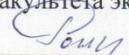


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Томский государственный педагогический университет»
(ТГПУ)

Утверждаю

Декан факультета экономики и управления

 И.А. Ромахина

« 29 » 08 20 14 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.3.07 КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ТРУДОЕМКОСТЬ (в зачетных единицах) 3

Направление подготовки

080200.62 «Менеджмент»

Профиль подготовки

Управление малым бизнесом

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является формирование у выпускников–бакалавров по направлению «Менеджмент» теоретических знаний и практических навыков по вопросам эффективного корпоративного управления, учитывающего интересы всех заинтересованных сторон общественной сферы (акционеры, поставщики, заказчики и т.п.). Важно сформировать в сознании будущих управленцев социальную направленность корпоративного управления. Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» предназначена для подготовки бакалавра менеджмента к принятию решений в сфере управления компаниями путем привлечения социально-эффективных инвестиций в людские ресурсы и капитал компании.

2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.

Данная дисциплина входит в раздел «Б.3.07». Корпоративная социальная ответственность. Профессиональный цикл. Базовая часть по направлению 080200.62 – Менеджмент.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате обучения в средней общеобразовательной школе, а также освоения дисциплины «Психология и социология управления» во 2 семестре, «Теория менеджмента» в 1, 2 и 3 семестрах, а также «Управление человеческими ресурсами» в 6 семестре.

3. Требования к уровню освоения программы

Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС-3 по направлению ВПО 080200.62 – Менеджмент:

А) общекультурные (ОК):

- способен осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д. (ОК-19);
- учитывает последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20).

Б) профессиональные (ПК):

- способен участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);
- владеет современными технологиями управления персоналом (ПК-14); учитывает аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
- знаком с основами кросскультурных отношений в менеджменте, способен эффективно выполнять свои функции в кросскультурной среде (ПК-25);
- способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать

- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- типы организационной культуры и методы ее формирования;
- основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), роль и место этики бизнеса в системе КСО;

- основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления.
- **Уметь**
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию.
- **Владеть**
- современным инструментарием управления человеческими ресурсами;
- методами формирования и поддержания этичного климата в организации.

4. Общая трудоёмкость дисциплины 3 зачётные единицы и виды учебной работы:

Таблица 1

Вид учебной работы	Трудоёмкость (час.)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час.)		
		№ семестра	7 семестр	№ семестра
Аудиторные занятия	45		45	
Лекции	30		30	
Практические занятия	15		15	
Семинары				
Лабораторные работы				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	63		63	
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчётно-графические работы				
Формы текущего контроля			тесты	
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом			Зачет	

5. Содержание программы учебной дисциплины

5.1. Содержание учебной дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование дисциплины (темы)	раздела	Аудиторные часы					Самостоя- тельная работа (час)
			ВСЕГО	лекции	Практи- ческие (семи- нары)	лабора- торные	В т.ч. интерактив- ные формы обучения (%)	
1	Предмет и содержание корпоративного управления.		3	2	1	0	1	5
2	Корпорации и их роль в обществе.		3	2	1	0	1	5
3	Права, обязанности и ответственность акционеров.		3	2	1	0	1	5
4	Корпоративные сделки.		3	2	1	0	1	5
5	Социальная ответственность: понятие и содержание.		3	2	1	0	1	5
6	Раскрытие информации и		3	2	1	0	1	5

	прозрачность как факторы социальной ответственности.						
7	Деловая этика. Кодекс корпоративного поведения и этические кодексы.	3	2	1	0	1	5
8	Общество, корпорации и власть.	5	4	1	0	2	6
9	Социально-ориентированная кадровая политика компаний.	5	4	1	0	1	6
10	Управление рисками - центральное звено стратегии корпораций.	6	4	2	0	2	5
11	Проблемы корпоративной социальной ответственности.	4	2	2	0	1	6
12	Перспективы развития корпоративной социальной ответственности.	4	2	2	0	1	5
	Итого:	45/1.1	30/1.1	15/0.6		14/35%	63/1.88

5.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Тема №1. Предмет и содержание корпоративного управления.

