

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ ТА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ
«КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»
(ДЛЯ СТУДЕНТІВ ОС «МАГІСТР» СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ 051 «ЕКОНОМІКА»,
292 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ», 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»
УСІХ ФОРМ НАВЧАННЯ)**

МАРІУПОЛЬ - 2019

Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи та вивчення дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» (для студентів ОС «Магістр» спеціальностей 051 «Економіка», 292 «Міжнародні економічні відносини», 073 «Менеджмент» усіх форм навчання)/ Укл. В.М. Мацука – Маріуполь: МДУ, 2019. – 68 с.

Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи та вивчення дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» призначені для студентів ОС «Магістр» спеціальностей 051 «Економіка», 292 «Міжнародні економічні відносини», 073 «Менеджмент» усіх форм навчання. Дисципліна є нормативною для студентів зазначених спеціальностей і передбачає вивчення категорії, моделей та рівнів корпоративної соціальної відповідальності, нормативно-правових засад її розвитку та особливостей прояву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях. Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, тематичний план, програму, план семінарських занять, тестові завдання, ситуаційні завдання, теми рефератів, завдання для самостійної роботи, контрольні завдання, контрольні питання, критерії оцінювання, літературу. Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи та вивчення дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» складено на підставі відповідних нормативних вимог Міністерства освіти і науки України.

Рецензенти: В.Я. Омельченко, д.е.н., професор кафедри менеджменту
Маріупольського державного університету

Т.В. Марена, к.е.н., доцент кафедри економіки та
міжнародних економічних відносин
Маріупольського державного університету

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту Маріупольського державного університету (протокол № 9 від «26» лютого 2019 р.)

Затверджено на засіданні вченої ради економіко-правового факультету Маріупольського державного університету (протокол № 8 від «26» березня 2019 р.)

© Мацука В.М., 2019 рік

© Маріуполь, МДУ, 2019 рік

ЗМІСТ

стор.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	4
ОПИС.....	7
ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН.....	9
ЗМІСТ ПРОГРАМИ.....	11
ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ.....	14
ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ.....	28
СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ.....	41
ТЕМИ РЕФЕРАТІВ.....	56
ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	58
КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ.....	61
КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ.....	63
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ.....	65
ЛІТЕРАТУРА.....	66

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи та вивчення дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» призначені для студентів ОС «Магістр» спеціальностей 051 «Економіка», 292 «Міжнародні економічні відносини», 073 «Менеджмент» усіх форм навчання. Дисципліна є нормативною для студентів зазначених спеціальностей.

Для розвитку цивілізованих суспільних відносин важливим є формування паритету інтересів бізнесу, держави та суспільства. Важливим інструментарієм побудови партнерських відносин у вирішенні нагальних питань слугує механізм корпоративної соціальної відповідальності.

Соціально-відповідальна поведінка основних корпоративних структур є гарантією сталого економічного та соціального розвитку, покращення якості життя, удосконалення виробничих відносин.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це добровільна ініціатива власників компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, які мають на меті якісне удосконалення зовнішнього для компанії або організації середовища.

Необхідність активізації впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в життя суспільства обумовлена залученням України до процесів глобалізації, економічної інтеграції, важливістю створення позитивного іміджу вітчизняних підприємств на міжнародних ринках і на цій основі отримання додаткових конкурентних переваг.

Метою навчальної дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» є формування у студентів фундаментальних знань з теорії та практики корпоративної соціальної відповідальності з позиції сучасних стандартів соціальної політики, соціальної звітності, етики бізнесу й прав людини і набуття ними відповідних професійних компетенцій, що забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки.

Завдання дисципліни орієнтовані на забезпечення науково-методичного підґрунтя опанування студентами основних концепцій корпоративної соціальної відповідальності, навиків етичної експертизи та соціального осмислення сучасного бізнесу і менеджменту, а також способів реалізації моральних цінностей в економічній практиці.

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» є сукупність теоретико-методологічних, методичних та практичних положень формування інституту корпоративної соціальної відповідальності.

Об'єктом вивчення навчальної дисципліни є корпоративна соціальна відповідальність як система.

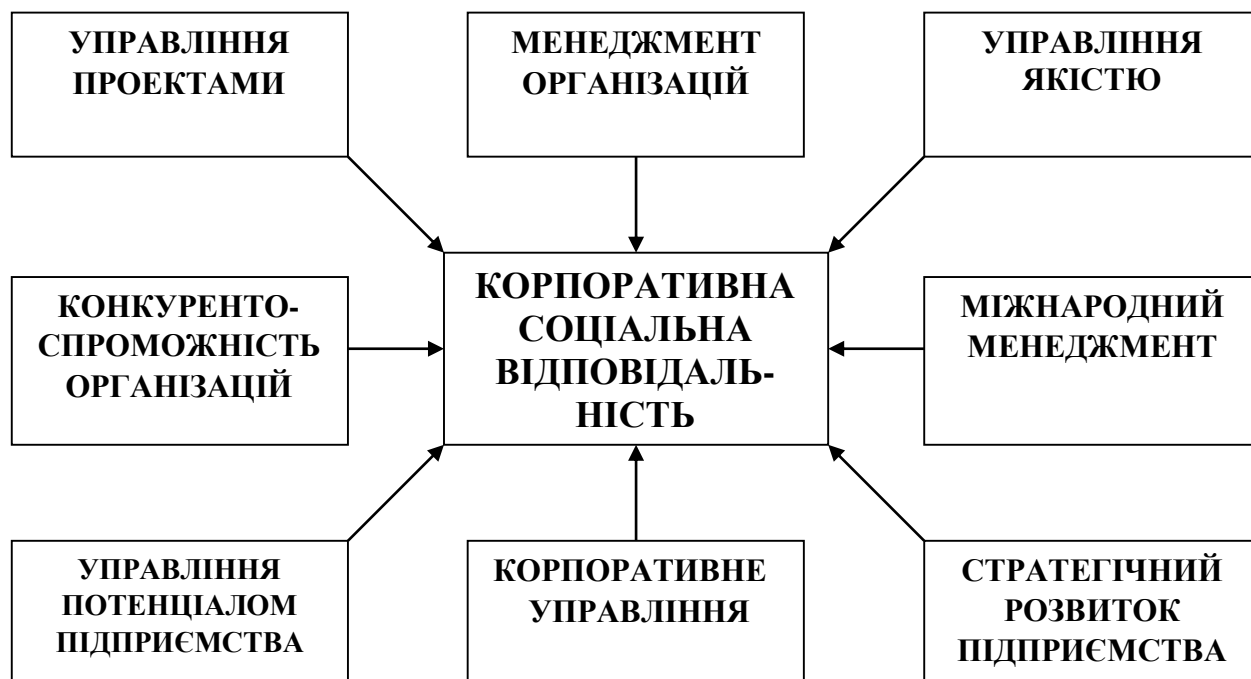
Зміст навчальної дисципліни розкривається в таких темах:

1. Еволюція та зміст концепції корпоративної соціальної відповідальності.
2. Побудова системи корпоративної соціальної відповідальності.
3. Специфіка внутрішньої і зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності.

4. Корпоративна соціальна відповідальність і сталий розвиток організації.
5. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.
6. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.
7. Екологічна компонента корпоративної соціальної відповідальності.
8. Корпоративна соціальна відповідальність і конкурентні переваги організації.
9. Ефективність корпоративної соціальної відповідальності організації.
10. Стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Важливо, щоб студенти усвідомили диференційний підхід до вивчення окремих понять і процесів, досягнувши глобального бачення сфери діяльності, забезпечивши встановлення свідомих, упорядкованих зв'язків з іншими курсами, що вивчались або вивчаються. Методичні рекомендації підготовлено з урахуванням знання студентами базових положень таких дисциплін, як менеджмент організацій, управління проектами, управління якістю, управління потенціалом підприємства, міжнародний менеджмент. Водночас вони слугують основою для вивчення дисциплін, насамперед стратегічний розвиток підприємства, корпоративне управління, конкурентоспроможність організацій.

Зв'язок курсу з іншими дисциплінами:



У результаті вивчення дисципліни студенти повинні **знати:**

сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні корпоративної соціальної відповідальності; специфіку внутрішньої і зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності;

вміти:

компетентно і ефективно формувати механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю; взаємодію роботодавців зі співробітниками на засадах соціальної відповідальності, відносини підприємства із зовнішніми організаціями на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

ОПИС

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, ОС	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Спеціальність: <u>051 «Економіка»</u> <u>292 «Міжнародні економічні відносини»</u>	<u>Нормативна</u> (за вибором)	
Модулів – 2		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання <u>реферативне дослідження</u>		Семестр	
Загальна кількість годин - 120		2-й	2-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2,5 самостійної роботи студента – 5,5	ОС: <u>Магістр</u>	Лекції	
		18 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		18 год.	8 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		80 год.	100 год.
Індивідуальні завдання			
4 год.	4 год.		
Вид контролю: залік			

Примітка:

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання 30%/70%

для заочної форми навчання 14%/86%

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, ОС	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань <u>07 «Управління та адміністрування»</u>	Нормативна (за вибором)	
Модулів – 2		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2	Спеціальність (професійне спрямування): <u>073 «Менеджмент»</u>	1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання <u>реферативне дослідження</u>		Семестр	
Загальна кількість годин - 90	Спеціалізація: <u>«Менеджмент організацій і адміністрування»</u>	2-й	2-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 3	ОС: <u>Магістр</u>	16 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		14 год.	6 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		42 год.	60 год.
		Індивідуальні завдання	
18 год.	18 год.		
		Вид контролю: <u>екзамен</u>	

Примітка:

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання 34%/66%

для заочної форми навчання 14%/86%

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН*

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л.	п.	лаб.	інд.	с.р.		л.	п.	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Сутність і специфіка корпоративної соціальної відповідальності												
Тема 1. Еволюція та зміст концепції корпоративної соціальної відповідальності	12	2	2			8	12	1	1			10
Тема 2. Побудова системи корпоративної соціальної відповідальності	12	2	2			8	12	1	1			10
Тема 3. Специфіка внутрішньої і зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності	12	2	2			8	12	1	1			10
Разом за змістовим модулем 1	36	6	6			24	36	3	3			30
Змістовий модуль 2. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності												
Тема 4. Корпоративна соціальна відповідальність і сталий розвиток організації	12	2	2			8	11	1	1			9
Тема 5. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності	12	2	2			8	12	1	1			10
Тема 6. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності	12	2	2			8	11	1	1			9
Тема 7. Екологічна компонента корпоративної соціальної відповідальності	11	1	1			9	11	1	1			9
Тема 8. Корпоративна соціальна відповідальність і конкурентні переваги організації	11	1	1			9	12					12
Тема 9. Ефективність корпоративної соціальної відповідальності організацій	11	2	2			7	12	1	1			10
Тема 10. Стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні	11	2	2			7	11					11
Разом за змістовим модулем 2	80	12	12			56	80	5	5			70
Модуль 2												
ІНДЗ	4					4	4					4
Усього годин	120	18	18			4	80	120	8	8		4

* 051 «Економіка», 292 «Міжнародні економічні відносини»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л.	п.	лаб.	інд.	с.р.		л.	п.	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Сутність і специфіка корпоративної соціальної відповідальності												
Тема 1. Еволюція та зміст концепції корпоративної соціальної відповідальності	8	2	2			4	8	1	1			6
Тема 2. Побудова системи корпоративної соціальної відповідальності	8	2	2			4	7	1	1			5
Тема 3. Специфіка внутрішньої і зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності	8	2	2			4	7	1	1			5
Разом за змістовим модулем 1	24	6	6			12	22	3	3			16
Змістовий модуль 2. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності												
Тема 4. Корпоративна соціальна відповідальність і сталий розвиток організації	7	2	1			4	8	1	1			6
Тема 5. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності	8	2	2			4	7	1	1			5
Тема 6. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності	7	2	1			4	7	1	1			5
Тема 7. Екологічна компонента корпоративної соціальної відповідальності	7	1	1			5	6					6
Тема 8. Корпоративна соціальна відповідальність і конкурентні переваги організації	7	1	1			5	7					7
Тема 9. Ефективність корпоративної соціальної відповідальності організацій	6	1	1			4	7					7
Тема 10. Стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні	6	1	1			4	8					8
Разом за змістовим модулем 2	48	10	8			30	50	3	3			44
Модуль 2												
ІНДЗ	18					18	18					18
Усього годин	90	16	14			18	42	90	6	6		18

* 073 «Менеджмент»

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУТНІСТЬ І СПЕЦИФІКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

ТЕМА 1. ЕВОЛЮЦІЯ ТА ЗМІСТ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Поняття і основні характеристики корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Формування комплексної моделі корпоративної соціальної відповідальності. Американська, європейська, японська моделі корпоративної соціальної відповідальності. Зовнішні та внутрішні джерела корпоративної соціальної відповідальності. Розуміння і реалізація корпоративної соціальної відповідальності. Концепції стейкхолдерів і корпоративного громадянства.

ТЕМА 2. ПОБУДОВА СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Соціальна відповідальність підприємництва в розвитку економіки і суспільства. Економічна і суспільна необхідність появи і прояву корпоративної соціальної відповідальності. Фактори конкурентної переваги в системі корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність і процеси соціалізації економіки. Типологія системних уявлень і основні атрибути системи корпоративної соціальної відповідальності. Види взаємодій і принципи побудови системи корпоративної соціальної відповідальності.

ТЕМА 3. СПЕЦИФІКА ВНУТРІШНЬОЇ І ЗОВНІШНЬОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Корпоративна соціальна відповідальність у внутрішньому середовищі. Освіта і інтелектуальний потенціал організації як чинники внутрішньої соціальної відповідальності. Основні риси та особливості внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Види і форми внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Аналіз результатів реалізації внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Соціальні програми в стратегії розвитку внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Становлення внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Сучасні особливості відповідальності українського бізнесу. Підходи і принципи складання соціального пакету. Організація і тенденції розвитку внутрішньої соціальної відповідальності.

