

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 06.02.2023 23:45:35

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Корпоративная социальная ответственность

*(наименование дисциплины)*

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг

2022 г.

## 1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

**ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности**

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
<b>ИД-2 (ОПК-7).</b> Способен находить организационно-управленческие решения и оценивать их последствия с позиций социальной значимости принимаемых решений	<i>знает</i>
	<b>РО-1 ИД-2 (ОПК-7)</b> основы экономических, социологических, организационных и управленческих теорий в части классических и современных концепций корпоративной социальной ответственности
	<i>умеет</i>
	<b>РО-2 ИД-2 (ОПК-7)</b> осуществлять стратегическое планирование, в том числе учитывать принципы и аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
	<i>владеет</i>
	<b>РО-3 ИД-2 (ОПК-7)</b> навыками оценки последствий принимаемых управленческих решений в сфере маркетинга, в т.ч. социальных эффектов от внедрения программ корпоративной социальной ответственности для организации.

## 2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## 3. Содержание дисциплины

**Теоретические подходы к определению корпоративной социальной ответственности.** Понятие корпоративной ответственности Социальная ответственность бизнеса – экономические, политические, экологические, социальные аспекты. Бизнес и общество — взаимодействие, этика бизнеса. Этика бизнеса: экономическая, правовая, этическая и добровольная социальные виды ответственности (модель А. Кэрролла). Дилемма экономической эффективности и общественного блага в контексте бизнес-развития. Современное социальное законодательство. Благотворительность и бизнес. Особенности мотивации российских предприятий. Социальная политика, социальные проекты предприятий. Принципы, приоритеты, нормы, формальные и неформальные правила, регулирующие социальную политику предприятий. Миссия корпоративной социальной политики. Роль собственников и топ-менеджеров корпораций в реализации социальной политики. Роль НКО в реализации корпоративной социальной политики. Понятие социального партнерства. Преимущества компаний, проводящих активную социальную политику. Межсекторное партнёрство. Зависимость генезиса концептуализации КСО от социально-экономической структуры общества. Качества корпоративной социальной политики — системность, прозрачность, широта, многообразие. Государство как актор корпоративной социальной политики - создание условий для развития социальной политики предприятий.

Теоретические концепции корпоративной социальной ответственности  
Корпоративная социальная ответственность (экономика, экология и социальная политика предприятия). Корпоративное управление. Концепция «корпоративного эгоизма» (Т. Левитт, М. Фридман), «компания собственников». Концепция корпоративного альтруизма, «компания участников». Жизнеспособность организации – концепция тройной нижней грани (Д.Элкингтон). Интересы различных групп интересов (стейкхолдеров) в формулировании приоритетов корпоративной социальной политики. Идеология промышленного патернализма. Глобальное неравенство. Неоклассические, менеджериалистские и государственнические интерпретации социальной ответственности. Корпоративное гражданство. Глобальное корпоративное гражданство. Стратегия создания общей разделяемой ценности (Creating Shared Value) М.Портера и М. Кремера: переосмысление продуктов и рынков за счет поиска социально-значимых проблем; переосмысление производительности в цепочке создания ценности посредством повышения социальных, экономических и экологических возможностей участников цепи поставок; создание благоприятных условий для развития местных сообществ посредством сотрудничества с местными поставщиками, т.е. нахождение новых потребностей для местных сообществ.

Концепция КСО и стратегическое управление Корпорация как моральный агент. Корпоративная миссия. Корпоративное видение. Корпоративная стратегия. Корпоративный имидж. Деловая репутация. Формирование деловой репутации, её оценка контактными группами. Виды деловой репутации. Рейтинги деловой репутации. Факторы формирования деловой репутации российских организаций (по данным мониторинга Russia RepTrack). Goodwill: методики оценки, направления повышения. Внешняя и внутренняя среда корпоративной ответственности. Приоритеты социальной политики компании. Социальные инвестиции. Социально значимые отрасли. Корпоративная идентичность. Стратегический уровень КСО.

Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации  
Принципы устойчивого развития организации. КСО и антикризисное развитие организации. Концепция устойчивого развития. Ключевые показатели устойчивого развития компании: российские и зарубежные методики и инструменты оценки, тенденции развития. Концепция социального предпринимательства. "Реагирующая" и "стратегическая" формы КСО. Роль корпоративной социальной ответственности на различных этапах жизненного цикла организации. Индексы устойчивого социального развития Dow Jones Sustainability Index (DJSI); Global 100; GRI (Global Reporting Initiative). Behind the Brands. Тренды в области устойчивого развития (по результатам Sustainability and Reporting Trends in 2025: Preparing for the Future). Корпоративная власть и социальная политика в условиях глобализации. Социальный кодекс корпорации.

