

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины
«Технологии корпоративной социальной ответственности»

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью в промышленности и производственной сфере

Квалификация выпускника магистр

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

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2018

Цель изучения дисциплины:

Приобретение обучающимися теоретических и практических знаний и навыков 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 в РФ; 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.

Задачи изучения дисциплины:

Изучить методологические основы корпоративной социальной ответственности; сформировать у студентов целостное представление о содержании, концепциях и особенностях становления и развития корпоративной социальной ответственности; 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, местном управлении, некоммерческих и 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.

Перечень формируемых 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

Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы

Форма итогового контроля по дисциплине: Зачет