

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 28.05.2026 14:59:29  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

*Приложение 4*  
к образовательной программе

## **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для текущего контроля успеваемости и  
промежуточной аттестации обучающихся**

### **ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.О.24 Корпоративная социальная ответственность**  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**38.03.02 Менеджмент**  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Маркетинг**  
(наименование образовательной программы)

**бакалавр**  
(квалификация)

**Очная форма обучения**  
(форма обучения)

Год набора - 2025

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) ФОС:**

*Беганская Ирина Юрьевна, д-р экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности*

*Морозова Валерия Константиновна, преподаватель кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности*

**РАЗДЕЛ 1.**  
**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**по учебной дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»**

**1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)**

Характеристика дисциплины (модуля)  
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	Бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Маркетинг»
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Б1.О.24
Формы текущего контроля	Экзамен
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	5
<b>Общая трудоемкость (академ. часов)</b>	108
<b>Аудиторная контактная работа:</b>	50
Лекционные занятия	16
Семинарские занятия	32
Консультация	2
<b>Самостоятельная работа</b>	31
<b>Каттэк/</b>	9/18
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	Экзамен

## 1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

### Перечень компетенций и их элементов

Код компетенции	Формулировка компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОПК -3.1		<b>Знать:</b> основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления; основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности	ОПК -3.1 З-1
		принципы и организационно-правовые основы взаимодействия органов государственного управления и бизнеса в решении социальных вопросов	ОПК -3.1 З-2
		принципы, способы и методы оценки последствий управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности	ОПК -3.1 З-3
		<b>Уметь:</b> планировать и осуществлять мероприятия по управлению конкурентоспособностью организации применяя инструменты КСО	ОПК -3.1 У-1
		принимать управленческие решения при управлении человеческими ресурсами организаций, планировании и осуществлении соответствующих мероприятий в сфере КСО	ОПК -3.1 У-2
		оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя с точки зрения КСО;	ОПК -3.1 У-3
		<b>Владеть:</b> навыками распределения и делегирования полномочий при управлении человеческими ресурсами организаций	ОПК -3.1 В-1
		навыком распределения ответственности, контроля и оценки персонала в соответствии с обязанностями	ОПК -3.1 В-2
		современными методиками принятия и реализации организационно-управленческих решений в сфере КСО	ОПК -3.1 В-3

Таблица 3

**Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Этапы формирования компетенций (номер семестра)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства*
<b>Раздел 1. Сущность и специфика корпоративной социальной ответственности</b>				
1.	Тема 1.1. Теория корпоративной социальной ответственности	5	ОПК -3.1	Устный опрос, ситуационные задания, презентации,
2.	Тема 1.2. Модели социальной ответственности	5	ОПК -3.1	Устный опрос, ситуационные задания, презентации,
3.	Тема 1.3. Виды и система внутренней и внешней корпоративной социальной ответственности	5	ОПК -3.1	Аналитическое задание, контроль знаний по разделу 1 (тестовые задания)
<b>Раздел 2. Реализация корпоративной социальной ответственности</b>				
4.	Тема 2.1. Формы реализации корпоративной социальной ответственности	5	ОПК -3.1	Устный опрос, ситуационные задания, презентации,
5.	Тема 2.2. Отношения компании с заинтересованными лицами в системе корпоративного управления	5	ОПК -3.1	Устный опрос, ситуационные задания, презентации,
6.	Тема 2.3. Принципы устойчивого развития организации и деловая репутация организации	5	ОПК -3.1	Устный опрос, ситуационные задания, презентации,
7..	Тема 2.4. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации	5	ОПК -3.1	Устный опрос, контроль знаний по разделу 2 (тестовые задания)
<b>Раздел 3. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности</b>				
7.	Тема 3.1. Этические нормы в корпоративной социальной	5	ОПК -3.1	Устный опрос, ситуационные задания, презентации,

8.	Тема 3.2. Социальная отчетность компании	5	ОПК -3.1	Устный опрос, ситуационные задания, презентации,
9.	Тема 3.3..Структура и содержание стандартов корпоративной социальной ответственности	5	ОПК -3.1	Устный опрос, контроль знаний по разделу 3 (тестовые задания)

### 1.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования, описание шкалы оценивания

Дескриптор компетенции	Показатель оценки	Шкалы оценивания			Критерии оценивания
		Государственная	Баллы	ECTS	
1	2	3	4		6
Знает	ОПК -3.1 З 1-3	Отлично	90-100	А	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному
Умеет	ОПК -3.1 У 1-3				
Владеет	ОПК -3.1 В 1-3				
Знает	ОПК -3.1 З 1-2	Хорошо	75-89	В/С	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками
Умеет	ОПК -3.1 У 1-2				
Владеет	ОПК -3.1 В 1-2				
Знает	ОПК -3.1 З 1	Удовлетворительно	60-74	D/E	теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных
Умеет	ОПК -3.1 У 1				
Владеет	ОПК -3.1 В 1				

					рабочей программой дисциплины учебных задания выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки
Знает	ОПК -3.1 З 1	Неудовлетворительно	0*-59	F/Fx	теоретическое содержание дисциплины не освоено полностью; необходимые практические навыки работы не сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены с грубыми ошибками либо совсем не выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному
Умеет	ОПК -3.1 У 1				
Владеет	ОПК -3.1 В 1				

\*0 баллов в журнал академической группы не выставляется

## РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности  
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания						
	ЛЗ	СЗ		Всего за тему	КЗР	НИР	П*
		УО*	АЗ*				
Р.1.Т.1.1	1	3	2	6	8	10	2
Р.1.Т.1.2	1	3	2	6			
Р.1.Т.1.3	1	3	2	6			
Р.2.Т.2.1	1	3	2	6	8		2
Р.2.Т.2.2	1	3	2	6			
Р.2.Т.2.3	1	3	2	6			
Р.2.Т.2.4	1	3	2	6			
Р.3.Т.3.1	1	3	2	6	8	2	
Р.1.Т.3.2	1	3	2	6			
Р.1.Т.3.3	1	3	2	6			
<b>Итого: 1006</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>60</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>6</b>

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

АЗ– Аналитическое задание;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

НИР – научно-исследовательская работа;

П – презентация.

## 2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого семинарского занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

**Оценка «отлично»** ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

**Оценка «хорошо»** – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

**Оценка «удовлетворительно»** – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<i>Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины</i>	<i>Вопросы для подготовки к устному опросу по темам дисциплины</i>
<b>Раздел 1. Сущность и специфика корпоративной социальной ответственности</b>	
Тема 1.1. Теория корпоративной социальной ответственности	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Какую роль играет ответственность в современном менеджменте?</li><li>2. Как связана ответственность с полномочиями и обязанностями?</li><li>3. Каковы характеристики ответственности?</li><li>4. Из каких концепций сформировалась комплексная модель КСО?</li><li>5. Каким было самое первое определение КСО? Кто его сформулировал?</li><li>6. Какой «закон ответственности» сформулировал К. Девис?</li><li>7. Как рассматривали ответственность бизнеса неоклассические экономисты (Т. Левитт, М. Фридман)?</li><li>8. Каковы особенности понимания ответственности бизнеса у институциональных экономистов? (Дж. Гелбрейт, госрегулирование.)</li><li>9. Каково определение А. Керрола для КСО (комплексный подход)? Опишите пирамиду А. Керрола. В чем суть</li></ol>