Складові зовнішньої відповідальності бізнесу. Підтримка освіти і науки як основа формування інтелектуального та інноваційного потенціалу. Підтримка охорони здоров'я як необхідність формування здорового способу життя і трудового потенціалу. Підтримка культури як джерело розвитку культурного

потенціалу суспільства. Стандартизація і розвиток зовнішніх спільнот в системі корпоративної соціальної відповідальності.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. РЕАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

ТЕМА 4. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ І СТАЛИЙ РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЇ

Принципи сталого розвитку організації. Підвищення ділової репутації організації. Корпоративна соціальна відповідальність і антикризовий розвиток організації.

ТЕМА 5. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ ІЗ ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Міжнародне законодавче регулювання трудових відносин на основі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ). Забезпечення достойної праці у системі КСВ. Корпоративне громадянство. Практика трудових відносин крізь призму концепцій корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні. Збалансування інтересів роботодавців та найманих працівників. Створення стабільних умов розвитку трудових відносин.

ТЕМА 6. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН БІЗНЕСУ ІЗ ЗОВНІШНІМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Соціальна відповідальність бізнесу у розрізі об'єктів відповідальності. Новітні інструменти стратегічної корпоративної філантропії. Соціально відповідальний маркетинг. Відповідальне управління ланцюгом постачання. Відповідальність компаній щодо партнерів по бізнесу. Конфлікти суспільства й бізнесу, влади й бізнесу. Тенденція розвитку особистих зв'язків, лобізм, корупція.

ТЕМА 7. ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Масштаб екологічних проблем. Економічні та соціальні прояви екологічних проблем. Сутність екологічної відповідальності. Еволюція концепцій екологічної відповідальності. Елементи екологічної відповідальності бізнесу. Міжнародний досвід реалізації принципів екологічної відповідальності. Законодавство України про охорону довкілля. Шляхи посилення екологічної відповідальності.

ТЕМА 8. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ І КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні конкурентних переваг організації. Середовище прояви корпоративної соціальної

відповідальності і взаємозв'язок конкурентних переваг. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор формування конкурентних переваг організації.

ТЕМА 9. ЕФЕКТИВНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Поняття ефективності корпоративної соціальної відповідальності, соціального звіту організації. Фактори ефективності функціонування інструментів корпоративної соціальної відповідальності в управлінні організацією. Рівні і показники соціальної відповідальності бізнесу. Оцінка ефективності корпоративної соціальної відповідальності

ТЕМА 10. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Зовнішні та внутрішні чинники розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Активізація діяльності підприємств щодо розвитку соціально відповідального бізнесу. Напрямки державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Мета, завдання і цілі Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУТНІСТЬ І СПЕЦИФІКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТЕМА 1. ЕВОЛЮЦІЯ ТА ЗМІСТ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Ключові терміни і поняття

Соціальна відповідальність, рівні соціальної відповідальності, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), моделі КСВ (американська, європейська, японська), концепції КСВ.

Контрольні питання

1. Поняття і основні характеристики корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).
2. Формування комплексної моделі корпоративної соціальної відповідальності.
3. Американська, європейська, японська моделі корпоративної соціальної відповідальності.
4. Зовнішні та внутрішні джерела корпоративної соціальної відповідальності.
5. Розуміння і реалізація корпоративної соціальної відповідальності.
6. Концепції стейкхолдерів і корпоративного громадянства.

Питання для обговорення

1. Які основні міжнародні стандарти лежать в основі поняття соціальної відповідальності?
2. Дайте характеристику видам соціальної відповідальності.
3. Який зміст поняття корпоративної соціальної відповідальності?
4. З яких концепцій сформувалася комплексна модель КСВ?
5. Яким було найперше визначення КСВ? Хто його сформулював?
6. Який «закон відповідальності» сформулював К. Девіс? Як ви його розумієте?
7. Як розглядали відповідальність бізнесу неокласичні економісти (Т. Левітт, М. Фрідман)?
8. Які особливості розуміння відповідальності бізнесу у інституційних економістів (Дж. Гелбрейт, держрегулювання)?
9. Яке визначення А. Керрола для КСВ?
10. Опишіть піраміду А. Керрола.
11. У чому суть тривимірної моделі А. Керрола?
12. У чому особливості моделі С. Вартіка і Ф. Кохрена?
13. Які принципи КСВ містить модель Д. Вуд?
14. Які процеси корпоративної соціальної сприйнятливості включені в модель Д. Вуд?
15. Отримання яких результатів КСВ передбачає модель Д. Вуд?
16. Що таке «економайзінг», «екологізінг» і яким має бути їх співвідношення з прагненням до влади у корпоративно-відповідальній організації?
17. У чому суть стратегічного і реагуючого характеру КСВ в моделі М. Портера і М. Креймера?

18. Сформулюйте принципи управління стейкхолдерами (зацікавленими сторонами) М. Кларксона.
19. Який потрійний підсумок діяльності корпорації в моделі корпоративної стійкості?
20. Які дослідження української практики КСВ вам відомі?

Тестові завдання

1-14

Ситуаційні завдання

1-3,13

Теми рефератів

8,22

Методичні рекомендації

Визначити сутність корпоративної соціальної відповідальності, її видів, принципів, підстав, аспектів розвитку в історичному контексті. Розглянути моделі і концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Обов'язкова література

1,2,4,15-17,19,20,34,37

Додаткова література

3,18,27,28,30,32,33

ТЕМА 2. ПОБУДОВА СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Ключові терміни і поняття

Соціальна держава, соціальна, економіка, конкурентні переваги корпоративної соціальної відповідальності, принципи побудови корпоративної соціальної відповідальності.

Контрольні питання

1. Соціальна відповідальність підприємництва в розвитку економіки і суспільства.
2. Економічна і суспільна необхідність появи і прояву корпоративної соціальної відповідальності.
3. Фактори конкурентної переваги в системі корпоративної соціальної відповідальності.
4. Корпоративна соціальна відповідальність і процеси соціалізації економіки.
5. Типологія системних уявлень і основні атрибути системи корпоративної соціальної відповідальності.
6. Види взаємодій і принципи побудови системи корпоративної соціальної відповідальності.

Питання для обговорення

1. Чому виникають багатосторонні пріоритети соціальної відповідальності?
2. У чому проявляється вплив КСВ на стан економіки?
3. Які чинники є типовими для України у формуванні відносин КСВ?
4. Чим обумовлена необхідність КСВ?
5. Які принципи реалізації засобів соціальної відповідальності?
6. Які ознаки організаційної поведінки характеризують можливість здійснення

відносин соціальної відповідальності?

7. У чому відмінності понять «соціальна відповідальність» та «соціальне реагування»?
8. Які форми соціального діалогу характеризують взаємодію держави, профспілок і корпорацій в сфері соціальних відносин?
9. Які елементи розкривають зміст процесу соціалізації економіки України?
10. Назвіть основні атрибути системи КСВ і їх особливості.
11. Види взаємодії в системі КСВ. Охарактеризуйте їх.
12. Які основні принципи використовуються при побудові системи КСВ?

Тестові завдання

15-34

Ситуаційні завдання

4

Теми рефератів

6,7

Методичні рекомендації

Виявити фактори конкурентних переваг в системі корпоративної соціальної відповідальності. Розглянути процеси соціалізації економіки. Ознайомитися з основними атрибутами системи корпоративної соціальної відповідальності. Визначити принципи побудови системи корпоративної соціальної відповідальності.

Обов'язкова література

1-8,14-17,19,20,34,37

Додаткова література

18,21,22,27-30

ТЕМА 3. СПЕЦИФІКА ВНУТРІШНЬОЇ І ЗОВНІШНЬОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Ключові терміни і поняття

Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність, зовнішня корпоративна соціальна відповідальність, інтелектуальний потенціал організації, інноваційний потенціал організації, культурний потенціал організації, трудовий потенціал організації, соціальні програми, соціальний пакет, зовнішні спільноти.

Контрольні питання

1. Корпоративна соціальна відповідальність у внутрішньому середовищі.
2. Освіта і інтелектуальний потенціал організації як чинники внутрішньої соціальної відповідальності.
3. Основні риси та особливості внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
4. Види і форми внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
5. Аналіз результатів реалізації внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.

6. Соціальні програми в стратегії розвитку внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
7. Становлення внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
8. Сучасні особливості відповідальності українського бізнесу.
9. Підходи і принципи складання соціального пакету.
10. Організація і тенденції розвитку внутрішньої соціальної відповідальності.
11. Складові зовнішньої відповідальності бізнесу.
12. Підтримка освіти і науки як основа формування інтелектуального та інноваційного потенціалу.
13. Підтримка охорони здоров'я як необхідність формування здорового способу життя і трудового потенціалу.
14. Підтримка культури як джерело розвитку культурного потенціалу суспільства.
15. Стандартизація і розвиток зовнішніх спільнот в системі корпоративної соціальної відповідальності.

Питання для обговорення

1. Чому освіта є об'єктом внутрішньої соціальної відповідальності?
2. Яку роль відіграє інтелектуальний потенціал організації в реалізації внутрішньої соціальної відповідальності?
3. Як здійснюється управління знаннями в організації і як при цьому реалізується внутрішня КСВ?
4. В якій мірі і яким чином залежить внутрішня КСВ від сформованого в організації колективного мислення?
5. Які зміни інтелектуального потенціалу, освітнього рівня і мислення визначають внутрішню соціальну відповідальність?
6. Які напрямки діяльності організації можна віднести до внутрішньої КСВ?
7. Які конкретні види КСВ відносяться до заходів соціального захисту співробітників?
8. Які конкретні види КСВ відносяться до розвитку людського капіталу організації?
9. Які конкретні види КСВ ставляться до такого напрямку діяльності, як врахування інтересів працівників при прийнятті важливих управлінських рішень?
10. Які конкретні види КСВ включає соціально відповідальна реструктуризація?
11. Які вам відомі економічно вигідні результати впровадження КСВ?
12. Якою має бути зв'язок внутрішньої КСВ з місією, цілями і стратегією організації?
13. Що таке «соціальний бюджет» організації?
14. Що таке «корпоративний кодекс»?
15. У чому полягають переваги і недоліки стимулювання працівників через соціальний пакет?
16. Яким чином пов'язані між собою поняття «соціальне партнерство» та «соціальна відповідальність бізнесу»?
17. Охарактеризуйте особливості внутрішньої КСВ на українських

підприємствах через інтереси і менталітет менеджерів і працівників.

18. Які приклади підтримки освіти і науки українськими компаніями ви знаєте?
19. Які проблеми використання грантового механізму фінансування освіти і науки зустрічаються в Україні?
20. Як в суспільстві оцінюється діяльність українських компаній в сфері соціальної відповідальності?
21. Які сучасні потреби і фактори здорового способу життя?
22. Які існують форми і методи підтримки охорони здоров'я бізнесом?
23. У чому особливість антистресового менеджменту і чому він є фактором корпоративної соціальної відповідальності?
24. Навіщо суспільству необхідно існування і розвиток культури?
25. Які основні ролі і моделі поведінки держави по відношенню до культури і мистецтва зустрічаються в сучасній цивілізації?
26. Які види благодійних фондів існують в нашому суспільстві і чим вони відрізняються один від одного?
27. Яким чином корпоративне волонтерство вбудовується в корпоративну культуру українських компаній?

Тестові завдання

35-44

Ситуаційні завдання

12,14-16

Теми рефератів

1,4,9,13,21,35,36

Методичні рекомендації

Розглянути основні риси та особливості внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Визначити складові зовнішньої відповідальності бізнесу. Виявити сучасні особливості відповідальності українського бізнесу та підтримки освіти, охорони здоров'я та культури.

Обов'язкова література

1,2,4,15-17,19,20,34,37

Додаткова література

3,18,21,22,27,29-30

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

РЕАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

ТЕМА 4. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ І

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЇ

Ключові терміни і поняття

Сталий розвиток, принципи сталого розвитку організації, ділова репутація організації, антикризовий розвиток організації.

Контрольні питання

1. Концепція та основні фактори стійкого розвитку організації.
2. Сутність і принципи сталого розвитку організації при реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

3. Ділова репутація як результат корпоративної соціальної відповідальності організації.
4. Формування ділової репутації, її оцінка контактними групами.
5. Види ділової репутації, її прояв в гудвіл.
6. Ділова репутація як фактор сталого розвитку організації.
7. Роль корпоративної соціальної відповідальності в антикризовому розвитку організації.
8. Реагуюча і стратегічна корпоративна соціальна відповідальність.
9. Корпоративна соціальна відповідальність як елемент антикризової стратегії організації.
10. Різноманітність типів соціальної відповідальності.
11. Оцінка корпоративної соціальної активності.

Питання для обговорення

1. В яких факторах проявляється сталий розвиток організації?
2. Яку роль відіграє КСВ в забезпеченні сталого розвитку організації?
3. Які міжнародні принципи забезпечення сталого розвитку організації?
4. Чому КСВ визначає сталий розвиток організації?
5. Дайте визначення ділової репутації. Порівняйте терміни «ділова репутація» і «імідж».
6. Визначте процес управління діловою репутацією і вплив на нього корпоративного іміджу.
7. Назвіть підходи до визначення та оцінки ділової репутації та гудвілу. У чому їх схожість і відмінність?
8. Розкрийте значення понять «позитивна» і «негативна» ділова репутація.
9. За якими напрямками відбувається оцінка змісту поняття ділової репутації?
10. Охарактеризуйте внутрішні і зовнішні складові ділової репутації.
11. Коли виникає економічна небезпека для компанії?
12. Охарактеризуйте роль КСВ в умовах різних криз.
13. У чому полягає ключова відмінність реагує КСВ від стратегічної?
14. Як співвідносяться поняття «КСВ» та «сталий розвиток»?
15. Перелічіть рівні КСВ відповідно до моделі, запропонованої Х. Джонсоном.
16. Охарактеризуйте ризик виникнення кризи в залежності від рівня КСВ.

Тестові завдання

73-77

Ситуаційні завдання

17

Теми рефератів

3,16,17,23,32,33

Методичні рекомендації

Розглянути принципи сталого розвитку організації. Виявити шляхи підвищення ділової репутації організації. Визначити напрямки антикризового розвитку організації.

