

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета ВЛ Акопян А.В.
«31» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
«Технологии корпоративной социальной ответственности в
международной сфере»

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью в сфере международных
отношений

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2021

Автор программы

НН /Скрипникова Н.Н./

Заведующий кафедрой
Связи с общественностью

НН / Скрипникова Н.Н./

Руководитель ОПОП

НН / Скрипникова Н.Н./

Воронеж 2021

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

научить навыкам в области формирования системы корпоративной социальной ответственности; освоение теорий зарубежных и отечественных научных подходов, раскрывающих принципы, основные направления социальной ответственности бизнеса, корпоративной социальной политики; изучение теоретического опыта корпоративной социальной ответственности и практического опыта реализации корпоративной социальной ответственности за рубежом; формирование у студентов представлений о корпоративной социальной ответственности как о системе добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленной на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержание стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, построения взаимоотношений в управлении организациями, что будет способствовать приобретению соответствующих профессиональных компетенций в формировании социально-ответственного поведения человека и субъекта хозяйствования; формирование готовности к работе по развитию в организации корпоративной социальной ответственности, в том числе применяя зарубежный опыт.

1.2. Задачи освоения дисциплины

показать методологические основы корпоративной социальной ответственности; сформировать у студентов целостное представление о содержании, концепциях и особенностях становления и развития корпоративной социальной ответственности за рубежом; сформировать у студентов четкое понимание о необходимости и возможности институциональных предпосылок развития корпоративной социальной ответственности; сформировать представления формах и методах развития и корпоративной социальной ответственности в бизнесе, негосударственных организациях, учреждениях образования, средствах массовой информации и развитие умений профессионального их использования для достижения взаимовыгодных, согласованных с интересами общества целей; выработать у студентов навыки использования критериев оценки корпоративной социальной ответственности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Технологии корпоративной социальной ответственности в международной сфере» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Технологии корпоративной социальной ответственности в международной сфере» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3 - Способность участвовать в разработке коммуникационной стратегии организации

ПК-4 - Способен создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-3	Знать основы экономических, социологических, организационных и управленческих теорий в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности, в части классических и современных концепций корпоративной социальной ответственности
	Уметь осуществлять стратегическое планирование, в том числе учитывать принципы и аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации
	Владеть навыком стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-4	Знать роль КСО в системе управления современной зарубежной компанией; особенности национальных моделей КСО, институциональную базу планирования, организации и анализа КСО; этапы и процедуры включения КСО в систему стратегического и корпоративного управления; методические подходы к составлению социальной отчетности; инструменты и методы оценки КСО.
	Уметь оценивать последствия принимаемых управленческих решений, в т.ч. социальные эффекты от внедрения

	программ КСО для организации и ключевых стейкхолдеров.
	Владеть методами самоорганизации и самообразования; анализа социально-экономических проблем и процессами в организации; способами находить организационно-управленческие решения, и готов нести ответственность за их результаты; учитывать аспекты КСО при разработке и реализации стратегии организации; разрабатывать локальные документы компании в области КСО.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии корпоративной социальной ответственности в международной сфере» составляет 3 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	60	60
В том числе:		
Лекции	30	30
Практические занятия (ПЗ)	30	30
Самостоятельная работа	48	48
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость: академические часы	108	108
зач.ед.	3	3

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	12	12
В том числе:		
Лекции	6	6
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Самостоятельная работа	92	92
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость: академические часы	108	108

зач.ед.	3	3
---------	---	---

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Пра к зан.	СРС	Всего, Час
1	Теоретические концепции корпоративной социальной ответственности	Корпоративная социальная ответственность (экономика, экология и социальная политика предприятия). Корпоративное управление).	6	4	8	18
2	Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	Концепция устойчивого развития. Ключевые показатели устойчивого развития компании: российские и зарубежные методики и инструменты оценки, тенденции развития. 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.	6	4	8	18
3	Корпоративная социальная ответственность в системе коммуникаций. Корпоративный бренд и социальная ответственность	Корпоративный бренд: элементы, способы формирования и социальные технологии продвижения в	6	4	8	18