	<p>трехмерной модели А. Керрола?</p> <p>10. В чем особенности модели С. Вартика и Ф. Кохрена?</p> <p>11. Какие принципы КСО содержит модель Д. Вуд?</p>
Тема 1.2. Модели социальной ответственности	<p>1. Модель социального партнерства стран Северной Европы (Бельгия, Нидерланды, Норвегия, Финляндия, Швеция)</p> <p>2. Модель корпоративной социальной ответственности США, Канады, Японии, стран Латинской Америки</p> <p>3. Модель социально-трудовых отношений стран Западной Европы</p> <p>Опыт зарубежных стран в становлении корпоративной социальной ответственности</p>
Тема 1.3. Виды и система внутренней и внешней корпоративной социальной ответственности	<p>1. Почему образование является объектом внутренней социальной ответственности?</p> <p>2. Какую роль играет интеллектуальный потенциал организации в реализации внутренней социальной ответственности?</p> <p>3. Как осуществляется управление знаниями в организации и как при этом реализуется внутренняя КСО?</p> <p>4. В какой мере и каким образом зависит внутренняя КСО от сложившегося в организации коллективного мышления?</p> <p>5. Какие изменения интеллектуального потенциала, образовательного уровня и мышления определяют внутреннюю социальную ответственность?</p> <p>6. Какие направления деятельности организации можно отнести к внутренней КСО?</p> <p>7. Какие примеры поддержки образования и науки вы знаете?</p> <p>8. Какие проблемы использования грантового механизма финансирования образования и науки встречаются?</p> <p>9. С чего началось развитие грантовых программ в РФ?</p> <p>11. Какова роль здравоохранения в реализации корпоративной социальной ответственности?</p> <p>12. Какие вам известны экономически выгодные результаты внедрения КСО?</p> <p>13. Какой должна быть связь внутренней КСО с миссией, целями и стратегией организации?</p>
<b>Раздел 2. Реализация корпоративной социальной ответственности</b>	
Тема 2.1. Формы реализации корпоративной социальной ответственности	<p>1. Социально-корпоративные технологии.</p> <p>2. Направления социального обеспечения</p> <p>3. Социальное инвестирование</p> <p>4. Социальный маркетинг</p> <p>5. Основные направления социальной помощи.</p> <p>6. Благотворительность.</p> <p>7. Меценатство. Патронаж.</p> <p>8. Спонсорство.</p> <p>9. Добровольчество (волонтерство).</p> <p>10. Возможности использования зарубежного опыта благотворительной деятельности в России.</p> <p>11. Сравнительная характеристика спонсорской деятельности в России и за рубежом</p>
Тема 2.2. Отношения компании с заинтересованными	<p>1. В чем преимущество использования концепции стейкхолдеров для анализа корпоративной социальной ответственности?</p>

<p>лицами в системе корпоративного управления</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. На основе каких критериев необходимо выстраивать взаимоотношения с заинтересованными лицами для повышения социальной ответственности?</li> <li>3. Каковы основные интересы, присущие для каждой группы заинтересованных сторон?</li> <li>4. Какие лица признаются заинтересованными?</li> <li>5. Использование концепции стейкхолдеров в управлении компанией в современных условиях.</li> <li>6. Принципы корпоративного поведения организации экономического сотрудничества и развития.</li> <li>7. Определение заинтересованных сторон.</li> <li>8. Определение ключевых заинтересованных сторон.</li> <li>9. Влияние компании на заинтересованные стороны и обратного влияния стейкхолдеров на компанию.</li> <li>10. Определение уровня взаимной ответственности компании перед заинтересованными сторонами и заинтересованных сторон перед компанией.</li> <li>11. Определение уровня социальной ответственности и стимулов повышения корпоративной социальной ответственности.</li> <li>12. Определение эффективности взаимодействия с каждой группой заинтересованных лиц.</li> </ol>
<p>Тема 2.3. Принципы устойчивого развития организации и деловая репутация организации</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Концепция, основные факторы и принципы устойчивого развития организации при реализации корпоративной социальной ответственности.</li> <li>2. Деловая репутация как результат корпоративной социальной ответственности и как фактор устойчивого развития организации: формирование, оценка контактными группами, виды и проявление в гудвилле.</li> <li>3. Роль корпоративной социальной ответственности в антикризисном развитии организации.</li> <li>4. «Реагирующая» и «стратегическая» корпоративная социальная ответственность.</li> <li>5. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития организации и её типы.</li> <li>6. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации. Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ организации: среда проявления и взаимосвязь с другими факторами.</li> </ol>
<p>Тема 2.4. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Источники конкурентных преимуществ.</li> <li>2. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации.</li> <li>3. Среда проявления корпоративной социальной ответственности и взаимосвязь конкурентных преимуществ.</li> <li>4. Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ организации.</li> <li>5. Конкурентная стратегия по М.Портеру. Источники конкурентных преимуществ.</li> <li>6. Какие преимущества КСО проявляются в микро, макро</li> </ol>

	<p>и внутренней среде организации?</p> <p>7. Приведите примеры проявления КСО как фактора формирования конкурентных преимуществ организации.</p>
<p><b>Раздел 3. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности</b></p>	
<p>Тема 3.1. Этические нормы в корпоративной социальной ответственности</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Каким образом соотносятся понятия «деловая этика организации» и «организационная культура»?</li> <li>2. Можно ли сказать, что соблюдение этических принципов менеджмента формирует социально ответственное поведение руководителей и работников организации?</li> <li>3. Приведите примеры международных и национальных документов, рекомендующих нормы этичного и социально ответственного поведения организаций.</li> <li>4. Какими методами формируется система корпоративной этики?</li> <li>5. Что представляет собой этический кодекс организации?</li> <li>6. Что отражает показатель эффективности корпоративной социальной ответственности?</li> <li>7. Чем характеризуется механизм осуществления проектов корпоративной социальной ответственности?</li> <li>8. В чем проявляются результаты социальной ответственности?</li> <li>9. Определите понятие «ответственность». Личная и «корпоративная социальная ответственность».</li> <li>10. В чем заключаются преимущества использования некоммерческих организаций в реализации КСО?</li> <li>11. Каковы причины недоверия населения и корпораций к некоммерческим организациям?</li> </ol>
<p>Тема 3.2. Социальная отчетность компании</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем заключается сущность и значение нефинансовой отчетности предприятия?</li> <li>2. Какие формы нефинансового отчета предприятия Вам известны?</li> <li>3. Что такое «социальный отчет»?</li> <li>4. Дайте развернутое определение понятия «корпоративная социальная отчетность».</li> <li>5. Что включает в себя корпоративная социальная отчетность?</li> <li>6. Перечислите преимущества корпоративной социальной отчетности.</li> <li>7. На основе чего составляется корпоративная социальная отчетность?</li> <li>8. Какие стандарты нефинансовой отчетности существуют?</li> <li>9. Дайте характеристику этапов процесса подготовки социального отчета предприятия.</li> <li>10. Аудит нефинансовых отчетов.</li> </ol>
<p>Тема 3.3. Структура и содержание стандартов корпоративной социальной ответственности</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Глобальный договор ООН (1999): содержание, принципы, опыт присоединения российских предприятий.</li> <li>2. Стандарт ISO 26000 (2010). Руководство по социальной ответственности. Область применения.</li> <li>3. Понимание социальной ответственности: соблюдение прав человека, трудовые практики, охрана окружающей среды, борьба с коррупцией и справедливая конкуренция, соблюдение прав потребителя, инвестиции в развитие</li> </ol>

