

Министерство образования и науки Российской Федерации
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ «НИНХ»

Кафедра корпоративного управления и финансов

**МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ
ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

Для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент»
профилям

«Менеджмент организации»

«Управление проектами»

«Управление малым бизнесом»

«Производственный менеджмент»

Новосибирск 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

	Стр.
РАЗДЕЛ 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ (СЕМИНАРСКИМ) ЗАНЯТИЯМ	4
РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ	24
РАЗДЕЛ 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	27

РАЗДЕЛ 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ (СЕМИНАРСКИМ) ЗАНЯТИЯМ

Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям выполнены в соответствии с планами практических (семинарских) занятий, представленными в рабочей программе дисциплины.

Тема 1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности

Вопросы:

1. Понятие корпоративной социальной ответственности. Понятие социальной политики. Преимущества реализации корпоративной социальной ответственности.
2. Социальная ответственность бизнеса – экономические, политические, экологические, социальные аспекты. Модель А. Кэррола. Бизнес и общество — взаимодействие, этика бизнеса.
3. Корпоративная социальная ответственность в стратегическом управлении.
4. Концепции социально-ответственного бизнеса: теория корпоративного эгоизма, теория корпоративного альтруизма, теория разумного эгоизма.
5. Государство как фактор корпоративной социальной политики – создание условий для развития социальной политики предприятий.
6. Составляющие корпоративной социальной ответственности: отношения с местным сообществом, экономическая ответственность, экологическая ответственность, ответственность перед персоналом, права человека.
7. Принципы корпоративной социальной ответственности. Качества корпоративной социальной политики — системность, прозрачность, широта, многообразие. Уровни корпоративной социальной ответственности.
8. Виды корпоративной социальной ответственности. Внутренняя и внешняя социальная ответственность.
9. Модели корпоративной социальной ответственности. Американская модель. Континентальная европейская модель. Британская модель. Российская модель корпоративной социальной ответственности.
10. Типология режимов социального государства (Г.Эспинг-Андерсен).
11. Понятие, модели социального партнерства.

Задания для самостоятельной работы:

- 1) Самостоятельное изучение темы.
- 2) Составление плана темы и закрепление изученного материала.

По данной теме студенты выполняют эссе.

На занятии проводится опрос по самостоятельно изученному материалу темы, отражающий уровень освоения темы, глубину полученных и понятых знаний и сведений.

Пример реализации внутренней корпоративной социальной ответственности

ГК Terrasoft. Кейс «10 %»

Группа компаний Terrasoft — поставщик комплексных решений в сфере управления отношениями с клиентами (CRM) для компаний разных отраслей и видов деятельности через свою партнерскую сеть Terrasoft представлена в 30 странах мира.

Основной актив компании — люди, команда талантливых профессионалов, единомышленников, которых связывает общее дело, работа ради достижения результата. Чтобы получить успешные инновации, нужно помочь сотрудникам озвучить хорошие идеи, а затем — воплотить их в жизнь. Для этого нужна особая — открытая корпоративная культура, в которой каждый сотрудник может активно предлагать и реализовывать свои замыслы. В Terrasoft для воплощения идей сотрудников готовы предоставить главное — временной ресурс (а значит, опосредованную финансовую поддержку).

Во II полугодии 2010 года стартовал новый проект: предоставить возможность каждому члену нашей команды реализовать свои задумки, которые могут быть интересны компании (клиентам, партнерам), на что выделяется 10 % рабочего времени.

Основная задача проекта — дать возможность каждому сотруднику развиваться как в профессиональном, так и в личностном плане. Люди знают, что ни одна предложенная идея не останется без внимания — от усовершенствования программных продуктов, до организации мероприятий для сотрудников или оформления офиса. Эта инициатива была встречена с большим интересом (и даже вдохновением!): в первые же дни поступило около 40 заявок; не прекращается поток предложений и сейчас.

Выделяемое на личное творчество время можно использовать по-разному: «10 %» — это или четыре часа в неделю, или два рабочих дня в месяц или 1,2 месяца в год. Кому как удобнее — по частям или «накапливая». Если сотрудник «накопил» достаточно времени для реализации своей идеи, он может реализовать проект там, где ему удобно: в офисе, дома, на природе и пр. Возможны как индивидуальные проекты, так и командные: к интересной разработке может примкнуть любой работник компании.

Презентовал проект «10 %» для всей компании, а также координирует усилия по его реализации отдел работы с персоналом.

На корпоративном сайте постоянно освещается ход реализации каждого проекта, здесь сотрудники могут принять участие в его обсуждении.

Для каждого сотрудника компании в начале списка мотиваторов стоит «самореализация». В качестве основного стимула к работе ее указали более 75% опрошенных «айтишников» (программистов, архитекторов, консультантов

по внедрению, тестировщиков) и 95% специалистов сервисных департаментов. Реализация такого проекта является значимым инструментом мотивации сотрудников компании.

Сегодня в компании уже запущено в работу более 30 проектов, причем над реализацией семи из них работают целые команды. Благодаря новым идеям сотрудников уже пополнилась продуктовая линейка Terrasoft, усовершенствовались внутренние регламенты, изменилось оформление офиса, были проведены замечательные корпоративные мероприятия.

Библиографические источники:

Основное (обязательное) обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики монография : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот.: 080100 "Экономика", 080200 "Менеджмент" / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев ; Кемер. гос. ун-т. – М. 2011. Одобрено УМО.

Б) Учебные пособия:

1. Силласте Г. Г. Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
<http://znanium.com/bookread.php?book=241575>

В) Научная литература:

- 1.Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2011
2. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.
3. Симхович В.А. "Корпоративная социальная ответственность. Философско-управленческие аспекты современного бизнеса" М.: Дикта, 2011

Дополнительное обеспечение

А) Учебные пособия:

1.Гольшев В.Г. Применение норм гражданского законодательства об ответственности: Учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2009 (Серия "Научные издания для юристов").

