



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПС

Фонд оценочных средств
(приложение к рабочей программе модуля)
«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
по направлению подготовки

38.03.03 УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Профиль программы

«АУДИТ И КОНТРОЛЛИНГ ПЕРСОНАЛА»

ИНСТИТУТ
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления
кафедра менеджмента

1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплина	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;</p> <p>ПК-1: Способен обеспечивать эффективное функционирование системы управления персоналом для достижения целей организации</p>	<p>УК-3.2: Восприятие целей, функций команды, ролей членов команды, осознание собственной роли в команде;</p> <p>ПК-1.6: Разрабатывает и реализует корпоративную социальную политику организации</p>	<p>Корпоративная социальная ответственность</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления; - основные направления и элементы социальной политики; - основные индикаторы результативности корпоративной социальной ответственности; - основные перспективы развития корпоративной социальной ответственности; направления совершенствования подходов к корпоративной социальной ответственности России и за рубежом. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные субъекты регулирования корпоративной социальной ответственности в России и характер их воздействия на организации различного уровня (международные, региональные, локальные); - проводить интегральную оценку эффективности корпоративной социальной ответственности; анализировать корпоративные социальные отчеты российских и зарубежных организаций; - анализировать и оценивать вложения в социально ответственные инвестиции. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа общемировых тенденций развития корпоративной социальной ответственности, а также

			<p>возможностей их применения к условиям российского бизнеса;</p> <ul style="list-style-type: none">- методиками анализа подходов к регулированию корпоративной социальной ответственности, а также степени их воздействия на российские организации;- методами разработки стратегии и тактики компании в области корпоративной социальной ответственности;- базовыми навыками разработки корпоративной социальной отчетности.
--	--	--	--

2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОЭТАПНОГО ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ) И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1 Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства текущего контроля успеваемости;
- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания по отдельным темам;
- задания и контрольные вопросы к практическим занятиям.

2.3 К оценочным средствам для промежуточной аттестации по дисциплине, проводимой в форме зачёта, соответственно относятся:

- промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости.

3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

3.1 Тестовые задания используются для оценки освоения тем дисциплины студентами всех форм обучения (Приложение № 1). Тестирование обучающихся проводится на занятиях

по очной форме обучения, а по очно-заочной форме обучения – как форма внеаудиторной самостоятельной работы студента.

Тестовое задание предусматривает выбор правильного ответа (или нескольких вариантов ответа) на поставленный вопрос из предлагаемых вариантов ответа.

Оценка по результатам тестирования зависит от уровня освоения студентом тем дисциплины и соответствует следующему диапазону (%): положительная оценка («зачтено») выставляется студенту при получении от 56 до 100% верных ответов, «не зачтено» выставляется при получении менее 56% верных ответов.

3.2 В приложении № 2 приведены типовые задания для проведения практических занятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Для самостоятельной подготовки к практическому занятию необходимо внимательно изучить цель занятия, материал, полученный на лекции. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. Особое внимание при этом необходимо обратить на методику расчета показателей, коэффициентов, установление взаимосвязи между ними, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов.

Неудовлетворительная оценка выставляется, если студент не выполнил и не «защитил» предусмотренные рабочей программой дисциплины практические задания.

4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Заключительная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта. К зачёту допускаются студенты, положительно аттестованные по результатам текущего контроля.

4.2 Зачет проводится в форме ответов на вопросы к зачету и решения типовых заданий.

В приложении №3 приведены контрольные вопросы, которые могут быть использованы для промежуточной аттестации по дисциплине, а в приложении № 4 - типовые задания для зачёта.

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»; 2)

«зачтено», «не зачтено»); 3) 100 - балльную (процентную) систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 2).

Таблица 2 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
1 Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полнотой знаний и системным взглядом на изучаемый объект
2 Работа с информацией	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
3. Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задаче данные	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи

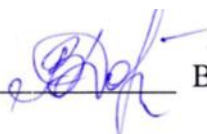
Система оценок	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
Критерий	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
4. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (профиль «Аудит и контроллинг персонала»).