Понятие корпоративного управления. Содержание терминов «корпорация», «корпоративные отношения». Субъекты корпоративного менеджмента. Принципы корпоративного управления. Корпоративные конфликты: причины возникновения и способы их предупреждения.

Тема №2. Корпорации и их роль в обществе.

Организационно-правовые формы коммерческих организаций. Понятие акционерного общества. Структура АО и система управления. Цели деятельности корпораций.

Тема № 3. Права, обязанности и ответственность акционеров.

Акции: обыкновенные и привилегированные. Нормативно - правовая база деятельности корпораций. Дивиденды – реализация права на участие в распределении прибыли.

Тема №4. Корпоративные сделки.

Понятие корпоративной сделки. Крупные сделки. Сделки по приобретению контроля. Сделки с заинтересованностью. Социальные последствия заключаемых сделок.

Тема №5. Социальная ответственность: понятие и содержание.

Понятие социальной ответственности. Принципы социальной ответственности. Социальная ответственность бизнеса. Социальная ответственность – этический принцип в процессе принятия решений.

Тема №6. Раскрытие информации и прозрачность как факторы социальной ответственности.

Определение термина «раскрытие информации». Обязательный характер раскрытия информации и добровольный. Законодательство и раскрытие информации. Инсайдерская информация. Существенность информации. Прозрачность информации.

Тема №7. Деловая этика. Кодекс корпоративного поведения и этические кодексы.

Понятие этики. Кодексы корпоративного поведения: история возникновения и развития. Кодекс корпоративного поведения в России. Принятие этических кодексов в организациях.

Тема № 8. Общество, корпорации и власть.

Средства массовой информации и Интернет. Инвестирование социальной ответственности. Государство и защита всеобщего блага. Взаимодействие власти, общества и корпораций.

Тема №9. Социально-ориентированная кадровая политика компаний.

Рекрутинг. Подготовка персонала в области этики. Социальные составляющие кадровой политики организаций.

Тема №10. Управление рисками - центральное звено стратегии корпораций.

Понятие рисков. Формы и способы управления рисками.

Тема №11. Проблемы корпоративной социальной ответственности.

Государственное регулирование. Тарифы. Экологические ограничения и меняющиеся стандарты. Роль заинтересованных сторон корпораций.

Тема №12. Перспективы развития корпоративной социальной ответственности.

Преимущества развития КСО. Условия развития КСО. Препятствия развития КСО.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература:

1. Корпоративная социальная ответственность: Учебник для бакалавров. Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов и др./под ред. Э.М. Короткова. М: «Юрайт», 2014. -445с.

6.2. Дополнительная литература:

1. А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие. Краснодар: изд-во «КСЭИ», 2012. -231с.
2. Селезнев В.А., Орехов С.А., Тихомирова Н.В. Корпоративный менеджмент: Учебное пособие. М.: «Дашков и К», 2012. -440с.
3. Веснин В.Р., Кафидов В.В. Корпоративное управление: Учебник. М.: «Инфра М», 2013. -272с.

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины.

1. www.consultant.ru
2. www.csrjournal.com
3. www.garant.ru
4. www.green-key.org

6.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) учебной дисциплины	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
1	Предмет и содержание	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.

	корпоративного управления.	практических и тестовых заданий.	
2	Корпорации и их роль в обществе.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
3	Права, обязанности и ответственность акционеров.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
4	Корпоративные сделки.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
5	Социальная ответственность: понятие и содержание.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
6	Раскрытие информации и прозрачность как факторы социальной ответственности.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
7	Деловая этика. Кодекс корпоративного поведения и этические кодексы.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
8	Общество, корпорации и власть.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
9	Социально-ориентированная кадровая политика компаний.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
10	Управление рисками - центральное звено стратегии корпораций.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
11	Проблемы корпоративной социальной ответственности.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
12	Перспективы развития корпоративной социальной ответственности.	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материал практических и тестовых заданий.	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю.