Б) Научная литература:

1. Алейник С.А. Корпоративные нормы: определение понятия // Вестник Российской правовой академии. 2003. N 3.
2. Аналитический вестник N 26 (278). "Корпоративная социальная ответственность в современной России теория и практика". Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Аналитическое управление аппарата Совета Федерации. - М., 2005.
3. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. - М., 2003.
4. Корпоративная социальная ответственность. Управленческий аспект. М.: КноРус, 2008
5. Матвиенко А. Я. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивости предприятия – М.: Наука и образование, 2011г.
6. Открытая корпоративная отчетность как триединый итог экономической, социальной, экологической ответственности компании / АФК "Система". Библиотека менеджера. - М., 2004.

Тема 2. Направления и инструменты корпоративной социальной политики

Вопросы:

1. Виды социально-ответственных направлений деятельности компании: продвижение корпоративной благотворительности, благотворительный маркетинг, корпоративный социальный маркетинг, корпоративная филантропия, волонтерская работа, социально-ответственный подход к ведению бизнеса.
2. Понятие социального менеджмента. Социальные программы бизнеса.
3. Социальный кодекс корпорации.
4. Инструменты реализации социальных программ: благотворительные пожертвования и спонсорская помощь, делегирование сотрудников компании, денежные гранты, корпоративное спонсорство, корпоративный фонд, социальные инвестиции, социально-значимый маркетинг.

Задания для самостоятельной работы:

- 1) Самостоятельное изучение темы.
- 2) Составление плана темы и закрепление изученного материала.

На занятии проводится опрос по самостоятельно изученному материалу темы, отражающий уровень освоения темы, глубину полученных и понятий

знаний и сведений.

Используемые интерактивные формы обучения: анализ ситуаций профессиональной деятельности. Компания ОАО «Днепроспецсталь». Кейс «Экспериментальная площадка».

Для профиля «Менеджмент организации» по данной теме предполагается 6 часа лабораторных занятий. Студенты в компьютерных классах работают по выполнению поставленного задания с использованием сети Интернет.

Задание:

1. Выберите любую российскую компанию, изучите ее корпоративный социальный кодекс (кодекс этики).
2. Дайте характеристику состава кодекса, принципов, заложенных в социальную платформу компании.
3. Назовите, что вас не удовлетворяет в оцениваемом кодексе, что вы ставите под сомнение.
4. Насколько успешно компания придерживается своего корпоративного социального кодекса, имеются ли примеры его нарушения.

Библиографические источники:

Основное (обязательное) обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики монография : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот.: 080100 "Экономика", 080200 "Менеджмент" / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев ; Кемер. гос. ун-т. – М. 2011. Одобрено УМО.

Б) Учебные пособия:

1. Силласте Г. Г. Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
<http://znanium.com/bookread.php?book=241575>

В) Научная литература:

1. Благоев Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2011
2. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.

Дополнительное обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Голышев В.Г. Применение норм гражданского законодательства об ответственности: Учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2009 (Серия "Научные издания для юристов").

Б) Научная литература:

1. Алейник С.А. Корпоративные нормы: определение понятия // Вестник Российской правовой академии. 2003. N 3.

2. Корпоративная социальная ответственность : общественные ожидания потребители, менеджеры, лидеры обществ. мнения и эксперты оценивают социал. роль бизнеса в России / [под ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова] - М. Ассоциация менеджеров, 2003.

3. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. - М., 2003.

4. Корпоративная социальная ответственность. Управленческий аспект. М.: КноРус, 2008

5. Матвиенко А. Я. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивости предприятия – М.: Наука и образование, 2011г.

Тема 3. Макрорегуляторы социального развития предприятий

Вопросы:

1. Концепция устойчивого развития. Устойчивое развитие бизнеса с точки зрения агентской теории, корпоративной социальной эффективности, использования ресурсов, стейкхолдеров.

2. Концепция микрокредитования М.Юнуса.

5. Индексы устойчивого социального развития компании — «социальные» Доу-Джонс, Никкей. Рейтинги деловой репутации компаний.

6. Социальная отчетность, социальные балансы и регуляторы, интернет присутствие.

7. Международные некоммерческие организации и их взаимодействие с международными корпорациями в области социальной политики.

8. Добровольная лесная сертификация. Международные стандарты в области корпоративной социальной политики, сертификация по принципам FSC.

9. Значение и принципы функционирования Международной организации труда, Европейского союза, Организации по экономическому сотрудничеству и развитию, Международной торговой палаты, Лесного попечительского совета.

Задания для самостоятельной работы:

- 1) Самостоятельное изучение темы.
- 2) Составление плана темы и закрепление изученного материала.

Домашнее задание:

Кейс «Хотите узнать правду о товарах?»

Stiftung Warentest (сокращённо SW) – это независимая организация частного права, созданная в 1964 г. правительством Федеративной Республики Германии, исключительной задачей которой является информирование потребителей путём проведения сравнительных тестов на научной основе для исследования качества исследуемых товаров и услуг. Источником информации для потребителей служат издаваемый организацией журнал test и Finanztest, а также онлайн-портал test. de. SW находится на самофинансировании, на 90% - за счёт продажи журналов и предоставления платной информации в Интернете, и является, таким образом, независимой от производителей и правительства. Благодаря своим публикациям оценками качества тестируемых продуктов с одной стороны, и с помощью публикаций в прочих СМИ с другой, аудитория SW составляет более половины потребителей в Германии.

В 2002 г. SW в рамках отдельных тестов продуктов начал дополнительно информировать потребителей о степени социально-экологической ответственности компаний, предлагающих эти продукты. После двух лет подготовки, в течение которых велись активные дискуссии с представителями потребителей и компаний, а также независимыми учёными, был разработан тест CSR (Corporate Social Responsibility- корпоративная социальная ответственность) Stiftung Warentest.

Из изначально установленного списка «основных критериев CSR» выбирают подходящие критерии, которые дополняются несколькими критериями, касающимися определённого продукта. Для этих критериев предписан ряд индикаторов, отражающих степень их выполнения. Из составленного таким образом каталога критериев формулируется анкета с подробными пояснениями, которая рассылается компаниям - реализаторам, а если это важно для исследования, то и производителям тестируемого продукта.

Перед самым оцениванием, полученные ответы проверяют, если это возможно, на основании трёх доступных источников и крытых запросов от потребителей. Этот второй уровень отличает методику Stiftung Warentest от узконаправленных CSR-опросов, которые проводятся другими исследовательскими организациями.