		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.				
4	Международные стандарты в области корпоративной социальной политики	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.	4	6	8	18
5	Формирование социальных маркетинговых альянсов при реализации CRM (Cause Related Marketing)	Cause Related Marketing как технология взаимодействия коммерческих организаций и некоммерческого	4	6	8	18

		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				
6	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.	4	6	8	18
Итого			30	30	48	108

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Пра к зан.	СРС	Всего, час
1	Теоретические концепции корпоративной социальной ответственности	Корпоративная социальная ответственность (экономика, экология и социальная политика предприятия). Корпоративное управление.	2	-	14	16
2	Корпоративная социальная	Концепция устойчивого	2	-	14	16

	ответственность и устойчивое развитие организации	развития. Ключевые показатели устойчивого развития компании: российские и зарубежные методики и инструменты оценки, тенденции развития. 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.				
3	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,	2	-	16	18

		принципы, задачи и функции. Развитие социальной и общественной рекламы (PSA) в России и за рубежом				
4	Международные стандарты в области корпоративной социальной политики	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.	-	2	16	18
5	Формирование социальных маркетинговых альянсов при реализации CRM (Cause Related Marketing)	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	-	2	16	18
6	Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	Понятие эффективности КСО, социальный отчет организации. Оценка эффективности КСО.	-	2	16	18

		Оценка корпоративной социальной активности. Показатели эффективности – внешние/внутренние, с позиции общества/бизнеса/социальной среды. Сопоставление эффективности финансовых и нефинансовых показателей. Корпоративный социальный отчет.				
Итого			6	6	92	104

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Комп е- тенци я	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
ПК-3	Знать основы экономических, социологических, организационных и управленческих теорий в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности, в части	Бриф, кейс-задача, эссе	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	классических и современных концепций корпоративной социальной ответственности			
	Уметь осуществлять стратегическое планирование, в том числе учитывать принципы и аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации	Бриф, кейс-задача, эссе	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть навыком стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Бриф, кейс-задача, эссе	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-4	Знать роль КСО в системе управления современной зарубежной компанией; особенности национальных моделей КСО, институциональную базу планирования, организации и анализа КСО; этапы и процедуры включения КСО в систему стратегического и корпоративного управления; методические подходы к составлению социальной отчетности; инструменты и методы оценки КСО.	Бриф, кейс-задача, эссе	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь оценивать последствия принимаемых управленческих решений, в т.ч. социальные эффекты от внедрения программ КСО для организации и ключевых стейкхолдеров.	Бриф, кейс-задача, эссе	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть методами самоорганизации и самообразования; анализа социально-экономических проблем и процессами в организации; способами находить	Бриф, кейс-задача, эссе	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	организационно-управленческие решения, и готовы нести ответственность за их результаты; учитывать аспекты КСО при разработке и реализации стратегии организации; разрабатывать локальные документы компании в области КСО.			
--	--	--	--	--

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 2 семестре для очной формы обучения, 2 семестре для заочной формы обучения по двухбалльной системе:

«зачтено»

«не зачтено»

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Зачтено	Не зачтено
ПК-3	Знать основы экономических, социологических, организационных и управленческих теорий в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности, в части классических и современных концепций корпоративной социальной ответственности	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%
	Уметь осуществлять стратегическое планирование, в том числе учитывать принципы и аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть навыком стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
ПК-4	Знать роль КСО в системе управления современной зарубежной компанией; особенности национальных	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%

моделей КСО, институциональную базу планирования, организации и анализа КСО; этапы и процедуры включения КСО в систему стратегического и корпоративного управления; методические подходы к составлению социальной отчетности; инструменты и методы оценки КСО.			
Уметь оценивать последствия принимаемых управленческих решений, в т.ч. социальные эффекты от внедрения программ КСО для организации и ключевых стейкхолдеров.	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
Владеть методами самоорганизации и самообразования; анализа социально-экономических проблем и процессами в организации; способами находить организационно-управленческие решения, и готов нести ответственность за их результаты; учитывать аспекты КСО при разработке и реализации стратегии организации; разрабатывать локальные документы компании в области КСО.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

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

- a) повышение национального дохода
- b) повышение уровня (качества) жизни
- c) получение прибыли
- d) повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей

2. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности

бизнеса:

- a) 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
- b) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства
- c) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам
- d) взаимодействие бизнеса, общества и государства

3. Кто относится к субъектам социальной ответственности?