Основная задача преподавателя заключается в освоении конкретных управленческих технологий и навыков. Это должно обеспечить обучению реальному, а не умозрительно-теоретическому управлению в современных организациях.

Усилия преподавателя должны быть направлены на формирование у студента целостного представления об основных понятиях, принципах и процессах общего управления организацией, отражающих новейшие представления об эффективном управлении.

Для этого преподаватель обязан широко использовать опыт не только западных авторитетов, но и специфику, и неповторимые особенности Российской управленческой практики.

Преподаватель должен последовательно и целенаправленно ориентировать студентов на самостоятельное принятие решений в конкретных ситуациях.

Преподаватель обязан стремиться дать полное представление об управлении организацией как об интегрированном знании, необходимом любому менеджеру вне зависимости от будущей должности и выполняемых функций.

Руководитель лекционного потока осуществляет общее методическое руководство в ходе проведения курса и оказывает необходимую учебно-методическую текущую помощь преподавателям семинарских занятий.

Подготовка и проведение лекций и практических занятий должны предусматривать определенный порядок.

Для подготовки студентов к практическому занятию на предыдущей лекции преподаватель должен определить основные вопросы и проблемы, выносимые на обсуждение, рекомендовать дополнительную учебную и периодическую литературу, рассказать о порядке и методике его проведения.

Литература, указанная в конце каждой темы, может быть дополнена преподавателем на основе материалов управленческих журналов, газет, Интернет - ресурсов. В зависимости от подготовленности конкретной группы список можно корректировать.

Методы проведения практических занятий весьма разнообразны и могут применяться в различных сочетаниях. Наиболее распространенными являются: вопросно-ответные, дискуссионные, научных сообщений по отдельным вопросам темы, реферирование, решение практических задач и упражнений, решение тестов, выполнение контрольных работ и другие.

Весьма важным для преподавателя является подготовка к проведению практического занятия.

Любое практическое занятие следует начинать с организационного момента: установить отсутствующих и причину неявки их на занятие. Затем в вводном слове преподавателя (3-4 минуты) определяется тема занятия, его цели, задачи и порядок работы. При обсуждении проблем, вынесенных на семинар, преподаватель следит за тем, чтобы каждый из его участников извлек пользу, приобретая новые знания, или уточняя их.

Важное место занимает подведение итогов семинарского занятия: преподаватель должен не только раскрыть теоретическое значение обсуждаемых проблем, но и оценить слабые и сильные стороны выступлений. В зависимости от конкретных условий заключительное слово может быть либо по каждому из узловых вопросов, либо по занятию в целом (до 5 минут).

7.2. Методические указания для студентов.

В соответствии с учебным планом соответствующей специальности дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» изучается студентами очниками в 7 семестре.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой.

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. Культура записи лекции – один из важнейших факторов успешного и творческого овладения знаниями по современным управленческим проблемам предприятий. Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать мышление. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы студенты имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу.

Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой. Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Практическое занятие по корпоративной социальной ответственности – важная форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на практическом занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов в области корпоративной социальной ответственности, и уметь их применить для аргументированной и доказательной оценки процессов, происходящих на современных предприятиях. Участие в практическом занятии позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач и моделей в области корпоративной социальной ответственности.

Практические занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на практических занятиях.

Основным методом обучения является самостоятельная работа студентов с учебно-методическими материалами, научной литературой.

Основной формой итогового контроля и оценки знаний студентов по корпоративной социальной ответственности является зачёт (7 семестр). На зачёте студенты должны продемонстрировать теоретические знания, полученные в период обучения.

Постоянная активность на занятиях, готовность ставить и обсуждать актуальные проблемы курса - залог успешной работы и положительной оценки.

Обучение в рамках курса предусматривает работу студентов в двенадцати блоках (разделах) дисциплины «корпоративная социальная ответственность».

8. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

8.1. Тематика рефератов (докладов, эссе):

1. Социальная ответственность бизнеса – экономические, политические, экологические, социальные аспекты.
2. Дилемма экономической эффективности и общественного блага в контексте бизнес-развития.
3. Миссия корпоративной социальной политики.
4. Государство как фактор корпоративной социальной политики – создание условий для развития социальной политики предприятий.
5. Роль протестантизма в формировании социальной ответственности предпринимателей.
6. Логика корпоративного управления (модель «группы интересов» и модель «акционеров»).
7. Государство всеобщего благоденствия (welfare state).
8. Социальное страхование как основа корпоративной социальной политики.
9. Социальная инфраструктура предприятий и социальная ответственность советского типа.
10. Корпоративная социальная ответственность (экономика, экология и социальная политика предприятия).
11. Интересы различных групп интересов (стейкхолдеров) в формулировании приоритетов корпоративной социальной политики.
12. Неоклассические, менеджералистские и государственнические интерпретации социальной ответственности.
13. Социально-ответственное поведение как основа развития современной компании.
14. Социальный капитал.
15. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.
16. Развитие персонала и вклад в «человеческий капитал».
17. Политика доходов, жилищная политика, социальное обеспечение.
18. Институциональные особенности социальной политики предприятий (компенсационный пакет, социальный пакет, модернизированный социальный пакет с элементами страхования, социальная инфраструктура/соцкультбыт).
19. Корпоративная власть и социальная политика в условиях глобализации.
20. Международные некоммерческие организации и их взаимодействие с международными корпорациями в области социальной политики.
21. Социальная ответственность бизнеса и приоритетные национальные проекты в РФ.
22. Мотивация предпринимателей в отношении социальной политики предприятий в России (традиции, модернизационный подход, прагматизм).
23. Социально-ответственное поведение и корпоративная культура.
24. Бизнес-эффективность социальных программ.
25. Результаты социальных проектов.
26. Индикаторы эффективности корпоративной социальной политики.
27. Оценки рисков, преимуществ и оптимизация социальных проектов.

8.2. Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Предмет и содержание корпоративного управления.
2. Понятие корпоративного управления.
3. Содержание терминов «корпорация», «корпоративные отношения»
4. Субъекты корпоративного менеджмента.
5. Принципы корпоративного управления.
6. Корпоративные конфликты: причины возникновения и способы их предупреждения.
7. Корпорации и их роль в обществе.
8. Организационно-правовые формы коммерческих организаций.
9. Понятие акционерного общества.

10. Структура АО и система управления.
11. Цели деятельности корпораций.
12. Права, обязанности и ответственность акционеров.
13. Акции: обыкновенные и привилегированные.
14. Нормативно - правовая база деятельности корпораций.
15. Дивиденды – реализация права на участие в распределении прибыли.
16. Понятие корпоративной сделки.
17. Крупные сделки.
18. Сделки по приобретению контроля.
19. Сделки с заинтересованностью.
20. Социальные последствия заключаемых сделок.
21. Раскрытие информации и прозрачность как факторы социальной ответственности.
22. Определение термина «раскрытие информации».
23. Обязательный характер раскрытия информации и добровольный.
24. Законодательство и раскрытие информации.
25. Инсайдерская информация.
26. Существенность информации. Прозрачность информации.

8.3. Вопросы для самопроверки, диалогов, обсуждений, дискуссий.

