



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 в рабочей программе модуля)
«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

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>ПК-6: Способен диагностировать организационную культуру, использовать теории мотивации, лидерства и власти для совершенствования группового взаимодействия и выстраивания эффективной социальной политики организации.</p>	<p>ПК-6.2: Использует методы формирования и поддержания благоприятного организационного климата, разработки кодекса корпоративной этики и эффективной социальной политики 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 в 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 отчетности 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

			<p>общемировых тенденций развития корпоративной социальной ответственности, а также 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;
- 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 предназначены для оценки качества освоения студентами теоретического материала и используются для оценки освоения всех тем дисциплины студентами всех форм обучения в ходе самостоятельной работы (Приложение № 1).

3.2 Тестовое задание предусматривает выбор одного правильного ответа на поставленный вопрос из предлагаемых вариантов ответа.

Тестирование обучающихся проводится после завершения рассмотрения на лекциях соответствующих тем.

Оценка теста определяется количеством правильных ответов:

«Отлично» - 90-100% правильных ответов в тесте;

«Хорошо» - 70-89% правильных ответов в тесте;

«Удовлетворительно» - 51-69% правильных ответов в тесте;

«Неудовлетворительно» - менее 50% правильных ответов в тесте.

3.3 В приложении № 2 представлены типовые задания и контрольные вопросы, которые предназначены для текущего контроля.

Положительная оценка ставится при выполнении студентом задания и защиты у преподавателя, ведущего практические занятия. Неудовлетворительная оценка выставляется, если студент не выполнил и не «защитил» предусмотренные рабочей программой модуля практические задания.

4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

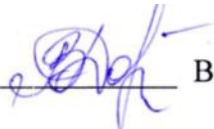
В приложении № 3 приведены контрольные вопросы по дисциплине, которые при необходимости могут быть использованы для промежуточной аттестации. В приложении № 4 представлены типовые контрольные задания по дисциплине, которые при необходимости могут быть использованы для проведения промежуточной аттестации.

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 38.03.02 Менеджмент.

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

Заведующий кафедрой


_____ В. В. Дорофеева

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Вариант 1

1. Первые попытки систематизации представлений о социальной ответственности бизнеса принадлежат:

- 1) Платону;
- 2) Архимеду;
- 3) Сократу;
- 4) Аристотелю.

2. Автором Катехизиса (Наставления) промышленников является:

- 1) А.Сен-Симон;
- 2) Д. Легран;
- 3) Р. Оуэн;
- 4) Т.Мор.

3. Направление экономической мысли полностью отрицающее социальную ответственность бизнеса:

- 1) кейнсианство;
- 2) классическая экономическая теория;
- 3) марксизм;
- 4) институционализм.

4. Принцип корпоративной социальной ответственности «значимость» означает:

- 1) актуальность
- 2) прозрачность
- 3) диалог
- 4) публичность

5. Правильный (по возрастанию уровня) порядок расположения видов ответственности в пирамиде Керолла:

- 1) правовая, экономическая,
филантропическая, этическая;
- 2) экономическая, правовая, этическая,
филантропическая;
- 3) этическая, филантропическая,
экономическая, правовая;

- 4) экономическая, этическая, правовая, филантропическая.

6. Виды ответственности, которые чаще всего противопоставляются друг другу:

- 1) экономическую и юридическую;
- 2) экономическую и этическую;
- 3) филантропическую и этическую;
- 4) экономическую и филантропическую.

7. В силу природы американского предпринимательства, зиждущегося на максимальной свободе субъектов, многие сферы общества остаются до сегодняшнего дня ...

- 1) убыточными
- 2) самокупаемыми
- 3) самодостаточными
- 4) саморегулируемыми

8. Отличие англо-американской модели КСО от европейской континентальной модели КСО базируется на различных:

- 1) системах управления;
- 2) системах права;
- 3) экономических системах;
- 4) идеологических системах.

9. Наиболее «продвинута» в вопросах КСО страна, расположенная на континентальной части Европы:

- 1) Швейцария;
- 2) Франция;
- 3) Нидерланды;
- 4) Германия.

10. У истоков формирования социальной рыночной экономики стоял:

- 1) К. Маркс;
- 2) А. Оукен;
- 3) Г. Боуэн;
- 4) В. Ойкен.

