МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
АЗОВО-ЧЕРНОМОРСКИЙ ИНЖЕНЕРНЫЙ ИНСТИТУТ – ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» В Г. ЗЕРНОГРАДЕ

УТВЕРЖДАЮ
Директор

ГЛОБИН АНДРЕЙ НИКОЛАЕВИЧ
Подписано цифровой подписью: ГЛОБИН АНДРЕЙ НИКОЛАЕВИЧ
Дата: 2026.03.31 10:28:57 +03'00'

А.Н. Глобин

31 марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Б1.О.22 Корпоративная социальная ответственность

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Производственный менеджмент»

Факультет «Экономика и управление территориями»

Кафедра «Экономика и управление»

Форма обучения очная, очно-заочная

Квалификация выпускника – бакалавр

Зерноград-2026

При разработке рабочей программы учебной дисциплины в основу положены:

1. ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утверждённый Министерством науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. Приказ № 970.

2. Учебный план по профилю подготовки «Производственный менеджмент» (год начала подготовки – 2026) одобрен Ученым советом Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ.
Протокол № 6 от 12 февраля 2026 года.

Рабочая программа учебной дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» одобрена на заседании кафедры экономики и управления
Протокол № 7 от 19 марта 2026 года.

Заведующий кафедрой
канд. тех. наук, доцент А.Ф. Рева

Рабочая программа учебной дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» рекомендована к использованию в учебном процессе на заседании методической комиссии по направлениям подготовки 38.03.02 и 38.04.02 «Менеджмент»
Протокол № 5 от 30 марта 2026 года.

Председатель методической комиссии
канд. тех. наук, доцент И.В. Украинцева

Разработчик(и):
канд. экон. наук, доцент В.Н.Чекарь

СОДЕРЖАНИЕ

с.

1. Вводная часть……... 4
1.1 Цели и задачи освоения дисциплины……..... 4
1.2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО ……..... 4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций……..... 4
2.Основная часть……..... 6
2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы……..... 6
2.2. Содержание учебной дисциплины……..... 8
2.2.1.Разделы учебной дисциплины (модуля) виды учебной деятельности и формы контроля…… 11
2.2.2. Лабораторный практикум…….. 12
2.2.3. Практические занятия (семинары)…… 12
2.3. Самостоятельная работа студента…….. 14
3. Образовательные технологии……. 15
3.1. Интерактивные образовательные технологии……... 16
4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины (модуля)…….. 17
4.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств…….. 17
4.2. Примерные темы курсовых работ…….. 18
4.3. Примерные темы рефератов……..... 18
4.4. Тесты промежуточного контроля……... 19
4.5. Технические средства контроля……. 31
4.6. Список вопросов к зачету ..…… 33
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля) ……. 35
5.1. Основная литература……... 35
5.2. Дополнительная литература…… 37
5.3. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и другие Интернет-ресурсы……... 39
5.4 Программное обеспечение учебного процесса…….……. 40
5.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся…….. 41
6.Материально-техническое обеспечение дисциплины……..... 42
7. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля)…… 44
Приложение 1 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
Приложение 2 Лист переутверждения рабочей программы учебной дисциплины

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является**:** овладение современными концепциями управления компанией с позиции социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности компании; усвоение современных теоретических представлений о корпоративной социальной ответственности бизнеса, факторах и условиях, обеспечивающих эффективное формирование и управление корпоративной социальной ответственностью; приобретение базовых навыков практической работы в области развития и управления корпоративной социальной ответственностью.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Учебная дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» относится к вариативной части.

Изучение данной дисциплины базируется на освоении студентами дисциплин: социология, право и антикоррупционное законодательство, теория менеджмента, организация производства.

Освоение данной дисциплины необходимо для качественного овладения дисциплин:

- стратегический менеджмент;
- управление проектами;
- управление разработкой и реализацией нового продукта;
- планирование в организации;
- выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций

Изучение дисциплины направлено на формирование общепрофессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения	
		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые знания, умения и навыки
1	2	3	4
ОПК-3	Способен разрабатывать обосно-	ОПК-3.2 Выбирает варианты решения поставленных профессиональных задач, выполняет	Знать: основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений, нормативные правовые документы, отража-

	ванные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	необходимые для составления экономических планов расчеты и обосновывает экономическую эффективность принимаемых решений	ющие взаимодействие различных социальных, этнических и конфессиональных групп, инструменты регулирования КСО (международные организации, стандарты, рейтинги и т.п.), роль государства в развитии и поддержании КСО в России; характер связей между внешними стейкхолдерами, моральными целями и корпоративной социальной ответственностью; типы внешних стейкхолдеров; систему ценностей потребителя Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию, анализировать корпоративные социальные отчетности российских и зарубежных организаций; разрабатывать корпоративные конкурентные и функциональные стратегии развития организации Владеть: базовыми навыками разработки корпоративной социальной отчетности, различными методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО, методами разработки стратегии и тактики компании в области КСО методами анализа общемировых тенденций развития КСО
		ОПК-3.3 Определяет систему социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов и методы их расчета для принятия управленческих решений	
		ОПК-3.6 Оценивает ожидаемые результаты и социальные последствия предлагаемых организационно-управленческих решений	

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид работы		**Всего часов/ зач. единиц**	**Семестр**
			№ 6
Аудиторные занятия (всего)		**72**	**72**
в том числе:			
Лекции (Л)		36	36
Практические занятия (ПЗ)		36	36
Лабораторные работы		-	-
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		**108**	**108**
в том числе			
Курсовая работа		-	-
Работа с литературой		36	36
Реферат		36	36
Самоподготовка		36	36
СРС в период промежуточной аттестации			
Вид промежуточной аттестации	Зачет (З) Зачет с оценкой (ЗО)	**З**	**З**
	Экзамен (Э)		
ИТОГО: **Общая трудоемкость**	часов	**180**	**180**
	зач. единиц	**5**	**5**

Очно-заочная форма обучения

Вид работы		**Всего часов/ зач. единиц**	**Семестр**
			№ 7
Аудиторные занятия (всего)		**24**	**24**
в том числе:			
Лекции (Л)		10	10
Практические занятия (ПЗ)		14	14
Лабораторные работы		-	-
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		**152**	**152**
в том числе			
Курсовая работа		-	-
Работа с литературой		58	58
Реферат		36	36
Самоподготовка		58	58
СРС в период промежуточной аттестации		**4**	**4**
Вид промежуточной аттестации	Зачет (З) Зачет с оценкой (ЗО)	**З**	**З**
	Экзамен (Э)		
ИТОГО: **Общая трудоемкость**	часов	**180**	**180**
	зач. единиц	**5**	**5**

2.2. Содержание учебной дисциплины

Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра очное (очн.-заочн.)	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Коды индикаторов достижения компетенций
1	2	3	
6(7)	1.Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности	1.1. Понятие корпоративной социальной ответственности. Понятие социальной политики. Социальная ответственность бизнеса. Этика бизнеса. Социальная экономика. Благотворительность и бизнес. Особенности мотивации российских предприятий. Принципы, приоритеты, нормы, формальные и неформальные правила регулирующие социальную политику предприятий. Миссия корпоративной социальной политики. Понятие социального партнерства.	ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-3.6
6(7)		1.2. Развитие зарубежной корпоративной социальной политики и основные этапы и закономерности исторического развития общества. Европейская промышленная революция и трансформация промышленного производства. Занятость детей, женщин, законы о труде. Модели капитализма. Логика корпоративного управления. Роль профсоюзного движения в Европе. Социальное страхование. Бисмаркианская модель социальной политики. Государство всеобщего благоденствия (welfarestate). Понятия трипартизма, корпоративизма.	
6(7)		1.3. Развитие корпоративной социальной политики в России и основные этапы и закономерности исторического развития общества. Трансформация промышленного производства и структуры рабочей силы в 19 веке (исследование Дементьева). Особенности социальной инфраструктуры предприятий в конце 19 – начале 20 века. Культура и быт рабочих на предприятиях в 1920-30 гг. Формирование «соцкультбыта». Патернализм советского типа. Монопромышленные города, рабочие поселки. Этапы развития в постсоветский период – сокращение социальной инфраструктуры, ее стабилизация и оптимизация.	