Но принципиальным отличием является третий уровень: эксперты SW посещают с согласия компании саму компанию и её производственные точки, для того, чтобы удостовериться на месте в правильности предоставленных ответов. Даже если это не даст полной картины, и если в случае с многоуровневыми процессами производства невозможно проследить всю цепочку, то всё равно уже можно составить более чёткое представление о

реальном положении дел у производителя и компании, чем путём обычного опроса.

В 2004 г. были запущены опросы, которые помогли дать ответы на следующие вопросы: Реально ли вообще проводить CSR-тестирования в предполагаемой форме? Насколько тесно сотрудничают компании - реализаторы и производители? Какой объём затрат на проведение такого тестирования? Как реагируют читатели на публикации информации о социально-экологической ответственности? Ведь именно потребители являются целевой аудиторией.

В результате пилотных проектов были получены чёткие ответы на эти вопросы. Проводить CSR-тестирования вполне под силу, затраты на них и усилия значительные, но возможности облегчить задачу есть. Готовность к сотрудничеству компаний была различной: от категорического отказа, ограниченной готовности предоставлять данные без согласия на визит эксперта, до полной готовности к сотрудничеству и прозрачности. Очевидными были огромные затраты на проведения такого тестирования, они были намного выше по сравнению с затратами на обычное тестирование.

Для того чтобы выяснить, как реагируют читатели на новое информационное предложение, мы поручили Институту Рынок/экология/общество (imug) в Ганновере провести соответствующее исследование. Было установлено следующее.

Опрос подписчиков журнала test показал, что большая часть читателей обратила внимание на новое информационное предложение. 77% просмотрели эту информацию, 31% «скорее внимательно» прочитали, а 27%- даже «очень внимательно».

По поводу продолжения таких CSR-тестов организацией Stiftung Warentest 91 % опрошенных высказался позитивно, а 9%- негативно: 56% высказались за неограниченное проведение; 35% - только при условии, что тестирование продукции тоже будет проводиться, 6% сказали, что такое тестирование ненужно, а 3% не хотят больше таких тестов «ни в коем случае».

Неизменной популярностью у потребителей пользуются тестирования продуктов питания. Здесь часто оказывается, что высокая цена не всегда является гарантией качества. Именно в случае с продуктами питания дополнительная информация о социально- экологической деятельности фирмы-производителя является очень важной, причём в первую очередь потребителей интересует экологический аспект. Например, CSR-исследование варёных окороков выявило достаточно неприглядную картину. В вопросах выращивания свиней некоторые эко-фермеры продемонстрировали высокую степень ответственности, здесь можно было не только проследить всю цепочку от свиньи до конечного продукта, но и получить подтверждающие документы о происхождении кормов. Это, конечно, повысило итоговую CSR-оценку. Но, к сожалению, некоторые из этих так замечательно изготовленных продуктов показали плохие результаты в микробиологическом исследовании, которое всегда проводится в конце «срока пригодности». В некоторых образцах были обнаружены бактерии. Причина: разные торговые сети устанавливают очень

большие сроки пригодности для этого чувствительно продукта, чтобы его можно было дольше держать на полке магазина. Тем самым все предыдущие усилия производителя сводятся к нулю, что особенно обидно и для производителей, и для потребителей.

Интересные данные показал CSR-тест стиральных машин. Впервые несколько партнёрских организаций ICRT (Международная потребительская ассоциация) участвовали в этом исследовании по методике Stiftung Warentest. То есть были привлечены разные компании с различными моделями, произведёнными частично в разных странах мира. Ещё перед началом исследование это очень взволновало некоторые компании, хотя эти опасения в ходе оценивания CSR оказались напрасными. Рецепт успеха - единая философия фирмы, особенно если она не ограничивается единым менеджментом качества, а охватывает единый «кодекс поведения» и его имплементацию в сфере CSR-критериев. Правда, в некоторых случаях были выявлены небольшие различия в социальных стандартах на производственных точках, в частности, в Западной Европе ситуация на Юге отличается от ситуации на Севере, а разница между Западной и Восточной Европой была ещё более очевидной. Наиболее яркий пример связан с одной итальянской фирмой, чьи производственные точки в Швеции, и особенно в Финляндии, не очень охотно шли на сотрудничество, в отличие от фабрики в самой Италии. Единая философия фирмы у другого производителя проявлялась, напротив, как в низких социальных стандартах, так и низком уровне прозрачности.

Какие ещё важные результаты можно достичь с помощью CSR-теста Stiftung Warentest?

Уже перед началом первого исследования CSR, а именно тестирования ветровок, одно крупное немецкое торговое предприятие оказывало постоянную поддержку в его разработке. Исходя из значимости этого предприятия на рынке, мы включили в тестирование его продукцию, а также само предприятие для исследования его CSR- параметров. Не только сотрудничество с ним было успешным, но и результат, который оно показало в CSR-тестировании, был один из лучших. Но, к сожалению, ветровка этой фирмы получила лишь «достаточно» за качество из-за низкой водонепроницаемости. С таким результатом вряд ли можно привлечь покупателей, даже тех, которым важна социально-экологическая деятельность фирмы. Из этого можно сделать вывод: социально - экологическая деятельность не может компенсировать низкого качества продукции.

Но этот тест имел также и другой положительный эффект. Одна очень известная фирма, предлагающая оборудование для наружной установки, ветровка которой также была включена в тестирование, сначала не хотели идти на сотрудничество, и, несмотря на наши уговоры и письма, даже не заполнила нашу анкету. Но после того как вышел журнал с результатами тестирования, где было указано, что «фирма отказалась предоставлять данные», а он вышел тиражом 600 000 экземплярам, и согласно статистике, его прочитали 3,5 млн. читателей, мы получили запрос их главного офиса фирмы относительно того, не поздно ли ещё заполнить анкету? Вывод: что касается CSR-тестов, то сам

факт опубликования уже имеет эффект, даже не принимая во внимание оценку качества продукта.

Производители игрушечных машин с дистанционным управлением также неохотно шли на сотрудничество. Хотя 8 из 13 фирм-реализаторов заполнили нашу анкету, но от производителей, расположенных в основном в Китае, ответ так и не пришёл. Фирмы также не позволили нашим экспертам посетить фабрики. Вывод: на «рынке производителей» CSR-тестирование поводить намного сложнее, чем на «рынке фирм-реализаторов».