Обов'язкова література

1,2,4,15-17,19,20,34,37

Додаткова література
3,18,21,22, 27-33,41

ТЕМА 5. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ З ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Ключові терміни і поняття

Соціальна відповідальність роботодавця, рівні соціальної відповідальності бізнесу, корпоративна соціальна політика, міжнародна організація праці, концепція гідної праці, соціальний захист, соціальний пакет, соціальні блага, соціальний діалог, партнерські відносини, корпоративне громадянство.

Контрольні питання

1. Корпоративна соціальна відповідальність у внутрішньому середовищі.
2. Міжнародне законодавче регулювання трудових відносин на основі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).
3. Забезпечення достойної праці у системі КСВ.
4. Корпоративне громадянство.
5. Практика трудових відносин крізь призму концепцій КСВ та корпоративного громадянства в Україні.
6. Збалансування інтересів роботодавців та найманих працівників.
7. Створення стабільних умов розвитку трудових відносин.

Питання для обговорення

1. Яким чином проявляється сутність корпоративної соціальної відповідальності у контексті відносин роботодавців та працівників?
2. Сформулюйте та поясніть критерії, що дозволяють визначити підприємство (організацію) як соціально відповідальне.
3. Виділіть рівні соціальної відповідальності бізнесу та дайте їм характеристику.
4. У чому проявляються основні напрямки реалізації корпоративної соціальної політики?
5. Дайте характеристику основним міжнародним документам, що регулюють соціальну відповідальність бізнесу у розрізі профільних організацій.
6. Розкрийте основні ідеї концепції гідної праці. Яким чином вони переплітаються з чинним законодавством України?
7. Порівняйте сутність понять корпоративна соціальна відповідальність та корпоративне громадянство. Що спільного та що відмінного у цих поняттях? Яким чином вони співвідносяться між собою?
8. Охарактеризуйте основні проблеми, з якими стикається впровадження концепцій корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні.
9. В чому полягає корисність найманих працівників?
10. Як максимізувати корисність найманих працівників, втілюючи соціальну відповідальність на підприємстві?
11. По-вашому, в чому корисність проведення тренінгів на робочому місці?

12. Як змінюються зобов'язання співробітників у разі втілення на підприємстві концепції соціальної відповідальності?
13. З чого складається поняття етики бізнесу та як воно співвідноситься з концепцією соціальної відповідальності?

Тестові завдання

45-47

Ситуаційні завдання

5,6

Теми рефератів

18-20

Методичні рекомендації

Ознайомитися з міжнародним законодавством регулювання трудових відносин на основі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ). Розглянути практику трудових відносин крізь призму концепцій корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні. Виявити шляхи збалансування інтересів роботодавців та найманих працівників.

Обов'язкова література

1,2,4,15-17,19,20,33,34

Додаткова література

3,18, 28-31,38,39

ТЕМА 6. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН БІЗНЕСУ ІЗ ЗОВНІШНІМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Ключові терміни і поняття

Зовнішня соціальна відповідальність бізнесу, соціальні групи, способи реалізації потреб, джерела фінансування потреб, людина як споживач, соціально відповідальне інвестування, соціально відповідальний маркетинг, соціальне підприємництво, соціальні венчурні фонди, корпоративний соціальний маркетинг.

Контрольні питання

1. Складові зовнішньої відповідальності бізнесу.
2. Соціальна відповідальність бізнесу у розрізі об'єктів відповідальності.
3. Новітні інструменти стратегічної корпоративної філантропії.
4. Соціально відповідальний маркетинг.
5. Відповідальне управління ланцюгом постачання.
6. Відповідальність компаній щодо партнерів по бізнесу.
7. Конфлікти суспільства й бізнесу, влади й бізнесу.

Питання для обговорення

1. Які складові відносяться до зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу? Дайте характеристику кожній з них.
2. Розкрийте сутність теорії розподілу СВБ за рівнями запропоновану В.І. Спіранським. Яким чином рівні піраміди характеризують прояви зовнішньої соціальної відповідальності?

3. Яким чином проявляється відповідальність бізнесових структур щодо людини як потенційного або реального працівника?
4. Яким чином проявляється відповідальність перед людиною як споживачем?
5. Виділіть основні групи заінтересованих сторін на підприємстві.
6. Дайте характеристику способам реалізації потреб певних соціальних груп підприємством.
7. Назвіть новітні інструменти стратегічної корпоративної філантропії та дайте їм характеристику.
8. Розкрийте концепцію відповідального маркетингу.
9. У чому полягає різниця між відповідальним та соціально-відповідальним маркетингом?
10. У чому полягає відповідальне управління ланцюгом постачання?
11. Дайте характеристику основному міжнародному стандарту, що визначає правила і принципи роботи зі стейкхолдерами.
12. Чи відписує принципам соціальної відповідальності втручання влади в діяльність компаній? Поясніть відповідь за допомогою прикладів.
13. З чого складаються основні конфлікти суспільства і бізнесу? Як їх вирішувати? Хто цим займається та чиї інтереси є найбільш важливими?
14. Поясніть поняття лобізму. Наведіть приклади.

Тестові завдання

48-55

Ситуаційні завдання

7-11

Теми рефератів

2,12,14,24-27

Методичні рекомендації

Виявити складові зовнішньої відповідальності бізнесу у розрізі об'єктів відповідальності та вивчити напрями застосування новітніх інструментів стратегічної корпоративної філантропії.

Обов'язкова література

3,12-14,16,33

Додаткова література

1,2,4-11,15,17,18,23-25,27-30,34-39

ТЕМА 7. ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Ключові терміни і поняття

Екологічна відповідальність, екологічно та соціально відповідальний бізнес, функції екологічної відповідальності, стратегія екологічно маркетингу, корпоративна екологічна політика, екологічні ініціативи, система екологічного управління, екологічна освіта.

Контрольні питання

1. Масштаб екологічний проблем.

2. Економічні та соціальні прояви екологічних проблем.
3. Сутність екологічної відповідальності.
4. Еволюція концепцій екологічної відповідальності.
5. Елементи екологічної відповідальності бізнесу.
6. Міжнародний досвід реалізації принципів екологічної відповідальності.
7. Законодавство України про охорону довкілля.
8. Шляхи посилення екологічної відповідальності

Питання для обговорення

1. Дайте характеристику міжнародним стандартам із навколишнього середовища.
2. Наведіть приклади с поясненнями щодо економічних прояв екологічних проблем.
3. В чому полягає міжнародний досвід впровадження принципів екологічної відповідальності економічних агентів?
4. Якими критеріям повинен відповідати екологічно та соціально відповідальний бізнес?
5. Яким чином інтерпретується екологічна відповідальність представниками різних економічних шкіл?
6. Розкрийте суть екологічної відповідальності через її функції.
7. Яким чином відбувається еволюція концепцій екологічної відповідальності?
8. Дайте характеристику основним елементам екологічної відповідальності бізнесу.
9. Як Україна вирішує екологічні проблеми території? Наведіть приклади.
10. Як пов'язані між собою соціальна відповідальність та захист довкілля?
11. Окресліть шляхи посилення екологічної відповідальності та дайте їм оцінку.
12. Які існують проблеми безпеки та здоров'я працівників на українських підприємствах?
13. Які ви бачите наслідки від впровадження ресурсозберігаючих технологій та екологізація бізнесу в Україні?
14. Яка роль екологічного менеджменту в сталому розвитку суспільства?
15. Яка необхідність соціальної спрямованості та соціальної активності підприємств?

Тестові завдання

56-61

Теми рефератів

28-31

Методичні рекомендації

Розкрити сутність екологічної відповідальності у контексті її еволюцій та з виділенням елементів екологічної відповідальності бізнесу.

Обов'язкова література

1,2,4,15-17,19,20,34,37-39

Додаткова література

3,18,27-33

ТЕМА 8. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ І КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ключові терміни і поняття

Мікро-, макросередовище організації, внутрішнє середовище організації, сталі відносини, конкурентні переваги організації.

Контрольні питання

1. Джерело конкурентних переваг.
2. Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні конкурентних переваг організації.
3. Середовище прояви корпоративної соціальної відповідальності і взаємозв'язок конкурентних переваг.
4. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор формування конкурентних переваг організації.

Питання для обговорення

1. Дайте визначення джерел конкурентних переваг організації.
2. Охарактеризуйте роль КСВ в формуванні конкурентних переваг організації.
3. Які переваги КСВ проявляються в мікро-, макро- і внутрішньому середовищі організації?
4. Наведіть модель взаємозв'язку конкурентних переваг організації, в основі яких лежить КСВ.
5. Наведіть приклади прояву КСВ як фактора формування конкурентних переваг організації.

Тестові завдання

78-82

Теми рефератів

5,37

Методичні рекомендації

Визначити роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні конкурентних переваг організації. Ознайомитися з середовищем прояву корпоративної соціальної відповідальності. Охарактеризувати корпоративну соціальну відповідальність як фактор формування конкурентних переваг організації.

Обов'язкова література

1,2,4,15-17,19,20,34,37

Додаткова література

3,18, 28-33,40,41

ТЕМА 9. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ключові терміни і поняття

Етичний кодекс, соціальний звіт, етична експертиза, соціальне інвестування, соціальні комунікації, показники соціальної відповідальності бізнесу.

Контрольні питання

1. Значення та зміст оцінки ефективності соціальної відповідальності.
2. Фактори ефективності функціонування інструментів КСВ в управлінні організацією.
3. Рівні і показники соціальної відповідальності бізнесу.
4. Поняття соціального звіту організації.
5. Оцінка ефективності корпоративної соціальної відповідальності

Питання для обговорення

1. Чим характеризується механізм здійснення проектів корпоративної соціальної відповідальності?
2. Наведіть відмінність оцінювання ефективності соціальної відповідальності від оцінювання ефективності фінансових проектів та інвестування.
3. Дайте характеристику волонтерським проектам та оцініть їх ефективність.
4. В чому в цілому полягає значення оцінювання ефективності соціальної відповідальності?
5. Перелічіть інструменти КСВ та дайте характеристику кожному.
6. Які інструменти КСВ доцільні для використання та стратегічному та тактичному рівнях. Чому?
7. Яким чином використання інструментарію КСВ залежить від груп стейкхолдерів?
8. Що слід враховувати при оцінці ефективності соціальної відповідальності держави?
9. Які внутрішні та зовнішні чинники впливають на впровадження та ефективність функціонування інструментів КСВ в управлінні організацією? Проаналізуйте кожен групу.
10. Приведіть індексні методи оцінювання КСВ. Яким чином відбувається розрахунок найбільш відомих індексів?
11. Як використовується досвід світових компаній з соціальної відповідальності в Україні?
12. Яка мета формування соціального звіту організації?
13. Які стандартні оцінки містить соціальний звіт організації?
14. У чому сутність оцінки соціальної активності корпорації?

Тестові завдання

62-66,83-85

Теми рефератів

11,34,38-41

Методичні рекомендації

Розглянути значення та зміст оцінки ефективності соціальної відповідальності, виявити фактори ефективності функціонування інструментів КСВ в управлінні організацією, визначити рівні і показники соціальної відповідальності бізнесу.

Обов'язкова література

1,2,4,15-17,19,20,34,37

Додаткова література

ТЕМА 10. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Ключові терміни і поняття

Глобальний договір ООН, Українська асоціація якості, Європейська організація якості, Міжнародна організація стандартизації, Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку, Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Контрольні питання

1. Зовнішні та внутрішні чинники розвитку соціальної відповідальності в Україні.
2. Активізація діяльності підприємств щодо розвитку соціально відповідального бізнесу.
3. Напрямки державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
4. Мета, завдання і цілі Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
5. Очікувані результати реалізації Стратегії.

Питання для обговорення

1. На які сфери діяльності спрямовується соціальна відповідальність українських підприємств?
2. Які фактори здійснюють вплив на формування соціальної відповідальності в Україні?
3. Дайте характеристику основним перешкодам впровадження соціальної відповідальності в Україні. Яким чином їх можна подолати?
4. Чому наявна нормативно-правова база України не стимулює розвиток соціальної відповідальності бізнесу?
5. Дайте характеристику основним напрямкам державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
6. Які завдання ставить проект Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні?
7. Які очікуються результати реалізації Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні у короткостроковому (до трьох років з моменту затвердження Стратегії) періоді?
8. Які очікуються результати реалізації Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні у довгостроковому періоді?

Тестові завдання

67-72

Теми рефератів

42,45

Методичні рекомендації

Розглянути чинники розвитку соціальної відповідальності в Україні та визначити напрями державної політики її розвитку у контексті перспектив

прийняття Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Обов'язкова література

1,2,4,15-17,19,20,34,37

Додаткова література

3,18,24,26,28-34, 36-39

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. *Можливість для організації реалізовувати свої потреби у виживанні, безпеки, стійкості – це:*

- а) соціальна відповідальність бізнесу;
- б) соціальний тренд;
- в) соціально відповідальна поведінка;
- г) соціальна безпека.

2. *Хто належить до суб'єктів соціальної відповідальності?*

- а) працівники підприємства;
- б) інвестори;
- в) підприємці;
- г) споживачі.

3. *Соціальна відповідальність бізнесу проявляється:*

- а) у внутрішніх соціальних інвестиціях в людський капітал;
- б) в добродійності власників;
- в) в участі у виборчих кампаніях;
- г) в топ-менеджменті компанії.

4. *Хто є головним пропагандистом соціальної відповідальності?*

- а) НАТО;
- б) МОП;
- в) ООН;
- г) інший варіант.

5. *Які бувають форми соціальної відповідальності?*

- а) традиційна, благодійність, меценатство;
- б) традиційна, меценатство;
- в) традиційна, благодійність
- г) традиційна.

6. *До основних форм соціальної відповідальності належать:*

- а) відповідальність за чистоту навколишнього середовища;
- б) відповідальність перед прийнятими на роботу;
- в) відповідальність перед споживачами;
- г) всі відповіді вірні.

7. *До аргументів на користь соціальної відповідальності належать:*

- а) зміна потреб і очікувань широкої аудиторії, наявність ресурсів для розв'язання соціальних проблем;
- б) недостатній рівень зайнятості широкої аудиторії, недостатність вмінь розв'язувати соціальні проблеми;
- в) моральний обов'язок поводити себе соціально відповідальним, витрати на соціальну привабливість;
- г) всі відповіді вірні.