1	2	3	4
6(7)	1.Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности	1.4.Теоретические принципы корпоративной социальной политики. Корпоративная социальная ответственность. Корпоративное управление. Интересы различных групп интересов (стейкхолдеров) в формулировании приоритетов корпоративной социальной политики. Типология режимов социального государства. Этапы развития корпоративной социальной ответственности в XX веке. Неоклассические, менеджералистские и государственнические интерпретации социальной ответственности. Корпоративное гражданство. Глобальное корпоративное гражданство.	ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-3.6
6(7)	2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики.	2.1. Развитие корпоративной социальной политики с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий и менеджмент предприятий. Социально-ответственное поведение как основа развития современной компании. Человеческий капитал. Социальное доверие.. Социальный капитал. Концепция групп интересов. Формирование профессиональных навыков работников компаний и конкурентные преимущества. Постэкономические ценности и деловой успех. Риски игнорирования социальной ответственности. Понятие социального менеджмента. Факторы эффективности социального инвестирования. Внешняя и внутренняя социальная политика. Благотворительность и социальные инвестиции. Международные стандарты качества ISO, требования по качеству рабочего места. Типы предприятий по специфике и масштабам социальной политики. Институциальные особенности социальной политики предприятий. Влияние государства на объем и направленность социальных инвестиций предприятий.	ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-3.6
		2.2. Макрорегуляторы социального развития предприятий и социальная отчетность. Концепция устойчивого развития. Концепция микрокредитования. Индексы устойчивого социального развития. Корпоративная власть и социальная политика в условиях глобализации. Социальная отчетность, социальные балансы и регуляторы. Рейтинги деловой репутации. Международные некоммерческие организации и их взаимодействие с международными корпорациями в области социальной политики. Добровольная лесная сертификация. Роль Международной организации труда (МОТ). Международны естандарты в области корпоративной социальной политики.	

1	2	3	4
7	2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики.	2.3. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной политики. Роль государства в развитии и поддержании КСО. Социальная ответственность бизнеса и приоритетные национальные проекты в России. Идеология социально-ответственного предпринимательства. Правовой и экономический контекст. Мотивация предпринимателей в отношении социальной политики предприятий в России. Социальные установки о роли предпринимателей в общественном развитии. Социально-ответственное поведение и корпоративная культура.	ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-3.6
		2.4. Оценка корпоративной социальной политики на основе диагностики организационной культуры. Институты оценки качества и эффективности. Оценка внешних и внутренних социальных программ. Бизнес-эффективность социальных программ. Критерии эффективности. Типы и формы оценки. Качественные и количественные инструменты оценки. Индикаторы эффективности корпоративной социальной политики. Социальный аудит. Оценки рисков, преимуществ и оптимизация социальных проектов. Оценка PR эффектов. Рейтинги деловой репутации. Востребованность оценки.	

2.2.1. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

Очная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (*по неделям семестра)*
		Л	**ЛР**	**ПЗ**	**СРС**	**всего**	
6	1.Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности	18	-	18	54	90	УО-1, ПР-4, ТС-2
	2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики.	18	-	18	54	90	УО-1, ПР-4, ТС-2
	Зачет	-	-	-	-	**-**	ПР-2, УО-4
	ИТОГО:	**36**	**-**	**36**	**108**	**180**	

Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (*по неделям семестра)*
		Л	**ЛР**	**ПЗ**	**СРС**	**всего**	
7	1.Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности	4	-	6	74	88	УО-1, ПР-4, ТС-2
	2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики.	6	-	8	74	88	УО-1, ПР-4, ТС-2
	Зачет	-	-	-	-	**4**	ПР-2, УО-4
	ИТОГО:	**10**	**-**	**14**	**152**	**180**	

Примечание: *УО-1 – устный опрос (собеседование); ПР-4 – письменная работа (реферат); ТС-2 - Технические средства контроля; ПР-2 – письменная работа (контрольная работа); УО-4 - зачет*

2.2.2. Лабораторный практикум

Не предусмотрен.

2.2.3. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

№ п\п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов
1	2	3	4	5
	6	**1. Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности**		
1	6	1.1. Понятие корпоративной социальной ответственности.	Практическое занятие №1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности (КСО). Стандарты и кодексы КСО. Работа в командах.	4
2	6	1.2. Развитие зарубежной корпоративной социальной политики и основные этапы и закономерности исторического развития общества.	Практическое занятие №2. Модели корпоративной социальной ответственности: российский и зарубежный опыт. Дискуссия.	4
3	6	1.3. Развитие корпоративной социальной политики в России и основные этапы и закономерности исторического развития общества.	Практическое занятие №3. Корпоративная социальная ответственность и ее правовое регулирование. Дискуссия.	4
4	6	1.4.Теоретические принципы корпоративной социальной политики.	Практическое занятие №4. Специфика оценки деловой репутации компании на основе корпоративной социальной ответственности. Дискуссия.	6

1	2	3	4	5
	6	**2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики**		
5	6	2.1. Развитие корпоративной социальной политики с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий и менеджмент предприятий.	Практическое занятие №5. **Управление корпоративной социальной ответственностью. Р**абота в командах. Эффективность корпоративной социальной ответственности и методы ее оценки. Дискуссия.	4
6	6	2.2. Макрорегуляторы социального развития предприятий и социальная отчетность.	Практическое занятие №6. Этический кодекс образовательного учреждения. Работа в командах.	4
7	6	2.3. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной политики.	Практическое занятие №7. Сущность социального инвестирования и показатели экономической деятельности. Социальная политика организации. Дискуссия.	4
8	6	2.4. Оценка корпоративной социальной политики на основе диагностики организационной культуры.	Практическое занятие №8. Взаимодействие государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения, роль социальной (нефинансовой) отчетности. Работа в командах.	6
		ИТОГО часов в семестре:		**36**

Очно-заочная форма обучения

№ п\п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов
	6	**1. Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности**		
1	7	1.1. Понятие корпоративной социальной ответственности.	Практическое занятие №1. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности (КСО). Стандарты и кодексы КСО. Работа в командах.	2
2	7	1.2-1.3. Развитие корпоративной социальной политики в России и за рубежом: основные этапы и закономерности исторического развития общества.	Практическое занятие №2. Модели корпоративной социальной ответственности: российский и зарубежный опыт. Корпоративная социальная ответственность и ее правовое регулирование Дискуссия.	2
3	7	1.4.Теоретические принципы корпоративной социальной политики.	Практическое занятие №3. Специфика оценки деловой репутации компании на основе корпоративной социальной ответственности. Дискуссия.	2
	7	**2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики**		
4	7	2.1. Развитие корпоративной социальной политики с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий и менеджмент предприятий.	Практическое занятие №4. Управление корпоративной социальной ответственностью. Работа в командах. Эффективность корпоративной социальной ответственности и методы ее оценки. Дискуссия.	2
5	7	2.2. Макрорегуляторы социального развития предприятий и социальная отчетность.	Практическое занятие №5. Этический кодекс образовательного учреждения. Работа в командах.	2
6	7	2.3. Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной политики.	Практическое занятие №6. Сущность социального инвестирования и показатели экономической деятельности. Социальная политика организации. Дискуссия.	2
7	7	2.4. Оценка корпоративной социальной политики на основе диагностики организационной культуры.	Практическое занятие №7. Взаимодействие государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения, роль социальной (нефинансовой) отчетности. Работа в командах.	2
	ИТОГО часов в семестре:			**14**

2.3. Самостоятельная работа студента

Виды СРС:

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
6	1. Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	18
		Написание реферата к разделу	18
		Подготовка к практическим занятиям	18
6	2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	18
		Написание реферата к разделу	18
		Подготовка к практическим занятиям	18
ИТОГО часов в семестре:			**108**

Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
7	1. Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	30
		Написание реферата к разделу 1	18
		Подготовка к практическим занятиям	30
7	2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	28
		Написание реферата к разделу 2	18
		Подготовка к практическим занятиям	28
ИТОГО часов в семестре:			**152**

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Очная форма обучения

№ семестра	Виды учебной работы	Образовательные технологии	Особенности проведения занятий (индивидуальные /групповые)
6	Лекции 1.1-1.4; 2.1-2.4	Лекции проблемного изложения	Групповые
	Практические занятия №2-4,6,8	Проблемный семинар, классическая дискуссия, обсуждение.	Индивидуально-групповые
	Практическое занятие №1,5,7	Проблемный семинар, круглый стол.	Групповые
	Практическое занятие №7,8	Проблемный семинар, круглый стол. Выступления с реферативными докладами.	Индивидуально-групповые

Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Виды учебной работы	Образовательные технологии	Особенности проведения занятий (индивидуальные /групповые)
7	Лекции 1.1-1.4; 2.1-2.4	Лекции проблемного изложения	Групповые
	Практические занятия №2-4,6	Проблемный семинар, классическая дискуссия, обсуждение.	Индивидуально-групповые
	Практическое занятие №1,5	Проблемный семинар, круглый стол.	Групповые
	Практическое занятие №7	Проблемный семинар, круглый стол. Выступления с реферативными докладами.	Индивидуально-групповые

3.1. Интерактивные образовательные технологии

Занятия в интерактивной форме в объеме:
лекции – 8(2) часов;
практические занятия – 8(6) часов.

В исключительных случаях применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии (ЭО и ДОТ), включая проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Реализация программы дисциплины с использованием ЭО и ДОТ осуществляется по усмотрению ведущего преподавателя с учетом технических возможностей обучающихся с использованием программных средств, обеспечивающих применение элементов ЭО и ДОТ в Институте, путем синхронного и асинхронного взаимодействия, к которым могут относиться:

- электронная информационно-образовательная среда Института;
- групповая голосовая конференция в мессенджерах (Яндекс.Мессенджер, VK Teams);
- групповой чат в мессенджерах Яндекс.Мессенджер, социальной сети ВКонтакте;
- онлайн видеоконференция в Яндекс.Телемост;
- видеозаписи лекций педагогических работников Института, размещённые на различных видеохостингах (например, на каналах преподавателей) и/или облачных хранилищах (например, Яндекс.Диск).

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1.Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ семестра	Виды контроля и аттестации (Тат, ПрАт*)	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование раздела учебной дисциплины	Оценочные средства		
				Форма	Количество вопросов и заданий	Кол-во независимых вариантов
1	2	3	4	5	6	7
6(7)	Тат	ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-3.6	Раздел 1. Теоретические принципы и эволюция развития корпоративной социальной ответственности	устный опрос	12	-
				решение практических заданий /подготовка реферата	5 / 11	3/-
			Раздел 2. Инструментарий корпоративной социальной ответственности предприятия и оценка его социальной политики.	устный опрос	12	-
				решение практических заданий /подготовка реферата	5 / 12	3/-
6(7)	ПрАт	ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-3.6	Зачет	собеседование	24	-
				решение тестовых заданий	83	-

* Тат – текущая аттестация, ПрАт – промежуточная аттестация

4.2. Примерные темы курсовых проектов (работ)
Курсовая работа не предусмотрена

4.3. Примерные темы рефератов
Раздел 1.
1. Становление этики бизнеса в России.
2. Использование опыта зарубежных стран при формировании этического кодекса предприятия.
3. Корпоративная социальная ответственность в современных экономических условиях.
4. Обоснование корпоративной социальной ответственности.
5. Профессиональные кодексы этики.
1. Нравственная (этическая) функция бизнеса.
2. Международные стандарты корпоративной социальной ответственности.
3. Европейская континентальная модель КСО.
4. Британская модель КСО.
5. Формирование российской модели КСО.
6. Китайская модель КСО.
7. Особенности моделей КСО в странах СНГ.
8. Деятельность благотворительных фондов в России (США, Западной Европе, Китае, странах СНГ и т.д.)
9. Управление частными благотворительными фондами.
10. Основные направления реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.

Раздел 2.
1. Основные направления реализации внешней корпоративной социальной ответственности.
2. Формы социальной активности в местных сообществах.
3. Новые формы проявления КСО.
4. Стратегия социальной ответственности компании Royal Dutch Shell (Exxon).
5. Концепция устойчивого развития компании. Стандарт GRI.
6. Социальные проекты банков как социальный маркетинг.
7. Социальная активность Citibank в России.
8. Коррупция в России как основная преграда для развития бизнеса.
9. Социально-ответственные инвестиции.
10. Этический консюмеризм.
11. Социальная политика в транснациональных корпорациях
12. Нефинансовая отчетность в странах с развивающимися экономиками.

4.4. Тесты промежуточного контроля

1. Основные характерные черты экономики России в переходный период:
а) спад производства, бюджетный дефицит, инфляция, безработица
б) старение производственного потенциала, снижение инвестиций в экономику
в) создание крупных корпоративных структур
г) высокий уровень инвестиций в экономику

д) приватизационные процессы в экономике

2. Преимущества крупного производства:
а) наличие огромного собственного капитала и эффективное перекомбинирование ресурсов
б) рост издержек производства
в) отсутствие гибкости в научно-технических преобразованиях
г) эффективное использование квалифицированных кадров
д) рост стоимости единицы выпускаемой продукции

4. Личная уния крупного капитала и властных структур – это:
а) жесткое подчинение всех рабочих и служащих одному руководителю – предпринимателю и/или государственному служащему
б) раздача должностей и постов по территориальному, национальному и прочим признакам
в) сращивание власти предпринимателей и служащих государственных и муниципальных структур
г) получение прибыли незаконными путями

5. Корпорация – это:
а) объединение физических лиц
б) объединение промышленных предприятий
в) объединение юридических и физических лиц и капиталов для осуществления социально полезной деятельности
г) создание промышленных предприятий, целью деятельности которых является получение прибыли

6. Ассоциация (союз) – это:
а) объединение капиталов со строго определенным кругом участников
б) организованный коллектив, действия которого определяются групповыми интересами
в) объединение, наделенное статусом юридического лица
г) финансово-промышленная группа

7. Коммерческая (предпринимательская корпорация) – это:
а) объединение физических лиц
б) объединение, деятельность которого определяется общественно-полезным характером
в) объединение, деятельность которого определяется извлечением прибыли
г) неформальное объединение юридических лиц

8. Транснациональные корпорации – это:
а) корпорации национальные по капиталу, но международные по характеру деятельности
б) корпорации международные по капиталу и характеру деятельности
в) корпорации, образованные по межправительственным соглашениям
г) корпорации национальные по капиталу и характеру деятельности

9. Отражено ли понятие «корпорация» в российском законодательстве (если отражено, то в каком):
а) ФЗ РФ «Об акционерных обществах»
б) ФЗ РФ «О несостоятельности (банкротстве)»
в) ГК РФ
г) не отражено

10. Горизонтальная интеграция – это:

а) объединение предприятий, технологически несвязанных между собой
б) объединения капиталов предприятий в одной отрасли или по единому технологическому циклу
в) объединение предприятий, когда продукт одной отрасли является исходным сырьем другой
г) объединение предприятий, выпускающих разную продукцию

11. В основе вертикальной интеграции лежит:
а) технологическая неделимость производственных процессов
б) распределение рисков по технологически несвязанным производствам
в) формы и характер потребления производимой продукции
г) объединение капиталов предприятий в одной отрасли