1. Назовите аспекты социальной ответственности бизнеса.
2. Бизнес и общество — взаимодействие, этика бизнеса.
3. Социальная политика, социальные проекты предприятий.
4. Принципы, приоритеты, нормы, формальные и неформальные правила регулирующие социальную политику предприятий.
5. Понятие социального партнерства.
6. Развитие зарубежной корпоративной социальной политики.
7. Логика корпоративного управления (модель «группы интересов» и модель «акционеров»).
8. Бисмаркианская модель социальной политики – создание ориентированного на предприятия социального страхования.
9. Развитие корпоративной социальной политики в России.
10. Социальная инфраструктура предприятий и социальная ответственность советского типа.
11. Корпоративная социальная ответственность (экономика, экология и социальная политика предприятия).
12. Концепция корпоративного альтруизма, «компания участников».
13. Интересы различных групп интересов (стейкхолдеров) в формулировании приоритетов корпоративной социальной политики
14. Этапы развития корпоративной социальной ответственности в XX в.: социальная ответственность фирм, корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная способность к реагированию, корпоративная социальная нравственность, социальный разум.
15. Неоклассические, менеджералистские и государственнические интерпретации социальной ответственности.
16. Человеческий капитал, инвестиции в человеческий капитал, человеческие ресурсы.
17. Социальный капитал.
18. Учет и реализация различных групп интересов в процессе управления (концепция групп интересов П. Друкера).
19. Риски игнорирования социальной ответственности.
20. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.
21. Внешняя и внутренняя социальная политика.
22. Благотворительность и социальные инвестиции.

23. Внешняя среда социальной политики.
24. Типы предприятий по специфике и масштабам социальной политики (крупные - малые, традиционные - новые, промышленные - сервисные), универсальные и специальные социальные гарантии для работников.
25. Влияние государства на объем и направленность социальных инвестиций предприятий.
26. Рейтинги деловой репутации.
27. Индексы устойчивого социального развития — «социальные» Доу-Джонс, Никкей.
28. Корпоративная власть и социальная политика в условиях глобализации.
29. Международные некоммерческие организации и их взаимодействие с международными корпорациями в области социальной политики.
30. Международные стандарты в области корпоративной социальной политики.
31. Роль государства в развитии и поддержании КСО – правовое регулирование, налоговая политика, институциональная политика.
32. Социальная ответственность бизнеса и приоритетные национальные проекты в РФ.
33. Мотивация предпринимателей в отношении социальной политики предприятий в России (традиции, модернизационный подход, прагматизм).
34. Социальные установки о роли предпринимателей в общественном развитии.
35. Социально-ответственное поведение и корпоративная культура.
36. Оценка внешних и внутренних социальных программ.
37. Бизнес-эффективность социальных программ.
38. Результаты социальных проектов.
39. Индикаторы эффективности корпоративной социальной политики.
40. Оценки рисков, преимуществ и оптимизация социальных проектов.

8.4. Примеры тестов:

1	1	1	Социальная ответственность – это обязательства организации приносить пользу:		2	
1	Ответ	1	Своим рядовым сотрудниками			
2	Ответ	1	Обществу			
3	Ответ	1	Всем своим сотрудникам			
2	1	2	Социальный аудит – это:		2	
1	Ответ	2	База исследований социального маркетинга			
2	Ответ	2	Измерительный инструмент, который измеряет социальные стандарты			
3	Ответ	2	Совокупность социометрических параметров корпорации			
3	1	3	Корпоративная социальная ответственность – это:		3	
1	Ответ	3	Ответственность корпорации перед своими сотрудниками			
2	Ответ	3	Юридически фиксированные обязательства корпорации перед обществом			
3	Ответ	3	Добровольная ответственность предприятия за влияние своей деятельности на общество.			
4	1	4	КСО не предполагает управление деятельностью компании в сфере:		3	
1	Ответ	4	Охраны окружающей среды			
2	Ответ	4	Заботы о здоровье потребителей			
3	Ответ	4	Продвижения товаров и услуг на рынке сбыта			
5	1	5	Благотворительные пожертвования, спонсорская помощь, призовые фонды – это:		1	
1	Ответ	5	Инструменты реализации социальных программ			
2	Ответ	5	Способы сглаживания социальных противоречий			
3	Ответ	5	Пути ухода корпораций от налоговых обязательств			