Но в целом наблюдался быстрый рост готовности к сотрудничеству. Даже те, кто вначале категорически отказывался идти на контакт,- большие магазины-дисконтеры, уже пересматривают свои позиции. В целом, на сотрудничество идёт около 80% фирм, так что в большинстве случаев благодаря таким исследованиям потребители могут получить много дополнительной информации. Вывод: всё меньше компаний и производителей позволяют себе отказываться от положительного имиджа социально ответственного предприятия.

Stiftung Warentest

Задание:

1. Проведите исследование – есть ли в России фирмы, подобные компании Stiftung Warentest, которые информируют потребителей путём проведения сравнительных тестов на научной основе для исследования качества исследуемых товаров и услуг и их экологической безопасности.
2. Опишите систему, уровни, показатели тестирования. Охотно ли российские компании участвуют в таких тестированиях?
3. Где публикуются результаты тестов? Пользуются ли российские потребители подобной информацией? Доверяют ли они ей?

Для профиля «Менеджмент организации» по данной теме предполагается 4 часа лабораторных занятий. Студенты в компьютерных классах работают по выполнению поставленного задания с использованием сети Интернет.

Задание:

1. Выберите любую российскую компанию, проведите оценку ее социальной политики и определите индексы устойчивого социального развития — «социальные» Доу-Джонс, Никкей.
2. Определите социальные балансы и регуляторы выбранной компании — интернет присутствие, наличие социального кодекса корпорации.
3. Приведите результаты рейтингов деловой репутации выбранной компании. Рассмотрите взаимодействие компаний с международными некоммерческими организациями.

Библиографические источники:

Основное (обязательное) обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики монография : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот.: 080100

"Экономика", 080200 "Менеджмент" / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев ; Кемер. гос. ун-т. – М. 2011. Одобрено УМО.

Б) Учебные пособия:

1. Силласте Г. Г. Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
<http://znanium.com/bookread.php?book=241575>

В) Научная литература:

1. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.
2. Симхович В.А. "Корпоративная социальная ответственность. Философско-управленческие аспекты современного бизнеса" М.: Дикта, 2011

Дополнительное обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Голышев В.Г. Применение норм гражданского законодательства об ответственности: Учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2009 (Серия "Научные издания для юристов").

Б) Научная литература:

1. Корпоративная социальная ответственность : общественные ожидания потребители, менеджеры, лидеры обществ. мнения и эксперты оценивают социал. роль бизнеса в России / [под ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова] - М. Ассоциация менеджеров, 2003.
2. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. - М., 2003.
3. Корпоративная социальная ответственность. Управленческий аспект. М.: КноРус, 2008
4. Матвиенко А. Я. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивости предприятия – М.: Наука и образование, 2011г.

Тема 4. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной политики

Вопросы:

1. Внутренняя среда социальной политики: содержание и инструменты.
2. Направления внутренней социальной политики. Коллективный договор.
3. Внешняя среда социальной политики: содержание, объекты и инструменты.
4. Международные стандарты качества ISO. Типы предприятий по специфике и масштабам социальной политики, универсальные и специальные социальные гарантии для работников.
5. Формальные и неформальные регуляторы трудовых отношений и социальной политики. Уровень социальной защищенности работника.
6. Роль государства в развитии и поддержании корпоративной социальной ответственности – правовое регулирование, налоговая политика, институциональная политика. Создание эффективной системы социальной ответственности.
7. Социальная ответственность бизнеса и приоритетные национальные проекты в России. Идеология социально-ответственного предпринимательства.
8. Экономический контекст корпоративной социальной ответственности, мотивация предпринимателей в отношении социальной политики предприятий в России. Социальные установки о роли предпринимателей в общественном развитии.
9. Деятельность фондов местного развития, СМИ, общественных организаций, ассоциации менеджеров в отношении развития корпоративной социальной ответственности.
10. Группы стейкхолдеров. Работа корпорации со стейкхолдерами.

Задания для самостоятельной работы:

- 1) Самостоятельное изучение темы.
- 2) Составление плана темы и закрепление изученного материала.

По данной теме студенты (3 года обучения) выполняют эссе.

На занятии проводится опрос по самостоятельно изученному материалу темы, отражающий уровень освоения темы, глубину полученных и понятых знаний и сведений.

Используемые интерактивные формы обучения: кейс-метод - Шприцевая паника вокруг компании Pepsi Cola.

Пример. Ознакомьтесь с этическими нормами и кодексом чести транснациональной корпорации JOHNSON& JOHNSON

Этические нормы и кодекс чести корпорации JOHNSON& JOHNSON

Постулаты веры, этические нормы	Кодекс чести компании
1. Мы верим, что наша первая забота – врачи, медсестры, родители, матери и все	1. Мы несем первостепенную ответственность перед врачами, сиделками

те, кто пользуется нашими продуктами и услугами	и пациентами, которые пользуются нашими товарами и услугами
2. Все, что мы создаем для нужд потребителей, должно быть только высочайшего качества	2. Все наши товары должны отвечать требованиям клиентов и быть только лучшего качества
3. Мы должны непрерывно работать над снижением затрат, чтобы поддерживать цены на доступном уровне	3. Мы должны постоянно уменьшать издержки и обеспечивать разумные цены
4. Заказы наших клиентов должны исполняться быстро и аккуратно	4. Мы должны ставить интересы клиента выше собственных
5. Наши поставщики и дистрибьютеры должны иметь возможность получать справедливые требования	5. Наши поставщики и дистрибьютеры должны иметь возможность получать хороший доход
6. Мы ответственны за сотрудников, работающих по всему миру	6. Мы ответственными перед нашими работниками, мужчинами и женщинами, которые трудятся вместе с нами по всему миру
7. Каждый должен рассматриваться как личность	7. Каждый сотрудник требует индивидуального подхода
8. Мы должны уважать сотрудников и признавать их достижения	8. Следует уважать заслуги и достоинство каждого служащего
9. Сотрудники должны иметь чувство безопасности и защищенности в своей работе	9. Служащие должны чувствовать уверенность в своей работе
10. Вознаграждения должны быть справедливыми и адекватными, а условия работы – безопасными	10. Оплата должна быть честной и адекватной, а в процессе работы должны обеспечиваться чистота, порядок и безопасность
11. Сотрудники должны иметь свободу выдвигать предложения и подавать жалобы	11. Работники должны свободно вносить предложения и жаловаться на то, что их не устраивает
12. Для людей с равной квалификацией должны предоставляться равные права в найме и продвижении	12. Необходимы равные для всех возможности для совершенствования и продвижения по службе
13. Наш менеджмент должен быть достаточно компетентным, и его действия должны быть адекватными и этичными	13. Мы должны обеспечить компетентное управление, наши поступки должны быть правильными и этичными
14. Мы ответственны за общество, в котором живем и работаем, и за мировое сообщество в целом	14. Мы ответственны за свои действия
15. Мы должны быть добропорядочными гражданами – поддерживать хорошую работу и благотворительную деятельность, достойно нести бремя налогов	15. Мы должны быть добропорядочными гражданами, поддерживать хорошие начинания, вести благотворительную деятельность и честно платить налоги
16. По мере возможности мы должны	16. Мы должны способствовать