12. Источники экономического роста:
а) внешний рост
б) внутренний рост
в) накопления
г) инвестиции

13. Пул-метод (метод слияния пакетов акций) предполагает:
а) достижение контроля над приобретаемым предприятием и включение его в корпоративную группу в качестве дочернего предприятия путем приобретения его акций по согласованным ценам
б) приобретение отдельных или всех активов предприятия, при этом, приобретенное предприятие прекращает свое существование
в) репутация предприятия, т.е. разность между стоимостной оценкой предприятия как единого целого и суммарной стоимостью всех его активов
г) оценку капитала предприятия

14. Лицами, заинтересованными в оценке капитала корпорации являются:
а) налогоплательщики
б) инвесторы
в) Правительство
г) таможенники

15. Цель оценки капитала корпорации:
а) оценка акций для их приобретения на рынке с последующей перепродажей
б) расчет и обоснование его рыночной стоимости в соответствии с задачами формирования, расширения группы и слияния групп
в) инвестиционная привлекательность корпорации
г) оценка уровня дивидендов

16. P/E = цена акции/прибыль на 1 акцию, по данной формуле рассчитывается:
а) доход на акцию
б) ценность акции
в) рентабельность акции
г) дивидендный выход

17. Вид стоимости, определяемый при приобретении предприятия для установления контроля над ним и включения в систему корпоративной структуры, называется:
а) инвестиционная стоимость
б) рыночная стоимость

в) балансовая стоимость
г) ликвидационная стоимость

18. Ядовитые пилюли – это:
а) выпуск различных прав, распределяемых между акционерами, которые вступают в силу при наступлении определенного момента (поглощения)
б) дружественная компания, объединение с которой желательно при угрозе враждебного поглощения со стороны 3-ей компании
в) вид корпоративного шантажа
г) продажа активов предприятия дружественной компании

19. Золотые парашюты – это
а) высокие выходные пособия на случай непредвиденных потерь менеджмента при слиянии (поглощении)
б) выпуск различных прав, распределяемых между акционерами, которые вступают в силу при наступлении определенного момента (поглощения)
в) дружественная компания, объединение с которой желательно при угрозе враждебного поглощения со стороны 3-ей компании
г) продажа активов предприятия дружественной компании

20.Корпоративное управление – это (дайте наиболее полное определение):
а) управление предприятием с целью получения прибыли в соответствии со стратегическим планом развития
б) система отношений и распределений обязанностей между руководством корпоративной структуры и акционерами, которая направлена на обеспечение интересов владельцев
в) организационная модель, с помощью которой строятся отношения между корпорацией и внешней средой
г) организационная модель, с помощью которой строятся отношения между корпорацией и внутренней средой

21. Целями корпоративного управления являются:
а) организация предприятия для его последующей продажи
б) эффективное распоряжение собственностью
в) эффективная хозяйственная деятельность для получения прибыли
г) деятельность, направленная на поглощение других предприятий

22. Документ, носящий рекомендательный характер и одновременно являющийся основополагающим для организации деятельности акционерного общества:
а) Кодекс корпоративного поведения
б) Гражданский Кодекс РФ
в) ФЗ РФ «Об акционерных обществах»
г) ФЗ РФ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях»

23.Основными проблемами корпоративного управления в России являются:
а) несоблюдение прав миноритарных акционеров
б) формирование в России аутсайдерской модели корпоративного контроля
в) низкая инвестиционная привлекательность акционерных обществ
г) непрозрачность деятельности акционерных обществ
д) трудность контроля за деятельностью менеджмента со стороны миноритарных акционеров

24. Инсайдерская форма корпоративного контроля – это:

а) осуществление корпоративного контроля собственниками через представительство в советах директоров
б) осуществление контроля над АО акционерами через внешние механизмы контроля
в) осуществление косвенного контроля над АО акционерами
г) осуществление контроля над АО со стороны государственных органов

25. Форма корпоративного контроля, которая сформировалась в России в результате массовой приватизации:
а) аутсайдерская
б) инсайдерская
в) смешанная
г) отсутствует какая-либо форма

26. Основные субъекты корпоративного управления – это:
а) совет директоров
б) акционеры
в) государственные органы власти
г) менеджмент

27. Корпоративный контроль – это:
а) система отношений и распределений соответствующих обязанностей между руководством корпоративной структуры и ее акционерами
б) процесс, с помощью которого реализуется ответственность компании по отношению к правам и запросам акционеров и соучастников
в) обострение противоречий между участниками корпоративного управления
г) вид корпоративного шантажа

28. Экономические особенности англо-саксонской (американской) модели корпоративного управления:
а) распыленность акционерного капитала, ориентация на прибыль в краткосрочном периоде
б) высокая концентрация акционерного капитала, большая роль банков как акционеров
в) высокая концентрация акционерного капитала, высокая степень интеграции промышленности и ее тесное партнерство с банками (кейрецу)
в) высокая концентрация акционерного капитала, ориентация на прибыль в краткосрочном периоде

29. Двухуровневая структура совета директоров присуща:
а) японской модели корпоративного управления
б) континентальной (германской) модели корпоративного управления
в) американской модели корпоративного управления
г) подобной структуры не существует

30. Особенности континентальной (германской) модели корпоративного управления:
а) ориентация на долгосрочные цели, большая роль принадлежит неформальным объединениям – союзам, ассоциациям, создание кейрецу
б) ориентация на высокоприбыльные сферы, легкость «входа» и «выхода» инвесторов
в) ориентация на долгосрочные цели, большая роль банков как акционеров
г) ориентация на краткосрочные цели, акционеры стремятся получить максимум дивидендов

31. Культурно-исторические особенности японской модели корпоративного управления:

а) ориентация на партнерство и сотрудничество, высокая роль банков в деятельности корпорации
б) ориентация на личный индивидуализм, низкая степень вмешательства государства
в) ориентация на социальную сплоченность, система пожизненного найма
г) ориентация на личный индивидуализм, высокая степень вмешательства государства

32. Характерными признаками ЗАО являются:
а) свободная купля-продажа акций
б) стремление менеджмента увеличить круг акционеров
в) ограниченный круг акционеров
г) акции свободной купле-продаже не подлежат

33. «Голосование ногами» - это:
а) скупка акций различными фондами
б) угроза ухода акционеров с помощью продажи акций ввиду их недовольства действиями менеджмента
в) вид корпоративного шантажа
г) массовая скупка акций на фондовом рынке

34. Кейрецу – это:
а) американские корпорации
б) конгломераты японских компаний
в) совет директоров в континентальной модели корпоративного управления
г) российская корпорация

35. Верхний уровень совета директоров в континентальной модели корпоративного управления называется:
а) исполнительный совет
б) наблюдательный совет
в) кейрецу
г) не имеет названия

36. Уязвимость корпораций перед корпоративным захватчиком проявляется в следующих случаях:
а) низкие издержки производства
б) плохо структурированный акционерный капитал
в) плохо прописанные внутренние документы
г) хорошо структурированный акционерный капитал

37. Внешние факторы уязвимости корпорации перед компанией-захватчиком:
а) небольшой размер собственного капитала
б) формирование крупной вертикально интегрированной структуры
в) отсутствие стратегии структурированного акционерного капитала
г) наличие пакета акций у региональных и местных властей

38. Финансовые способы противодействия враждебному поглощению:
а) использование поддержки местных властей
б) использование поддержки судебных органов
в) скупка собственных акций через аффилированные структуры
г) продажа крупного пакета своих акций дружественному акционеру

39. Борьба за доверенности в России осуществляется следующими способами:
а) скупка акций корпораций за счет собственных средств с последующей их продажей менеджменту и «своим» сотрудникам
б) передача акций членов трудового коллектива в управление некоммерческому партнерству или ЗАО
в) материальные и административные санкции по отношению к работникам-акционерам, голосующих против решений топ-менеджмента
г) распыление капитала корпорации между множеством миноритарных акционеров