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры менеджмента (протокол № 7 от 05.04.2022 г.)

Заведующая кафедрой


В. В. Дорофеева

Приложение № 1

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вариант 1

1. Понятие «корпорация» в отечественной практике трактуется как:

- 1) совокупность лиц, объединившихся для достижения какой-либо цели; является юридическим лицом;
- 2) объединенная группа, круг лиц одной профессии, одного сословия;
- 3) форма организационной предпринимательской деятельности, предусматривающая долевую собственность, юридический статус и сосредоточение функций управления в руках верхнего эшелона профессиональных управляющих (менеджеров), работающих по найму;
- 4) данное понятие отсутствует в отечественной практике.

2. Из предложенных вариантов выберите более точный синоним понятия «корпорация»

- 1) «социальная ответственность»;
- 2) «человеческий капитал»;
- 3) «капитальное общество»;
- 4) «деловая репутация»;
- 5) «уставный капитал».

3. Разновидности акционерного общества, известные европейскому законодательству могут быть отнесены к корпорации:

- 1) коммандитные акционерные общества;
- 2) коммандитные товарищества на акциях;
- 3) концерны;
- 4) финансовые холдинги;
- 5) все ответы верны.

4. Страна, в которой коммандитное товарищество с участием общества с ограниченной ответственностью является организационно-правовой формой объединения капиталов

- 1) в США;
- 2) в Англии;
- 3) в Германии;
- 4) в России;

5) во всех названных странах.

5. В зависимости от преследуемых целей корпорации подразделяются на виды:

- 1) публичные и непубличные;
- 2) предпринимательские и непредпринимательские;
- 3) американские, английские, германские, российские;
- 4) верны только ответы 1, 2;
- 5) верны все ответы.

6. Корпоративная среда – это:

- 1) корпоративные отношения;
- 2) местное население и общество в целом;
- 3) малые предприятия, ожидающие от сотрудничества с крупными компаниями справедливых торговых отношений и своевременных платежей;
- 4) область взаимодействия корпорации с теми, на кого она может в силу своих возможностей оказывать влияние;
- 5) элемент корпоративной культуры.

7. Участники корпоративной среды, которые могут требовать от корпорации справедливой оплаты труда:

- 1) потребители;
- 2) служащие;
- 3) акционеры;
- 4) поставщики;
- 5) общество в целом.

8. Баланс в отношениях между всеми участниками корпоративной среды может быть достигнут:

- 1) путем максимизации прибыли;
- 2) в процессе переговоров и установления договоренностей между участниками корпоративной среды;
- 3) путем разработки и утверждения определенного перечня документов, регламентирующих правила взаимоотношений и устанавливающих структуру в рамках корпоративной среды;
- 4) должна быть разработана продуманная кадровая политика;
- 5) верны все ответы.

9. Условия, необходимые для эффективной реализации корпоративного управления в нашей стране:

- 1) развитость экономики и освоенное населением предпринимательство;
- 2) сосуществование различных форм собственности;
- 3) достаточное количество профессиональных управляющих (менеджеров);
- 4) нормативные и экономические предпосылки для успешной деятельности корпораций;
- 5) совокупность всех ответов.

10. Организация, которая может быть в статусе головной корпорации финансово-промышленной группы:

- 1) управляющая компания;
- 2) банк;
- 3) финансовая компания;
- 4) страховая компания;
- 5) верны все ответы.

11. Факторы, определяющие структуру управления корпорацией в каждой конкретной стране:

- 1) законодательство данной страны;
- 2) нормативные акты, регулирующие права и обязанности всех участвующих сторон;
- 3) фактически сложившаяся структура управления в данной стране;
- 4) устав каждого акционерного общества;
- 5) верны все ответы.