11. Большинство социальных проблем относятся европейскими компаниями к сфере ответственности:

- 1) этической
- 2) материальной
- 3) этнической
- 4) технологической

12. Принцип социальной ответственности отсутствующий в Социальной хартии российского бизнеса:

- 1) справедливого распределения доходов компании;
- 2) экологической безопасности производства;
- 3) справедливого ценообразования;
- 4) соучастия бизнеса в социально-экономическом развитии территорий.

13. Социальные инвестиции являются одной из проблемных областей такой темы социальной ответственности, как:

- 1) добросовестные деловые практики;
- 2) права человека;
- 3) участие в жизни сообществ и их развитие;
- 4) трудовые практики.

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

- 1) обеспечение профессионального роста и карьеры;
- 2) предоставление социальных пакетов для сотрудников и членов их семей;
- 3) оказание содействия в трудоустройстве;
- 4) профилактика профессиональных заболеваний.

15. В нашей стране обсуждение социальной ответственности бизнеса стало реакцией на особенности переходного периода от социалистической к экономике:

- 1) тоталитарной
- 2) командной
- 3) рыночной
- 4) административной

16. 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

17. Основной показатель эффективности социального инвестирования, который характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни

- 1) социальный эффект
- 2) социальная эффективность
- 3) социально-экономическая эффективность
- 4) экономическая эффективность

18. Внешний стимул для бизнеса компании, занимающейся меценатством

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

19. Теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей – теория ...

- 1) корпоративного эгоизма
- 2) корпоративного альтруизма
- 3) ответственного поведения
- 4) социальной ответственности

20. 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.

Вариант 2

1. Трактовка понятия «корпорация» в отечественной практике:

- 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 подберите более точный синоним понятия «корпорация»:

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

3. Проявление социальной ответственности, которое уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях

- 1) благотворительность
- 2) выплата пенсий
- 3) социальные инвестиции
- 4) финансирование мероприятий по охране окружающей среды

4. Технология внедрения социальных инвестиционных проектов, которая предусматривает создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта – технология ... вида социального инвестирования

- 1) массового
- 2) точечного
- 3) рыночного

4) агрессивного

5. Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме:

1) замкнутого графа

2) пирамиды

3) вертикальной линии

4) круга

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. Пример наступления социальной ответственности бизнеса:

1) субъект бизнеса уделит 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

9. 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

10. Наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса

1) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума

2) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства

3) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам

4) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом

11. Определяющий фактор уровня жизни в России ...

1) физиологический минимум

2) прожиточный минимум

3) система потребительских бюджетов: физиологический, прожиточный и социальный минимум

4) потребительская корзина

12. Для японской модели управления акционерным обществом характерно:

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. 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
- обеспечение занятости инвалидов

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. Основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов

- 1) не нормируются, и их размер произволен
- 2) расходуются под четким контролем государства
- 3) не могут расходоваться по усмотрению руководителя фонда
- 4) исключено участие в коррупционных и противозаконных сделках

16. Важная тенденция целевого развития персонала современных компаний, требующая серьезного увеличения затрат

1) появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов

2) совершенствование методов набора и отбора персонала, практикуемых в компании

3) сокращение дистанции между руководителем и подчиненным, демократизация методов управления

4) усиление корпоративной сплоченности коллектива

17. Тип корпоративной культуры, при котором культура 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) «феодалская» культура корпорации;
- 5) «инвесторская» культура корпорации.

18. Формула, наиболее точно определяющая корпоративную культуру:

- 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.

19. Конкурентное преимущество, которое обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил

повышение темпа роста производительности

- 1) повышение ее инвестиционной привлекательности
- 2) увеличение доходности
- 3) приток рабочей силы
- 4) улучшение качества товара и снижение его себестоимости

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

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

Вариант 3

1. Негосударственное пенсионное обеспечение осуществляется ...