8. *До аргументів проти соціальної відповідальності належать:*

- а) зміна потреб і очікувань широкої аудиторії, наявність ресурсів для розв'язання соціальних проблем;

- б) недостатній рівень зайнятості широкої аудиторії, недостатність вмінь розв'язувати соціальні проблеми;
- в) недостатній рівень звітності широкій аудиторії, сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи;
- г) всі відповіді вірні.

9. Комплексний підхід розуміння корпоративної соціальної відповідальності, що включає економічну, правову, етичну і філантропічної відповідальність, розроблений:

- а) Л. Престоном;
- б) Дж. Постом;
- в) А. Керолл;
- г) Д. Вудом.

10. Модель, в якій виділяють два напрямки участі корпорації в житті соціуму - стратегічний і реагує, розроблена:

- а) М. Портером і М. Креймером;
- б) С. Вартіком і Ф. Кохреном;
- в) Л. Престоном, Дж. Постом, А. Керолл;
- г) Т. Левиттом і М. Фрідманом

11. Основним суб'єктом соціальної політики є:

- а) держава;
- б) громадські об'єднання;
- в) політичні партії;
- г) немає вірної відповіді.

12. Термін «соціальна держава» вперше з'явився в Конституції:

- а) Німеччини;
- б) України;
- в) Великобританії;
- г) немає вірної відповіді.

13. На конституційному рівні термін «соціальна держава» був закріплений вперше у:

- а) 1949 р.;
- б) 1965 р.;
- в) 1991 р.;
- г) немає вірної відповіді.

14. Спеціальні кодекси із соціальних питань існують у:

- а) Німеччині, Франції;
- б) Росії, Португалії;
- в) Іспанії, Україні;
- г) немає вірної відповіді.

15. Соціальна держава – це:

- а) тип організації державного і громадського життя, заснований на пріоритеті соціальних цінностей, насамперед права людини на «гідне життя»;

б) тип держави, основними ознаками якої є зв'язаність правом, верховенство закону, поділ влади, правовий захист особи, юридична рівність громадянина і держави;

в) тип держави, що виходить з організації та функціонування державної влади на засадах визнання народу її джерелом і носієм;

г) всі відповіді вірні.

16. Практичну реалізацію основних положень соціальної державності здійснює головним чином:

а) соціальна політика;

б) гуманітарна політика;

в) інформаційна політика;

г) всі відповіді вірні.

17. Позитивні якості КСВ для держави полягають у:

а) забезпеченні низьких конкурентних переваг;

б) забезпеченні підвищення рівня життя громадян;

в) забезпеченні підвищення рівня життя окремих верст суспільства;

г) сприянні розбудови партнерства між приватним та державним секторами.

18. До основної функції соціальної держави належить:

а) створення умов, що забезпечують гідне життя і вільний розвиток особистості;

б) забезпечення верховенства закону і юридичної рівності громадянина і держави;

в) визнання права всіх громадян на участь у формуванні органів державної влади та контроль за їхньою діяльністю;

г) всі відповіді вірні.

19. Добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку держави – це:

а) етика бізнесу;

б) культура управління;

в) соціальна відповідальність;

г) юридична відповідальність.

20. Що послужило причиною становлення і розвитку ідей корпоративної соціальної відповідальності в суспільстві:

а) глобалізація;

б) світова криза;

в) антикорпоративні настрої;

г) глобальне потепління.

21. Соціально відповідальна поведінка – це:

а) можливість для організації реалізувати свої потреби в безпеці до стійкості;

б) можливість підприємства сформувавши потреби для ведення бізнесу;

в) можливість підприємства сформувавши потреби споживачів;

г) всі відповіді вірні.

22. Розробка програм з соціальної відповідальності починається:

а) з визначення цілей;

б) з виявлення актуальних проблем;

в) з пошуку необхідних засобів;

г) немає вірної відповіді.

23. *Реалізація проектів і програм з розвитку соціальної відповідальності організації:*

а) може повністю здійснюватися працівниками організації у рамках поставлених їм обов'язків за штатну заробітну плату;

б) вимагає окремих проектів зі своїми бюджетами;

в) не вимагає обов'язкового залучення зовнішніх спеціалістів (експертів, консультантів);

г) немає вірної відповіді.

24. *Соціальна відповідальність важлива тим, що вона:*

а) сприяє формуванню громадянського суспільства;

б) сприяє підвищенню рентабельності;

в) забезпечує підвищення якості бізнесу;

г) всі відповіді вірні.

25. *Основною характеристикою американської моделі соціальної відповідальності є:*

а) значна роль держави при визначенні напрямів діяльності підприємства;

б) вплив держави на діяльність підприємства опосередкований;

в) значний вплив інституту держави на бізнес, а також орієнтир на культурні традиції країни;

г) всі відповіді вірні.

26. *Основною характеристикою європейської моделі соціальної відповідальності є:*

а) значний вплив інституту держави на бізнес, а також орієнтир на культурні традиції країни;

б) значна роль держави при визначенні напрямів діяльності підприємства;

в) вплив держави на діяльність підприємства опосередкований;

г) всі відповіді вірні.

27. *Основною характеристикою азійської моделі соціальної відповідальності є:*

а) вплив держави на діяльність підприємства опосередкований;

б) значна роль держави при визначенні напрямів діяльності підприємства;

в) значний вплив інституту держави на бізнес, а також орієнтир на культурні традиції країни;

г) всі відповіді вірні.

28. *Сили, які диктують відповідальну поведінку бізнесу, які викликані існуючими в суспільстві негласним договором, що погоджує поведінку бізнесу з цілями і цінностями всього суспільства – це:*

а) закони;

б) ринкові сили;

в) зовнішні джерела корпоративної соціальної відповідальності;

г) внутрішні джерела корпоративної соціальної відповідальності.

29. *Відповідальність, викликана існуючою реальною владою бізнесмена – це:*

а) корпоративне громадянство;

- б) корпоративна соціальна відповідальність;
- в) зовнішні джерела корпоративної соціальної відповідальності;
- г) внутрішні джерела корпоративної соціальної відповідальності.

30. *Фактором обмеження соціальної відповідальності організації може виступати:*

- а) диверсифікація бізнесу;
- б) підготовка трудових ресурсів;
- в) фінансування непрофільних напрямів бізнесу;
- г) навчання та підвищення компетентностей персоналу.

31. *Специфічний тип відносин соціальної відповідальності, при якому досягається певний баланс реалізації основних інтересів найважливіших соціальних груп суспільства – це:*

- а) соціальне партнерство;
- б) конкуренція;
- в) корпоративне громадянство;
- г) репутація.

32. *Правову основу проектів соціальної відповідальності організації складають:*

- а) закони і нормативно-правові акти;
- б) статут організації;
- в) внутрішні кодекси і правила маркетингової діяльності;
- г) соціальні програми.

33. *Вимоги до побудови системи корпоративної соціальної відповідальності, що виявляється в організації взаємодії підрозділів органів управління, при якій діяльність одного елемента позначається на інших елементах системи – це:*

- а) динамічність;
- б) взаємозв'язок;
- в) детермінованість;
- г) зворотний зв'язок.

34. *Принцип побудови системи корпоративної соціальної відповідальності, заснований на скоординованій діяльності організації за трьома напрямками сталого розвитку: економічному, соціальному, екологічному – це:*

- а) принцип системності;
- б) принцип компетентності;
- в) принцип динамічності;
- г) принцип кооперації.

35. *Ділову практику щодо власного персоналу відносимо до:*

- а) внутрішньої соціальної відповідальності;
- б) зовнішньої соціальної відповідальності;
- в) змішаної соціальної відповідальності;
- г) немає вірної відповіді.

36. *Що відноситься до внутрішньої соціальної відповідальності?*

- а) безпека праці;
- б) випуск якісної продукції;
- в) допомога в ліквідації стихійного лиха;

г) немає вірної відповіді.

37. Врегульована норма права специфічна система суспільних колективних правових відносин між власниками засобів виробництва (роботодавцями), найманими працівниками, державою в процесі реалізації прав та інтересів у сфері соціально-економічних і трудових питань – це:

- а) соціальне партнерство;
- б) соціальна політика;
- в) колективний договір;
- г) трудовий договір.

38. Сукупність етичних норм і принципів, якими повинна керуватися організація та її члени у сфері управління та підприємництва, що охоплює явища різних порядків, – це:

- а) етика бізнесу;
- б) культура підприємництва;
- в) корпоративний кодекс;
- г) немає вірної відповіді.

39. Ознаками сформованої культури підприємництва є:

- а) виконання соціальних функцій, наявність в організації мотивації та інтересу, наявність в організації фінансових коштів на проведення соціальних заходів;
- б) інтеграція робочих цінностей в середовище підприємців; виконання соціальних функцій; наявність інноваційної активності.
- в) виконання соціальних функцій; наявність діючого механізму; наявність соціальних інвестицій; наявність в організації мотивації і стійкого інтересу;
- г) всі відповіді вірні.

40. Що містять у собі соціальні блага, надані працівникам підприємства?

- а) надання гуртожитків;
- б) компенсація за відпустку;
- в) зазначене в п. а) та пільгові путівки;
- г) зазначене в п. в) та преміальні виплати;

41. Сукупність загальнонаукових та спеціальних знань, виробничого досвіду і навичок, баз знань і даних, що використовуються в інтелектуальному потенціалі фірми для отримання економічних і технологічних результатів – це:

- а) інтелектуальні ресурси;
- б) корпоративні знання;
- в) авуари;
- г) активи.

42. Методологія, спрямована на підвищення рівня конкурентоспроможності і захищеності компанії за рахунок використання повного набору інструментів захисту, управління і економіки нематеріальних активів компанії – це:

- а) управління знаннями;
- б) управління ресурсами;
- в) управління конкурентоспроможністю;
- г) управління людськими ресурсами.

43. До заходів внутрішньої соціальної відповідальності бізнесу не відносяться:

- а) заходи соціального захисту співробітників;
- б) проведення соціально відповідальної реструктуризації;
- в) взаємодія з працівниками як основними стейкхолдерами компанії;
- г) гранти і пільгові позики.

44. *Формальне виклад цінностей і принципів побудови ділових відносин компанії – це:*

- а) соціальний бюджет;
- б) корпоративний кодекс;
- в) соціальна програма;
- г) соціальна політика.

45. *Винагорода за працю, яке отримує працівник компанії крім заробітної плати – це:*

- а) соціальний пакет;
- б) відпустка;
- в) компенсація;
- г) дотації.

46. *Реалізація інтересів компанії забезпечення соціального розвитку її колективу і активної участі компанії в розвитку суспільства – це:*

- а) корпоративне розвиток;
- б) сталий розвиток;
- в) корпоративна соціальна відповідальність;
- г) відповідальність організації перед суспільством в цілому.

47. *Працівники підприємства, власники, місцеве суспільство, соціальна інфраструктура, інвестори – це:*

- а) об'єкти соціальної відповідальності;
- б) суб'єкти соціальної відповідальності;
- в) пропагандисти соціальної відповідальності;
- г) всі відповіді вірні.

48. *Споживачі продукції та послуг відносяться до:*

- а) суб'єктів соціальної відповідальності;
- б) об'єктів соціальної відповідальності;
- в) соціально активних груп;
- г) всі відповіді вірні.

49. *До складових зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу можна віднести:*

- а) відповідальність перед споживачами товарів і послуг;
- б) охорона навколишнього середовища, спонсорство;
- в) охорона праці та здоров'я працівників;
- г) всі відповіді вірні.

50. *Які інструменти стратегічної корпоративної філантропії використовуються у міжнародному бізнес-середовищі?*

- а) соціально відповідальне інвестування, соціальне підприємництво;
- б) соціальне підприємництво, соціальне партнерство;
- в) соціальні венчурні фонди; соціальна звітність;

г) всі відповіді вірні.

51. Виділяють такі етапи ланцюга постачань згідно з «Відповідальним управлінням ланцюгом постачання»:

а) видобуток сировини, виробництво продукції;

б) пакування продукції;

в) складування та транспортування продукції;

г) всі відповіді вірні.

52. Які переваги впровадження відповідального маркетингу?

а) можливість виходу на нові ринки;

б) відмова від залучення нових споживачів;

в) зниження потенційних інвестиційних можливостей;

г) всі відповіді вірні.

53. Грошові виплати (або інші матеріальні кошти), виділені на реалізацію конкретних проектів з обов'язковою подальшою звітністю у встановлені терміни це:

а) займи;

б) гранти;

в) співфінансування;

г) кредит.

54. До загальнодержавних причин стресу можна віднести:

а) нерівномірність навантаження, яка встановлюється для працівника;

б) порушення ділової етики;

в) зниження рівня життя;

г) загроза втратити роботу.

55. Форма соціальної відповідальності, що виражена в добровільному здійсненні компанією діяльності з охорони природи, розвитку персоналу, створення сприятливих умов праці, підтримки місцевої громади, благодійної, спонсорської діяльності - це:

а) соціальна активність компанії;

б) корпоративний кодекс;

в) соціальний бюджет;

г) соціальна програма.

56. Публічний інструмент інформування стейхолдерів про економічну стійкість, соціальне благополуччя та екологічну стабільність:

а) об'єкти соціальної відповідальності;

б) соціальний звіт;

в) соціальні інвестиції;

г) соціальний бюджет.

57. Через які основні функції проявляється екологічна відповідальність?

а) стимулююча, компенсаційна, превентивна;

б) стимулююча, компенсаційна, забезпечуюча;

в) зберігаюча, стимулююча, превентивна;

г) стимулююча, компенсаційна.

58. Які шляхи посилення екологічної відповідальності компаній?

- а) система сертифікації продукції;
- б) екологічний аудит середніх підприємств;
- в) законодавче регламентування екологічної відповідальності;
- г) соціальний звіт.

59. Які основні елементи екологічної відповідальності бізнесу?

- а) залучення працівників до спонсорства;
- б) екологічний аудит;
- в) запровадження корпоративної культури;
- г) соціальний звіт.

60. Через які сфери компанія може позитивно впливати на екологічну ситуацію?

- а) збільшення обсягів відходів;
- б) збереження обсягів споживання паперу;
- в) зменшення обсягів споживання традиційних енергоносіїв;
- г) соціальний бюджет.

61. Які виділяють чинники успіху у контексті екологічної відповідальності підприємства?