способствовать прогрессивным общественным переменам в сферах здравоохранения и образования	улучшению жизни граждан, охране их здоровья и образованию
17. Мы должны содержать в хорошем порядке недвижимость, которой пользуемся, защищать окружающую среду и природные ресурсы	17. Мы должны содержать в хорошем состоянии собственность с тем, чтобы охранять окружающую среду и природные ресурсы
18. Мы ответственны перед нашими акционерами	18. Мы несем ответственность перед нашими акционерами
19. Бизнес должен приносить приемлемую прибыль	19. Бизнес должен приносить хорошую прибыль
20. Мы не должны бояться новых идей	20. Мы должны экспериментировать с новыми идеями
21. Мы должны проводить научные исследования, внедрять инновации и нести ответственность за ошибки	21. Необходимо проводить исследования, развивать инновационные программы и платить за свои ошибки
22. Мы должны применять и приобретать современное оборудование и осуществлять продуктовые инновации	22. Необходимо приобретать и применять новое оборудование для создания продуктовых инноваций
23. Мы должны иметь необходимые резервы, чтобы переживать трудные времена	23. Необходимо создавать резервы на «черный» день
24. Наша забота в соответствии с этими принципами будет приносить значительную отдачу вашим акционерам	24. Работая в соответствии с этими принципами, мы должны обеспечивать акционерам гарантированный возврат вложенных средств

Пример социально ответственного поведения компании

ОАО «Завод «Фиолент». Кейс «Договор на всю жизнь».

Симферопольский завод «Фиолент» — крупнейший в Украине производитель ручного профессионального электроинструмента, микромашин и систем корабельной автоматики, лидер среди стран постсоветского пространства в своем сегменте. Bureau Veritas сертифицировало большинство разработок предприятия на соответствие требованиям системы менеджмента качества. Дилерская сеть компании охватывает Россию, Беларусь, Казахстан, Молдову, Польшу, Австрию.

Общая численность персонала предприятия — около 2 тыс. человек.

Несмотря на то, что трудовые отношения четко регламентированы законодательством Украины, к сожалению, не на каждом предприятии созданы хорошие условия труда, выплачивается достойное вознаграждение, обеспечивается социальная защита и поддержка сотрудников в непростых жизненных ситуациях. Механизмом защиты прав членов коллектива (включая новичков и ветеранов труда) является Коллективный договор (КД). На заводе

«Фиолент» это не формальный документ, а действенный инструмент.

Сохраняя верность многолетним традициям, коллектив поддерживает четкую, стройную и прозрачную систему колдоговорных отношений. В нем заложена база для работы профсоюзного комитета по защите социально-экономических прав членов коллектива. Обеспечение реализации основных положений КД — это тот стержень, вокруг которого строится работа всего предприятия. Его положения обязательны для всех подразделений и всех сотрудников — от стажера до председателя правления. В условиях экономических трудностей особенно важна социальная направленность колдоговора: укрепление здоровья сотрудников, стимулирование к производительному труду, обеспечение в коллективе благоприятного психологического климата.

Коллективный договор на 2012–2013 год состоит из 11 разделов и 16 приложений, охватывающих все стороны деятельности предприятия: обеспечение работой, оплата труда, режим труда и отдыха, условия, охрана и безопасность труда и пр. Проверяет выполнение условий КД специальная комиссия, которую возглавляет главный инженер завода Евгений Николаенко. Фактически, за их соблюдение и выполнение отвечает каждый сотрудник «Фиолента», хотя есть ответственные лица, которые контролируют выполнение каждого пункта.

— Главное достояние завода — люди, их светлые головы и золотые руки. Воспитывать в человеке техническое мышление нужно начинать еще со школьных лет. Компания целенаправленно работает с молодежью — от школьника до молодого специалиста, формирует заинтересованность в работе на предприятии. К примеру, уже 15 лет завод приглашает детей сотрудников на практику во время летних каникул, - главный инженер завода Евгений Николаенко.

Александр Баталин, председатель правления ОАО «Завод «Фиолент»:

«Сегодня наиболее важная задача для любого предприятия — обеспечить стабильный приток и профессиональный рост молодых специалистов: только так можно гарантировать преемственность, передачу накопленных знаний и опыта. Реализация политики, направленной на воспитание собственных специалистов и управленцев дает положительные результаты. Молодежь приходит работать на завод: за последние два года в коллектив влились более 40 молодых специалистов, многие из которых уже сделали карьеру — сейчас занимают высокие должности. На предприятии работают целые трудовые династии».

Девиз коллектива завод «Фиолент»: «Общность интересов и взаимное доверие, внимание и благосостояние».

Библиографический список:

Основное (обязательное) обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики монография : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот.: 080100

"Экономика", 080200 "Менеджмент" / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев ; Кемер. гос. ун-т. – М. 2011. Одобрено УМО.

Б) Учебные пособия:

1. Силласте Г. Г. Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
<http://znanium.com/bookread.php?book=241575>

В) Научная литература:

- 1.Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2011
- 2.Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.
- 3.Симхович В.А. "Корпоративная социальная ответственность. Философско-управленческие аспекты современного бизнеса" М.: Дикта, 2011

Дополнительное обеспечение

А) Учебные пособия:

1.Голышев В.Г. Применение норм гражданского законодательства об ответственности: Учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2009 (Серия "Научные издания для юристов").