12. Наиболее характерные черты японской модели управления акционерным обществом:

- 1) постоянно растущее число независимых акционеров;
- 2) высокий процент банков и различных корпораций в составе акционеров;
- 3) представительство банков в совете постоянно;
- 4) четко разработанная законодательная основа, определяющая права и обязанности управляющих, директоров и акционеров;
- 5) простой механизм взаимодействия между корпорацией и акционерами.

13. Признаки отличия трех разных моделей управления акционерными обществами на развитых рынках капитала:

- 1) по ключевым участникам корпорации и структуре владения акциями в конкретной модели;
- 2) по составу совета директоров и законодательным рамкам;
- 3) по требованиям к раскрытию информации для корпораций, включенных в листинг и корпоративным действиям, требующим одобрения акционеров;
- 4) по механизму взаимодействия между ключевыми участниками;
- 5) верны все ответы.

14. Правильное определение консорциума среди предложенных вариантов:

- 1) акционерная компания, владеющая контрольными пакетами акций, управляющая или контролирующая деятельность других компаний, предприятий с целью осуществления контроля над их операциями;
- 2) объединение предприятий, выпускающих однородную продукцию, в целях организации ее коллективного сбыта через единую торговую сеть;
- 3) временное объединение корпораций, банков и других организаций на основе общего соглашения для осуществления капиталоемкого проекта или совместного размещения займа;
- 4) крупное объединение предприятий, связанных общностью интересов, договорами, капиталом, участием в совместной деятельности;
- 5) добровольное объединение физических и (или) юридических лиц с целью взаимного сотрудничества при сохранении самостоятельности и независимости входящих в объединение членов.

15. Условия, при которых кросс-культурный аспект отношений между компаниями разных стран обеспечивает эффективную кооперационную интеграцию в рамках международного разделения труда:

- 1) отсутствии организационных барьеров;
- 2) наличии полной и всесторонней информации;
- 3) наличии дискриминационных правил взаимодействия фирм разных стран;
- 4) четкой зависимости заработной платы от уровня занятости;
- 5) верны все ответы.

Вариант 2

1. Характерный признак феодальной культуры корпорации:

- 1) отсутствие юридической защиты прав работников-акционеров;

- 2) акционерные права работников отождествляются с их служебными обязанностями;
- 3) размер зарплаты устанавливается в зависимости от экономических результатов деятельности компаний;
- 4) участие работников в инвестиционной деятельности компании является логичным и практическим способом признания их акционерных прав;
- 5) верны все ответы.

2. Тип корпоративной культуры, при которой она рассматривается как часть общего процесса превращения компании в самую конкурентоспособную в данной отрасли и привлекательную для инвесторов:

- 1) «акционерная» корпоративная культура;
- 2) «предпринимательская» культура;
- 3) «культура участия»;
- 4) «феодалная» культура корпорации;
- 5) «инвесторская» культура корпорации.

3. Наиболее точное определение корпоративной культуры:

- 1) конкурентный рынок труда – занятость – достойная оплата труда;
- 2) ориентация на роли – следование задачам – влияние на человека - получение власти;
- 3) организационная культура = корпоративная культура;
- 4) конкурентоспособность - клиентоориентированность - деловой успех;
- 5) общие ценности – взаимовыгодные отношения и сотрудничество – добросовестное организационное поведение.

4. Характеристика организации, которая придерживается модели корпоративной культуры, ориентированной на задачу?

- 1) гибкость, быстрота, способность справляться с новыми ситуациями и адаптироваться к ним;
- 2) умение и потенциал отдельных работников;
- 3) рост организации;
- 4) процедуры и правила, ясно сформулированные функциональные предписания;
- 5) верны все ответы.

5. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей:

- 1) теория корпоративного эгоизма;

- 2) теория корпоративного альтруизма;
- 3) теория ответственного поведения;
- 4) теория социальной ответственности;
- 5) теория благотворительности.

6. Вариант, который является примером наступления социальной ответственности бизнеса:

- 1) субъект бизнеса уделил недостаточно внимания требованиям общества;
- 2) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества;
- 3) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса;
- 4) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной базой для данного вида бизнеса;
- 5) верны все ответы.

7. Концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х - начале 70-х годов XX в. стала формироваться в:

- 1) США;
- 2) Великобритании;
- 3) Японии;
- 4) Германии;
- 5) верны все ответы.

8. Социальная ответственность - это:

- 1) правило;
- 2) этический принцип;
- 3) закон, обязательный для исполнения;
- 4) норматив;
- 5) все ответы верны.

9. Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

- 1) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам;
- 2) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах;
- 3) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом;
- 4) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма;

5) все ответы верны.

10. Социальная ответственность бизнеса проявляется путем:

- 1) уплаты налогов в фонд медицинского страхования;
- 2) финансирования корпорацией мероприятий по охране окружающей среды;
- 3) благотворительности;
- 4) социально-ориентированной политики в отношении сотрудников корпорации;
- 5) верны все ответы.

11. К внутреннему мотиву компании, занимающейся благотворительностью относится:

- 1) нравственные мотивы;
- 2) рост доверия потребителей;
- 3) реклама;
- 4) любовь к искусству;
- 5) все ответы верны.

12. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:

- 1) потребителям;
- 2) сотрудникам;
- 3) обществу в целом;
- 4) клиентам;
- 5) верны все ответы.

13. Внешний стимул для бизнеса компании, занимающейся меценатством:

- 1) гражданский долг;
- 2) высокий уровень самосознания;
- 3) известность;
- 4) реклама, способствующая формированию имиджа;
- 5) снижение налоговых ставок.

14. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества:

- 1) корпоративный фонд;
- 2) социальные инвестиции;
- 3) спонсорство;
- 4) денежные гранты;

5) социально значимый маркетинг.

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

- 1) повышение национального дохода;
- 2) повышение уровня (качества) жизни;
- 3) получение прибыли;
- 4) повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей;

Вариант 3

1. Фактор, определяющий уровень жизни в России:

- 1) физиологическим минимумом;
- 2) прожиточным минимумом;
- 3) социальным минимумом;
- 4) системой потребительских бюджетов: физиологического, прожиточного и социального минимумов;
- 5) потребительской корзиной.

2. Элементы понятия «качество жизни»:

- 1) потребление материальных благ, продуктов питания, качество жилищных условий и занятости;
- 2) развитие сферы услуг, образования, культуры, социального обеспечения;
- 3) удовлетворенность человека работой и жизненными условиями;
- 4) удовлетворенность человека социальным статусом, финансовым положением и семейными отношениями;
- 5) совокупность всех ответов.

3. Технология внедрения социальных инвестиционных проектов, предусматривающая создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта:

- 1) технология массового вида социального инвестирования;
- 2) технология точечного вида социального инвестирования;
- 3) технология рыночного вида социального инвестирования;
- 4) технология агрессивного вида социального инвестирования;
- 5) технология пассивного вида социального инвестирования.

4. Госрегулирование социальной сферы проявляется в виде:

- 1) налоговых льгот;
- 2) информационной поддержки;
- 3) финансирования;
- 4) юридической поддержки;
- 5) все ответы верны.

5. Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

- 1) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения;
- 2) повышение квалификации медиков через возрождение курсов повышения квалификации;
- 3) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе;
- 4) развитие культурного образования детей и юношества;
- 5) обеспечение занятости инвалидов.

6. Показатель эффективности социального инвестирования, характеризующий степень удовлетворенности населения качеством жизни:

- 1) социальный эффект;
- 2) социальная эффективность;
- 3) социально-экономическая эффективность;
- 4) экономическая эффективность;
- 5) все ответы верны.

7. Количественные показатели, которые являются примером социальной эффективности:

- 1) возникновение дополнительных социальных услуг;
- 2) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем;
- 3) уменьшение безработицы;
- 4) увеличение рождаемости и снижение смертности;
- 5) верны все ответы.