	<p>местных сообществ.</p> <p>4. Стандарт SA 8000:2001. Социальная ответственность (Social Accountability 8000).</p> <p>5. Понимание социальной ответственности как защиты прав работников. Оценка социальных аспектов систем управления.</p> <p>6. Всеобщая декларация прав человека, Конвенция ООН по правам детей, конвенции</p> <p>7. Международной организации труда как основа стандарта SA 8000:2001.</p> <p>8. Серия стандартов AccountAbility 1000. Руководства по основным принципам подотчетности (AA1000APS), верификации отчетов (AA1000AS), взаимодействию со стейкхолдерами (AA1000SES).</p> <p>9. Этические проблемы и экологическая ответственность бизнеса.</p> <p>10. Серия стандартов ISO 14000 – Система экологического менеджмента. Требования и руководство по применению: общее содержание.</p> <p>11. Стандартизация в области системы внедрения экологического менеджмента.</p>
--	--

## 2.2. Рекомендации по оцениванию результатов контроля знаний по разделам.

В завершении изучения каждого раздела учебной дисциплины проводится контроль знаний по разделам. Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания,

Критерии оценивания представлены в таблице

Максимальное количество баллов*	% правильных ответов
(отлично)	90-100%
(хорошо)	77-89%
(хорошо)	65-76%
(удовлетворительно)	53-64%
(удовлетворительно)	31-52%
(неудовлетворительно)	30 и менее

\* Представлено в таблице 2.1.

## ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО РАЗДЕЛАМ

### КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ ПО РАЗДЕЛУ 1

*Задание 1. Реализация интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в развитии общества — это:*

- a. корпоративное развитие
- b. устойчивое развитие

- c. корпоративная социальная ответственность
- d. ответственность организации перед обществом в целом

*Задание 2. Ответственность, вызванная существующей реальной властью бизнесмена — это:*

- a. корпоративное гражданство
- b. корпоративная социальная ответственность
- c. внешние источники корпоративной социальной ответственности
- d. внутренние источники корпоративной социальной ответственности

*Задание 3. Комплексный подход понимания корпоративной социальной ответственности, включающий экономическую, правовую, этическую и филантропическую ответственность, разработан:*

- a. Л. Престоном
- b. Дж. Постом
- c. А. Кероллом
- d. Д. Вудом

*Задание 4 Проблема, которая приводит современные российские компании к непоследовательным действиям в области инвестиций и снижению эффективности их социальных программ*

- a. отсутствие прозрачной структуры и стратегии социальных инвестиций
- b. ориентация компаний, в первую очередь, на краткосрочные программы
- c. отсутствие запроса на формирование корпоративной стратегии социальных инвестиций со стороны государства и общества, из-за чего компаниям приходится действовать без четких ориентиров
- d. внутренние программы превалируют над внешними, в результате чего бизнес занимается в первую очередь развитием собственного персонала и не включен активно в общестрановые социальные программы

*Задание 5. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х – начале 70-х годов XX в.*

- a. США
- b. Великобритания
- c. Япония
- d. Германия

*Задание 6. Для европейской модели КСО характерно то, что:*

- a. КСО инициируется самими компаниями и предусматривает максимальную самостоятельность корпораций в определении своего общественного вклада;
- b. КСО, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств;
- c. управление должно включать этику корпоративного управления, мораль предпринимателей и отношение работников к вопросам этики.

*Задание 7. Для американской модели КСО характерно то, что:*

- a. КСО инициируется самими компаниями и предусматривает максимальную самостоятельность корпораций в определении своего общественного вклада;
- b. КСО, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств;
- c. управление должно включать этику корпоративного управления, мораль предпринимателей и отношение работников к вопросам этики.

*Задание 8. Для японской модели КСО характерно то, что:*

- a. КСО инициируется самими компаниями и предусматривает максимальную самостоятельность корпораций в определении своего общественного вклада;
- b. КСО, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств;

с. управление должно включать этику корпоративного управления, мораль предпринимателей и отношение работников к вопросам этики.

*Задание 9. В российской модели КСО:*

- a. социальные программы рассматриваются как бизнес-проекты, направленные на долгосрочное устойчивое развитие компании, создание благоприятной среды для ведения бизнеса и поддержание социальной стабильности в регионах деятельности;
- b. бизнес самостоятельно определяет меру своего вклада в развитие общества;
- c. официальные и неофициальные институты производят согласование общественных интересов, которые затем трансформируются в обязательные требования к бизнесу.

*Задание 10. Модель корпоративной социальной ответственности в условиях кризиса, реализуемая как реакция на уже существующие проблемы — это:*

- a. реагирующая модель
- b. стратегическая модель
- c. антикризисная модель
- d. социальная модель

*Задание 11. К преимуществам во внутренней среде организации, сформированным на основе корпоративной социальной ответственности, можно отнести:*

- a. формирование позитивного мнения инвесторов
- b. стратегическое сотрудничество с партнерами
- c. привлечение и удержание профессиональных кадров
- d. укрепление репутации компании

*Задание 12. К преимуществам в микросреде организации, сформированным на основе корпоративной социальной ответственности, можно отнести:*

- a. создание устойчивых отношений с местными сообществами
- b. укрепление репутации компании
- c. снижение финансовых и нефинансовых рисков
- d. снижение операционных расходов

*Задание 13. К преимуществам в макросреде организации, сформированным на основе корпоративной социальной ответственности, можно отнести:*

- a. рост доверия к компании за счет увеличения прозрачности и открытости
- b. стратегическое сотрудничество с партнерами
- c. создание устойчивых отношений с органами власти
- d. совершенствование методов корпоративного управления

*Задание 14. Явления и процессы внутренней среды организации и ее внешнего окружения, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации:*

- a. источники конкурентных преимуществ
- b. ключевые факторы успеха
- c. конкурентная позиция
- d. инвестиционная привлекательность

*Задание 15. К мерам внутренней социальной ответственности бизнеса не относятся:*

- a. меры социальной защиты сотрудников
- b. проведение социально ответственной реструктуризации
- c. взаимодействие с работниками как основными стейкхолдерами компании
- d. гранты и льготные займы

*Задание 16. В рамках какой организации сформировался гуманитарный подход к вопросам реализации концепции корпоративной социальной ответственности:*

- a. Организации Объединенных Наций
- b. Международной организации труда
- c. Комитета экономического развития США
- d. Всемирного совета по устойчивому развитию

*Задание 17. Какой критерий положен в основу деления факторов развития корпоративной социальной ответственности на внешние и внутренние:*

- a. Сфера влияния
- b. Степень приближения
- c. Отношение к предприятию
- d. Мера ответственности

*Задание 18. Возможность для организации реализовать свои потребности в выживании, безопасности, устойчивости — это:*

- a. Социальная ответственность бизнеса;
- b. Социальный тренд;
- c. Корпоративная социальная ответственность
- d. Социально ответственное поведение.

*Задание 19. Каким путем проявляется социальная ответственность бизнеса:*

- a. уплата налогов в фонд медицинского страхования;
- b. финансирование корпорацией мероприятий по охране окружающей среды;
- c. благотворительность;
- d. социально ориентированная политика в отношении сотрудников корпорации.

*Задание 20. Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:*

- a. определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам;
- b. добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах;
- c. взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом;
- d. теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма.