Б) Научная литература:

1. Аналитический вестник N 26 (278). "Корпоративная социальная ответственность в современной России теория и практика". Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Аналитическое управление аппарата Совета Федерации. - М., 2005.
- 2.Корпоративная социальная ответственность : общественные ожидания потребители, менеджеры, лидеры обществ. мнения и эксперты оценивают социал. роль бизнеса в России / [под ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова] - М. Ассоциация менеджеров, 2003.
3. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. - М., 2003.
- 4.Корпоративная социальная ответственность. Управленческий аспект. М.: КноРус, 2008
- 5.Матвиенко А. Я. Корпоративная социальная ответственность как фактор

устойчивости предприятия – М.: Наука и образование, 2011г.

6. Феоктистова Е. "О корпоративной социальной ответственности в России" Акционерное общество: вопросы корпоративного управления , № 5(72) Май 2010.

Тема 5. Развитие корпоративной социальной политики в России и за рубежом

Вопросы:

1. Этапы развития корпоративной социальной ответственности в XX веке (Фредерик и Грюниг): социальная ответственность фирм, корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная способность к реагированию, корпоративная социальная нравственность, социальный разум.
2. Неоклассические, менеджералистские и государственнические интерпретации социальной ответственности.
3. Возникновение и развитие корпоративной социальной ответственности в США.
4. Возникновение и развитие корпоративной социальной ответственности в Европе.
5. Развитие корпоративной социальной политики и ответственности в России.
6. Патернализм советского типа. Социальная инфраструктура предприятий и социальная ответственность советского типа.
7. Этапы развития в постсоветский период. Смена парадигмы устройства и развития бизнеса.

Задания для самостоятельной работы:

- 1) Самостоятельное изучение темы.
- 2) Составление плана темы и закрепление изученного материала.

На занятии проводится опрос по самостоятельно изученному материалу темы, отражающий уровень освоения темы, глубину полученных и понятых знаний и сведений.

По данной теме студенты (3 года обучения) выполняют эссе.

Используемые интерактивные формы обучения:

- 1) беседа по вопросам тенденций развития и современного состояния корпоративной социальной ответственности в США, Европе и России. Оценка уровней развития корпоративной социальной ответственности в разных странах.
- 2) дискуссия о становлении, особенностях и перспективах современного

построения и развития корпоративной социальной ответственности в России.

Библиографический список:

Основное (обязательное) обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики монография : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот.: 080100 "Экономика", 080200 "Менеджмент" / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев ; Кемер. гос. ун-т. – М. 2011. Одобрено УМО.

Б) Учебные пособия:

1. Силласте Г. Г. Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
<http://znanium.com/bookread.php?book=241575>

В) Научная литература:

1. Благоев Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2011
2. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.
3. Симхович В.А. "Корпоративная социальная ответственность. Философско-управленческие аспекты современного бизнеса" М.: Дикта, 2011

Дополнительное обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Голышев В.Г. Применение норм гражданского законодательства об ответственности: Учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2009 (Серия "Научные издания для юристов").

Б) Научная литература:

1. Аналитический вестник N 26 (278). "Корпоративная социальная ответственность в современной России теория и практика". Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Аналитическое управление аппарата Совета Федерации. - М., 2005.
2. Корпоративная социальная ответственность : общественные ожидания потребители, менеджеры, лидеры обществ. мнения и эксперты оценивают социал. роль бизнеса в России / [под ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова] - М. Ассоциация менеджеров, 2003.

- 2.Иванова В. Особенности формирования моделей корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах и России
4. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. - М., 2003.
- 5.Корпоративная социальная ответственность. Управленческий аспект. М.: КноРус, 2008
- 6.Матвиенко А. Я. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивости предприятия – М.: Наука и образование, 2011г.
7. Феоктистова Е. "О корпоративной социальной ответственности в России" Акционерное общество: вопросы корпоративного управления , № 5(72) Май 2010.

Тема 6. Оценка и эффективность корпоративной социальной политики.
Социальный аудит и отчетность

Вопросы:

1. Институты оценки качества и эффективности корпоративной социальной ответственности.
2. Оценка внешних и внутренних социальных программ. Бизнес-эффективность социальных программ.
3. Критерии эффективности социальных программ. Результаты социальных проектов.
4. Качественные и количественные инструменты оценки корпоративной социальной политики. Индикаторы эффективности корпоративной социальной политики.
5. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности.
6. Мониторинг, опросные методы, экспертные оценки, анализ отчетности как способы контроля и оценки корпоративной социальной ответственности.
7. Нефинансовая отчетность, виды отчетов. Организация процесса отчетности. Отчетность по социальным объектам.
8. Социальный аудит. Оценки рисков, преимуществ и оптимизация социальных проектов.
9. Оценка PR эффектов. Рейтинги деловой репутации компаний. Востребованность оценки социальной политики компании.
10. Социально ответственные инвестиции. Источники и направления финансирования социальной политики компании.
11. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.

Задания для самостоятельной работы:

- 1) Самостоятельное изучение темы.
- 2) Составление плана темы и закрепление изученного материала.

Используемые интерактивные формы обучения: анализ ситуаций профессиональной деятельности. Компания ООО «БДО». Кейс «Стипендиальная программа 2010–2013».

Домашнее задание:

Внимательно изучите содержание отчета о корпоративной социальной ответственности ГК «Норильский никель». Обратите внимание на его структуру, характер сведений в нем, стиль передачи информации.

Дайте оценку:

- 1) социальной ответственности компании и взаимоотношений с заинтересованными сторонами;
- 2) стратегии развития компании;
- 3) деятельности компании в области охраны окружающей среды;
- 4) деятельности компании в области промышленной безопасности и охраны труда;
- 5) политики в отношении персонала;
- 6) содействию социально-экономическому развитию территории.

Библиографический список:

Основное (обязательное) обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики монография : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот.: 080100 "Экономика", 080200 "Менеджмент" / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев ; Кемер. гос. ун-т. – М. 2011. Одобрено УМО.

Б) Учебные пособия:

1. Силласте Г. Г. Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
<http://znanium.com/bookread.php?book=241575>

В) Научная литература:

1. Благоев Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2011
2. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.