8. Вопросы, положенные в основу принципов «Социальной хартии российского бизнеса», принятой в 2004 г.:

- 1) вопросы экономической и финансовой устойчивости;
- 2) вопросы прав человека, качества продукции, взаимоотношений с потребителями;

- 3) вопросы участия в развитии местного сообщества;
- 4) вопросы экологической безопасности;
- 5) все ответы верны.

9. Мероприятия компании, направленные на охрану здоровья и обеспечение безопасных условий труда:

- А) обеспечение профессионального роста и карьеры;
- Б) предоставление социальных пакетов для сотрудников и членов их семей;
- В) оказание содействия в трудоустройстве;
- Г) профилактика профессиональных заболеваний.

10. Внешняя форма реализации КСО предполагает:

- 1) охрану окружающей среды;
- 2) добросовестную деловую практику;
- 3) поддержку и развитие местного сообщества;
- 4) все вышеперечисленное.

11. Комплекс технических и мотивационных мер, получивших название «зеленый офис», относится к такому направлению внешней формы КСО, как:

- 1) добросовестная деловая практика;
- 2) охрана окружающей среды;
- 3) поддержка и развитие местного сообщества;
- 4) нет правильного ответа.

12. В компетенцию общего собрания акционеров по вопросам КСО входит:

- 1) определение основных адресатов ответственности;
- 2) определение бюджета предприятия на реализацию КСО;
- 3) определение структур управления, которым будет поручена организация КСО;
- 4) все вышеперечисленное.

13. Термин «социальная отчетность» имеет синоним:

- 1) «корпоративная социальная отчетность»;
- 2) «нефинансовая отчетность»;

- 3) «отчетность в области устойчивого развития»;
- 4) все вышеперечисленные варианты верны.

14. Согласно критерию Дж. Элкингтона вклад компании в развитие общества может быть оценен с учетом:

- 1) экономической сферы деятельности компании;
- 2) социальной сферы деятельности компании;
- 3) экологической сферы деятельности компании;
- 4) всех вышеперечисленных сфер деятельности компании.

15. Социальный аудит – это:

- 1) комплексная и независимая оценка соблюдения требований в области экологической безопасности, экологического менеджмента и охраны окружающей среды;
- 2) определение, оценка личностного потенциала сотрудников и их соответствия корпоративной культуре и ценностям компании;
- 3) процесс, позволяющий организации оценить и продемонстрировать ее вклад в решение социальных, экономических и экологических проблем;
- 4) проверка финансовой отчетности и выражение мнения о ее достоверности.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Основные концепции и подходы к КСО

Задание 1. Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире. Как вы понимаете каждое из данных высказываний, есть ли среди них такой тезис, с которым бы Вы согласились, а с которым категорически нет, обоснуйте Ваш ответ.

- «Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнес-решение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать, а потому, что это хорошо для нашего бизнеса» (Н. Фицджеральд, Президент, Unilever);

- «С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы» (Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell);

- «Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности» (Андерс Далвиг, Президент ИКЕА).

Тема 2. Построение системы управления КСО в организации

Задание 1. Составьте краткий перечень ссылок (с указанием номера и пункта нормативного документа) на российские законы и иные нормативные акты, в которых можно найти ответы на следующие вопросы (не более 2-х по выбору студента):

Кто является основными действующими лицами в корпоративной практике социального инвестирования в России?

1. Каковы их интересы и имеющиеся ресурсы?
2. Существуют ли «правила игры» в области корпоративной благотворительности, которые признаны большинством участников этой деятельности?
3. Какие риски следует иметь в виду при разработке стратегий в области социального инвестирования корпораций?
4. Каковы организационные возможности корпораций по осуществлению социальных инвестиций?

5. Каковы ожидаемые и реальные выгоды местных сообществ и делового сообщества от реализации социальных программ/инвестиций корпораций?

6. Каковы в настоящее время результаты (положительные и отрицательные) уже осуществленных корпорациями социальных инвестиций?