## **КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ ПО РАЗДЕЛУ 2**

*Задание 1. Какое содержание имеет благотворительность как инструмент социальной ответственности бизнеса за пределами компании:*

- a. Добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной передаче гражданам и юридическим лицам имущества, бескорыстное выполнение работ, предоставление услуг, оказание иной помощи
- b. Предоставление компанией различных ресурсов для создания объектов или сооружений, поддержки организаций или мероприятий в целях рекламы своей продукции
- c. Поддержка и стимулирование компанией добровольного вовлечения сотрудников в социальные программы внешней направленности на безвозмездной основе
- d. Разработка и реализация программ, направленных на повышение уровня восприятия социальных программ с целью улучшения общественного здоровья, повышения уровня безопасности, защиты окружающей среды

*Задание 2. Вид социальной деятельности компании, оказываемой малоимущим слоям населения на возмездной основе — это*

- a. Благотворительность
- b. Филантропия
- c. Спонсорство
- d. Меценатство

*Задание 3. Вид социальной деятельности компании, идущей на развитие культуры, науки, образования — это*

- a. Благотворительность
- b. Филантропия
- c. Спонсорство
- d. Меценатство

*Задание 4. По какому критерию целесообразно ранжировать стейкхолдеров, с тем, чтобы узнать их мнение о деятельности компании в кадровой сфере:*

- a. По степени влияния

- b. По степени зависимости
- c. По степени близости
- d. По характеру ответственности

*Задание 5. Принцип устойчивого развития организации при реализации корпоративной социальной ответственности, основанный на понимании, что всеобщий выигрыш возможен только при условии компромиссного и грамотного сотрудничества всех партнеров организации — это:*

- a. Принцип справедливости
- b. Принцип системности мышления
- c. Принцип партнерства
- d. Принцип рациональности

*Задание 6. Факторы, определяющие превосходство над конкурентами, измеряемые экономическими показателями — это:*

- a. Инновации
- b. Человеческие ресурсы
- c. Конкурентные преимущества
- d. Технологии

*Задание 7. Показатель отношения к организации со стороны внешнего окружения, показатель доверия, готовности к сотрудничеству, приемлемости ее стратегии, понимание целей, стиля и намерений ее деятельности — это:*

- a. Имидж
- b. Деловая репутация
- c. Гудвилл
- d. Конкурентоспособность

*Задание 8. Стоимостная оценка набора активов, которая может быть определена только в результате продажи всей совокупности активов как целостного имущественного комплекса в виде разницы между рыночной ценой компании и балансовой стоимостью активов — это:*

- a. Гудвилл
- b. Остаточная стоимость
- c. Чистая стоимость
- d. Прибыль

*Задание 9. Какой показатель можно применить для оценки эффективности и реализации социальных программ:*

- a. Доля пострадавших на производстве в общем числе работающих
- b. Динамика затрат на природоохранную деятельность по отношению к прибыли
- c. Темпы роста затрат на переподготовку и повышение квалификации в расчете на одного работника
- d. Темп роста затрат на оплату труда в общих затратах на производство и реализации продукции

*Задание 10. Форма социальной ответственности, выражающаяся в добровольном осуществлении компанией деятельности по охране природы, развитию персонала, созданию благоприятных условий труда, поддержке местного сообщества, благотворительной, спонсорской деятельности и добросовестной деловой практике — это:*

- a. Социальная активность компании
- b. Корпоративный кодекс
- c. Социальный бюджет
- d. Социальная программа

*Задание 11. Посредством чего осуществляются взаимоотношения организации со стейкхолдерами:*

- a. Стратегии вовлечения

- b. Стратегии информирования
- c. Стратегии реагирования
- d. Всех вышеназванных стратегий

*Задание Как называется тип стейкхолдеров, обладающих комбинацией «значительная сила и незначительный интерес»:*

- a. «Спящие чудовища»
- b. «Любопытствующие»
- c. «Ключевые игроки»
- d. «Случайные прохожие»

*Задание 13. У производителей каких продуктов, как правило, отсутствуют сильные программы КСО:*

- a. Табачных изделий
- b. Детского питания
- c. Бытовой техники
- d. Нефтехимических продуктов

*Задание 14. Адресная финансовая помощь, выделяемая компанией на реализацию социальных программ в области образования и на проведение прикладных исследований, называется*

- a. Социальными инвестициям
- b. Денежный грантам
- c. Социально значимым маркетингом
- d. Благотворительными пожертвованиями и спонсорской помощи

*Задание 15. Адресная финансовая помощь, которая заключается в совместном финансировании социальной программ со стороны компании, органов государственного управления и некоммерческого сектора:*

- a. Благотворительные пожертвования и спонсорская помощь
- b. Социально-значимый маркетинг
- c. Эквивалентное финансирование
- d. Денежный грант

*Задание 16. Адресная финансовая помощь, который заключается в направлении процент от продаж конкретного товара на реализацию социальных программ компания, называется*

- a. Денежные грантами
- b. Социальными инвестициями
- c. Благотворительное пожертвование и спонсорской помощью
- d. Социально-значимый маркетингом

*Задание 17. Как называется согласование интересов работников, работодателей и государства?*

- a. Корпоративное гражданство
- b. Репутация
- c. Конкуренция
- d. Социальное партнерство

*Задание 18. Специфический тип отношений социальной ответственности, при котором достигается определенный баланс реализации основных интересов важнейших социальных групп общества — это:*

- a. Социальное партнерство
- b. Конкуренция
- c. Корпоративное гражданство
- d. Репутация

*Задание 19. Формальное изложение ценностей и принципов построения деловых отношений компании — это:*

- a. Социальный бюджет

- b. Корпоративный кодекс
- c. Социальная программа
- d. Социальная политика

*Задание 20. Явления и процессы внутренней среды организации и ее внешнего окружения, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации:*

- a. Источники конкурентных преимуществ
- b. Ключевые факторы успеха
- c. Конкурентная позиция
- d. Инвестиционная привлекательность

### **КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ ПО РАЗДЕЛУ 3**

*Задание 1. Общеприменимый стандарт оценки отчетности организации по показателям ее устойчивого развития, а также оценки лежащих в его основе процессов, систем и уровня компетентности — это:*

- a. Стандарт верификации AA 1000
- b. Стандарт ISO 14001:2004
- c. Стандарт ISO 9001:2008
- d. Стандарт ISO 26000:2010

*Задание 2. К какому разделу стандарта социальной ответственности относится проблема «Противодействие коррупции»?*

- a. Права человека
- b. Трудовые практики
- c. Участие в жизни сообществ и их развитие
- d. Добросовестные деловые практики

*Задание 3. Обозначение международного стандарта «Руководство по социальной ответственности» имеет следующий вид:*

- a. ISO 14000:2009
- b. ISO 9000:2000
- c. ISO 10001:2007
- d. ISO 26000:2010

*Задание 4. Какой принцип социальной ответственности не продекларирован в Социальной хартии российского бизнеса:*

- a. Справедливого распределения доходов компании
- b. Экологической безопасности производства
- c. Справедливого ценообразования
- d. Соучастия бизнеса в социально-экономическом развитии территорий

*Задание 5. Социальные инвестиции являются одной из проблемных областей такой темы социальной ответственности, как:*

- a. Добросовестные деловые практики
- b. Права человека
- c. Участие в жизни сообществ и их развитие
- d. Трудовые практики

*Задание 6. К документам, содержащим руководящие принципы и кодексы поведения, не относятся:*

- a. Нормы ООН относительно обязанностей компаний в области прав человека
- b. Руководство по социальной ответственности ISO 26000
- c. Глобальный договор ООН
- d. Конвенции Международной организации труда

*Задание 7. К документам, содержащим системы управления и схемы сертификации, не относятся:*

- a. Серия стандартов Международной организации по стандартизации ISO 9000
- b. Серия стандартов Международной организации по стандартизации ISO 14000

- c. Серия стандартов промышленной безопасности и здоровья OHSAS 18000
  - d. Руководящие принципы Организации экономического сотрудничества и развития
- Задание 10. Какое содержание соответствует индикатору состояния КСО «верифицируемость»:*
- a. Способность информации отражать мнения различных групп стейкхолдеров
  - b. Возможность сопоставления информации как с ранее имевшейся информацией данной фирмы, так и с информацией других фирм
  - c. Соответствие информации границам, сферам и временным рамкам документа
  - d. Достоверность информации может быть проверена внутренним или внешним аудитом