40. Корпоративные шантажисты – это:
а) те, кто собирают компромат на руководителей или акционеров компании с целью получение прибыли
б) это конкуренты, которые используют компрометирующие материалы в органах государственной власти при лоббировании своих интересов
в) акционеры, завладевшие пакетом акций компании, который позволяет препятствовать принятию важных решений компании
г) миноритарные акционеры, отстаивающие свои права и справедливое отношение к собственности

41. Критериями, лежащими в основе оценки инвестиционной привлекательности корпорации являются:
а) структура акционерной собственности
б) отношения с финансово заинтересованными лицами
в) финансовая прозрачность и открытость информации
г) состав и практика работы совета директоров
д) отношения с органами государственной власти

42. Решение о дополнительном выпуске акций согласно ФЗ РФ «Об акционерных обществах» - это компетенция:
а) совета директоров (наблюдательного совета)
б) общего собрания акционеров
в) высшего исполнительного руководства
г) местных органов самоуправления

43. Число акционеров ЗАО не должно превышать:
а) 100
б) 50
в) 200
г) не ограничено

44. Общее собрание акционеров согласно ФЗ РФ «Об акционерных обществах»:
а) осуществляет общее (стратегическое) руководство деятельностью общества
б) осуществляет руководство текущей деятельностью общества
в) является высшим органом управления общества
г) не допускается к управлению АО

45. Акционеры – владельцы привилегированных акций:
а) имеют право голоса на общем собрании акционеров
б) не имеют права голоса на общем собрании акционеров
в) не имеют права получать дивиденды
г) не имеют права получать информацию о финансовой деятельности АО

46. Внесение записи в реестр акционеров общества осуществляется по требованию:
а) только учредителей общества
б) только совета директоров общества
в) акционера или номинального держателя акции
г) только менеджмента общества

47. Участие акционера на общем собрании акционеров через своего представителя:
а) допускается
б) не допускается
в) допускается с разрешения учредителей АО
г) допускается с разрешения совета директоров АО

48. Совет директоров осуществляет:
а) общее (стратегическое) руководство деятельностью АО
б) является высшим органом управления АО
в) осуществляет руководство текущей деятельностью АО
г) эмиссию акции АО

49. К компетенции совета директоров относят:
а) определение приоритетных направлений деятельности АО
б) подбор дирекции (правления) и осуществление контроля за их деятельностью
в) определение количественного состава совета директоров общества, избрание его членов
г) принятия решения о реорганизации АО

50. Независимый директор – это:
а) член совета директоров, который свободен от управленческих функций и у которого нет аффилированных лиц в данном АО
б) член совета директоров, который отстаивает права миноритарных акционеров
в) независимый аудитор
г) представитель государства

51. Выборы членов совета директоров АО осуществляется:
а) учредителями компании
б) голосованием по схеме 1 акция=1 голос
в) кумулятивным голосованием
г) менеджментом компании

52. Для ОАО с числом акционеров – владельцев голосующих акций общества более 10 000 (десяти тысяч) количественный состав совета директоров не может быть менее:
а) 7
б) 9
в) 5
г) 3

53. Члены коллегиального исполнительного органа общества согласно ФЗ РФ «Об акционерных обществах» не могут составлять в совете директоров более:
а) половины состава совета директоров
б) одной четвертой состава совета директоров
в) 3 человек
г) не могут входить в состав совета директоров

54. Может ли представитель государства быть независимым директором согласно Кодексу корпоративного поведения:
а) может
б) не может
в) может, если государству в данном обществе принадлежит 100% акций
г) может, если государству в данном обществе принадлежит более 50% пакета акций

55. Лицо, входящее в состав совета директоров может переизбираться:
а) 1 раз
б) 3 раза
в) 5 раз
г) неограниченное число раз

56. Единоличный исполнительный орган в акционерном обществе – это:
а) директор, генеральный директор
б) председатель совета директоров
в) общее собрание акционеров
г) член совета директоров

57. Коллегиальный исполнительный орган в акционерном обществе –это:
а) правление, дирекция
б) совет директоров
в) общее собрание акционеров
г) ревизионная комиссия

58. К компетенции исполнительного органа акционерного общества относится:
а) решение о дополнительном размещении акций
б) внесение изменений и дополнений в устав общества
в) увеличение уставного капитала общества путем увеличения номинальной стоимости акций или путем размещения дополнительных акций
г) решение всех вопросов руководства текущей деятельностью общества

59 . Вариант одновременного исполнения функций генерального директора и председателя совета директоров согласно ФЗ РФ «Об акционерных обществах»:
а) допустим
б) не допустим
в) допустим в случае, когда председатель совета директоров является держателем контрольного пакета акций
г) допустим в случае, когда председатель совета директоров является учредителем общества

60. Кворум для проведения заседания коллегиального исполнительного органа общества согласно ФЗ РФ «Об акционерных обществах» должен составлять не менее:
а) 3/4 избранных членов правления, дирекции
б) половины числа избранных членов правления, дирекции
в) ¼ избранных членов правления, дирекции
г) не регламентируется

61. Орган, принимающий решение о передачи полномочия единоличного исполнительного органа коммерческой организации (управляющей организации) или индивидуальному предпринимателю (управляющему):

а) общее собрание акционеров
б) коллегиальный исполнительный орган общества
в) совет директоров
г) председатель совета директоров

62. Исполнительный орган общества организует выполнение решений:
а) учредителей общества
б) общего собрания акционеров и совета директоров общества
в) органов государственной власти
г) председателя совета директоров

63. Передача права голоса членом коллегиального исполнительного органа общества иному лицу, в т.ч. другому члену коллегиального исполнительного органа общества:
а) допускается
б) не допускается
в) допускается, если член коллегиального исполнительного органа является членом совета директоров
г) допускается, если член коллегиального исполнительного органа переизбирался в течение последних трех лет

64. «Золотая акция» – это:
а) акция, имя держателя которой регистрируется в реестре и указывается в сертификате акции
б) акция, по которой дивиденды в случае их невыплаты накапливаются и выплачиваются в более поздний период
в) акция, выпускаемая в процессе акционирования предприятия и дающая право ее держателю наложить вето при решении ряда вопросов на общем собрании акционеров (крупные сделки и т.д.), дивиденды но ней не выплачиваются

65. Согласно ФЗ РФ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» унитарное предприятие – это:
а) коммерческая организация, уставной капитал которой разделен на акции
б) коммерческая организация, не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ней собственником
в) общество, уставной капитал которого разделен на определенные доли
г) некоммерческое партнерство

66. Создание унитарным предприятием в своей структуре дочернего предприятия:
а) допускается
б) не допускается
в) данное положение не регламентируется законодательством
г) допускается, если данное это казенное предприятие

67. Законодательный акт, регламентирующий деятельность холдингов в России носит название:
а) Временное положение о холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества
б) ФЗ РФ «О холдингах»
в) ФЗ РФ «Об акционерных обществах»
г) ФЗ РФ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях»

68. В качестве доверительного управляющего может выступать:

а) индивидуальный предприниматель
б) унитарное предприятие
в) коммерческая организация
г) казенное предприятие

69. Акционирование ГУПа (МУПа):
а) допускается
б) не допускается
в) допускается только в форме ЗАО
г) допускается только в форме ОАО

70. Характеристика первого («ваучерного») этапа приватизации:
а) приватизация носила массовый характер, большинство предприятий было приватизировано, образовалась инфраструктура фондового рынка
б) продажа предприятий с помощью денежных аукционов, инвестиционных конкурсов, закрытой подписки
в) приватизация по индивидуальным проектам
г) приватизация с акцентом на эффективное управление государственной собственностью

71. Факторы прямого воздействия внешней среды на корпорацию:
а) глобализация
б) макроэкономическое состояние
в) нормативно-правовая база
г) государственное регулирование
д) потребители