Тема 3. Внутренняя и внешняя КСО. Социальные и благотворительные программы

Задание 1. В современном обществе постепенно меняется подход к благотворительности от простого финансирования общественных и благотворительных организаций, которые самостоятельно распределяют средства между различными проектами, к партнерскому участию всех сторон. Результатом активного взаимодействия всех участников становится появление долгосрочных социальных программ, которые в равной степени интересны для общества и решают конкретные социальные задачи.

Такая модель сегодня получила название:

- 1) «тройственный союз»;
- 2) «социальная ответственность бизнеса»;
- 3) «социальные инвестиции»;
- 4) «социальное партнерство»;
- 5) «триединый итог».

Задание 2. Международный благотворительный Фонд "Дети Мира" и компания "Кимберли Кларк" провели совместную благотворительную акцию "Из добрых рук с любовью - Кимберли Кларк детям сиротам" в рамках широкомасштабного общероссийского проекта "Не оттолкни меня!" ("Антибезразличие"). Была осуществлена безвозмездная передача необходимых гигиенических средств детям из детских домов, школ-интернатов, приютов и больниц Москвы и Подмосковья.

Укажите направление социальной программы Компании "Кимберли Кларк":

- 1) развитие местного общества;
- 2) развитие персонала;
- 3) социально ответственное инвестирование;
- 4) природоохранная деятельность и ресурсосбережение;
- 5) добросовестная деловая практика.

Тема 4. Социальный отчет и его независимое подтверждение

Задание 1. В каком из вариантов приведён пример базового уровня социальной ответственности бизнеса?

В Калининградской области проводился конкурс социальных и культурных проектов ООО "Лукойл-Калининградморнефть". Конкурс социальных и культурных проектов организуется ООО "Лукойл-Калининградморнефть" и некоммерческой благотворительной организацией "Благотворительный фонд "Лукойл" с целью поддержки инициатив общественных организаций и населения в решении актуальных социальных проблем;

2). Организация «Успех» передала безвозмездно хоккейному клубу автобусы. За это на свитерах хоккеистов решением руководства клуба был размещен фирменный логотип данной организации;

3). ОАО "Нойзидлер Сыктывкар" заключает с сотрудниками соглашения о долевом участии в строительстве жилых домов. Компания полностью покрывает затраты на подготовительные работы. Возведение жилого дома происходит за счет предприятия, работник впоследствии возмещает расходы из своих доходов;

4). работнику аптеки ООО "Будем здоровы" выделена путевка на лечение. При этом 70 % ее стоимости оплачивает организация, остальное самим работником;

5). заработная плата всех работников компании «Ветер перемен» находится в определенной зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы. «Ветер перемен» своевременно оплачивает налоги, также делает отчисления в негосударственные социальные фонды по своей инициативе. Администрация данной компании ставит целью выход на новые рынки, улучшение качественных характеристик посредством материального стимулирования работников и расширение рабочего штата в ближайшей перспективе. Сотрудники компании очень дорожат своими рабочими местами при таких условиях работы.

Тема 5. КСО и деловая репутация компании. КСО.

Задание 1. 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 продажи 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 GiPette вступила в партнерство с Международным фондом дикой природы (WWF). Компания выделила WWF 100 тыс. фунтов. GiPette 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.

Тема 6. Кодекс корпоративного поведения и этические кодексы

Задание 1. 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

Укажите причину, по которой данный кодекс нельзя считать социально-ориентированным:

- 1) он не ориентирован на нужды самой компании;
- 2) 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;
- 3) в нем ничего не говорится об экологической составляющей деятельности компании;
- 4) в нем много говорится об обязательствах фирмы перед своими сотрудниками и всем обществом;
- 5) он не регулирует взаимодействия компании с государственными учреждениями, официальными лицами, клиентами и поставщиками.

Задание 2. Приведите примеры удачной и неудачной борьбы с коррупцией в разных странах. Предложите свой вариант для нашей страны.