*Задание 11. Наличие у предприятия социального отчета:*

- a. Улучшает репутацию предприятия
- b. Повышает лояльность сотрудников и потребителей
- c. Сокращает затраты предприятия
- d. Все вышеперечисленное

*Задание 12. 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 их соответствия 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 ее достоверности

*Задание 13. Разновидность нефинансовой отчетности, затрагивающей деятельность компании только в области природоохранных мероприятий, это:*

- a. Отчет об устойчивом развитии
- b. Отчет об охране труда
- c. Социальный отчет
- d. Экологический отчет

*Задание 14. Составление социального отчета относится к такому этапу оценки социально ориентированной деятельности предприятия, как:*

- a. Подготовка и планирование оценочной работы
- b. Сбор информации, необходимой для проведения оценки
- c. Анализ результатов оценки
- d. Выбор методики анализа и расчет оценочных показателей

*Задание 15. В «Матрице эффективности социальных инвестиций и социального партнерства» инвестиции в развитие внешней среды и корпоративное гражданство носят название:*

- a. Добросовестность
- b. Успех
- c. Сопричастность
- d. Забота

*Задание 16. Добровольный международный стандарт, предназначенный для того, чтобы помочь организациям внести вклад в устойчивое развитие общества, обеспечить взаимопонимание в области социальной ответственности и дополнить другие инструменты и инициативы в области социальной ответственности — это:*

- a. SA 8000:1997
- b. ISO 14001:2004
- c. ISO 9001:2008
- d. ISO 26000:2010

*Задание 17. Что не является потенциальной угрозой бизнесу при реализации им*

*социально ориентированной программы действия:*

- a. Высокие издержки
- b. Недостаточный уровень отчетности
- c. Снижение налоговой нагрузки
- d. Отсутствие единых стандартов в вопросах корпоративной социальной ответственности

*Задание 18. Специальные кодексы по социальным вопросам существуют в:*

- a. Германии, Франции
- b. Испании, Украины
- c. России, Португалии
- d. США, Мексика

*Задание 19. Правовую основу проектов социальной ответственности организации составляют:*

- a. законы и нормативно-правовые акты
- b. устав организации
- c. внутренние кодексы и правила маркетинговой деятельности
- d. социальные программы

*Задание 20. Не относится к группе принципов Глобального договора ООН принципы в области:*

- a. Прав человека;
- b. Охраны окружающей среды;
- c. Борьбы с коррупцией;
- d. Защиты личных интересов владельцев компании;

### **2.3. Рекомендации по оцениванию результатов решения аналитических заданий**

<b>Максимальное количество баллов*</b>	<b>Правильность (ошибочность) решения</b>
Отлично	Задача решена правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Обучающийся демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами изучаемой дисциплины и смежных дисциплин.
Хорошо	Задача решена правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Обучающийся демонстрирует методологические и теоретические знания, достаточно свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует достаточные аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами изучаемой дисциплины и смежных дисциплин.
Удовлетворительно	Задача решена правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Обучающийся демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие

	аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.
Неудовлетворительно	Задача решена неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

\* Представлено в таблице 2.1.

## СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

### Примеры ситуационных заданий по темам

#### РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

##### Тема 1.1. Теория корпоративной социальной ответственности

###### Ситуационная задача № 1:

Крупнейший банк Великобритании «Co-operative bank» – один из лидеров в распространении принципов социальной ответственности в банковской сфере.

Важный документ, регулирующий его деятельность, – «Политика этических инвестиций». Она включает 8 пунктов, где описывается позиция компании в отношении социальных инвестиций, определяющих ее отказ от участия в сделках по продаже оружия представителям диктаторского режима, от инвестиций в табачные компании и организации, занимающиеся производством и продажей натурального меха.

«Co-operativebank» стал одним из первых английских банков, опубликовавших ежегодный отчет (за 1997г.) о политике и программе социальной ответственности. Компания регулярно проходит социальный аудит и основывает свою маркетинговую политику на этических принципах.

Помимо внедрения КСО в деловую практику, публикации своей политики и отчетов, банк расходует более 3,2 млн. долл. США на различные общественно значимые программы.

*Задание.*

1. Определите, какой концепции корпоративной социальной ответственности придерживается данная компания. Охарактеризуйте данную концепцию.

2. Какие выгоды извлекает компания из публикаций своих ежегодных отчетов о политике и программе социальной ответственности?

*Примерный ответ.*

Теорию «разумного эгоизма» (enlightened self-interest). Данная концепция настаивает на том, что социально ответственный бизнес – это просто «хороший бизнес», поскольку сокращает долгосрочные потери в прибыли. Тратя деньги на социальные и филантропические программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, таким образом, устойчивые прибыли в будущем. Проявление социальной ответственности позволяет улучшить имидж корпорации, отношения в коллективе, привлечь новых клиентов, увеличить объемы продаж своей продукции (услуг), в результате чего растет стоимость акций корпорации на рынке.

а) Это средство формирования и поддержания положительного публичного имиджа. Показывает прозрачность деятельности.

б) Социально ответственный и этический менеджмент предупреждает или ослабляет отрицательный эффект воздействия на организацию со стороны таких влиятельных групп как государственные и муниципальные органы власти

в ) Широкая общественность ожидает этического поведения организаций и их руководства - несоответствие этим ожиданиям может привести к негативным последствиям

В результате решения ситуационного задания у обучающихся формируется способность учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности; аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации; способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений.

### Тема 1.2. Модели социальной ответственности

#### Ситуационное задание №2

По итогам изучения лекций 1 и 2 дайте сравнительную характеристику моделей КСО.

Модели КСО	Американская	Британская	Европейская	Российская	Исламская/азиатская/японская...и т.д (на выбор)
Целевая установка					
Степень участия государства					
Источники продуцирования КСО					
Экономическая ответственность					
Юридическая ответственность					
Этическая ответственность					
Филантропическая ответственность					
Основные стейкхолдеры					

*Задание.* На основании проведенного анализа, сделайте вывод о том, какая из моделей КСО подходит для Донецкой Народной Республики, аргументируйте свой ответ.

### Тема 1.3. Виды и система внутренней и внешней корпоративной социальной ответственности

#### Ситуационное задание №3

Социальный пакет (СП) компании «Любо-Дорого & К°» включал в себя четыре основных блока, исходя из основных человеческих потребностей. Первый блок вводил компенсацию за питание в кафе бизнес-центра, где располагался офис. У рядовых работников эта льгота пользовалась большой популярностью. Службы маркетинга, продаж и все топ-менеджеры получали компенсацию расходов на мобильную связь. Второй блок был связан с заботой о здоровье и трудоспособности работников. Помимо больничных и добровольного медицинского страхования для семьи персонал проходил ежегодный медосмотр и получал скидки на услуги в частной клинике. Для желающих компания была готова оплачивать 50% годового абонемента фитнес-центра. Третий блок давал возможность приобрести турпутевку в беспроцентную рассрочку, а лучшие сотрудники по итогам года награждались оплаченным заграничным путешествием. Наконец, четвертая льгота создавалась для молодежи и была призвана повысить рождаемость: за каждого младенца сотруднику выплачивали премию в размере 80 тыс. руб.