- а) поліпшення здоров'я населення;
- б) поліпшення екологічних характеристик планети;
- в) зменшення негативного впливу на довкілля від діяльності компанії;
- г) всі відповіді вірні.

62. Показники оцінки ефективності соціальної відповідальності:

- а) мають бути обов'язково пов'язані з кінцевими показниками бізнесу;
- б) повинні враховувати розвиток людського капіталу організації;
- в) повинні орієнтуватися на зростання соціальних інвестицій;
- г) повинні орієнтуватися на економічне зростання.

63. Показником ефективності програм соціальної відповідальності є:

- а) зростання кількості заходів;
- б) зростання кількості публікацій про компанію в ЗМІ;
- в) зниження рівня негативного відношення до організації;
- г) розвиток компанії.

64. Вимір ефективності соціальної відповідальності потрібний:

- а) фахівцям, виконавцям;
- б) замовникам, керівництву організації;
- в) експертам-аналітикам
- г) споживачам.

65. Які виділяють групи показників при оцінці рівня соціальної відповідальності бізнесу?

- а) фінансово-економічні, продуктивності діяльності, використання ресурсів;
- б) економічні, екологічні та соціальні;
- в) екологічні та соціальні;
- г) немає вірної відповіді.

66. Яку систему показників соціальної відповідальності виділяють у сфері взаємовідносин з персоналом на основі GRI?

- а) показники структури, динаміки, руху, дискримінації персоналу;

- б) заробітна плата, колективні договори та соціальна захищеність, участь у профспілках;
- в) освіта і розвиток людського ресурсу, охорона праці, управління професійними ризиками;
- г) всі відповіді вірні.

67. *Особливості соціальної відповідальності в Україні обумовлені:*

- а) історичними особливостями бізнесу;
- б) специфікою громадської думки по відношенню до бізнесу;
- в) специфікою законодавства;
- г) громадською думкою.

68. *Який тип корпоративної соціальної відповідальності найбільше використовується в Україні:*

- а) корпоративний соціальний маркетинг;
- б) корпоративна філантропія;
- в) волонтерська робота;
- г) немає правильної відповіді.

69. *Скільки організацій в Україні є підписантами Глобального договору ООН щодо КСВ:*

- а) жодна;
- б) десять;
- в) понад сто сорок;
- г) понад двісті.

70. *Основними перешкодами впровадження соціальної відповідальності в Україні є:*

- а) брак відповідного законодавства, фінансів, досвіду та механізмів впровадження соціальної відповідальності;
- б) достатня кількість необхідної інформації стосовно соціальних проблем;
- в) достатня кількість урядових і неурядових організацій, що підтримують соціально відповідальну діяльність;
- г) брак фінансів.

71. *Основними завданнями «Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні» є:*

- а) запровадження єдиних підходів до розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні всіма групами зацікавлених осіб;
- б) сприяння розвитку СВБ, розвиток програм ресурсозбереження та енергоефективності;
- в) створення передумов для забезпечення прав людини, етичного виховання та освіти членів суспільства;
- г) всі відповіді вірні.

72. *Які основні напрямки державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні?*

- а) зниження державної підтримки проведення публічних заходів з питань упровадження та результативності СВБ;

б) забезпечення сприятливих правових, фінансових, податкових та організаційних умов для розвитку соціального відповідального бізнесу в українському суспільстві;

в) всі відповіді вірні;

г) немає вірної відповіді.

73. *Принцип сталого розвитку організації при реалізації корпоративної соціальної відповідальності, заснований на розумінні, що загальний виграш можливий тільки за умови компромісної і грамотної співпраці всіх партнерів організації - це:*

а) принцип справедливості;

б) принцип системності мислення;

в) принцип партнерства;

г) принцип раціональності.

74. *Показник відношення до організації з боку зовнішнього оточення, показник довіри, готовності до співпраці, прийнятності її стратегії, розуміння цілей, стилю і намірів її діяльності - це:*

а) імідж;

б) ділова репутація;

в) гудвіл;

г) конкурентоспроможність.

75. *Вартісна оцінка набору активів, яка може бути визначена тільки в результаті продажу всієї сукупності активів як цілісного майнового комплексу у вигляді різниці між ринковою ціною компанії та балансовою вартістю активів - це:*

а) гудвіл;

б) залишкова вартість;

в) чиста вартість;

г) прибуток.

76. *Модель корпоративної соціальної відповідальності в умовах кризи, що реалізується як реакція на вже існуючі проблеми - це:*

а) реагуюча модель;

б) стратегічна модель;

в) антикризова модель;

г) соціальна модель.

77. *Модель корпоративної соціальної відповідальності в умовах кризи, що базується на вибудовуванні стратегії компанії на основі ідей соціальної відповідальності, - це:*

а) реагуюча модель;

б) стратегічна модель;

в) антикризова модель;

г) соціальна модель.

78. *Фактори, що визначають перевагу над конкурентами, і вимірюються економічними показниками - це:*

а) інновації;

- б) людські ресурси;
- в) конкурентні переваги;
- г) технології.

79. До переваг у внутрішньому середовищі організації, які сформовані на основі корпоративної соціальної відповідальності, можна віднести:

- а) формування позитивної громадської думки інвесторів;
- б) стратегічне співробітництво з партнерами;
- в) залучення і утримання професійних кадрів;
- г) зміцнення репутації компанії.

80. До переваг в мікросередовищі організації, які сформовані на основі корпоративної соціальної відповідальності, можна віднести:

- а) створення стійких відносин з місцевими громадами;
- б) зміцнення репутації компанії;
- в) зниження фінансових і нефінансових ризиків;
- г) зниження операційних витрат.

81. До переваг в макросередовищі організації, які сформовані на основі корпоративної соціальної відповідальності, можна віднести:

- а) зростання довіри до компанії за рахунок збільшення прозорості та відкритості;
- б) стратегічне співробітництво з партнерами;
- в) створення стійких відносин з органами влади;
- г) вдосконалення методів корпоративного управління.

82. Явища і процеси внутрішнього середовища організації та її зовнішнього оточення, які викликають зміну рівня конкурентоспроможності організації це:

- а) джерела конкурентних переваг;
- б) ключові фактори успіху;
- в) конкурентна позиція;
- г) інвестиційна привабливість.

83. До конкурсних інноваційних механізмів корпоративної соціальної відповідальності можна віднести:

- а) форум громадян;
- б) цільові групи;
- в) соціальне замовлення;
- г) прийомні сім'ї.

84. До організаційно-структурних інноваційних механізмів корпоративної соціальної відповідальності можна віднести:

- а) центр соціального партнерства;
- б) соціальний грант;
- в) тендер;
- г) іменний фонд.

85. Який показник можна застосувати для оцінки ефективності реалізації соціальних програм:

- а) частка постраждалих на виробництві в загальній кількості працюючих;
- б) динаміка витрат на природоохоронну діяльність по відношенню до прибутку;

- в) темпи зростання витрат на перепідготовку та підвищення кваліфікації в розрахунку на одного працівника;
- г) темп зростання витрат на оплату праці в загальних витратах на виробництво і реалізацію продукції.

СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Описати існуючі аргументи «за» та «проти» корпоративної соціальної відповідальності на основі концепцій «корпоративного егоїзму», «корпоративного альтруїзму» та «розумного егоїзму». Сформувати та висловити особисту думку на проблему «належної ролі бізнесу в суспільстві».

Завдання 2

Яким чином розрізняються прояви корпоративної соціальної відповідальності з боку трьох організацій: металургійного заводу, лікарні й університету? Виділити характерні риси соціальної відповідальності кожної з організацій.

Завдання 3

На прикладі конкретних ситуацій, визначити, яку з національних моделей корпоративної соціальної відповідальності використовують у зазначених банках: 1) Прикладом втілення даної моделі соціально відповідальної поведінки компанії може бути соціальна політика деяких банків, що функціонують на території України. Наприклад Uni Credit Bank розглядає соціальну відповідальність саме як спонсорську та філантропічну, певна частина прибутку спрямовується на спонсорство та меценатство. Об'єктом окремої уваги банку є діти, молодь, учасники та інваліди війни, освіта, охорона здоров'я та спорт.

Що стосується Райффайзен Банку Аваль, то сприймаючи КСВ як комплексне поняття, керівництво української дочірньої компанії все ж особливу увагу приділяє саме філантропії, про що свідчить інформація представлена на сайті банку. Основний акцент у благодійній діяльності банку – це підтримка дитячих закладів для сиріт та дітей із проблемних сімей, а також дитячих лікувальних закладів. Крім того, банк активно підтримує проекти, спрямовані на розвиток культури та духовності українців.

Цієї ж моделі соціально відповідальної поведінки дотримується Профінвестбанк, що входить в одну з найбільших груп із фінансових послуг в Єврозоні. Соціальна політика групи спрямована на підтримку благодійних проектів, меценатство класичної музики й розвиток регбі в усьому світі.

Не чужою є подібна практика й таким українським банкам, як Родовід і Фінанси та Кредит, що роблять основний акцент у своїй діяльності на меценатські проекти. Слід також зазначити, що деякі українські банки зазначаючи у власній політиці соціальної відповідальності більш широкі межі її впровадження, все одно на практиці основну увагу приділяють саме філантропії.

Вищезазначені приклади політик КСВ банків, що пов'язані з допомогою дітям, реконструкцією національних історичних пам'ятників, фінансуванням гуманітарних проектів, проектів із будівництва і устаткування дитячих лікарень, підтримкою національної культури є відповідним підтвердженням дієвості і ефективності даної моделі соціальної відповідальності.

2) Даній моделі соціальної відповідальності намагається дотримуватися банк «Хрещатик», який розглядає соціальну відповідальність як інвестиції в суспільство та у власне майбутнє. Керівництво банку вбачає своєю першочерговою соціальною відповідальністю міжнародну конкурентоспроможність банку задля отримання відповідного прибутку та зростання компанії. Другим пріоритетом банку як соціально відповідальної одиниці є отримання прибутків шляхом, який є і соціально, й екологічно відповідальним. Третім та найбільш видимим шляхом реалізації соціальної відповідальності банку є підтримка соціальних проєктів. У принципах банку виділено внутрішню та зовнішню відповідальність.

До внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності належать:

- управління та розвиток людських ресурсів через освітні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів;
- охорона здоров'я працівників та безпека праці;
- додаткове медичне та соціальне страхування співробітників;
- недержавне пенсійне забезпечення працівників;
- стабільність заробітної плати;
- надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях.

До зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності належать:

- співпраця з місцевими громадами та місцевою владою;
- взаємини з бізнес-партнерами, постачальниками і споживачами;
- відповідальність перед клієнтами за якість наданих послуг;
- дотримання прав людини;
- спонсорство і благодійність;
- сприяння в охороні навколишнього середовища.

3) Дана модель соціальної відповідальності передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії і ділову згуртованість на рівні індустріальної групи.

Для даної моделі характерною є активна роль держави, яка впродовж тривалого часу брала участь у стратегічному плануванні бізнесу. Управління бізнесом, відповідно до даної моделі, не може обмежуватися тільки організаційним розвитком і отриманням прибутку.

Воно має базуватися на правильному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому.

Ще у 1956 р. у документах групи «Донкай», зокрема в Декларації «Відповідальності керівників бізнесу перед суспільством», корпорацію проголошено громадською організацією. На менеджерів покладалася обов'язок стежити за підтримкою рівноваги між акціонерами і робочими, постачальниками та споживачами. Також декларувалося соціальне призначення і соціальна відповідальність організації в рамках усього суспільства.

Завдання 4

Соціальні програми компаній в світі, як правило, розглядають за наступними напрямками:

- екологічна відповідальність;
- відповідальність перед персоналом;
- пропаганда здорового способу життя;
- розвиток освіти, культури та масових комунікацій;
- пропаганда патріотизму, дружби народів, відповідальності громадян перед суспільством;
- соціальні програми для місцевої громади.

На прикладі конкретних ситуацій визначити які з напрямів соціальної програми застосовують у зазначених підприємствах:

1) Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є елементом стратегії ведення бізнесу ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна». Наша відданість зазначеній ідеї закріплена у Місії та Цінностях компанії. КСВ є складовою наших бізнес планів і одним із критеріїв, згідно яких ми оцінюємо результати роботи наших працівників.

Збільшення кількості та складності екологічних та соціальних питань, які потребують уваги, спонукають нас визначити пріоритетні напрямки діяльності.

Найбільш значимими для підприємства та його зацікавлених сторін є наступні сфери:

- збереження водних ресурсів;
- енергозбереження та захист клімату;
- збір та переробка відходів;
- здоровий спосіб життя;
- розвиток наших працівників.

Перераховані пріоритети безпосередньо пов'язані з бізнес завданнями. Наприклад, внаслідок розширення асортименту продукції, ініціативи, спрямовані на пропаганду здорового способу життя, сприяють задоволенню зростаючого інтересу споживачів к збереженню власного здоров'я. Зниження ресурсомісткості виробництва поєднується з екологічними програмами щодо раціоналізації використання енергії, води та пластикової упаковки.

2) Особливість внутрішньої соціальної політики кампанії «Хьюлетт-Паккард» полягає в організації спеціальних благодійних фондів підтримки персоналу. Наприклад, працівнику компанії щорічно надається до 1000 доларів у вигляді матеріальної допомоги.

Завдяки підтримці компанії «Хьюлетт-Паккард» мексиканський уряд дістав можливість отримати 1000 персональних комп'ютерів для розвитку програми дистанційної освіти.

3) Природоохоронна діяльність компанії «Лукойл» та забезпечення в ній промислової безпеки здійснюється відповідно до «Системи управління довкілля ПАТ «Лукойл» і «Системи управління промисловою безпекою та охороною праці». Було проведено перший наглядний аудит цих систем. За його результатами підтверджена дія сертифікатів на відповідність компанії стандартам ISO I4001 та OHNAS 18001. На природоохоронні заходи через 3 роки було спрямовано 170 млн. доларів, у тому числі капітальні вкладення в природоохоронні об'єкти становили більше 40 млн. доларів.