Тема 7. Оценка эффективности социальных инвестиций и социального партнерства

Задание 1. Корпоративная социальная ответственность не является абсолютно новой для российского бизнеса, поскольку градообразующие предприятия еще в советское время создавали и поддерживали социальную сферу и соответствующую инфраструктуру. Каким образом?

- 1) работники получали практически одинаковую заработную плату, так как командными методами государство регулировало величины всех заработных плат;
- 2) работники имели возможность покупать товары народного потребления по приемлемым для них ценам в специализированных магазинах, так как командными методами государство регулировало цены на все продукты;
- 3) работники получали путевки в дома отдыха, пользовались поликлиниками при предприятиях, имели продолжительные оплачиваемые отпуска;
- 4) предприятия оплачивали своим работникам курсы, семинары и тренинги, зарубежные симпозиумы, на которых они повышали свой уровень квалификации;
- 5) предприятия вкладывали существенные средства в специальные проекты, обеспечивающие экологическую безопасность регионов.

Задание 2. Проведите сравнительный анализ кодексов социальной ответственности различных компаний.

Приложение № 3

**КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КОТОРЫЕ МОГУТ
ИСПОЛЬЗОВАТЕЛЬСЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. Сущность понятия КСО
2. Основные направления КСО
3. Пирамида Кэррола
4. Эволюция концепции КСО
5. Принципы построения системы КСО
6. Международные практики КСО
7. Принципы Глобального Договора – основного международного института КСО
8. Благотворительность
9. Социальный маркетинг
10. Благотворительный маркетинг
11. Социальное предпринимательство
12. Социальное спонсорство
13. Корпоративное волонтерство
14. Социальные инвестиции
15. Имидж и деловая репутация компании
16. Формирование деловой репутации
17. Корпоративный имидж как ресурс компании
18. Этапы создания корпоративного имиджа
19. Виды внутренней социальной ответственности
20. Направления внутренней социальной ответственности
21. Влияние внутренней КСО на результаты работы компании
22. Этапы управления корпоративными социальными программами
23. Особенности КСО Российского бизнеса
24. Элементы социального пакета
25. Этические кодексы компаний
26. КСО как фактор формирования конкурентных преимуществ в организации
27. Эффективность КСО

Приложение № 4

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Напишите письменный ответ по одному из нижеследующих вопросов:

1. Благотворительность – дело бизнеса или бизнесменов?

Примерное содержание ответа:

- Какие проблемы затрудняет развитие этого социального института в России.
 - Анализ мирового и российского опыта благотворительной деятельности
 - Каково участие российского бизнеса в благотворительной деятельности
 - Этические и социальные нормы по отношению к богатству в России
 - Насколько активно российский предпринимательский класс занимается благотворительностью?
- Не способствуют ли благотворительность и социальная политика развитию потребительского отношения к бизнесу как «дойной корове»?

2. В какой мере бизнес ответственен за решение социальных проблем страны?

Примерное содержание ответа:

- Является ли социальная ответственность добровольной или обязательной?
- Обладает ли бизнес правом на стратегическую инициативу, насколько самостоятельным он может быть в определении приоритетов своих социальных программ?
- Каковы самые значимые признаки социально ответственного поведения?
- Каковы этапы в развитии социальной ответственности российских компаний?
- Что компании получают от реализации программ корпоративной ответственности?

3. Кто и как может оценивать эффективность КСО?

Примерное содержание ответа:

- Понятие и оценка эффективности социальных инвестиций.
- Основные интересы стейкхолдеров.
- Затраты на деятельность в области осознанной социальной ответственности
- Методика оценки эффективности
- Матрица показателей оценки эффективности социальных инвестиций и социального партнерства (ЭСИСП).

4. Как связаны корпоративная социальная ответственность и корпоративная культура?

Примерное содержание ответа:

- Корпоративная социальная ответственность как элемент корпоративной культуры
- Институциональная структура социальной ответственности компании и ее интеграция в корпоративную культуру
- Рекомендации по развитию корпоративной социальной ответственности бизнеса в России