- a) руководители предприятия, инвесторы, предприниматели
- b) предприниматели, владельцы, наблюдатели
- c) инвесторы, владельцы, работники
- d) государство, бизнес, общество и человек

4. Выделите из перечисленного ниже виды внутренней корпоративной социальной ответственности:

- a) содействие социальной безопасности, партнерские отношения с потребителями
- b) социальное страхование, социальная защита и государственные гарантии, обеспечение предоставления государственных услуг, стабильная заработная плата
- c) участие в благотворительных мероприятиях, медицинское и социальное страхование
- d) безопасность труда работников, стабильность и поддержка социально-значимой зарплаты, развитие персонала через образовательные программы, оказание помощи работникам в критических ситуациях

5. Какому понятию соответствует следующее определение: «особый тип высокоразвитого государства, обеспечивающего высокий уровень социальной защищенности всех граждан посредством активной деятельности по регулированию социальной, экономической и других сфер жизнедеятельности общества»?

- a) государство всеобщего благоденствия
- b) либеральное государство
- c) социал-демократическое государство
- d) социальное государство
- b) Основными принципами социальной политики являются принципы:
 - a) социальной свободы, социальных различий, собственности
 - b) прозрачности, открытости, иерархичности
 - c) разграничения полномочий, финансовой автономности, доступности
 - d) социальной справедливости, социального партнерства, социальных гарантий

7. Система отношений, возникающих между наемными работниками и работодателями, при посреднической роли государства по согласованию экономических

интересов и урегулированию конфликтов в социально-трудовой сфере, – это:

- a) социальное партнерство
- b) социальное распределение
- c) корпоративная социальная ответственность
- d) патернализм

8. Один из основоположников концептуальных основ корпоративной социальной ответственности:

- a) В.И. Ленин
- b) Р. Оуэн
- c) Г. Форд
- d) Л. фон Штейн

9. Понятие корпоративной социальной ответственности включает:

- a) ответственность организации перед партнерами
- b) проведение реструктуризации и организационных изменений с участием представителей высшего менеджмента компаний
- c) ответственную политику в отношении работников
- d) все вышеперечисленные варианты

10. Что из ниже перечисленного не относится к формам социальной ответственности корпорации?

- a) социальный бюджет
- b) учредительные документы
- c) корпоративный кодекс
- d) социальная программа

11. Какая модель корпоративного управления и контроля характеризуется совмещением функций владения и управления?

- a) российская
- b) англо-американская
- c) немецкая
- d) японская

12. Основными формами проявления социальной ответственности в дореволюционной России были:

- a) социальное инвестирование и реализация социальных программ
- b) благотворительность и меценатство
- c) социальные расходы и спонсорство
- d) социальное партнерство и корпоративное гражданство

13. К современным принципам государственного регулирования корпоративной социальной ответственности в России не относятся:

- a) ответственность государства перед населением за повышение уровня и качества жизни
- b) ответственность государства за экономическое и социальное развитие страны
- c) контроль над соблюдением качества товаров, работ и услуг компаний
- d) контроль над ростом выработки и производительности труда

14. Внешняя социальная политика компании направлена на:

- a) на повышение уровня жизни работников компании
- b) развитие экономического потенциала компании
- c) на урегулирование межбюджетных отношений
- d) укрепление международных связей компании

15. Социальная политика предприятия должна решать следующие задачи:

- a) защита работников, реализуемая через систему льгот и гарантий, предоставляемых государством, а также самим предприятием

- b) воспроизводство рабочей силы, реализуемое через организацию оплаты труда и ее регулирование
- c) стабилизация интересов социальных субъектов (работник, работодатель, государство), реализуемое через ее согласование
- d) все выше перечисленные варианты

16. Социальный аудит – это:

- a) комплексная и независимая оценка соблюдения требований в области экологической безопасности, экологического менеджмента и охраны окружающей среды
- b) определение, оценка личностного потенциала сотрудников и соответствия сотрудников корпоративной культуре и ценностям компании
- c) процесс, позволяющий организации оценить и продемонстрировать ее вклад в решение социальных, экономических и экологических проблем
- d) проверка финансовой отчетности и выражение мнения о её достоверности

17. Роль предотвращения возможных негативных последствий своей деятельности исполняет:

- a) компания – корпоративный гражданин
- b) компания - работодатель
- c) компания - налогоплательщик
- d) компания – заемщик капитала

18.В рамках какой модели корпоративной социальной ответственности приоритет

среди стейкхолдеров имеют акционеры и инвесторы?