Генеральный директор Н. Сходняк считал, что получившийся СП учитывал интересы всех категорий сотрудников. Повышение квалификации он в пакет не включил, считая оплату обучения непременным компонентом работы с персоналом, а не бонусом. На деле результаты вложений в СП были не так радужны, как предполагалось. Служащие компании болели, к счастью, редко, поэтому обеспеченность медобслуживанием не грела их сердца. Кроме того, они часто критиковали слишком высокие цены клиники. Компенсацию за сотовую связь и бизнес-ланчи со временем люди стали воспринимать как нечто само собой разумеющееся. Служба производства жаловалась, что чаще всего призовые путевки достаются отделу продаж.

Особенно беспокоило его то, что СП не играл своей главной роли — удерживать наиболее ценных сотрудников в компании.

*Задание.* Чем объясняется актуальность подобной компенсационной формы внутренней социальной ответственности? Какие факторы влияют на включение в социальный пакет тех или иных элементов? Как модернизировать социальный пакет в компании «Любо-Дорого & К<sup>о</sup>»?

*Справочно.* «Любо-Дорого & К<sup>о</sup>» — вымышленная компания численностью 100 человек на стадии бурного роста. Недавно открыла свое производство, сбыт включает оптовый отдел и розницу (два собственных магазина). У предприятия есть сервисный центр, обслуживающий основной продукт — товус. Товус — универсальный продукт (название образовано от сокращения «товар-услуга»), ориентированный как на частного, так и на корпоративного клиента.

## **РАЗДЕЛ 2. РЕАЛИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

### **Тема 2.1. Формы реализации корпоративной социальной ответственности**

#### **Ситуационное задание №4**

Внутрикорпоративная благотворительная программа РОСБАНКА «Право помогать есть у каждого».

«Право помогать есть у каждого» представляет собой программу поддержки Банком частных пожертвований сотрудников. В рамках этого проекта сотрудники Банка имеют возможность самостоятельно определить, каким организациям они хотели бы перечислить часть своей зарплаты. А Банк со своей стороны поддерживает подобные инициативы и удваивает эту сумму. Участие в подобной программе позволяет многим сотрудникам реализовать свою потребность помогать нуждающимся.

В настоящее время в базе данных программы находится шесть проектов, которым сотрудники могут оказать финансовую помощь:

1. Общество помощи аутичным детям «Добро»;
2. Хоспис № 2 УЗ САО г. Москва;
3. Региональный общественный фонд содействия охране здоровья детей «Здоровый ребенок»;
4. Благотворительный фонд «Мир счастливого детства»;
5. Региональная общественная организация инвалидов «Центр гуманитарных программ»;
6. Всемирный фонд дикой природы (WWF). (Проект был начат в конце декабря 2002 года и продолжается в настоящее время.)

*Задание.*

1. Определите, к какому виду социальных программ относится данная программа. Какие виды еще могут быть использованы банком?

2. Какие задачи ставит руководство банка?

*Примерный ответ:*

1. Данная программа относится к «Программе пожертвования сотрудников».



Рис.1. Матрица «Сила-Интерес»

### **Тема 2.3 Принципы устойчивого развития организации и деловая репутация организации**

#### **Ситуационное задание № 6**

Компания «Энергия» обеспечивает передачу электроэнергии электрическими сетями, в частности собственными воздушными линиями электропередачи 0,4-110 киловольт. Однако надежной передачи электроэнергии препятствовали гнезда, построенные аистами на опорах действующих электрических линий. В течение последних десятилетий происходит процесс переселения аистов с деревьев и крыш на опоры низковольтных линий электропередачи. Гнезда на опорах представляют угрозу и для аистов, и для надежного энергоснабжения региона. Молодые птицы, вылетая из гнезда, часто травмируются от столкновения с электролиниями, тем самым провоцируя обесточивание целых присоединений. Охрана белого аиста закреплена законодательными актами. Таким образом, этот вид защищен от физического истребления и разрушения среды его существования.

*Задание.* Разработайте долгосрочную программу компании, направленную на разрешение указанного конфликта интересов, включая цели, основные направления и этапы реализации. Проанализируйте возможные проблемы, с которыми может столкнуться компания в ходе ее реализации.

### **Тема 2.4. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации**

#### **Ситуационное задание №7**

*Задание.* Прокомментируйте письменно подход к созданию положительного имиджа, использованный организацией (для одного из нижеследующих примеров). Какого рода преимущества получила компания (например, в продвижении товара на рынок, в увеличении продаж товаров и т.д.)?

1. Nike. Американские подростки стали совершать преступления, чтобы достать денег на кроссовки Nike. Хотя сама компания не была в этом виновата, Nike приняла эту беду близко к сердцу и инициировала партнерство с Boys Clubs of America (BCA). В ходе их совместной кампании Nike жертвовала BCA по 1 тыс. долл. за каждое очко, добытое Майклом Джорданом в игре всех звезд NBA. Деньги пошли на финансирование антикриминальных молодежных программ в городах Америки.

2. Gillette. В поисках новых путей продвижения линии дезодорантов Natural Plus компания Gillette вступила в партнерство с Международным фондом дикой природы (WWF). Компания выделила WWF 100 тыс. фунтов. Gillette предложила своим покупателям помочь делу защиты животных. К каждой упаковке Natural Plus предлагалась майка WWF, приобретая которую, покупатель добавлял WWF 1 фунт. Gillette укрепила свою репутацию заботящейся об экологии компании, к тому же добилась невиданного роста продаж нового продукта.

3. Procter&Gamble. В 1991 г. Procter&Gamble задумала привлечь внимание к вопросам охраны окружающей среды, а заодно и к своей продукции. С этой целью P & G подружилась с национальной некоммерческой организацией «Сохраним Америку прекрасной» (Keep America Beautiful, КАВ). Для начала была анонсирована программа, в рамках которой часть денег от продажи отдельных брендов P&G поступала КАВ. Чтобы активизировать кампанию, Procter&Gamble с помощью своих региональных менеджеров провела экологический шопинг для своих покупателей. Двум командам покупателей предлагалось в течение 3 минут найти в магазине экологически чистые товары (имелась в

виду не только чистота самого продукта, но и отсутствие негативного влияния на природу при его производстве). Частью развлечения стала еще одна игра - тем же командам нужно было наполнить свои тележки товарами, упаковка которых была сделана из переработанных материалов. Озабоченным экологическими проблемами американцам игра понравилась. Procter&Gamble увеличила продаж и укрепила имидж корпоративного гражданина.

### **РАЗДЕЛ 3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

#### **Тема 3.1. Этические нормы в корпоративной социальной ответственности**

##### **Ситуационное задание № 8**

Этический кодекс компании «Кока-Кола» состоит из пяти разделов.

Первый регулирует выполнение обязательств по бухгалтерским счетам и отчетам компании.

Во втором описаны потенциальные конфликты, которые могут возникнуть в результате столкновения интересов служащих компании.

Третий регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками.

В четвертой части регламентируется участие служащего в деятельности политических партий и других компаний.

Пятый раздел содержит указания по реализации правил кодекса.

*Задание.* Укажите причину, по которой данный кодекс нельзя считать социально-ориентированным обоснуйте свой ответ:

1) он не ориентирован на нужды самой компании; в нем много говорится об ответственности перед компанией и лояльности к ней служащих и крайне мало - об обязательствах фирмы перед своими сотрудниками и всем обществом;

2) в нем ничего не говорится об экологической составляющей деятельности компании;

3) в нем много говорится об обязательствах фирмы перед своими сотрудниками и всем обществом;

4) он не регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками.

#### **Тема 3.2. Социальная отчетность компании**

##### **Ситуационное задание № 9**

Проанализируйте нефинансовый публичный отчет о социальной деятельности любой крупной отечественной компании. Проанализируйте позиции, по которым составлен отчет и дополните их своими предложениями. Предложите свою технологию составления социального отчета. Докажите на конкретном примере, что социальная активность способна повысить узнаваемость продукта и компании.