3.Симхович В.А. "Корпоративная социальная ответственность. Философско-управленческие аспекты современного бизнеса" М.: Дикта, 2011

Дополнительное обеспечение

А) Учебные пособия:

1.Голышев В.Г. Применение норм гражданского законодательства об ответственности: Учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2009 (Серия "Научные издания для юристов").

Б) Научная литература:

1.Корпоративная социальная ответственность : общественные ожидания потребители, менеджеры, лидеры обществ. мнения и эксперты оценивают социал. роль бизнеса в России / [под ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова] - М. Ассоциация менеджеров, 2003.

2. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. - М., 2003.

3.Корпоративная социальная ответственность. Управленческий аспект. М.: КноРус, 2008

4.Матвиенко А. Я. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивости предприятия – М.: Наука и образование, 2011г.

5. Открытая корпоративная отчетность как триединый итог экономической, социальной, экологической ответственности компании / АФК "Система".

Библиотека менеджера. - М., 2004.

Инструменты оценки результативности подготовки студентов:

Домашние задания к практическому занятию выполняются на отдельном листе бумаги и сдаются преподавателю. При необходимости студент может на консультации задать все вопросы, возникшие в процессе подготовки практических заданий.

Домашние задания к практическому занятию должны быть выполнены печатным текстом на листе формата А4 (210х297мм) в редакторе Microsoft Office Word через 1,5 интервала шрифтом 14 кегля (гарнитура Times New Roman) с соблюдением полей: сверху и внизу 2 см, слева 2,5 см, справа 1,5 см, абзацный отступ – 1,25 см.

Критерии оценки выполненных заданий:

Студент правильно ответил на все вопросы, стоящие в задании – «зачтено».

Студент допустил несколько незначительных ошибок в процессе выполнения

заданий – «зачтено».

Студент допустил одну значительную ошибку в выполнении заданий – «зачтено».

Студент допустил две и более значительных ошибок в процессе выполнения заданий – «не зачтено».

РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ

Для студентов, обучающихся по направлению «Менеджмент» очная форма обучения, срок обучения 3 года, предполагается выполнение трех эссе.

Для студентов, обучающихся по направлению «Менеджмент» очная форма обучения, срок обучения 4 года, предполагается выполнение одного эссе по теме «Развитие корпоративной социальной политики в России и за рубежом».

Тема 1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности

Эссе по вопросу «Сравнение моделей корпоративной социальной ответственности: американской, континентальной европейской, британской, российской».

Задание: в эссе необходимо провести сравнительный анализ американской, континентальной европейской, британской, российской моделей корпоративной социальной ответственности. Самостоятельно определите критерии оценки и проведите оценку моделей. Критериев должно быть не менее 15. Работу можно оформить в табличной форме. Опишите свое отношение к различным моделям и выскажите мнение, какая модель более эффективная и в чём проявляется эта эффективность.

Тема 4. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной политики

Эссе по вопросу: «Лоббирование как процесс выстраивание отношений с органами государственной власти».

Задание: выразите свое мнение в отношении необходимости и важности процесса лоббирования интересов компании в органах государственной (муниципальной) власти. Как процесс лоббирования интересов компании соотносится с корпоративной социальной ответственностью? Как разделять эти процессы, если их нужно разделять? Опишите этическую сторону вопроса лоббирования интересов компании.

Тема 5. Развитие корпоративной социальной политики в России и за

рубежом

Эссе по вопросу: «Современные аспекты российской корпоративной социальной ответственности».

Задание: выразите свое мнение в отношении современных особенностей корпоративной социальной ответственности в России. В чем отличие данного явления в России и за рубежом. Дайте самостоятельную оценку. Выявите отличительные черты российской корпоративной социальной ответственности и обоснуйте их. Почему они характерны только для России? Самостоятельно определите не менее 15 отличительных черт.

Критерии оценки:

- 1) Глубина понимания проблемы.
- 2) Полнота раскрытия вопроса.
- 3) Самостоятельность точки зрения.
- 4) Правильность, полезность и нестандартность рекомендаций для менеджмента.

Объем эссе 1-2 стр. В эссе должен быть указан № группы студента, ФИО студента.

Эссе должно быть выполнено печатным текстом на листе формата А4 (210x297мм) в редакторе Microsoft Office Word через 1,5 интервала шрифтом 14 кегля (гарнитура Times New Roman) с соблюдением полей: сверху и внизу 2 см, слева 2,5 см, справа 1,5 см, абзацный отступ – 1,25 см.

Эссе выполняется в бумажном виде и сдается для проверки на кафедру.

СПИСОК ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ПО КУРСУ

Основное (обязательное) обеспечение

А) Учебные пособия:

1. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики монография : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот.: 080100 "Экономика", 080200 "Менеджмент" / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев ; Кемер. гос. ун-т. – М. 2011. Одобрено УМО.

Б) Учебные пособия:

1. Силласте Г. Г. Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
<http://znanium.com/bookread.php?book=241575>

В) Научная литература:

- 1.Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2011
- 2.Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2008.
- 3.Симхович В.А. "Корпоративная социальная ответственность. Философско-управленческие аспекты современного бизнеса" М.: Дикта, 2011

Дополнительное обеспечение

А) Учебные пособия:

- 1.Голышев В.Г. Применение норм гражданского законодательства об ответственности: Учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана, 2009 (Серия "Научные издания для юристов").

Б) Научная литература:

1. Алейник С.А. Корпоративные нормы: определение понятия // Вестник Российской правовой академии. 2003. N 3.
2. Аналитический вестник N 26 (278). "Корпоративная социальная ответственность в современной России теория и практика". Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Аналитическое управление аппарата Совета Федерации. - М., 2005.
- 3.Корпоративная социальная ответственность : общественные ожидания потребители, менеджеры, лидеры обществ. мнения и эксперты оценивают социал. роль бизнеса в России / [под ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова] - М. Ассоциация менеджеров, 2003.
- 4.Иванова В. Особенности формирования моделей корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах и России http://www.chelt.ru/2009/10-09/list_10-09.htmlзарубежных странах и России
5. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. - М., 2003.
- 6.Корпоративная социальная ответственность. Управленческий аспект. М.: КноРус, 2008
- 7.Матвиенко А. Я. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивости предприятия – М.: Наука и образование, 2011г.
8. Открытая корпоративная отчетность как триединый итог экономической, социальной, экологической ответственности компании / АФК "Система".

