com/
Портал Engage for good	https://engageforgood.com/
14. SustainAbility	https://sustainability.com/
15. The Global RepTrack	https://www.reptrak.com/rankings/
16. UN Global Compact	https://www.unglobalcompact.org/
17. Портал "Новый бизнес. Социальное предпринимательство"	http://nb-forum.ru
18. Global Reporting Initiative	https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx
19. Российский союз промышленников и предпринимателей	http://www.rspp.ru/

- | | | |
|-----|--|---|
| 20. | Shelton GRP | https://sheltongrp.com/ |
| 21. | Лаборатория социальной рекламы | http://www.soclaboratory.ru/ |
| 22. | Теплица социальных технологий | https://te-st.ru/ |
| 23. | Ad Council | https://www.adcouncil.org/ |
| 24. | Games for Change | www.gamesforchange.org |
| 25. | Фонд региональных социальных программ "Наше будущее" | http://www.nb-fund.ru/ |

7.5.Описание материально-технического обеспечения.

Для занятий предусматривается аудитория, позволяющая организовать фронтальное взаимодействие, а также интерактивное взаимодействие в группах и между группами обучающихся, а также современные технические средства обучения (видеопроjectionное оборудование для презентаций, средства звуковоспроизведения, в зависимости от разрабатываемых проектов может понадобиться интерактивная доска и др.). Для организации самостоятельной работы имеется доступ к Интернет-ресурсам, учебникам и базам данных.

8. Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП указано в Общей характеристике ОПОП.

9. Разработчик (разработчики) программы к.соц.н., доц. Маркеева А.В.