

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

1. Цель освоения дисциплины

Получение студентами знаний об обеспечении этичного продуцирования продукции(услуг) и потенциальных выгодах организации в результате реализации программ социальной ответственности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы кадровой политики и кадрового планирования», «Правоведение», «Управление персоналом», прохождения практики «Ознакомительная практика».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Аудит и контроллинг персонала», прохождения практик «Преддипломная практика», «Технологическая (проектно-технологическая) практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-11);
- способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач (ОПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- теоретические основы и закономерности осуществления социальной корпоративной ответственности;
- виды, формы и инструменты корпоративной социальной ответственности;
- современные подходы к оценке эффективности корпоративной социальной ответственности;

уметь

- выявлять факторы конкурентоспособности для обеспечения стратегического развития организации, в том числе идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации в отношении форм и направлений реализации корпоративной социальной ответственности;
- осуществлять стратегическое планирование, в том числе учитывать принципы и аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации;
- оценивать последствия принимаемых управленческих решения в сфере маркетинга, в т.ч. социальные эффекты от внедрения программ социально-ответственного маркетинга для организации и ключевых стейкхолдеров;

владеть

- специальной терминологией и лексикой дисциплины;
- навыками оценки затрат на деятельность в области социальной ответственности и оценки

их окупаемости;

– навыками участия в научных дискуссиях по вопросам осуществления социально-ответственного бизнеса.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 4,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 144 ч. (в т.ч. аудиторных часов – 28 ч., СРС – 80 ч.),

распределение по семестрам – 7,

форма и место отчётности – экзамен (7 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Теоретические основы корпоративной социальной ответственности.

Понятие, значение корпоративной социальной ответственности, эволюция представлений.

Теоретическая основа концепции корпоративной социальной ответственности. Оценка эффективности компании. Модели корпоративной социальной ответственности. Стадии эволюции КСО. Проблемы внедрения принципов КСО в России. Благотворительность.

Волонтерство. Социально ответственный маркетинг. Социальное предпринимательство.

Классификация социальных предприятий. Организационно-правовые формы социальных предприятий.

Реализация корпоративной социальной ответственности.

Инвестиционная деятельность. Корпоративные социальные инвестиции. Сущность и составляющие механизма КСО. Внешние факторы, влияющие на КСО. Факторы, влияющие на выбор инструментов госрегулирования. Региональный аспект корпоративной социальной ответственности. Формы социальной активности в местном сообществе.

Обеспечение развития корпоративной социальной ответственности.

Сущность государственно-частного партнерства. Основные формы государственно-частного партнерства в социальной сфере. Основные формы государственно-частного партнерства в экономической сфере. Механизмы государственно-частного партнерства в форме концессий.

Проблемы реализации ГЧП в сфере экономики. Понятие социальной ответственности.

Информационная база для расчета индексов и оценки состояния КСО. Уровни социальной ответственности в бизнесе.

6. Разработчик

Зудина Елена Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ»,

Бунина Анастасия Витальевна, ассистент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».