*Задание.* Составьте социальный отчет своей компании.

Целью этого задания является приобретение навыков в области разработки и составления социальных отчетов.

#### **Тема 3.3 Структура и содержание стандартов корпоративной социальной ответственности**

##### **Ситуационное задание №10**

Одна из ведущих сетей кофеен «Старбакс» («Starbucks Coffee Company») включает политику социальной ответственности во все аспекты своей работы. Это касается подходов

к выбору поставщиков кофе (соблюдение прав человека, норм охраны труда компаниями-производителями кофе), отношения к окружающей среде, к персоналу. С 1998г. «Старбакс» поддерживает организацию Conservation International, выступающую за устойчивые технологии в сельском хозяйстве, защиту биоразнообразия через изменение подходов к производству кофе.

Результатами программы стало увеличение на 60% доходов фермеров, выращивающих кофе по новой технологии, и на 220% - числа кофейных плантаций, расположенных в зоне тропических лесов без повреждения биоразнообразия.

Забота о кофейнопроизводящих странах (Commitment to Origins™):принимает серьезные меры, чтобы помочь кофейным фермерам повысить уровень их жизни и защитить среду, в которой они выращивают кофе. Они внимательно изучили многие проблемы, с которыми сталкиваются фермеры, в том числе экономические и экологические. Забота о кофейнопроизводящих странах (Commitment to Origins™) - их вариант оказания помощи фермерам в решении стоящих перед ними проблем, компания одновременно поддерживает в стабильном состоянии их плантации, внимательно относится к вопросам защиты окружающей среды и сохраняет высокие стандарты по качеству кофе.

Забота об окружающей среде: Принимая меры по сокращению отходов при производстве и переработке, компания сохраняет природные ресурсы земли и повышает уровень жизни на всем земном шаре. Starbucks активно выискивает возможности минимизации воздействия на окружающую среду и создания здоровой планеты.

Забота о сообществах: Местные кофейни Starbucks стали центральной частью многих микрорайонов, они служат местом, где люди могут собраться, поговорить, пообщаться, приятно провести время. Но Starbucks считает, что может принести больше пользы местным сообществам тем, что старается сделать своих партнеров ответственными соседями и активными участниками событий тех районов, в которых они живут и работают. Это важная часть культуры и ценностей данной компании.

Забота о сотрудниках (партнерах): Более 63 000 человек работает в Starbucks, и все эти люди, которых они называем «партнеры», являются инструментом успеха компании.

Создать отличное место работы и обращаться друг с другом с уважением и достоинством.

Принимать разнообразие как неотъемлемый компонент нашего способа ведения бизнеса.

*Задание.* Какие основные документы определяют и регулируют социальную ответственность и социальную отчетность корпорации. Проследите взаимосвязь российских и международных документов, регулирующих политику КСО.

## 2.4. Рекомендации по оцениванию презентаций

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет высоким уровнем самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических

	ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе обучающийся проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы

\* Представлено в таблице 2.1.

Кроме представленных возможны инициативные темы.

## **ТЕМЫ ПРЕЗЕНТАЦИЙ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ КОМПЕТЕНЦИИ**

Раздел 1. Сущность и специфика корпоративной социальной ответственности

1. Эволюция социальной ответственности.
2. Формы поддержки образования, науки, здравоохранения и культуры (частных и корпоративных).
3. Управление знаниями как фактора КСО.
4. Основные подходы к формированию социального пакета в организации.
5. Сущность и значение социального кодекса в организации.
6. Условия и охрана труда как фактор внутренней социальной среды организации.
7. Гуманизация условий труда и система управления охраной труда в организации.
8. Характеристика механизмов социальной защиты работников от профессионального риска.
9. Различия в социальной политике государственных и частных предприятий.
10. Фактор глобализации в развитии корпоративной социальной ответственности.
11. Опыт социально ответственного поведения американских ТНК.
12. Европейская социальная Хартия.
13. Институты, формирующие модель социально ответственного поведения европейских компаний. Роль
14. Социальная Хартия российского бизнеса.
15. Деятельность Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП), и его роль в продвижении идей социально ответственного бизнеса.

16. Правило «Трех Д»: Корпоративная социальная ответственность: добровольная, дополнительная, деловая.

17. Роль бизнеса в современном обществе

18. Бизнес и общество – противостояние или взаимовыгодный союз?

19. Дилемма экономической эффективности и общественного блага в контексте бизнес-развития.

Раздел 2. Реализация корпоративной социальной ответственности

1. КСО – фактор роста стоимости компании

2. Алгоритм реализации инвестиционных проектов корпораций в социальной сфере

3. Как проходит выбор и обоснование приоритетных направлений соц. инвестирования (SWOT анализ)

4. Социальные проекты и их роль в выборе социальных программ организации.

5. Добросовестные деловые практики

6. Типы социальных программ на различных уровнях.

7. Роль социальных программ в развитии малого и среднего бизнеса.

8. Общественные не государственные фонды, их роль в благотворительной

9. деятельности на территории РФ.

10. Явная и скрытая благотворительность.

11. «Индекс социального развития».

12. Оценка деловой репутации и репутационные рейтинги.

13. Благотворительная деятельность купцов Третьяковых.

14. Меценатство купцов Морозовых.

15. Благотворительность династии Рябушинских.

16. Благотворительная деятельность семьи Абрикосовых.

17. Благотворительность семьи Бахрушиных.

18. Благотворительность промышленников Демидовых.

19. Благотворительность и меценатство в Московской губернии.

20. Концепция и основные факторы устойчивого развития организации.

21. Деловая репутация как результат корпоративной социальной ответственности организации.

22. Формирование деловой репутации, ее оценка контактными группами.

23. Виды деловой репутации, ее проявление в гудвилле.

24. Деловая репутация как фактор устойчивого развития организации.

25. Среда проявления корпоративной социальной ответственности и взаимосвязь конкурентных преимуществ.

Раздел 3. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности

1. Этические индексы (и.Домини, и.Доуджонса, и. Устойчивого развития(глобальный))

2. Корпоративный социальный отчет. Ключевые аспекты составления социального отчета компании

3. Международный стандарт ИСО 14000 (экология и безопасность окружающей среды)

4. Международный стандарт ИСО 18000 (Охрана труда и техника безопасности на предприятии)

5. Международный стандарт ИСО 26000 (Руководство по социальной ответственности).

6. Управление этикой и социальной ответственностью корпорации.

7. Этические проблемы деловой жизни.

8. Моральные стандарты организации (по Дж.Сидерблу и Ч.Дохерти).

9. Моральные проблемы, связанные с властью и подчинением, возможности оценки качества руководителя с этической точки зрения (раз Global Reporting Initiative: история, основные блоки индикаторов. AA 1000: границы применения. ISO 26000: текущее

состояние дел. Экологические стандарты: ISO 14001, EMAS. Социальные стандарты: SA 8000. Составление грамотного социального отчета. Аудит социального отчета. бор кейсов).

10. Взаимодействия «Бизнес-Власть- ОК-1 пороговый, базовый Комплексная Общество» в рамках ОК-2 письменная корпоративной социальной ОК-3 работа ответственности

11. Способы повышения этического уровня организации (этические кодексы, "карты этики", комитеты по этике, социальные ревизии, обучение этическому поведению, этическая экспертиза, этическое консультирование).

12. Global Reporting Initiative: история, основные блоки индикаторов. AA 1000: границы применения. ISO 26000: текущее состояние дел.