Библиотека менеджера. - М., 2004.

9. Феоктистова Е. "О корпоративной социальной ответственности в России" Акционерное общество: вопросы корпоративного управления , № 5(72) Май 2010.

РАЗДЕЛ 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточной аттестацией студентов по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» для очной формы обучения является: зачет. Форма проведения – тестирование на основе тестов, приведенных в фонде контрольных оценочных средств.

Критерии оценки:

51-100% верных ответов - зачтено,
0-50% верных ответов – не зачтено.

Список вопросов для подготовки к зачету:

1. Понятие корпоративной социальной ответственности. Понятие социальной политики. Преимущества реализации корпоративной социальной ответственности.
2. Социальная ответственность бизнеса – экономические, политические, экологические, социальные аспекты. Модель А. Кэррола. Бизнес и общество — взаимодействие, этика бизнеса.
3. Корпоративная социальная ответственность в стратегическом управлении.
4. Концепции социально-ответственного бизнеса: теория корпоративного эгоизма, теория корпоративного альтруизма, теория разумного эгоизма.
5. Государство как фактор корпоративной социальной политики – создание условий для развития социальной политики предприятий.
6. Составляющие корпоративной социальной ответственности: отношения с местным сообществом, экономическая ответственность, экологическая ответственность, ответственность перед персоналом, права человека.
7. Принципы корпоративной социальной ответственности. Качества корпоративной социальной политики — системность, прозрачность, широта,

многообразии. Уровни корпоративной социальной ответственности.

8. Виды корпоративной социальной ответственности. Внутренняя и внешняя социальная ответственность.

9. Модели корпоративной социальной ответственности. Американская модель. Континентальная европейская модель. Британская модель. Российская модель корпоративной социальной ответственности.

10. Типология режимов социального государства (Г.Эспинг-Андерсен).

11. Понятие, модели социального партнерства.

12. Виды социально-ответственных направлений деятельности компании: продвижение корпоративной благотворительности, благотворительный маркетинг, корпоративный социальный маркетинг, корпоративная филантропия, волонтерская работа, социально-ответственный подход к ведению бизнеса.

13. Понятие социального менеджмента. Социальные программы бизнеса.

14. Социальный кодекс корпорации.

15. Инструменты реализации социальных программ: благотворительные пожертвования и спонсорская помощь, делегирование сотрудников компании, денежные гранты, корпоративное спонсорство, корпоративный фонд, социальные инвестиции, социально-значимый маркетинг, спонсорство.

16. Концепция устойчивого развития. Устойчивое развитие бизнеса с точки зрения агентской теории, корпоративной социальной эффективности, использования ресурсов, стейкхолдеров.

17. Концепция микрокредитования М.Юнуса.

18. Индексы устойчивого социального развития компании — «социальные» Доу-Джонс, Никкей. Рейтинги деловой репутации компаний.

19. Социальная отчетность, социальные балансы и регуляторы, интернет присутствие.

20. Международные некоммерческие организации и их взаимодействие с международными корпорациями в области социальной политики.

21. Добровольная лесная сертификация. Международные стандарты в области

корпоративной социальной политики, сертификация по принципам FSC.

22. Значение и принципы функционирования Международной организации труда, Европейского союза, Организации по экономическому сотрудничеству и развитию, Международной торговой палаты, Лесного попечительского совета.

23. Внутренняя среда социальной политики: содержание и инструменты.

24. Направления внутренней социальной политики. Коллективный договор.

25. Внешняя среда социальной политики: содержание, объекты и инструменты.

26. Международные стандарты качества ISO. Типы предприятий по специфике и масштабам социальной политики, универсальные и специальные социальные гарантии для работников.

27. Формальные и неформальные регуляторы трудовых отношений и социальной политики. Уровень социальной защищенности работника.

28. Роль государства в развитии и поддержании корпоративной социальной ответственности – правовое регулирование, налоговая политика, институциональная политика. Создание эффективной системы социальной ответственности.

29. Социальная ответственность бизнеса и приоритетные национальные проекты в России. Идеология социально-ответственного предпринимательства.

30. Экономический контекст корпоративной социальной ответственности, мотивация предпринимателей в отношении социальной политики предприятий в России. Социальные установки о роли предпринимателей в общественном развитии.

31. Деятельность фондов местного развития, СМИ, общественных организаций, ассоциации менеджеров в отношении развития корпоративной социальной ответственности.

32. Группы стейкхолдеров. Работа корпорации со стейкхолдерами.

33. Этапы развития корпоративной социальной ответственности в XX веке (Фредерик и Грюниг): социальная ответственность фирм, корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная способность к реагированию, корпоративная социальная нравственность, социальный разум.

34. Неоклассические, менеджералистские и государственнические интерпретации социальной ответственности.
35. Возникновение и развитие корпоративной социальной ответственности в США.
36. Возникновение и развитие корпоративной социальной ответственности в Европе.
37. Развитие корпоративной социальной политики и ответственности в России.
38. Патернализм советского типа. Социальная инфраструктура предприятий и социальная ответственность советского типа.
39. Этапы развития в постсоветский период. Смена парадигмы устройства и развития бизнеса.
40. Институты оценки качества и эффективности корпоративной социальной ответственности.
41. Корпоративная социальная отчетность.
42. Оценка внешних и внутренних социальных программ. Бизнес-эффективность социальных программ.
43. Критерии эффективности социальных программ. Результаты социальных проектов.
44. Качественные и количественные инструменты оценки корпоративной социальной политики. Индикаторы эффективности корпоративной социальной политики.
45. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности.
46. Мониторинг, опросные методы, экспертные оценки, анализ отчетности как способы контроля и оценки корпоративной социальной ответственности.
47. Нефинансовая отчетность, виды отчетов. Организация процесса отчетности. Отчетность по социальным объектам.
48. Социальный аудит. Оценки рисков, преимуществ и оптимизация социальных проектов.
49. Оценка PR эффектов. Рейтинги деловой репутации компаний. Востребованность оценки социальной политики компании.

50. Социально ответственные инвестиции. Источники и направления финансирования социальной политики компании.

51. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.