#### **Система корпоративной социальной ответственности.**

Построение системы корпоративной социальной ответственности. Типология системных представлений. Основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности. Виды взаимодействий в системе корпоративной социальной ответственности. Принципы построения системы корпоративной социальной ответственности. Портфельный подход к формированию пакета социальных программ. Риски игнорирования социальной ответственности. Вынужденные формы социальной ответственности.

Виды, формы и система внутренней социальной ответственности  
Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности. Управление знаниями в организации в ракурсе корпоративной социальной ответственности. Изменение мышления как фактор внутренней социальной ответственности в организации. Развитие «умной организации» (smart): основные подходы. Виды и формы внутренней социальной ответственности. Развитие системы социальной ответственности в организациях. Развитие персонала и вклад в «человеческий

капитал». Внутренняя политика. Политика доходов, жилищная политика, социальное обеспечение. Корпоративное волонтерство: формы и виды. Развитие корпоративного волонтерства (Pro bono) в России и за рубежом: барьеры и перспективы Направления социальной политики - работники с невысокой квалификацией, проблемы со здоровьем, потребность в жилплощади, полноценный отдых, поддержка бывших работников, в том числе выходящих на пенсию, культурные программы. Новые формы поддержки персонала: опыт Google и Zappos. Особенности внутренней социальной ответственности в "бирюзовых организациях".

Корпоративная социальная ответственность: стиль и лидерство Связь стиля менеджмента и корпоративной социальной ответственности. Согласование корпоративных интересов в процессах реализации корпоративной социальной ответственности. Условия выбора стиля менеджмента с учетом корпоративной социальной ответственности. Проявление лидерства в процессах реализации корпоративной социальной ответственности.

Специфика внешней корпоративной социальной ответственности Внешняя среда социальной политики. Объекты — неимущие, незащищенные группы, культура, местное сообщество, экологическая безопасность. Инструменты - социальные конкурсы, корпоративные благотворительные фонды, фонды местного развития (фонды социальных инвестиций), программы, содержание коммунальных и общественных объектов, меценатство. Поддержка и образования и науки как основа формирования интеллектуального и инновационного потенциала. Поддержка здравоохранения как необходимость формирования здорового образа жизни и трудового потенциала. Социальные программы российского бизнес-сообщества. Общие подходы к разработке социальных и благотворительных программ. Развитие внешних краудсорсинговых проектов как фактор вовлечения широкой общественности в реализацию социальных программ компании: опыт российских и зарубежных компаний, направления развития.

Некоммерческие организации в системе корпоративной социальной ответственности. Формирование социальных маркетинговых альянсов при реализации CRM (Cause Related Marketing) Развитие некоммерческих организаций в России. Корпоративная благотворительность. «Теневая» сторона социальной ответственности бизнеса. Особенности фандрайзинга в российских некоммерческих организациях. Cause Related Marketing как технология взаимодействия коммерческих организаций и некоммерческого сектора при решении социальных проблем: цели и задачи, этапы, стратегии.

Корпоративная социальная ответственность в системе коммуникаций. Корпоративный бренд и социальная ответственность Корпоративный бренд: элементы, способы формирования и социальные технологии продвижения в коммуникативном поле. Роль социальной ответственности в конструировании имиджа современной организации. Проблемы коммуникационного сопровождения социальных программ российских организаций. Социальная реклама как инструмент информирования о социальной ответственности компаний: понятие, принципы, задачи и функции. Развитие социальной и общественной рекламы (PSA) в России и за рубежом. Психологические методы воздействия на целевую аудиторию в социальной рекламе. Онлайн игры в социальной рекламе: достоинства и ограничения. Критерии оценки эффективности социальной рекламы.

Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности Понятие эффективности КСО, социальный отчет организации. Оценка эффективности КСО. Оценка корпоративной социальной активности. Показатели эффективности – внешние/внутренние, с позиции общества/бизнеса/социальной среды. Сопоставление эффективности финансовых и нефинансовых показателей. Корпоративный социальный отчет. Ключевые аспекты составления социального отчета компании. Наиболее важные показатели оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятий. Разработка

системы оценочных показателей социальной политики предприятий. Главная задача, цели, актуальность, преимущества. Направления оценки – четыре основных направления. Путь достижения максимальной эффективности. Формы распространения социальных отчетов компании. Актуальные вопросы представления социальной отчетности в России. Рейтинг социальной ответственности.

#### **4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся**

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

##### **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Корпоративная социальная ответственность: понятие, сущность, значение.
2. Объекты корпоративной социальной ответственности.
3. Типы социальной ответственности.
4. Основные атрибуты системы КСО и их особенности.
5. Основные теоретические подходы к пониманию сущности КСО (Т.Левитт, М.Фридман; Дж.Гелбрейт; пирамида Кэрролла, концепция корпоративной восприимчивости, концепция корпоративного гражданства, концепция стейкхолдеров и т.д.).
6. Основные принципы реализации социальной ответственности.
7. Понятия «социальная ответственность» и «социальное реагирование»: сходство и различия.
8. Корпорация как моральный агент. Корпоративная миссия. Корпоративная стратегия. Корпоративный имидж. Корпоративная репутация.
9. Корпоративная социальная ответственность и социально-трудовые отношения.
10. Социальное партнерство и международное регулирование социально-трудовых отношений. Опыт стран Европейского союза в развитии социального партнерства в сфере трудовых отношений.
11. Сущность и принципы социального партнерства. Трипартизм.
12. Социальные инвестиции: ключевые признаки, основные направления.
13. Предпосылки формирования концепции устойчивости. Генезис развития.
14. Принципы устойчивого развития на различных уровнях и их взаимосвязь.
15. Ключевые показатели устойчивого развития на уровне компании (Dow Jones Sustainability Index, Global 100, GRI (Global Reporting Initiative)).
16. Построение корпоративной системы социальной ответственности в организации: факторы, принципы, основные подходы.
17. Факторы, влияющие на изменение внутренней социальной ответственности организаций.
18. Развитие интеллектуального капитала как ведущий фактор социальной ответственности.
19. Idea management как технологическая платформа и идеология инновационного развития современных предприятий.
20. Генерация идей и идея менеджмент: как организовать инновационный процесс в компании.

21. Основной фактор развития идея-менеджмент – изменения подхода к лидерству в современных организациях.
22. Социальная хартия российского бизнеса. Рейтинг социальной ответственности.
23. Направления социальных программ компании. Типы социальных программ компании.
24. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.
25. Корпоративный социальный отчёт: цель формирования, типы оценок.
26. Ключевые аспекты составления социального отчёта компании.
27. Понятие и критерии «эффективности» корпоративной социальной ответственности.
28. Инструменты конструирования положительного имиджа компании. Социальная акция. Спонсорство, филантропия.
29. Сущность и проблемы социального маркетинга.
30. Этические ограничения и самоограничения в применении Cause Related Marketing.
31. Cause Related Marketing: цели, задачи, типы, элементы организации.
32. Риски реализации программ социально-ответственного маркетинга (Cause Related Marketing).
33. Социальная реклама как инструмент информирования о социальной ответственности компаний: понятие, принципы, задачи и функции.
34. Развитие социальной и общественной рекламы в России и за рубежом.
35. Психологические методы воздействия на целевую аудиторию в социальной рекламе.
35. Критерии оценки эффективности социальной рекламы.
37. Краудсорсинг в решении социальных проблем: возможности и ограничения.
38. Основные характеристики и этапы краудсорсингового проекта.
39. Корпоративная социальная ответственность в современной России: проблемы и перспективы развития.
40. Социальная ответственность бизнеса и социальное предпринимательство: сходство и различия.

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная:**

1. Григорян Е.С. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Григорян Е.С., Юрасов И.А.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 248 с. — ISBN 978-5-394-03159-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85682.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **Дополнительная:**

1. Бабич А.М. Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий : учебное пособие / Бабич А.М., Попков А.А., Слоботчиков О.Н.. — Москва : Институт мировых цивилизаций, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-6041536-1-1. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80644.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Новичков А.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночных отношений : монография / Новичков А.В., Сарафанников А.А.. — Москва : Дашков и К, 2012. — 184 с. — ISBN 978-5-394-01950-0. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/60260.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

**6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

**7. Лицензионное программное обеспечение**

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

**8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или)

электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.