72. Антимонопольное законодательство – это:
а) меры, направленные против чрезмерной концентрации рынка
б) государственное владение собственностью
в) налоговые льготы или субсидии, побуждающие внедрять новые технологии
г) таможенные пошлины

73. Цивилизованная форма реализации интересов крупного капитала во властных структурах – это:
а) подкуп должностных лиц
б) коррупция
в) лоббизм
г) создание картелей

74. Бюрократическая элита – это:
а) высшее руководство военного ведомства
б) высшие государственные служащие (чиновники)
в) наиболее авторитетные деятели науки, просвещения и других групп творческой интеллигенции
г) менеджмент корпорации

75. Политическая элита – это:
а) профессиональные политики высокого ранга, наделенные властными функциями и полномочиями
б) высшие государственные служащие (чиновники)

в) наиболее авторитетные деятели науки, просвещения и других групп творческой интеллигенции
г) менеджмент корпорации

76. Социальные инвестиции – это различного рода средства, направляемые на:
а) благотворительность
б) в фонды социального, медицинского, пенсионного страхования
в) решение только внутренних социальных проблем компании
г) решение внутренних и внешних социальных проблем

77. Корпоративная социальная ответственность тождественна с понятием:
а) Корпоративная ответственность
б) Благотворительность
в) Социальные инвестиции
г) Социальные гарантии

78. Социальная ответственность бизнеса – концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта или услуги, добровольно берет на себя обязательства перед обществом в:
а) достижении максимальной прибыли
б) расширении рабочих мест
в) благотворительности
г) совершенствовании техники и внедрение новых технологий

79. Инвесторы, которые проверяют объекты инвестиций на социальное и экологическое соответствие – это:
а) внешние инвесторы
б) внутренние инвесторы
в) этические инвесторы
г) зарубежные инвесторы

80. Социальная ответственность означает принятие бизнесом обязательств:
а) закрепленных законодательно
б) сверх установленных законодательством норм
в) согласно Кодексу корпоративного поведения
г) в отношении благотворительности

81. Преимущества реализации социальной ответственности компании:
а) укрепление репутации компании
б) повышение рисков компании
в) повышение инвестиционной привлекательности бизнеса
г) повышение лояльности сотрудников

82. Социально партнерство – это:
а) партнерство общественных организаций между собой
б) партнерство работодателей и работников в лице профсоюзов
в) партнерство государства, работодателей и профсоюзов
г) партнерство работодателей и органов государственной и муниципальной власти в решении социальных проблем

83. Корпоративная социальная ответственность подразумевает, что бизнес принимает на себя

дополнительные обязательства в решении:
а) социальных проблем,
б) экологических проблем,
в) экономических вопросов
г) политических вопросов

4.5. Технические средства контроля (ТС-2)
Раздел 1.
Вариант 1.

Задание 1. Охарактеризуйте письменно основные этапы развития корпоративной социальной ответственности с указанием временных периодов (не более 1 стр.).

Задание 2. Составьте развернутую типологию корпоративной социальной ответственности с примерами деятельности российских и зарубежных компаний.

Задание 3. Существует три варианта поведения компании в едином поле социальной ответственности: реактивный, проактивный, интерактивный. На конкретных примерах покажите существенную разницу между этими вариантами.

Задание 4. Сформулируйте пять причин, по которым бизнесу необходимо проявлять социальную ответственность.

Задание 5. 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 IKEA).

Задание 6. В настоящее время не существует единого общепризнанного определения Корпоративной социальной ответственности. Изучите различные определения корпоративной социальной ответственности, сведите полученную информацию в таблицу. В качестве вывода после таблицы приведите то определение КСО, которые Вы лично считаете наиболее ёмким.

Вариант 2

Задание 1.Проанализируйте (письменно) три довода, выдвинутые Р.Оуэном в обращении к правительствам европейских стран, в пользу принятия международных трудовых норм об условиях труда на заводах и фабриках, рудниках и шахтах. Приведите дополнительные аргументы в пользу их принятия.

Задание 2. Какая компания из перечисленных ниже демонстрирует тип корпоративной культуры, который в США назвали бы «феодальная культура корпорации»? Ответ аргументируйте письменно.

1) Компания А: работники принимают активное участие в инвестиционной деятельности компании, они хорошо информированы о финансовых делах и принимают участие в управлении; при этом юридическая защита прав работников-акционеров игнорируется, уровень их ответственности перед компанией очень высок. 2) Компания К: руководство ждёт от своих работников полной отдачи, экономической активности и готовности идти на риск ради быстрого роста и повышения конкурентоспособности компании; при этом не уделяется должного внимания доходу работника как акционера;
2) Компания В: работники не принимают участия в инвестиционной деятельности компании, руководство самостоятельно определяет возможную долю собственности работника-акционера в капитале и строго контролирует его активность; достаточно весома разница в социальных статусах между администрацией и персоналом;
3) Компания Г: работники образуют крупную коллективную силу (по типу профсоюза) и имеют своих представителей в Совете директоров, тем самым принимая непосредственное участие в решении важнейших дел компании;
4) Компания Д: заработная плата работников напрямую зависит от экономических результатов деятельности компании и может быть выдана в виде акций, достаточно высок риск её существенных колебаний; при этом инвесторская активность работника-акционера ограничена.

Задание 3. 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 4. 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».

Вариант 3.

Задание 1. Составить краткий терминологический словарь (глоссарий), включающий основные понятия, описывающие корпоративную социальную ответственность, в том числе из нормативных правовых актов.

Задание 2. 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 2х по выбору студента):

1) Кто является основными действующими лицами в корпоративной практике социального инвестирования в России?
2) Каковы их интересы и имеющиеся ресурсы?
3) Существуют ли «правила игры» в области корпоративной благотворительности, которые признаны большинством участников этой деятельности?
4) Какие риски следует иметь в виду при разработке стратегий в области социального инвестирования корпораций?
5) Каковы организационные возможности корпораций по осуществлению социальных инвестиций?
6) Каковы ожидаемые и реальные выгоды местных сообществ и делового сообщества от реализации социальных программ/инвестиций корпораций?
7) Каковы в настоящее время результаты (положительные и отрицательные) уже осуществленных корпорациями социальных инвестиций?

Задание 3. Чем социальная ответственность отличается от юридической? Ответ проиллюстрируйте примерами.

Раздел 2.
Вариант 1.

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 GiПette вступила в партнерство с Международным фондом дикой природы (WWF). Компания выделила WWF 100 тыс. фунтов. GiПette 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, KAB). Для начала была анонсирована программа, в рамках которой часть денег от продажи отдельных брендов P&G поступала KAB. 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.

Задание 2. Покажите на конкретном примере, что социальная активность способна повысить узнаваемость продукта и компании.

Задание 3. Приведите примеры совместных (группы компаний) социальных проектов в России.

Задание 4. Объясните письменно, почему приведенный ниже в кавычках текст является препятствием для развития проекта «Святой источник». Компания "Святой Источник» с момента своего возникновения пытается подключить своих клиентов к делу помощи Русской православной церкви. На бутылках с водой «Святой источник» помещена надпись: "Часть полученных от продажи денег пойдет на строительство храмов. На пожертвования компании восстанавливаются храмы, содержатся служащие ряда епархий, приюты для детей-сирот и богадельни для престарелых».

Задание 5. Программа корпорации Avon «Вместе против рака груди» реализуется на территории нескольких стран мира. Часть средств от продажи косметики и парфюмерии марки Avon перечисляется в фонд, который финансирует медицинские исследования рака груди, а также диагностику и лечение женщин, страдающих этим заболеванием. Какой из принципов внедрения корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии прослеживается в вышеописанном примере:

1) «Делайте то, что говорите» - базовый принцип бизнес-этики и демонстрация уважения к потребителю;
2) реклама должна быть честной и не преувеличивать свойства товаров или услуг;
3) маркетинговые материалы должны быть прозрачны и правдивы;
4) предлагайте специальные этические продукты или услуги;
5) осваивайте производство «зеленых» продуктов.