4) Активно підтримує розвиток спорту широко znana в світі компанія «Мак-Дональдс». Тільки у Великобританії на розвиток футболу нею виділено 31,5 млн. доларів. Крім того, вона бере діяльну участь у реалізації програми із запобігання наркоманії, нагромадивши в цьому плані певний досвід у ході соціальної роботи в Гватемалі.

Серед результатів соціально орієнтованої роботи можна назвати «гватемальський» досвід компанії «Мак-Дональдс» щодо підтримки спеціалізованих програм зі зміцнення дружби між дітьми різних національностей, розвитку патріотизму.

5) Компанія «Самсунг» бере активну участь в реалізації міжнародних освітніх програм з обміну студентами, допомагає здобувати освіту дітям з малозабезпечених сімей.

У компанії «Самсунг» одним з виявів соціальної відповідальності бізнесу є організація робочих місць для інвалідів. Прикладом цього є, зокрема, будівництво компанією спеціалізованого заводу для даної категорії людей.

6) Починаючи з серпня 1998 р. компанія *British Airways* ініціювала благодійну програму «British Airways – дітям України». Наступного ж дня після її презентації громадськості відбулася перша акція програми під назвою «Олімпійські Ігри для безпритульних дітей Києва». В олімпіаді, ініційованій *British Airways* для дітей притулку «Отчий Дім» і підтриманій компаніями *Coca-Cola* та *Nestle*, взяло участь 120 дітей.

Компанія *British Airways* провела акцію, що мала назву «1 гривня» і полягала в тому, що всі охочі допомогти дітям могли надіслати на адресу Гала-Радіо 1 гривню. Зібрані кошти було передано до спеціалізованого дитячого садка «Надія», де лікуються та проходять реабілітацію діти, хворі на дитячий церебральний параліч.

Більше п'яти років представництво *British Airways* в Україні опікується безпритульними дітьми, які проходять соціальну реабілітацію в центрі «Отчий Дім». Тут постійно живуть і виховуються понад 50 хлопчиків і дівчаток. Персонал *British Airways*, їх партнери й клієнти допомагають вихованцям «Отчого Дому» продуктами, одягом, спортивним обладнанням, різноманітними подарунками до свят.

У ході кампанії «Відкрий своє серце дітям», співробітники її представництва в Україні зібрали понад 400 іграшок, які надалі були розподілені між вихованцями «Отчого Дому», дитячого садочка «Надія» (для дітей, хворих на церебральний параліч) та дитячого будинку «Малютко» (для дітей-сиріт із затримкою психічного розвитку). Компанія подарувала обласній дитячій лікарні машину швидкої медичної допомоги.

Разом із Національною Радою дитячих та піонерських організацій представництво *British Airways* в Україні провело конкурс «На крилах мрій» серед дітей до 16 років на найкращу модель літака. Переможець конкурсу здійснив подорож до Лондона разом з *British Airways*.

7) Впродовж останніх років ПАТ «Будінвест» опікується будинком-інтернатом для дітей, інвалідів та знедолених. Щороку товариство виділяє більш

як сто тисяч гривень на його утримання. Воно дбає про те, щоб вихованці будинку були забезпечені одягом, продуктами харчування, меблями, побудувало для них басейн, обладнало кімнату психологічного розвантаження. Підтримує товариство й інші інтернати, зокрема Нікопольський, для якого було придбано телевізор, відеомагнітофон, інші цінні подарунки, а також передано частину власної продукції.

Окрім цього, допомогу тільки за минулий рік було надано більш як сімдесяти різним організаціям. Це, зокрема, – Фонд «Чорнобиль», Фонд інвалідів, будинок престарілих, екологічні та медичні організації тощо. Допомогло ПАТ «Будінвест» і дитячому ансамблю «Калина» (придбання костюмів для юних артистів, фінансування їхньої поїздки до Болгарії), а також особам, що гостро потребують медичної допомоги, коштів на придбання ліків, оплату операцій тощо. Підтримує завод і розвиток спорту, оплачуючи, зокрема, утримання спортсменів під час зборів (30-50 осіб).

Непогано поставлено справу соціального захисту й безпосередніх працівників цього підприємства. Більш як 400 пенсіонерів одержують заводську пенсію. Окрім того, 60% вартості медичної допомоги, що надається працівникам заводу і пенсіонерам, завод бере на себе.

За останні сім років також профінансовано лікування дітей працівників заводу за кордоном. На завершення назвемо й такий напрям соціально орієнтованої роботи підприємства, як спонсорська підтримка обдарованих дітей.

Завдання 5

Ознайомтеся з практикою побудови трудових відносин у провідних компаніях України. Сформулюйте власне бачення проблеми. Що, на Вашу думку, із запропонованих заходів є більш дієвим? Що можете запропонувати Ви?

Компанія Life

Проблема

Комунікаційний ринок диктує високі вимоги до кваліфікації співробітників. Співробітники повинні постійно освоювати нові масиви інформації щодо мережевого обладнання, нових ІТ-платформ, програмних засобів. Також проблема освоєння великих масивів інформації актуальна для нових співробітників компанії.

Рішення

Компанія відкрила корпоративний портал life☺ case, який втілив у собі систему дистанційного навчання (СДУ) або LMS (Learning Management System). Практика показує що за допомогою системи дистанційного навчання можна скоротити витрати на навчання на 70-80%. Life☺ case складався з корпоративної бібліотеки, каталогу книг традиційної бібліотеки, навчальний дистанційний контент, тестування, анкетування, календар внутрішніх тренінгів, інформацію про відокрем навчання. Life☺ case також доступний для зовнішніх партнерів. Платформа також оцінювалася для оцінювання і тестування персоналу.

Переваги:

Навчання на робочому місці

Підтримка інтерактивного спілкування (віртуальні класи)
Для того що б почати навчання потрібен тільки доступ до інтернету
результати

Завдання 6

Ознайомтеся з практикою побудови трудових відносин у провідних компаніях України. Сформулюйте власне бачення проблеми. Що, на Вашу думку, із запропонованих заходів є більш дієвим? Що можете запропонувати Ви?

ПАТ «Крафт Фудз Україна»

Проблема

Підвищити рівень залучення співробітників.

Рішення

Перезапуск програми Kraft Flex. Мета програми – покращити баланс між роботою та особистим життям. Після опитування співробітників було виділено чотири блоки програми:

1) Напрямок «Здорове життя – успішне майбутнє» включав: можливість користуватися програмами оздоровлення від страхової компанії; відвідувати у робочий час «кімнату здоров'я та краси»; готувати соки фреш та декофеїровану каву; на спеціальній корпоративній сторінці стежити за новою інформацією про здоровий спосіб життя. У рамках напрямку, також, були встановлені зволожувачі повітря в кабінетах компанії.

2) Напрямок «Ми піклуємося» охоплював: медичне страхування; страхування життя; страхування працівників і багажу під час відряджень; оригінальні корпоративні подарунки до дня народження; одноразову виплату при народженні дитини та на весілля; матеріальну підтримку на послуги за доглядом за немовлятами для мам; оплата таксу на випадок пізнього повернення.

3) Програма «Твоє робочий простір» - мета створити комфортні умови роботи за допомогою: безкоштовних обідів, гарячих та холодних напоїв; комфортної їдальні з терасою; оголошення п'ятниці днем вільного стилю одягу; призначення кур'єра – водія для ділових і незначних особистих справ; встановлення терміналу ІВОХ та банкомату у київському офісі; продажу продукції Kraft Foods за оптовими цінами з доставкою в офіс.

4) «24/7 – твій стиль життя і особисте прагнення» програма мотивації від Kraft Foods в яку входить: участь у тренінгах та програмах професійного розвитку; можливість роботи за індивідуальним графіком; доступ до корпоративної бібліотеки; можливість користуватися корпоративними дисконтними картками; корпоративні тарифи на авіаквитки, готелі, оренду автомобілів.

Переваги

Програмою Kraft Flex користуються значна кількість співробітників. Компанія щороку покращує свої бізнес-результати. У Kraft один з найнижчих показників плинності кадрів.

Завдання 7

Розробити етичний кодекс для підприємства, спираючись на інформацію щодо основних етапів.

Методичні вказівки:

Для формування організаційної культури, закріплення бажаних її параметрів важливе значення має розробка корпоративних правил, які будуть в доступній формі визначати, що слід та що не слід робити менеджерам і співробітниками підприємства.

Таблиця 1.

Класифікація етичних кодексів

Автор	Вид етичного кодексу	Характеристика
Євтушевський В. А.	професійні	регулюють відносини всередині професійного співтовариства й ефективні для «вільних професій», де найбільш виражені професійні етичні дилеми
	корпоративні	регламентують ті відносини, коли найбільш значущі етичні дилеми задаються організацією
Чайка Г. Л.	контракти	кодекси, які регулюють документ із докладно розробленими правилами, включаючи санкції, передбачені у випадках порушення кодексу
	соціальні	кодекси, які регулюють зобов'язання перед клієнтами, вкладниками, акціонерами, співробітниками тощо
	корпоративні	кодекси, які включають положення про цінності організації, її філософію та цілі (викладають основи корпоративної культури)
	професійні	кодекси, які визначають міжособистісні стосунки в організації і погоджують інтереси працівників та організації (наприклад, угоди, які укладаються між адміністрацією та профспілкою)
Малинин Е. Д.	морально-етичні	кодекси, норми яких визначають вимоги, які висуваються до робітника та його поведінки
	поведінкові	кодекси, норми яких містять визначення та стимулювання високих стандартів поведінки для кожної категорії робітників
	професійні	кодекси, в яких закріплені правила поведінки, права та обов'язки для окремого виду професії
	корпоративні	кодекси, що регламентують рекомендації щодо отримання учасниками корпоративних відносин правил бізнес-поведінки

У науковій літературі існує декілька класифікацій етичних кодексів (табл.1).

Корпоративний кодекс є найпоширенішим типом етичних кодексів. Він увібрав у себе положення всіх різновидів етичних кодексів і є інтегрованим зведенням етичних норм і правил поведінки всіх учасників корпоративних відносин (акціонерів, менеджменту, працівників, клієнтів, партнерів і т. д.).

Корпоративний кодекс – це документ, у якому викладається ставлення власників та керівництва компанії до сучасних тенденцій і проблем у сфері корпоративного управління.

Корпоративний кодекс фактично є формою втілення корпоративних норм, які, в свою чергу, є правилами поведінки, які встановлені в організації з метою регулювання взаємовідносин і спрямовані на досягнення цілей.

Необхідність запровадження кодексів пов'язана з тим, що «універсальних норм було недостатньо для регулювання людської поведінки у специфічних ситуаціях».

Цільова аудиторія корпоративного кодексу є достатньо широкою: власники (акціонери) компанії, менеджери усіх рівнів, найманий персонал, споживачі (клієнти), партнери, суспільство в цілому. Для кожного із суб'єктів цільової аудиторії кодекс матиме окреме значення.

Таблиця 2.

Значення кодексу корпоративної культури в розрізі суб'єктів цільової аудиторії

Назва суб'єкту	Значення кодексу корпоративної культури
Власники (акціонери)	Дає можливість встановити ціннісні орієнтири ведення бізнесу, формує імідж підприємства, сприяє підвищенню інвестиційної привабливості та ринкової вартості
Менеджери	Встановлює етичні рамки взаємовідносин власники-менеджери та менеджери-персонал, визначає оптимальні процедури прийняття рішень і способи досягнення цілей
Персонал	Дає інформацію про очікування роботодавця відносно персоналу, прийнятну трудову поведінку, міжособистісні відносини, систему моральних і матеріальних стимулів, ступінь і форму відповідальності, порядок вирішення спорів і розв'язання конфліктних ситуацій
Споживачі	Дає уявлення про ціннісні орієнтири організації, рівень соціальної відповідальності бізнесу, систему менеджменту якості в організації
Партнери	Дає уявлення про ціннісні орієнтири організації, рівень етичності ділових стосунків
Суспільство	Дає уявлення про ціннісні орієнтири організації, рівень соціальної відповідальності бізнесу

Кожне підприємство визначає власні завдання, для вирішення яких воно має намір використовувати такий інструмент, як корпоративний кодекс. При створенні цього документа обов'язково повинні бути враховані галузь і специфіка діяльності підприємства, розмір компанії та світоглядне бачення власників і засновників.

Етапи створення етичного кодексу:

1. Загальні положення (місія, бачення підприємства).
 - 1.1. Особисті якості, які цінує та очікує від працівників підприємство.
 - 1.2. Обов'язки підприємства перед співробітниками.
2. Створення етичних нормативів.
 - 2.1. Зовнішній вигляд співробітників.
 - 2.2. Правила поведінки співробітників між собою.
 - 2.3. Правила поведінки співробітників із клієнтами.

У пунктах 2.2 та 2.3 до варіантів поведінки, яка зазвичай забороняється етичними нормативами, відносяться: хабарі, вимагання, подарунки, виплата співучаснику частини незаконно отриманих грошей, конфлікт на ґрунті зіткнення інтересів, порушення законів у цілому, шахрайство, розкриття секретів компанії, використання інформації, отриманої в довірчій бесіді від членів «своєї» групи, незаконні виплати політичним організаціям, протиправна поведінка заради інтересів фірми тощо.

- 2.4. Правила дотримання графіка роботи.
3. Корпоративні свята, традиції.
4. Етапи кар'єрного зростання працівників.

Завдання 8

Розглянути запропоновані ситуаційні завдання та визначити:

Лікар компанії стала помічати зростаюче число випадків захворювання емфіземою легень у робітників, які працюють на підприємстві. Вона повідомляє про це керівництву. Їй пропонують реєструвати подібні випадків, але не повідомляти про це громадськість. Із збільшенням кількості захворювань, вона доходить висновку про наявність зв'язку між застарілою вентиляційною системою та і числом хворих. Вона доводить до відома про це керівництво фірми, і їй знову пропонують продовжувати спостереження, але не проводити аналізів і нічого нікому не говорити, щоб не стривожити робітників.

Запитання:

1. Чи є у неї моральний обов'язок чинити так, як їй наказують?
2. Чи є у неї моральний обов'язок робити будь-що інше, крім того, що від неї потребує керівництво? Обґрунтуйте відповідь.