- 1) полностью за счет работника – путем накопления в период своей трудовой деятельности определенных отчислений в Пенсионный фонд РФ
- 2) за счет государства через Пенсионный фонд РФ

3) за счет компании через накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами

4) за счет спонсора путем перечисления им разовых вознаграждений работникам, проработавшим в компании более 5 лет

2. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

1) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний

2) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний – SRI – фонды

3) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности с помощью показателя операционной эффективности деятельности компаний

4) анализ взаимосвязи социальной ответственности отечественных компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток

3. Чтобы увеличить свою стоимость в долгосрочной перспективе и получать прибыль, благодаря коллективным действиям (гражданская стадия организационного обучения) компании:

1) способствуют широкому распространению норм корпоративной социальной ответственности в отрасли

2) отрицают свою вину за конкретные нарушения организационного обучения корпоративной социальной ответственности

3) не признают своей ответственности за негативные последствия нарушений обеспечения организационного обучения корпоративной социальной ответственности

4) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса

4. В стратегической стадии организационного обучения корпоративной социальной ответственности организации ...

1) учитывают социально значимые вопросы в основных управленческих процессах

2) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса

3) способствуют широкому распространению норм социальной ответственности в отрасли

4) Такая компания, как, например, корпоративный медицинский центр, может способствовать снижению трудопотерь работающих из-за высокой заболеваемости:

5. Такая компания, как, например, корпоративный медицинский центр, может способствовать снижению трудопотерь работающих из-за высокой заболеваемости ...

- 1) используя средства ранней диагностики профессиональных заболеваний
- 2) организовывая регулярные проверки предприятий на соответствие принятым стандартам безопасности
- 3) проводя модернизацию оборудования
- 4) пропагандируя здоровый образ жизни

6. В основу концепции рациональности и выгоды компании от вложений в социальную сферу положены:

- 1) материальные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта
- 2) технологические ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта
- 3) управленческие ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта
- 4) финансовые и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта

7. Поддерживая в рамках благотворительных программ социально незащищенные группы населения, компания ...

- 1) пропагандирует здоровый образ жизни
- 2) снижает риск бедности и социальной напряженности на территориях присутствия
- 3) делает доступным негосударственное пенсионное обеспечение для всех работников
- 4) улучшает статистику социальных инвестиций

8. 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.

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

- 1) корпоративный фонд;
- 2) социальные инвестиции;
- 3) спонсорство;
- 4) денежные гранты;
- 5) социально значимый маркетинг.

10. Цель коммерческой организации, осуществляющей 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;

11. Определяющий фактор уровня жизни в России:

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

12. Этическая категория в правовой системе России, в англо-американском праве, которая получила название “фидуциарной обязанности”

- 1) добросовестный налогоплательщик
- 2) необходимость добросовестности и разумности действий директоров и топ-менеджеров в интересах акционерного общества
- 3) добросовестность и разумность участников гражданских правоотношений
- 4) деловая этика бизнесмена

13. 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.

14. Особенность российского трактовки понятия “деловой этики”

- 1) в ней соединяются черты, характерные как для европейского, так и для американского понимания данного термина
- 2) государство существенно влияет на выработку содержания деловой этики
- 3) соблюдение российского законодательства – всего лишь один из частных аспектов деловой этики
- 4) данное понятие широко используется в судебных разбирательствах в налоговой сфере

15. Назовите 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.

16. Элемент, который в дополнение к традиционной модели корпоративной социальной ответственности должен подключиться для ее эффективной реализации в современных российских условиях

- 1) стейкхолдеры
- 2) бизнес
- 3) работники
- 4) работодатели

17. Результат реализации политики социальной ответственности, взаимоувязанной с финансовой эффективностью компании

- 1) снижает риск, связанный с реализацией основной деятельности и повышает стоимость капитала
- 2) снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулирующими органами
- 3) создаёт и поддерживает бренд компании

4) улучшает человеческие отношения и производительность работников

18. Две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности

1) увеличение прибыли и снижение расходов

2) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов

3) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации

4) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса

19. Этическим правилам внутри компании можно придать юридически обязательный характер:

1) включив этические правила в учредительные и локальные документы компаний

2) применяя этические правила в процессе регулирования правоотношений внутри саморегулируемых организаций

3) нарабатыв суддебную практику по экономическим спорам

4) предприниматель должен уяснить содержание этических правил с целью соблюдения требований законодательства

20. 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

Приложение № 2

**ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ И КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ 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 «КОРПОРАТИВНАЯ
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ», КОТОРЫЕ ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ
МОГУТ БЫТЬ ИСПОЛЬЗОВАНЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ 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 КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КОТОРЫЕ ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ МОГУТ БЫТЬ ИСПОЛЬЗОВАНЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ..

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