- a) европейской
- b) американской
- c) японской
- d) африканской

19.Активное участие государства в корпоративном стратегическом планировании – одна из основных характеристик:

- a) канадской модели корпоративной и социальной ответственности
- b) исламской модели корпоративной и социальной ответственности
- c) католической модели корпоративной и социальной ответственности
- d) японской модели корпоративной и социальной ответственности

20. Согласно стандарту ISO 26 000 реализация такого принципа социальной ответственности, как этическое поведение, предполагает:

- a) уважение благополучия животных в тех случаях, когда организация влияет на их жизнь и существование, включая создание достойных условий содержания, разведения, производства, транспортировки и использования животных
- b) представление сведений о стандартах и критериях, относительно которых организация оценивает свою деятельность, связанную с социальной ответственностью
- c) учет взаимосвязи интересов заинтересованных сторон с устойчивым развитием
- d) соблюдение международных норм поведения

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

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. 20. Благотворительность и спонсорство ТНК: текущее состояние и перспективы развития.

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Задание: «Корпоративная социальная ответственность в социальных медиа». Каждый студент подбирает не менее 5 сообществ (групп) в социальных сетях, посвященных социальной ответственности компаний. 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». 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.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

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. Развитие интеллектуального капитала как ведущий фактор социальной ответственности. 19. Idea management как технологическая платформа и идеология инновационного развития современных предприятий. 20. Генерация идей и идея менеджмент: как организовать инновационный процесс в компании. 21. Основной фактор развития идея-менеджмент – изменения подхода к лидерству в современных организациях. 22. Социальная хартия российского бизнеса. Рейтинги социальной ответственности. 23. Направления социальных программ компании. Типы социальных программ компании. 24. Оценка эффективности корпоративных социальных программ. 25. Корпоративный социальный отчет: цель формирования, типы оценок. 26. Ключевые аспекты составления социального отчета компании. 27. Понятие и критерии «эффективности» корпоративной социальной ответственности. 28. Инструменты конструирования положительного имиджа компании. Социальная акция. Спонсорство, филантропия. 29. Сущность и проблемы социального маркетинга. 30. Этические ограничения и самоограничения в применении Cause Related Marketing. 31. Cause Related Marketing: цели, задачи, типы, элементы организации. 32. Риски реализации программ социально-ответственного маркетинга (Cause Related Marketing). 33. Социальная реклама как инструмент информирования о социальной ответственности компаний: понятие, принципы, задачи и функции. 34. Развитие социальной и общественной рекламы в России и за рубежом. 35. Психологические методы воздействия на целевую аудиторию в социальной рекламе. 36. Критерии оценки эффективности социальной рекламы. 37. Краудсорсинг в решении социальных проблем: возможности и ограничения. 38. Основные характеристики и этапы краудсорсингового проекта.

7.2.5 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Не предусмотрено учебным планом

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Критерии оценивания на зачете

Изучение дисциплины предполагает формирование у обучающихся базовых теоретических знаний, подлежащих проверке и закреплению на

семинарских занятиях, а также практических навыков работы с

Освоение дисциплины проверяется на семинарских занятиях в процессе устного ответа студента, в том числе при дискуссионном обсуждении вопросов, умении логически правильно обосновывать и отстаивать собственную точку зрения. Уровень освоения дисциплины также может быть продемонстрирован студентом в процессе подготовки сообщения, доклада, выполнения самостоятельной работы на семинарском занятии. Подготовка к семинарскому занятию должна включать в себя не только изучение лекционного материала, но и работу с основной и дополнительной литературой.

Текущий контроль осуществляется посредством проведения самостоятельных (контрольных) работ в форме письменного ответа на поставленные вопросы, в форме теста или в иной форме по усмотрению преподавателя. При оценивании работ студентов применяются указанные ниже критерии оценки ответов на дифференцированном зачёте. Отметки, полученные при проведении текущего контроля, учитываются при выставлении оценки по итогам сдачи зачета (дифференцированного зачёта).