Вариант 2.

Задание 1. Провести анализ (по доступным источникам) практики действий российских компаний в области социальной ответственности, которая оказывает экономическое и социальное влияние на благополучие местных сообществ.

Задание 2. Охарактеризуйте алгоритм действий при выборе стратегии поведения в местном сообществе. Сформулируйте вопросы, на которые должен ответить менеджер при выборе такой стратегии.

Задание 3. Чем определяются региональные социальные стратегии? Может ли выбор стратегии определятся размером компании, уровнем «укорененности» в регионе, социально-экономическим состоянием, существующими отношениями с властью и др? Поясните свой ответ примерами.

Задание 4. Как вы понимаете суждение: «Социальная активность современного бизнеса становится узко-фокусной, деловой, экономной, клиентской, партнерской, инициативной, комплексной»? Обоснуйте ответ по каждому направлению социальной активности.

Задание 5. Продолжите перечень основных направлений внутренней социальной политики (не менее 4х):

Образовательная программа, молодежная программа, …..

Прокомментируйте каждое направление (не более 2х предложений по каждому направлению).

Вариант 3.

Задание 1. Предложите свои формулировки свода правил менеджера для формирования эффективной социальной политики.

Задание 2. В книге «Corporate Community Relation» Эдмунд Брук рассматривает три основные стратегии компании в местном сообществе:

- Построить отношения доверия
- Отталкиваться от потребностей местного сообщества и пытаться на них реагировать
- Разработать программы, которые отвечают потребностям компании и местного сообщества.

Приведите примеры построения социальной политики в соответствии с перечисленными стратегиями.

Задание 3. Продолжите определение региональной социальной политики:

«Отношения компании с местным сообществом является частью текущей бизнес-стратегии на территории; они улучшают…..». Сформулируйте три цели, которые преследует региональная социальная политика.

Задание 4. 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.

Задание 5. На примере известной широкому кругу потребителей компании «Макдоналдс» проанализируйте, какие конкретные принципы корпоративной социальной ответственности (как внутренние, так и внешние) практикуют российские представительства данной компании.

4.6. Список вопросов к зачету

№ вопроса	Формулировка вопроса	Коды индикаторов достижения компетенций
1.	В чем состоит дилемма экономической эффективности и общественного блага в контексте развития бизнеса?	ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-3.6
2.	Какую ценность создают компании для общества?	
3.	Сформулируйте определения понятий «корпоративная социальная ответственность», «корпоративное гражданство», «устойчивое развитие». В чем их различие?	
4.	Что такое социальные инвестиции?	
5.	Какие аргументы в пользу использования принципов КСО в практике управления компанией кажутся вам наиболее весомыми?	
6.	Какие аргументы против использования принципов КСО вы считаете обоснованными?	
7.	Милтон Фридман утверждает: “*В настоящее время лишь немногие тенденции в бизнес-среде могут принести столь сильный ущерб деятельности компании, как реализация стратегии социальной от-*	

	ветственности в ущерб интересам акционеров". Дайте два аргумента «за» и два аргумента «против» такой позиции.	
8.	Назовите основные группы заинтересованных сторон и их ожидания, а также расставьте приоритеты важности ожиданий заинтересованных сторон.	
9.	Какие критерии, по-вашему, можно использовать для определения приоритетности интересов той или иной группы заинтересованных сторон?	
10.	Почему важно рассматривать возможность интеграции принципов КСО в стратегию компании?	
11.	Какие существуют основные формы реализации политики КСО в компании? Поясните на конкретных примерах российских и зарубежных компаний.	
12.	Какие факторы влияют на выбор той или иной формы реализации политики КСО в компании?	
13.	Почему для реализации стратегии КСО в компании важна поддержка топ-менеджмента?	
14.	Охарактеризуйте основные этапы в истории развития социальной ответственности в России.	
15.	Каким образом возможно избежать обвинений в том, что социальный отчет компании – это всего лишь имиджевые элемент ее внешней коммуникации?	ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-3.6
16.	Имеет ли значение то, какие побуждения (альтруистические или меркантильные) лежат в основе социальной политики компании, если конечный результат оказывается тем же?	
17.	Назовите основные нормы и стандарты в области КСО. Какие преимущества компания может получить, имея сертификат соответствия определенной норме или стандарту?	
18.	Нужно ли российскому бизнес-сообществу разрабатывать собственные стандарты или необходимо наоборот стремиться соответствовать западным стандартам?	
19.	Каким образом осуществить проверку соблюдения компанией провозглашенных ею принципов? Формы и виды аудита.	
20.	Необходимо ли компании, по вашему мнению, при выходе на рынок зарубежной страны корректировать свою политику в области КСО даже если она много лет с успехом использовалась при работе на внутреннем национальном рынке?	
21.	Какими могут быть индикаторы эффективности политики КСО компании на рынке той или иной страны?	
22.	Можно ли говорить о компании в понятиях "этичного" / "неэтичного" бизнеса? Какими этическими принципами должна руководствоваться в своей деятельности компания? В чем заключается основная критика кодексов поведения?	
23.	Назовите основные инициативы в сфере КСО и устойчивого развития. Укажите, какие из этих инициатив применяются или могут применяться в России, а какие нет.	
24.	Какие элементы организационной культуры и структуры должны уже существовать и какие необходимо создать для того, чтобы успешно реализовать стратегию КСО в компании?	

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5. 1. Основная литература

№ п\п	Авторы	Наименование	Год и место издания	Исполь-зуется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1	Григорян, Е.С.	Корпоративная социальная ответственность: учебник / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. - 2-е изд. - 248 с: ил. - (Учебные издания для бакалавров). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496198	Москва: ИТК «Дашков и К°», 2019.	1,2	6(7)	+	+
2	Красовский, Ю.Д.	Организационное поведение: учебник / Ю.Д. Красовский. – 4-е изд., перераб. и доп. Допущено Министерством образования Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Менеджмент» – 487 с. схем., ил., табл. – Режим доступа – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116632	Москва: Юнити, 2015.	1,2	6(7)	+	+
	Згонник, Л.В.	Организационное поведение: учебник / Л. В. Згонник. – 4-е изд., стер.– 231 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684510	Москва : ИТК«Дашков и К°», 2022.	1,2	6(7)	+	+

5.2. Дополнительная литература

№ п\п	Авторы	Наименование	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1.	Тепман, Л.Н.	Корпоративное управление: учебное пособие / Л.Н. Тепман. - 239 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436848	Москва: Юнити-Дана, 2015.	1,2	6(7)	+	+
2.	Богомолова, Т.П..	Богомолова, Т.П. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие (курс лекций, проблемно-тематический курс, тесты и практико-ориентированные задания): [16+] / Т.П. Богомолова, Э.А. Понуждаев – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570245	Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019	1,2	6(7)	+	+
3.	Кузьмичева, Е.Е.	Организация и нормирование труда: учебное пособие / Е. Е. Кузьмичева. — 132 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — Режим доступа: URL: https://e.lanbook.com/book/441524	Ярославль: МУБиНТ, 2024	1,2	6(7)	+	+
4.	Грошев, И.В.	Организационная культура: учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – 2-е изд., перераб. и доп.– 535 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119433	Москва: Юнити, 2015.	1,2	6(7)	+	+
5.	Басенко, В.П.	Организационное поведение: учебное пособие / В. П. Басенко, Б. М. Жуков, А. А. Романов. – 2-е изд., стер. — 381 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112228	Москва: Дашков и К°, 2020.	1,2	6(7)	+	+

5.3. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и другие Интернет-ресурсы