6	1	6	Как трактуется понятие «корпорация» в отечественной практике?	3	
1	Ответ	6	совокупность лиц, объединившихся для достижения какой-либо цели; является юридическим лицом;		
2	Ответ	6	объединенная группа, круг лиц одной профессии, одного сословия;		
3	Ответ	6	форма организационной предпринимательской деятельности, предусматривающая долевую собственность, юридический статус и сосредоточение функций управления в руках верхнего эшелона профессиональных управляющих (менеджеров), работающих по найму;		
7	1	7	Какие разновидности акционерного общества, известные европейскому законодательству, не могут быть отнесены к корпорации?	2	
1	Ответ	7	коммандитные товарищества		
2	Ответ	7	Концерны		
3	Ответ	7	финансовые холдинги		
8	1	8	Удовлетворение разумных потребностей потребителей в соответствии с гуманными интересами общества, постоянное обновление и усовершенствование товара в соответствии с растущими запросами покупателей – это:	2	
1	Ответ	8	Корпоративная социальная ответственность		
2	Ответ	8	Одно из основных требований к социально-ориентированному маркетингу.		
3	Ответ	8	Суть инвайронментализма		
9	1	9	Финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ	1	
1	Ответ	9	Социальный бюджет		
2	Ответ	9	Социальное программирование		
3	Ответ	9	Внутренний корпоративный фонд		
10	1	10	В зависимости от преследуемых целей корпорации подразделяются на виды:	3	
1	Ответ	10	публичные и полупубличные		
2	Ответ	10	американские, английские, германские, российские		
3	Ответ	10	предпринимательские и непредпринимательские		
11	1	11	Что представляет собой корпоративная среда?	1	
1	Ответ	11	малые предприятия, ожидающие от сотрудничества с крупными компаниями справедливых торговых отношений и своевременных платежей		
2	Ответ	11	элемент корпоративной культуры		
3	Ответ	11	область взаимодействия корпорации с теми, на кого она может в силу своих возможностей оказывать влияние		
12	1	12	Какое название носит теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей?	2	
1	Ответ	12	теория корпоративного альтруизма		
2	Ответ	12	теория социальной ответственности		
3	Ответ	12	теория ответственного поведения		
13	1	13	Какой из вариантов является примером наступления социальной ответственности бизнеса?	3	
1	Ответ	13	субъект бизнеса уделит недостаточно внимания требованиям общества		
2	Ответ	13	происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса		
3	Ответ	13	субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества		
14	1	14	Концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х - начале 70-х годов XX в. стала формироваться в:	3	

1	Ответ	14	Японии			
2	Ответ	14	СССР			
3	Ответ	14	США			
15	1	15	Как, по мнению американских потребителей, не ведет себя «честная корпорация»:	2		
1	Ответ	15	Скрывает от рядового персонала стратегическую политику			
2	Ответ	15	Выдает зарплату «в конвертах»			
3	Ответ	15	Вводит дрескод, фейс-контроль и т.д.			
16	1	16	Социальная ответственность - это:	1		
1	Ответ	16	этический принцип			
2	Ответ	16	правило			
3	Ответ	16	закон, обязательный для исполнения			
17	1	17	Что объединяет концепция социально ответственного бизнеса?	2		
1	Ответ	17	определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам;			
2	Ответ	17	добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах			
3	Ответ	17	взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом			
18	1	18	Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?	2		
1	Ответ	18	рост доверия потребителей			
2	Ответ	18	нравственные мотивы			
3	Ответ	18	реклама			
19	1	19	Организация безопасности труда, поддержание социально-значимой заработной платы, дополнительное медицинское и социальное страхование, развитие человеческих ресурсов через обучающие программы – это:	1		
1	Ответ	19	Внутренняя социальная ответственность бизнеса			
2	Ответ	19	Вторичные корпоративные издержки			
3	Ответ	19	Корпоративное бюджетирование			
20	1	20	При каком условии кросс-культурный аспект отношений между компаниями разных стран обеспечивает эффективную кооперационную интеграцию в рамках международного разделения труда?	3		
1	Ответ	20	четкой зависимости заработной платы от уровня занятости;			
2	Ответ	20	наличии дискриминационных правил взаимодействия фирм разных стран;			
3	Ответ	20	наличии полной и всесторонней информации;			
21	1	21	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 – это:	2		
1	Ответ	21	Межотраслевая корпоративная компенсация			
2	Ответ	21	Социальная ответственность бизнеса			
3	Ответ	21	Корпоративная ответственность перед макросредой			
22	1	22	Кто из участников корпоративной среды может требовать от корпорации справедливой оплаты труда?	1		
1	Ответ	22	служащие;			
2	Ответ	22	акционеры			
3	Ответ	22	потребители			
23	1	23	Определите, какой из принципов социально-ориентированного маркетинга не является таковым:	3		