Проверка теоретических знаний студента осуществляется в процессе сдачи зачёта (дифференцированного зачёта), форма проведения которого определяется самостоятельно преподавателем. Зачёт (дифференцированный зачёт) может проходить в устной, письменной, тестовой или иной форме по указанным в перечне вопросам. При сдаче зачёта (дифференцированного зачёта) должны учитываться посещение студентом семинарских занятий и активность участия в них, а также отметки, полученные при проведении текущего контроля.

Оценка «зачет» выставляется студенту, сформулировавшему достаточно полные и правильные ответы на поставленные вопросы. При ответе студент продемонстрировал владение основными юридическими терминами, логически верно и аргументировано выстраивал свой ответ, знал содержание учебной и научной юридической литературы, правильно толковал и использовал источники. Студент также правильно ответил на уточняющие и дополнительные вопросы.

В случае проведения зачёта в форме теста оценка «зачёт» выставляется студенту, ответившему правильно на 65% и более тестовых вопросов.

Оценка «незачет» выставляется студенту, если он не дал ответа хотя бы по одному вопросу билета, либо дал неверные, содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы, не смог ответить на дополнительные и уточняющие вопросы. Оценка «незачет» ставится студенту, отказавшемуся отвечать по билету или не явившемуся на зачёт.

В случае проведения зачёта в форме теста оценка «незачёт» выставляется студенту, не ответившему правильно на 65% тестовых вопросов

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Теоретические концепции корпоративной социальной ответственности	ПК-3, ПК-4	Тест, контрольная работа, решение кейса, защита реферата, требования к курсовому проекту....
2	Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации	ПК-3, ПК-4	Тест, контрольная работа, решение кейса, защита реферата, требования к курсовому проекту....
3	Корпоративная социальная ответственность в системе коммуникаций. Корпоративный бренд и социальная ответственность	ПК-3, ПК-4	Тест, контрольная работа, решение кейса, защита реферата, требования к курсовому проекту....
4	Международные стандарты в области корпоративной социальной политики	ПК-3, ПК-4	Тест, контрольная работа, решение кейса, защита реферата, требования к курсовому проекту....
5	Формирование социальных маркетинговых альянсов при реализации CRM (Cause Related Marketing)	ПК-3, ПК-4	Тест, контрольная работа, решение кейса, защита реферата, требования к курсовому проекту....
6	Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности	ПК-3, ПК-4	Тест, контрольная работа, решение кейса, защита реферата, требования к курсовому проекту....

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется

проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика. М.: Кнорус, 2016. URL: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_008626061/.
2. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений. М.: Инфра-М., 2012
3. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности (учебник). М.: Юрайт, 2015. 338 с.
4. Корпоративная социальная ответственность (для бакалавров). Учебник под ред. Эскиндарова М.А., Беляевой И.Ю. М.: Кнорус, 2016. 316 с. Режим доступа: <https://b-ok.cc/book/2718767/0cd2aa>.
5. 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>.
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.
7. 78-2020 Организация контактной работы преподавателей и студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2020. - 12 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова. Методические рекомендации по контактной работе.pdf.

8. 77-2020 Выполнение курсовых работ (проектов): методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2020. - 20 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова. Методические рекомендации по написанию курсовых работ.pdf.
9. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова Метод. рек. по самост. работе студ..pdf.

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Office Word 2013/2007
- Microsoft Office Excel 2013/2007
- Microsoft Office Power Point 2013/2007
- Acrobat Professional 11.0 MLP
- ABBYY FineReader 9.0

Ресурсы
информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

<http://www.edu.ru/>

Образовательный портал ВГТУ

Блог о контент маркетинге -

<https://texterra.ru>

Журнал о маркетинге –

www.4p.ru

Портал о рекламе, маркетинге,
бизнесе - www.sostav.ru

Информационные справочные
системы

<http://window.edu.ru>

<https://wiki.cchgeu.ru/>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик. Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска).

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Технологии корпоративной социальной ответственности в международной сфере» читаются лекции, проводятся практические занятия.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков освоения темы. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое	Конспектирование рекомендуемых источников.

занятие	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начинаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.