Завдання 9

Розглянути запропоновані ситуаційні завдання та визначити:

Ви прийняли на роботу молодого талановитого юриста, який щойно закінчив юридичну академію, він чудово виконує роботу. Він провів уже кілька консультацій, і клієнти дуже задоволені. Разом із тим, він різкий і невічливий у

спілкуванні з іншими працівниками, особливо з обслуговуючим персоналом. Ви щодня отримуєте такого роду сигнали, а сьогодні надійшла письмова заява від вашого секретаря з приводу його брутальності.

Запитання:

1. Яким чином потрібно врегулювати ситуацію?
2. Які зауваження необхідно зробити молодому спеціалісту, щоб змінити його стиль спілкування в колективі?

Завдання 10

Розглянути запропоновані ситуаційні завдання та визначити:

Фірма, що займається економічним консалтингом, з одним із клієнтів співпрацює вже близько півтора роки. Клієнт займається ріелторським бізнесом, фірма веде їх баланс і здає звітність.

Нещодавно частина співробітників цього клієнта відокремилася і організувала власну ріелторську фірму. Відділення було не зовсім вдалим і відносини з керівництвом первісної фірми дещо зіпсувалися.

Керівництво нової фірми звернулося в цю ж фірму з пропозицією взяти їх також на бухгалтерське обслуговування. Формально договори не є ексклюзивними. Конфлікт інтересів відсутній.

Запитання:

1. Чи етично брати на обслуговування клієнта, який «зі скандалом» відділився з вже існуючого клієнта?

Завдання 11

Розглянути запропоновані ситуаційні завдання та визначити:

У співробітника приватного підприємства (фірма, що займається торгівлею комп'ютерів) захворів близький родич. На лікування потрібна велика сума грошей. Він зміг зібрати тільки половину. Решту суми він попросив у підприємства. Якщо фірма виконає прохання співробітника, то це може призвести до зниження доходів і конкурентоспроможності даного підприємства.

Дана ситуація зачіпає інтереси всіх членів підприємства. З одного боку, співробітники фірми, жертвуючи своїми інтересами, вирішують дати необхідну суму робітнику фірми, проявляють милосердне ставлення до близького. З іншого боку, в подальшому це може викликати ряд проблем:

1. У складну ситуацію може потрапити інший співробітник цієї фірми. За принципом справедливого ставлення до кожного члена спільноти необхідно подібну ситуацію вирішувати подібним чином, що не може продовжуватися до безкінечності.

2. Непередбачена ситуація спричинить жертви матеріального характеру, що не обумовлені статутом та може призвести до зниження ефективності управління.

3. Позитивне рішення може призвести до підвищених вимог до співробітника, який потрапив у складну ситуацію.

Умови вирішення даної проблеми:

1. Рішення, прийняте фірмою не повинно залежати від ділових характеристик людини, від його статусу в даній фірмі.
2. Головну увагу слід звертати не на позиції учасників ради, а на аналіз спільних інтересів.

Завдання:

1. Сформулювати можливі варіанти вирішення проблеми. Обґрунтуйте відповідь.

Завдання 12

Визначити основні напрями соціальної відповідальності ВУЗу (перед студентами, викладачами, суспільством, підприємствами; а також у зворотному напрямку) та відповідно заповнити табл.

Методичні вказівки:

Вищий навчальний заклад (далі – ВУЗ) – це юридична особа, що реалізовує відповідно до ліцензії освітню програму вищої професійної освіти, і традиційно є об'єктом вивчення різних наук: економічних, юридичних, соціологічних, педагогічних і інших.

ВУЗ – це важливий соціальний інститут, в якому створюються суспільні блага (освітні послуги) і нормативи, зразки поведінки, взаємин в колективі і із зовнішнім середовищем – із зацікавленими сторонами (зовнішніми партнерами, клієнтами, органами влади і т.п.).

ВУЗ володіє наступними властивостями соціального інституту:

- стійкістю форми організації спільної діяльності людей;
- здатністю інтегруватися з соціально-політичною, ідеологічною і ціннісною структурою регіону;
- спрямованістю освітніх послуг вузу на обслуговування і розвиток людини;
- наявністю матеріальних засобів і умов, що забезпечує успішне здійснення соціальних функцій;
- є генератором соціальних норм поведінки, що здійснює соціальний контроль їх дотримання.

Таблиця 3.

Відповідальність перед:	Напрями соціальної відповідальності	
	ВУЗу	студентів
- ВУЗом		
- студентами		
- викладачами		
- підприємствами		
- суспільством (у т.ч. органи влади)		
Відповідальність перед:	Напрями соціальної відповідальності	
	викладачів	підприємств

- ВУЗом		
- студентами		
- викладачами		
- підприємствами		
- суспільством (у т.ч. органи влади)		

Для розуміння ролі вузу як соціально відповідального інституту необхідно розглянути функції, які він виконує через займане в суспільстві положення:

- 1) відтворення суспільного інтелекту – надання суспільству освітніх послуг, направлених безпосередньо на обслуговування людини і вільний його розвиток;
 - 2) підготовку висококваліфікованих кадрів – еліти суспільства як одного з вирішальних чинників розвитку системи освіти в цілому, а також забезпечення науково-технічного і соціально-економічного прогресу країни;
 - 3) формування ринку праці – створювані у вузі нові знання напряду впливають на ринок праці, заставляючи переоцінювати значення тих або інших професійних навиків, змінюючи кількісні і якісні вимоги до трудових ресурсів;
 - 4) розвиток культури і норм поведінки (кодекс поведінки, логотип і фірмовий стиль, колективний договір, положення по оплаті праці, винагородам і преміям), наявність і дотримання яких багато в чому визначає психологічний клімат у вузі і його ринкову капіталізацію;
 - 5) стабілізацію соціальних стосунків – вуз виступає активним учасником соціальних взаємодій із зацікавленими сторонами і безліччю представників соціального середовища регіону, якому він знаходиться.
- Результати досліджень оформіть у таблиці за зразком.

Завдання 13

Звісно, що кожна компанія визначає своїх власних стейкхолдерів, їх очікування й побажання. Дайте характеристику кожному типу стейкхолдерів гіпотетичної компанії, спираючись на дані таблиці та заповніть таблицю.

Таблиця 4.

Стейкхолдери	Характеристика	Очікування	Потреби
1	2	3	4
Власники та акціонери		Отримувати прибуток від бізнесу, заробляти гроші, високі дивіденди та збільшення вартості	Збільшувати віддачу від інвестицій
Менеджери		Кар'єрне зростання, збільшення зарплати, бонуси, пільги	Статус, бонуси за виконання
Співробітники та їх родини		Отримання більшої зарплати, шанси на просування, збільшення можливостей	Висока зарплата, достойні умови праці

1	2	3	4
Споживачі		Низькі ціни, краще якість, добрі послуги, інноваційні продукти	Цінність грошей, добрі послуги, якісні товари
Постачальники		Велика кількість заказів, успішність для бізнесу	Продати більше за високу ціну, повторення заказів, лояльність споживачів
Громада		Бізнес створює робочі місця та поліпшує умови для громади. Постраждає, коли компанія припинить роботу	Зайнятість, соціально-інформаційна структура, екологія, покращення територій
Держава		Податки при успішному бізнесі, чим успішніше – тим вищі податки. Має виплачувати трансферти	Оплата податків, виконання вимог.

Завдання 14

За останні три десятиліття ХХ століття в західних країнах спостерігається тенденція до підвищення соціально відповідального поведіння організацій, однак разом з тим чітко заявляє про себе тенденція до зниження етичності персоналу. Останнє рівною мірою справедливо й для України. Як боротися із цією проблемою? Для відповіді скористайтеся методикою, яка виходить із системного розгляду груп зацікавлених осіб. Складіть потрібну послідовність кроків такого аналізу.

Завдання 15

Положення міжнародної декларації прав людини втілені у Конституції України. У нашій державі створену значну законодавчу базу щодо забезпечення прав і свобод громадян. Наведіть факти важливості дотримання прав людини компаніями стосовно сфер, які означені в таблиці та заповніть таблицю.

Таблиця 5.

Сфера	Факти
Здоров'я і безпека	
Економічна дискримінація	
Діти	

Завдання 16

Розробіть концепцію для інтеграції соціальної відповідальності в організацію. При цьому пам'ятайте, що соціальна відповідальність – це комплексне питання, яке включає сім сфер (табл.). Звіряючись з даними таблиці, впишіть концепцію в бізнес-стратегію компанії – мережі роздрібною торгівлі.

Таблиця 6.

Сфери соціальної відповідальності						
Організаційне управління	Права людини	Трудові відносини	Чесні операційні практики	Взаємини зі споживачами	Захист довкілля	Розвиток і підтримка громад

Завдання 17

Визначте можливі ризики виникнення кризи в залежності від рівня корпоративної соціальної відповідальності, згідно з даними таблиці.

Таблиця 7.

Рівень КСВ	Змістовні характеристики	Приклади типових практик	Ризик виникнення кризи
1	2	3	4
проти-правності / безвідповідальності	Компанії не дотримуються звичайних або правових конвенцій, в цілому підтримуваних суспільством	Використання праці нелегальних іммігрантів з порушенням норм безпеки, оплати, робочого часу і т. д. Спотворення звітності. Недобросовісна реклама	
законослухняності	Компанії дотримуються закону в мінімально необхідному для їх виживання ступеню	Відповідність стандартам безпеки продукту. Виплата зарплати не нижче мінімальної. Утилізація відходів виробництва	

1	2	3	4
фрагментарності	Компанії залучені в обмежене число видів діяльності, що асоціюються з широким трактуванням КСВ. Мотиви подібної діяльності носять змішаний характер - від орієнтації на довгостроковий прибуток до задоволення особистих амбіцій власників	Участь в програмах благодійності. Спонсорство. Підтримка місцевих громад. Створення та підтримка об'єктів соціальної сфери для працівників компанії. Підвищення якості, сертифікація на стандарт 150 9000	
стратегічний	Компанії сповідають систематичний цільовий підхід до різних аспектів діяльності, який сприяє зростанню фінансових результатів. Мотиви діяльності носять стратегічний характер	Управління людськими ресурсами, спрямоване на відбір, збереження і розвиток компетентного персоналу. Обслуговування споживачів, що припускає визначення їх потреб і забезпечення зворотного зв'язку. Розвиток загального менеджменту якості, сертифікація на стандарти 150 9000, 150 14000	
всілякої підтримки суспільства	Компанії будують стратегію свого розвитку на вірі в те, що бізнес повинен бути «хорошим» незалежно від можливого фінансового результату - позитивного або негативного	Практики, властиві попередньому рівню. Наймання інвалідів і представників меншин. Використання натуральних, екологічно чистих матеріалів. Активна підтримка заборони ядерних випробувань, захисту лісів.	

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

1. Корпоративна соціальна відповідальність і етика поведінки.
2. Соціальний маркетинг.
3. Корпоративна соціальна політика.
4. Управління етикою і соціальною відповідальністю компанії в конфліктні часи.
5. Корпоративна етика як спосіб підвищенню соціальних якостей організації.
6. Корпоративна соціальна відповідальність: управлінський аспект.
7. Корпоративна соціальна відповідальність: суспільні очікування.
8. Соціальний діалог і корпоративна соціальна відповідальність.
9. Проблеми професійної етики.
10. Превентивний підхід до вирішення екологічних проблем.
11. Особливості соціальної звітності компаній в Україні.
12. Відповідальне споживання.
13. Співпраця бізнесу і освіти.
14. Участь компаній у життєдіяльності громад.
15. Співпраця бізнес-структур із неурядовими організаціями.
16. Проекти соціального інвестування.
17. Соціальні інвестиції у конфліктні часи.
18. Права людини і ведення бізнесу.
19. Практика партнерства між роботодавцями і працівниками.
20. Тренінги, кар'єрне зростання, стимулюючі програми.
21. Етика і корпоративні цінності.
22. Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності.
23. Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і закордонний досвід.
24. Конфлікти суспільства й бізнесу, влади й бізнесу.
25. Тенденція розвитку особистих зв'язків, лобізм, корупція.
26. Лобізм як об'єкт корпоративного керування.
27. Корупція як елемент реальної дійсності.
28. Економічні та соціальні прояви екологічних проблем.
29. Міжнародний і український досвід впровадження принципів екологічної відповідальності.
30. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності.
31. Стратегія національної екологічної політики України.
32. Соціальна відповідальність корпорації як бізнес-стратегія.
33. Соціальна відповідальність як фактор стійкого розвитку підприємства.
34. Створення соціально сприятливого середовища та прозорість ведення бізнесу.
35. Соціальна відповідальність в освітній сфері.
36. Соціальна відповідальність університету.
37. Вибір стратегії інноваційного розвитку у форматі соціальної відповідальності.
38. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.
39. Оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності.

40. Волонтерські проекти та їх ефективність.
41. Індикатори оцінювання корпоративної соціальної відповідальності.
42. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
43. Зовнішній контекст розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.
44. Складові розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.
45. Розвиток можливостей та компетенцій бізнес-організацій для підтримки їх у реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Самостійна робота студента (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

Мета СРС – засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у студентів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи студентів денної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 70 % (051 «Економіка», 292 «Міжнародні економічні відносини») та 66 % (073 «Менеджмент») від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни. У ході самостійної роботи студент має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної професійної підготовки.

СРС включає:

- опрацювання лекційного матеріалу;
- опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни;
- підготовку до семінарських занять;
- підготовку до виступу на семінарських заняттях;
- поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань;
- виконання індивідуальних завдань (вирішення розрахункових індивідуальних та комплексних завдань) за вивченою темою;
- написання есе за заданою проблематикою;
- пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни;
- аналітичний розгляд наукової публікації;
- контрольну перевірку студентами особистих знань за запитаннями для самодіагностики;
- підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю; підготовку до модульного контролю (колоквіуму);
- систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до семестрового екзамену.

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни є самостійна робота студентів з вітчизняною та закордонною спеціальною економічною літературою, нормативними актами з питань державного регулювання економіки, статистичними матеріалами. Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам для засвоєння теоретичних знань з навчальної дисципліни, наведені в таблиці.

Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

Назва теми	Зміст самостійної роботи студентів	Форми контролю СРС
1	2	3
Змістовий модуль 1.		
Сутність і специфіка корпоративної соціальної відповідальності		
Тема 1. Еволюція та зміст концепції корпоративної соціальної відповідальності.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу з теми: «Становлення та розвиток інституту соціальної відповідальності».	Презентація результатів
Тема 2. Побудова системи корпоративної соціальної відповідальності.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу з теми: «Соціальна відповідальність як стратегія досягнення збалансованого розвитку суспільства і бізнесу». Підготовка до експрес-опитування.	Презентація результатів
Тема 3. Специфіка внутрішньої і зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу з теми: «Корупція як елемент реальної дійсності». Виконання практичного завдання: скласти положення про корпоративну культуру або етичний кодекс, виходячи з розроблених моделей управління СВ віртуальних організацій.	Презентація результатів Захист практичного завдання
Змістовий модуль 2.		
Реалізація корпоративної соціальної відповідальності		
Тема 4. Корпоративна соціальна відповідальність і сталий розвиток організації.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу з теми: «Імідж як фактор сталого розвитку організації»	Презентація результатів
Тема 5. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття. Огляд теоретичного матеріалу з тем: «Визначення інтересів сторін і суб'єктів соціально-трудова відносин щодо розвитку соціальної відповідальності»; «Корпоративна соціальна звітність».	Презентація результатів

1	2	3
<p>Тема 6. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття. Огляд теоретичного матеріалу з теми: «Лобізм як об'єкт корпоративного управління». Виконання практичного завдання: скласти пам'ятку менеджера з КСВ за темою: «Діалог із стейкхолдерами, як основний принцип КСВ». Підготовка до експрес-опитування.</p>	<p>Презентація результатів</p> <p>Захист практичного завдання</p>
<p>Тема 7. Екологічна компонента корпоративної соціальної відповідальності.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття. огляд теоретичного матеріалу з тем: «Масштаб екологічних проблем»; «Захист навколишнього середовища».</p>	<p>Презентація результатів</p>
<p>Тема 8. Корпоративна соціальна відповідальність і конкурентні переваги організації.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу з теми: «Корпоративна соціальна відповідальність як фактор формування інноваційних переваг організації».</p>	<p>Презентація результатів</p>
<p>Тема 9. Ефективність корпоративної соціальної відповідальності організацій.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу з теми: «Методи та процедури оцінювання ефективності програм КСВ». Підготовка до експрес-опитування</p>	<p>Презентація результатів</p>
<p>Тема 10. Стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу з теми: «Стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні». Підготовка до підсумкової контрольної роботи.</p>	<p>Презентація результатів</p>

КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Варіант 1

1. Контрольне питання 2.
2. Контрольне питання 30.
3. Ситуаційне завдання 16.

Варіант 2

1. Контрольне питання 23.
2. Контрольне питання 41.
3. Ситуаційне завдання 13.

Варіант 3

1. Контрольне питання 3.
2. Контрольне питання 26.
3. Ситуаційне завдання 3.

Варіант 4

1. Контрольне питання 5.
2. Контрольне питання 60.
3. Ситуаційне завдання 4.

Варіант 5

1. Контрольне питання 12.
2. Контрольне питання 53.
3. Ситуаційне завдання 5.

Варіант 6

1. Контрольне питання 60.
2. Контрольне питання 47.
3. Ситуаційне завдання 6.

Варіант 7

1. Контрольне питання 27.
2. Контрольне питання 57.
3. Ситуаційне завдання 11.

Варіант 8

1. Контрольне питання 35.
2. Контрольне питання 27.
3. Ситуаційне завдання 8.

Варіант 9

1. Контрольне питання 21.
2. Контрольне питання 48.
3. Ситуаційне завдання 9.

Варіант 10

1. Контрольне питання 44.
2. Контрольне питання 17.
3. Ситуаційне завдання 7.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Поняття і основні характеристики корпоративної соціальної відповідальності.
2. Формування комплексної моделі корпоративної соціальної відповідальності.
3. Американська, європейська, японська моделі корпоративної соціальної відповідальності.
4. Зовнішні та внутрішні джерела корпоративної соціальної відповідальності.
5. Розуміння і реалізація корпоративної соціальної відповідальності.
6. Концепції стейкхолдерів і корпоративного громадянства.
7. Соціальна відповідальність підприємництва в розвитку економіки і суспільства.
8. Економічна і суспільна необхідність появи і прояву корпоративної соціальної відповідальності.
9. Фактори конкурентної переваги в системі корпоративної соціальної відповідальності.
10. Корпоративна соціальна відповідальність і процеси соціалізації економіки.
11. Типологія системних уявлень і основні атрибути системи корпоративної соціальної відповідальності.
12. Види взаємодій і принципи побудови системи корпоративної соціальної відповідальності.
13. Корпоративна соціальна відповідальність у внутрішньому середовищі.
14. Освіта і інтелектуальний потенціал організації як чинники внутрішньої соціальної відповідальності.
15. Основні риси та особливості внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
16. Види і форми внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
17. Аналіз результатів реалізації внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
18. Соціальні програми в стратегії розвитку внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
19. Становлення внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності.
20. Сучасні особливості відповідальності українського бізнесу.
21. Підходи і принципи складання соціального пакету.
22. Організація і тенденції розвитку внутрішньої соціальної відповідальності.
23. Складові зовнішньої відповідальності бізнесу.
24. Підтримка освіти і науки як основа формування інтелектуального та інноваційного потенціалу.
25. Підтримка охорони здоров'я як необхідність формування здорового способу життя і трудового потенціалу.
26. Підтримка культури як джерело розвитку культурного потенціалу суспільства.
27. Стандартизація і розвиток зовнішніх спільнот в системі корпоративної соціальної відповідальності.
28. Принципи сталого розвитку організації.
29. Підвищення ділової репутації організації.

30. Корпоративна соціальна відповідальність і антикризовий розвиток організації.
31. Міжнародне законодавче регулювання трудових відносин на основі соціальної відповідальності бізнесу.
32. Забезпечення достойної праці у системі корпоративної соціальної відповідальності.
33. Корпоративне громадянство.
34. Практика трудових відносин крізь призму концепцій корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства в Україні.
35. Збалансування інтересів роботодавців та найманих працівників.
36. Створення стабільних умов розвитку трудових відносин.
37. Соціальна відповідальність бізнесу у розрізі об'єктів відповідальності.
38. Соціально відповідальний маркетинг.
39. Відповідальне управління ланцюгом постачання.
40. Відповідальність компаній щодо партнерів по бізнесу.
41. Конфлікти суспільства й бізнесу, влади й бізнесу.
42. Тенденція розвитку особистих зв'язків, лобізм, корупція.
43. Масштаб екологічних проблем.
44. Економічні та соціальні прояви екологічних проблем.
45. Сутність екологічної відповідальності.
46. Еволюція концепцій екологічної відповідальності.
47. Елементи екологічної відповідальності бізнесу.
48. Міжнародний досвід реалізації принципів екологічної відповідальності.
49. Законодавство України про охорону довкілля.
50. Шляхи посилення екологічної відповідальності.
51. Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні конкурентних переваг організації.
52. Середовище прояви корпоративної соціальної відповідальності і взаємозв'язок конкурентних переваг.
53. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор формування конкурентних переваг організації.
54. Поняття ефективності корпоративної соціальної відповідальності, соціального звіту організації.
55. Фактори ефективності функціонування інструментів корпоративної соціальної відповідальності в управлінні організацією.
56. Рівні і показники соціальної відповідальності бізнесу.
57. Оцінка ефективності корпоративної соціальної відповідальності.
58. Зовнішні та внутрішні чинники розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.
59. Активізація діяльності підприємств щодо розвитку соціально відповідального бізнесу.
60. Напрямки державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Розподіл балів, які отримують студенти*

T1, T2 ... T10 – теми змістових модулів

Поточне тестування та самостійна робота										Сума		
Модуль 1					Модуль 2							
ЗМ №1				ЗМ №2							МКР	Реферат
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	25	25	100
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			

* 051 «Економіка», 292 «Міжнародні економічні відносини»

Поточне тестування та самостійна робота										Іспит	Сума		
Модуль 1					Модуль 2								
ЗМ №1				ЗМ №2								МКР	Реферат
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	5	5	50	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				

* 073 «Менеджмент»

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

ЛІТЕРАТУРА

1. Бакша Н.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие/ Н.В. Бакша, А.А. Данилюк. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2012. – 292 с.
2. Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография/ И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров. – М.: КНОРУС, 2008.
3. Беляев О.О. Соціальна економіка: навч. Посіб. / О.О. Беляев, М.І. Діба, В.І. Кириленко. – К.: КНЕУ, 2005. – 196 с.
4. Гогоуля О.П. Соціальна відповідальність бізнесу/ О.П. Гогоуля, І.П. Кудінова. – К.: Видавництво Національного університету біоресурсів і природокористування України, 2008. – 79 с.
5. Демб А. Корпоративне управління: віч-на-віч з парадоксами: Пер. з англ./ А. Демб – К., 1997. – 120 с.
6. Довгань Л.Є. Корпоративне управління. Навчальний посібник. / Л.Є. Довгань, В.В. Пастухова, Л.М. Савчук. – К.: Кондор, 2007.– 174 с.
7. Євтушевський В. А. Основи корпоративного управління: Навч. посіб. / В.А. Євтушевський –К.: Знання-Прес, 2002. – 317 с.
8. Забелин П. Основы корпоративного управления концернами. / П. Забелин. – М.: ПРИОР, 1998. – 176 с.
9. Задихайло Д.В. Корпоративне управління: навч. посіб. /Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, Г.В. Назарова. – Х. :Еспада, 2003. - 688 с.
- 10.Кныш М.И. Стратегическое управление корпорациями/ М.И. Кныш, В.В. Пучков, Ю.П. Тютиков. - СПб. КультИнформПресс. - 2002. - 239 с.
- 11.Козаченко А.В. Корпоративное управление: учеб. для вузов / А.В.Козаченко, А.Е. Воронкова. - К. :Либра, 2004. - 368 с.
- 12.Колот А.М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія/ А.М. Колот, О.А. Грішнова. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.
- 13.Колот А.М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку: монографія/ А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2010. – 251 с.
- 14.Корпоративный менеджмент: учеб.пособ. для вузов / [И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге, В.И. Шейн]. - Омега-Л, 2010. -784 с.
- 15.Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства/ Ф. Котлер, Л. Ненсі; пер. з англ. С Яринич. – К.: Стандарт, 2005. -302 с.
- 16.Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность/ Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. – М.: Дашков и К, 2008.
- 17.Лазаренко О. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності, посібник із КСВ / О. Лазаренко, Р. Колиско – К.: Видавництво «Енергія», 2008. – 96 с.
- 18.Лазоренко О. «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка: зб. статей та рекомендацій» / – К. : Стилос, 2007. – 152 с.
- 19.Литовченко С.Е. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания/ С.Е. Литовченко, М. И. Корсаков. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с.

20. Литовченко С.Е. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка/ С.Е. Литовченко, М. И. Корсаков. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 208 с.
21. Мацука В.М. Корпоративна соціальна відповідальність та сталий розвиток/ В.М. Мацука// Матеріали Всеукраїнської науково-практичної заочної конференції [«Екологія, природокористування та охорона навколишнього середовища: прикладні аспекти»], (Маріуполь, 25 травня 2018 р.) – Маріуполь: МДУ, 2018. – с. 13-15.
22. Мацука В.М. Соціальні інвестиції в системі соціальної відповідальності бізнесу/В.М. Мацука// Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції [«Сучасний розвиток державотворення та правотворення в Україні: проблеми теорії та практики»], (Маріуполь, 10 березня 2017 р.). Збірник тез наукових праць. – Маріуполь: МДУ, 2017. – с. 109–111.
23. Міжнародні національні стандарти корпоративного управління: 36. кодексів та принципів. – К.: Проект «Корпоративний розвиток в Україні», 2003. – 247 с.
24. Мороз О.В. Корпоративне управління на підприємствах України: постприватизаційний етап еволюції: монографія. / О.В. Мороз, Н.П. Карачина, Т.М. Халімон – Вінниця: УНІВЕР-СУМ. – Вінниця, 2008. – 354 с.
25. Назарова Г.В. Організаційні структури управління корпораціями: Монографія. – 2-ге вид., допов. і переробл./ Г.В Назарова – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 420 с.
26. Небова М.І. Теорія корпоративного управління: вузлові питання: навч. посіб. / М.І. Небова. - К.: Центр навч. л-ри, 2004. – 295 с.
27. Оболенський О.Ю. Державна служба: навч. посіб. / О.Ю. Оболенський. – К.: КНЕУ, 2006. – 472 с.
28. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
29. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
30. Офіційний сайт Центру розвитку корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org>
31. Охріменко О.О. Соціальна відповідальність: навч. посіб./ О.О. Охріменко, Т.В. Іванова. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. –180 с.
32. Петрашко Л.П. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія./ Л.П. Петрашко. – К.: КНЕУ, 2013. – 372 с.
33. Петроє О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: монографія / О.М. Петроє. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 152 с.
34. Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність: модель і управлінські практики: підручник для ВУЗів / М.А. Саприкіна, М.А. Саєнсус, Г.А. Місько . – К.: Вид. «Фарбований лист», 2011. – 480 с.

- 35.Сергійчук С. І. Корпоративне управління: навчальний посібник /С.І. Сергійчук. – Миколаїв : НУК, 2016. – 228 с.
- 36.Спивак В. Корпоративная культура./ В. Спивак. – СПб.: Питер, 1995.– 318 с.
- 37.Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, партнерство и коммуникации)/ Г.Л. Тульчинский. – СПб.: Справочники Петербурга, 2006. – 104 с.
- 38.Туркин С.В. Социальные инвестиции бизнеса. Пособие для менеджеров/ С.В. Туркин. – М., 2008. – 240 с.
- 39.Управление социальными программами компании/ [Коновалова Л.Н., Корсаков М.И., Якимец В.Н.]; под. ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003.- 148 с.
- 40.Штерн Г.Ю. Корпоративне управління: Навч. посібник для студентів спеціальності «Менеджмент організацій»/ Г.Ю. Штерн. – Харків ХНАМГ, 2005. – 243 с.
- 41.Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A. B. Carroll // Business and Society. – 1999. – Vol. 38 (3). – P. 268–295.