1	Ответ	23	Принцип инвайронментализма			
2	Ответ	23	Принцип приоритетности интересов потребителя			
3	Ответ	23	Принцип сохранения коммерческой тайны состава продукции			
24	1	24	Какая из нижеперечисленных организаций может быть в статусе головной корпорации финансово-промышленной группы?		1	
1	Ответ	24	управляющая компания			
2	Ответ	24	финансовая компания			
3	Ответ	24	банк			
25	1	25	При каком типе корпоративной культуры культура рассматривается как часть общего процесса превращения компании в самую конкурентоспособную в данной отрасли и привлекательную для инвесторов?		2	
1	Ответ	25	«культура участия»			
2	Ответ	25	«предпринимательская» культура			
3	Ответ	25	«феодалная» культура корпорации			

8.5. Вопросы для подготовки к зачёту:

1. Понятие социальной ответственности. Принципы социальной ответственности.
2. Социальная ответственность бизнеса.
3. Социальная ответственность – этический принцип в процессе принятия решений.
4. Место и роль корпоративной социальной ответственности.
5. Понятие корпоративной социальной ответственности.
6. Органы управления, выполняющие функции КСО.
7. Развитие корпоративной социальной ответственности.
8. Подходы к развитию КСО.
9. Преимущества принятия стратегии корпоративной социальной ответственности.
10. Место КСО в условиях интеграции экономики.
11. Вклад корпоративной социальной политики в конкурентоспособность и развитие организации.
12. Влияние стратегии КСО на развитие конкурентоспособности.
13. Деловая этика.
14. Кодекс корпоративного поведения и этические кодексы.
15. Общество, корпорации и власть.
16. Социально-ориентированная кадровая политика компаний.
17. Рекрутинг.
18. Социальные составляющие кадровой политики организаций.
19. Управление рисками - центральное звено стратегии корпораций.
20. Споры по вопросам социальной ответственности корпораций.
21. Проблемы корпоративной социальной ответственности.
22. Перспективы развития корпоративной социальной ответственности.
23. Корпоративное пенсионное обеспечение.
24. Корпоративные жилищные программы.
25. Спонсорство и благотворительность как инструменты формирования деловой репутации на принципах корпоративной социальной ответственности.

8.6. Темы для написания курсовой работы:

Написание курсовых работ по данной дисциплине учебным планом не предусмотрено.

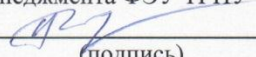
8.7. Формы контроля самостоятельной работы:

Заслушивание докладов, проверка рефератов, проведение письменных работ, дискуссии и групповые обсуждения.

Рабочая программа учебной дисциплины **«Корпоративная социальная ответственность»** составлена в соответствии с учебным планом, федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки **080200.62 – Менеджмент**.

Рабочую программу учебной дисциплины составил:

к. филол. Наук, доцент кафедры менеджмента ФЭУ ТГПУ

Кузнецов Павел Михайлович 
(подпись)

Программа дисциплины утверждена на заседании кафедры менеджмента,
протокол № 1 от «29» 08 2014 г.

Зав. кафедрой

докт. физ. – мат. наук, профессор  Н.Г. Филонов
(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена методической комиссией ФЭУ ТГПУ
протокол № 1 от «29» 08 2014 г.

Председатель методической комиссии  В.Г. Аникина
(подпись)