## **2.5 Рекомендации по оценке научной составляющей (Написание научной статьи по тематике дисциплины).**

Продукт самостоятельной работы при непосредственном руководстве лектором или преподавателем, ведущим семинарские занятия по данной учебной дисциплине.

Научная статья должна быть выполнена по заданной теме, четко оформлен библиографический список, поставлены цели, задачи исследования, определен объект и предмет исследования, определены методы исследования, позволяющие достигнуть поставленных целей исследования, проведен анализ исследования, сделаны выводы. Оформление соответствует требованиям ГОСТ.

Критерии оценивания выполненных работ: самостоятельность выполнения, логичность, содержательность, аргументированность, правильность оформления.

<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>Критерии</b>
10 баллов (отлично)	при написании статьи указанные требования выполнены на 85-100%
7 баллов (хорошо)	при написании статьи указанные требования выполнены на 65-84%
4 баллов (удовлетворительно)	при написании статьи указанные требования выполнены на 31-64%
0,5 баллов (неудовлетворительно)	при написании статьи указанные требования выполнены на 0-30%

### **Примерные темы научных статей**

1. Социальная ответственность бизнеса. Проблемы и тенденции
2. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность
3. Развитие корпоративной благотворительности: теория и практика (на примере Испании)
4. Институциональные проблемы развития социально-экономической ответственности российского бизнеса
5. Правовой анализ институционального механизма корпоративной социальной ответственности российских промышленных корпораций
6. Анализ подходов к формированию критериев оценки социальной ответственности бизнеса в России и за рубежом
7. Феномен корпоративной социальной ответственности в странах Запада

8. Корпоративная социальная ответственность как метод сокращения производственных издержек
9. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты
10. Тренды корпоративной социальной ответственности бизнеса в России
11. Социально ответственный бизнес как фактор развития экономики региона
12. Корпоративная социальная отчетность в условиях устойчивого развития экономики
13. Инициативы финансового сектора в практике реализации социальной ответственности и устойчивого развития
14. Анализ критериев оценки социально ответственного поведения бизнеса
15. Проблемы и специфика развития корпоративной социальной ответственности бизнеса в Российской Федерации
16. Методология включения корпоративной социальной ответственности предприятия в его сбалансированную систему показателей.
17. Характерные черты социальной ответственности и этики в организациях малого и среднего бизнеса в России.
18. Управление отношениями со стейкхолдерами как источник конкурентного преимущества.
19. Корпоративная социальная ответственность как перспективный инструмент расширения деятельности международного бизнеса.
20. Социальные инвестиции как составляющая устойчивого развития бизнеса.

## ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Сущность и специфика корпоративной социальной ответственности

Тема 1.1. Теория корпоративной социальной ответственности

1.Эволюция концепции социальной ответственности и ее интерпретации. .

2.Концепция «корпоративного эгоизма»

3.Концепция корпоративного альтруизма

4.Концепция «разумного эгоизма

5.Этапы развития концепции социальной ответственности.

6.Модель пирамиды корпоративной социальной ответственности А. Керолла.

7.Корпоративная социальная ответственность: понятие, сущность, значение

8.Основные подходы к пониманию сущности КСО в современной экономике и обществе

9.Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности

Тема 1.2. Модели социальной ответственности

10.Американская модель КСО.

11.Европейская модель КСО.

12.Канадская модель КСО.

13.Азиатская модель КСО.

14.Особенности развития концепции КСО в России

15.«Аутсайдерская модель» КСО.

16.«Инсайдерская» модель КСО

17.Открытая и скрытая модели корпоративной социальной ответственности

Тема 1.3. Виды и система внутренней и внешней корпоративной социальной ответственности

18.Виды, формы и система внешней социальной ответственности

19.Основные черты и особенности внутренней корпоративной социальной ответственности.

20.Корпоративная социальная ответственность: стиль и лидерство

21.Корпоративная социальная ответственность: поддержка образования, науки, здравоохранения и культуры

Раздел 2. Реализация корпоративной социальной ответственности

Тема 2.1. Формы реализации корпоративной социальной ответственности

22.Роль социальных программ в формировании положительной деловой репутации корпораций: зарубежная и отечественная практика.

24.Использование спонсорства в создании положительного имиджа компании.

25.Особенности ведения благотворительной деятельности в России и за рубежом.

26.Сущность и роль социальных инвестиций в деятельности компании.

Тема 2.2. Отношения компании с заинтересованными лицами в системе корпоративного управления

27.Теория заинтересованных сторон.

28.Концепция заинтересованных сторон.

29.Управление КСО с позиции стейкхолдеров

30.Заинтересованные стороны, их потребности и ожидания

31.Отношения компании с заинтересованными лицами в системе корпоративного управления

32.Распределение заинтересованных лиц по типам в соответствии с классификацией.

Тема 2.3. Принципы устойчивого развития организации и деловая репутация организации

33.Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.

- 34. Концепция устойчивого развития
- 35. Принципы устойчивого развития организации при реализации корпоративной социальной ответственности
- 36. Рейтинг социальной ответственности российских компаний.
- 37. Модель "3P": Люди (People), Планета (Planet), Прибыль (Profit).
- 38. Показатели устойчивого развития компаний
- Тема 2.4. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации
- 39. Деловая репутация - результат корпоративной социальной ответственности организации
- 40. Формирование деловой репутации, ее оценка контактными группами
- 41. Виды деловой репутации, ее проявление в гудвилле
- 42. Источники конкурентных преимуществ
- 43. Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ организации
- Раздел 3. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности
- Тема 3.1. Этические нормы в корпоративной социальной ответственности
- 44. Этика и организационная культура в реализации корпоративной социальной ответственности
- 45. Этические принципы менеджмента
- 46. Этические нормы реализации ответственности
- 47. Этический кодекс - регулятор реализации ответственности
- Тема 3.2. Социальная отчетность компании
- 48. Этапы процесса подготовки социального отчета предприятия.
- 49. Аудит нефинансовых отчетов.
- 50. Понятие, сущность и значение нефинансовой отчетности предприятия.
- 51. Стандарты нефинансовой отчетности.
- Тема 3.3. Структура и содержание стандартов корпоративной социальной ответственности
- 52. Руководство по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности (The Global Reporting Initiative - GRI)
- 53. Стандарт верификации AA 1000
- 54. Социальная хартия российского бизнеса
- 55. Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП)
- 56. Меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности, утвержденный Ассоциацией менеджеров России
- 57. Международный стандарт ИСО 14000 (экология и безопасность окружающей среды)
- 58. Кодекс предпринимательской этики Торгово-промышленной палатой РФ (ТПП РФ) «12 принципов ведения дел в России».
- 59. Международный стандарт SA 8000 «Социальная ответственность» (Social Accountability 8000)
- 60. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российская академия народного хозяйства и государственной службы при  
Президенте Российской Федерации»  
Донецкий институт управления-филиал

**Направления подготовки 38.03.02 Менеджмент**

**Профиль «Маркетинг»,**

**Кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности**

**Дисциплина (модуль) «Корпоративная социальная ответственность»**

**Курс 3**

**Семестр 5**

**Форма обучения очная**

### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Стейкхолдеры и их основные интересы.
2. Глобальный договор ООН: цель документа, направления и принципы КСО, определенные в документе.
3. Формы реализации социальной ответственности бизнеса.

*Экзаменатор* \_\_\_\_\_

И.Ю. Беганская

Утверждено на заседании кафедры «Менеджмента внешнеэкономической деятельности» (протокол № 11 от 24.03.2025 г.)

*Заведующий кафедрой* \_\_\_\_\_

И.Ю. Беганская