1. **Социальная ответственность бизнеса. Веб-сайт Агентства социальной информации**: http://www.soc-otvet.ru/ Информационный ресурс, созданный Агентством социальной информации (АСИ), предоставляющий информацию о последних тенденциях в сфере КСО в России и в мире, основных событиях в сфере КСО в России, подходах к подготовке нефинансовых отчетов, методах разработки и реализации эффективной социальной политики и о технологиях социальных и благотворительных программ.
2. **Рубрика «Корпоративная социальная ответственность» на веб-сайте Ассоциации менеджеров России**: http://www.amr.ru/doc411.html Информационно-аналитические издания и материалы ассоциации. Здесь можно найти исследования и социальные отчеты компаний. Представлен передовой опыт, стратегическое видение и рекомендации ведущих представителей российского бизнеса по тематике социальной ответственности, формирования «социальных приоритетов» и «социальных правил» для делового сообщества России.
3. **Спонсорство.ру**: http://www.sponsorstvo.ru/ Специализированное интернет-издание, посвященное спонсорству, благотворительности и меценатству. На страницах проекта независимые эксперты в области связей с общественностью и рекламы анализируют рынок спонсорства, оповещая об изменениях ценовой политики в данной сфере. Публикация мировых и российских новостей спонсорства, аналитических обзоров и статей. Освещение результатов исследований, графиков проведения специализированных семинаров, конференций, конкурсов и других событий в сфере спонсорства. На сайте размещаются спонсорские пакеты клиентов на платной основе.
4. **Технологии спонсорства**: http://www.sponsoring.ru Электронное средство массовой информации – «Технологии спонсорства». Проект создан для тех, кого волнуют проблемы развития спонсорства в России. Сайт призван наладить обмен опытом и информацией между спонсорами и организаторами различных событий. На сайте имеется информация о регулировании спонсорства в странах Европы, нормативные документы, дайджест публикаций на тему спонсорства, словарь терминов, календарь событий, новости.
5. **Литературно-художественный и культурологический журнал «Меценат и Мир»**: http://m-m.sotcom.ru На сайте представлены материалы о прошлом и настоящем меценатства в России и других странах мира. Это очерки, портреты меценатов, исследования, анализ ситуации, представление книг о меценатстве, справочников в области благотворительности, журналов и других изданий по благотворительности, опыт сегодняшних дней, интересные факты. Журнал зарегистрирован в Министерстве печати РФ. Выходит 4 раза в год. Информация о проектах на страницах журнала размещается бесплатно.
6. **Журнал «Бизнес & Общество»**: http://www.bio.org.ru Первое российское издание, посвященное теме корпоративной социальной ответственности в России (до 1999 года назывался "Социально-ответственный бизнес"). Журнал освещает различные аспекты участия бизнеса в социальной жизни страны: технологии, тенденции, российский и международный опыт, менеджмент, социальное партнерство, законодательное регулирование и многое другое.
7. Информационно-справочный портал «Правительство Ростовской области» - https://www.donland.ru/
8. Федеральный образовательный портал ЭСМ «Экономика. Социология. Менеджмент» - http://ecsocman.hse.ru/

9. Специализированное научно-практическое издание: журнал «Менеджмент и бизнес-администрирование» – http://www.mba-journal.ru
10. Финансы.RU - http://www.finansy.ru/
11. Управление персоналом, Оценка, Аттестация, Кадровое делопроизводство - https://hr-portal.ru/
12. Законодательство России - http://pravo.gov.ru/ips/
13. Журнал «Управление персоналом» - https://www.top-personal.ru/

Информационные технологии

Электронная информационная образовательная среда института обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы. Предусмотрена возможность взаимодействия студентов и преподавателей посредством технологий по пересылке и получению электронных сообщений.

5.4 Программное обеспечение учебного процесса

LibreOffice;
Аскон Компас 14

5.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п\п	Вид самостоятельной работы	Авторы	Наименование	Год и место издания
1	Проработка лекций, учебной и методической литературы	Григорян, Е.С.	Корпоративная социальная ответственность: учебник	М.: ИТК «Дашков и К°», 2019.
		Красовский, Ю.Д.	Организационное поведение: учебник	М.: Юнити, 2015.
		Згонник, Л.В.	Организационное поведение: учебник	Москва : ИТК«Дашков и К°», 2022.
		Басенко, В.П.	Организационное поведение: учебное пособие	Москва : Дашков и К°, 2020.
2	Подготовка к практическим занятиям и сдаче зачета	Григорян, Е.С.	Корпоративная социальная ответственность: учебник	М.: ИТК «Дашков и К°», 2019.
		Тепман, Л.Н.	Корпоративное управление: учебное пособие	М.: Юнити-Дана, 2015.
		Грошев, И.В.	Организационная культура: учебник	М.: Юнити, 2015.
		Богомолова, Т.П..	Управление человеческими ресурсами: учебное пособие	Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019
		Згонник, Л.В.	Организационное поведение: учебник	Москва : ИТК«Дашков и К°», 2022.
		Басенко, В.П.	Организационное поведение: учебное пособие	Москва : Дашков и К°, 2020.
3	Проработка материала для написания реферата	Работа с Интернет-ресурсами	Социальная ответственность бизнеса. Веб-сайт Агентства социальной информации: http://www.soc-otvet.ru/	
			Рубрика «Корпоративная социальная ответственность» на веб-сайте Ассоциации менеджеров России: http://www.amr.ru/doc411.html	
			Литературно-художественный и культурологический журнал «Меценат и Мир»: http://m-m.sotcom.ru	

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
2-367а Аудитория для семинарских, практических занятий, консультаций, курсового проектирования и самостоятельной работы. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Комплект учебной мебели. Компьютерный класс на 13 рабочих мест, объединенные в локальную сеть с выходом в сеть Internet. Системный блок С2,8Ггц , 512 Mb, 80Gb HDD – 12 шт., Системный блок С2,8Ггц , 1Gb, 250Gb HDD – 1 шт. монитор Samsung SyncMaster920NW – 13шт. Доска меловая. Посадочных мест 12.
2-374 Аудитория для лекционных, семинарских, практических занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Комплект учебной мебели. Переносной комплект мультимедийного оборудования: проектор мультимединый, экран на треноге (или настенный), Ноутбук. Доска меловая. Посадочных мест 32
Читальный зал. Аудитория № 2-252 – 2 корпуса для самостоятельной работы. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	15 рабочих мест для самостоятельной работы, объединенные в локальную сеть с выходом в сеть Internet. Системный блок Core i3 3,06 Ггц , 2Gb, 250Gb HDD – 5 шт. Системный блок Celeron J3060 1,6 Ггц, 4 Gb, 128 Gb SSD - 10 шт. монитор Phillips 2205– 5 шт, монитор Samsung SyncMaster 923m - 10шт принтер Epson LX-1170 Посадочных мест 114
2-170б Электронный читальный зал для самостоятельной работы 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Системный блок С2,8Ггц, 1 GB, 80 GB HDD – 1 шт. Системный блок С2,8Ггц, 512 МБ, 80 GB HDD – 9 шт. Монитор Samsung 920NW – 10 шт. Коммутатор Dlink – 1 шт. Сканер EPSON – 1 шт. Посадочных мест 10 для самостоятельной работы, объединенных в локальную сеть с выходом в сеть Internet.
2-170а Отдел научно-технической и социально-гуманитарной литературы, МБА для	Системный блок Core i3 540 3,06 Ггц , 2Gb, 250Gb HDD – 1шт.

самостоятельной работы. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Системный блок С2,8Ггц , 512 Mb, 160Gb HDD – 1 шт., монитор Samsung 920NW– 1 шт, монитор Phillips 2205– 1 шт, принтер HP LJ 1150 МФУ Kyocera Taskalfa 180 Посадочных мест 2 для самостоятельной работы, объединенных в локальную сеть с выходом в сеть Internet
2-349а – II корпуса (Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом № 28/30	Специализированная мебель и оборудование для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекции	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (основные понятия маркетинга, элементы комплекса маркетинга, стратегический маркетинг, планирование и контроль маркетинга, организация маркетинговой деятельности на предприятии).
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций и рекомендуемую литературу.