

Частное образовательное учреждение высшего образования  
**Приамурский институт агроэкономики и бизнеса**

---

Кафедра гуманитарных и социально-экономических дисциплин



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Уровень высшего образования:  
**БАКАЛАВРИАТ**

направление подготовки:  
**38.03.01 Экономика**

профиль подготовки:  
**Экономика предприятий и организаций**

Форма обучения: заочная

**Хабаровск  
2016 г.**

**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ****«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы) дисциплины*</b>	<b>Код контролируемой компетенции (или ее части)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
1	Тема 1 Теория корпоративной социальной ответственности	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	Т
2	Тема 2 Концепция КСО и стратегическое управление	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	ДИ
3	Тема 3 Социальные программы российского бизнес-сообщества	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	Д
4	Тема 4 Управление социальными программами компании	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	РЗЗ
5	Тема 5 Социальные функции семейного предпринимательства в России	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	Р
6	Тема 6 Социальная отчетность компании	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	Д
7	Тема 7 Стандартизация корпоративной социальной ответственности	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	КрС
8	Тема 8 Социально ответственный бизнес в системе коммуникаций	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	РЗЗ
9	Тема 9 Деловая этика. Кодекс корпоративного поведения и этические кодексы.	ОК-3, ОК-5, ОПК-2, ПК-1, ПК-7	кРС

## ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/ п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	<i>Деловая и/или ролевая игра</i>	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
2	<i>Кейс-задача</i>	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
3	<i>Коллоквиум</i>	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам / разделам дисциплины
4	<i>Контрольная работа</i>	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу учебной дисциплины.	Комплект контрольных заданий по вариантам
5	<i>Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты</i>	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
6	<i>Портфолио</i>	Целевая подборка работ студента, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио

7	<i>Проект</i>	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
8	<i>Рабочая тетрадь</i>	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
9	<i>Разноуровневые задачи и задания</i>	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
10	<i>Расчетно-графическая работа</i>	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы

11	<i>Реферат</i>	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
12	<i>Доклад, сообщение</i>	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
13	<i>Собеседование</i>	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам / разделам дисциплины
	<i>Творческое задание</i>	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
14	<i>Тест</i>	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
15	<i>Тренажер</i>	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных студентом профессиональных навыков и умений по управлению конкретным материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере
16	<i>Эссе</i>	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика эссе

## **ТЕМЫ ДОКЛАДОВ, РЕФЕРАТОВ, ЭССЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

1. Теоретические основы исследования социальной ответственности в системе корпоративного управления.
2. Практическое применение результатов исследования социальной ответственности в системе корпоративного управления.
3. Сущность развития корпоративной социальной ответственности.
4. Этапы развития корпоративной социальной ответственности.
5. Отношения компании с заинтересованными лицами в системе корпоративного управления
6. Анализ взаимоотношений с заинтересованными лицами как формы реализации корпоративной социальной ответственности
7. Основные методики определения уровня корпоративной социальной ответственности.
8. Разработка методики анализа корпоративной социальной ответственности с использованием концепции заинтересованных сторон.
9. Разработка механизмов повышения корпоративной социальной ответственности путем совершенствования взаимоотношений компаний с заинтересованными лицами (на примере Республики Коми)
10. Разработка основных направлений государственного участия в совершенствовании корпоративной социальной ответственности.
11. Механизм повышения корпоративной социальной ответственности как фактор эффективности корпоративного управления.
12. Реализация социальной ответственности бизнеса в системе корпоративных отношений.
13. Ключевые аспекты корпоративного управления
14. Разработка и применение основных методик определения уровня корпоративной социальной ответственности
15. Распределение заинтересованных лиц по типам в соответствии с классификацией Сэвиджа
16. Распределение заинтересованных сторон в зависимости от наличия основных особенностей по Митчеллу
17. Ряд мер, осуществляемых государственными органами в целях совершенствования формирования и развития корпоративной социальной ответственности
18. Один из двух путей развития корпоративной социальной ответственности бизнеса при условии, что государство, постепенно снимает с себя часть социальной ответственности.
19. Анализ развития социальной ответственности бизнеса в России
20. Влияние на деятельности компаний социально ответственного бизнеса.

### **Критерии оценки эссе**

1. Соответствие содержания текста выбранной теме
2. Наличие четкой и логичной структуры текста
3. Наличие в эссе авторской позиции по рассматриваемой проблематике

4. Обоснованность, аргументированность, доказательность высказываемых положений и выводов автора
5. Отсутствие орфографических, пунктуационных, стилистических, а также фактических ошибок
6. Соответствие оформления работы предъявляемым требованиям
7. Сдача эссе в установленный срок.
  - оценка «отлично» (5 баллов) выставляется студенту, при условии выполнения вышеназванных требований в полном объеме.
  - оценка «хорошо» (4 балла) выставляется студенту, при условии соответствия содержания текста выбранной теме, наличие в эссе авторской позиции по рассматриваемой проблематике, обоснованность, аргументированность, доказательность высказываемых положений и выводов автора.
  - оценка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется студенту, в случае соответствия содержания текста выбранной теме, наличия выводов автора по рассматриваемой проблеме.
  - оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту в случае несоответствия содержания текста выбранной теме, отсутствия авторской позиции по рассматриваемой проблематике описанной и в целом не выполнения требований, согласно критериям оценки эссе.

#### **Критерии оценки реферата**

1. Соответствие содержания текста выбранной теме.
2. Наличие четкой и логичной структуры содержания реферата, отсутствие орфографических, пунктуационных ошибок.
3. Качество аналитической работы, проделанной при написании реферата.
4. Соответствие выбранной теме литературных источников, их актуальность.
5. Обоснованность сделанных автором реферата выводов, соответствие их поставленной цели.
6. Соответствие оформления работы предъявляемым требованиям.
7. Сдача реферата в установленный срок.
  - оценка «отлично» (5 баллов) выставляется студенту, при условии выполнения вышеназванных требований в полном объеме.
  - оценка «хорошо» (4 балла) выставляется студенту, при условии соответствия содержания текста выбранной теме, отражения в реферате результатов аналитической работы, проделанной при его написании, обоснованности сделанных автором реферата выводов и соответствие их поставленной цели, а также актуальности литературных источников.
  - оценка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется студенту в случае соответствия содержания текста выбранной теме, отражения в реферате результатов аналитической работы, проделанной при его написании, обоснованность сделанных автором реферата выводов, соответствие их поставленной цели.
  - оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту в случае несоответствия содержания текста выбранной теме, отсутствие выводов автора по проблематике, рассматриваемой в письменной работе, и в целом не выполнения требований, согласно критериям оценки реферата.

**ДИСКУССИОННЫЕ ТЕМЫ И ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
КРУГЛОГО СТОЛА, ДИСКУССИИ, ПОЛЕМИКИ, ДИСПУТА, ДЕБАТОВ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

1. Теоретические основы корпоративной социальной политики: определение, основные принципы, подходы.
2. Корпоративная социальная ответственность: концепция в развитии.
3. Модель корпоративной социальной деятельности.
4. Корпоративная социальная ответственность: роль в создании положительного имиджа и деловой репутации компании.
5. Социально ответственное поведение как основа развития современной компании.
6. Модели корпоративной социальной ответственности: современные подходы.
7. Разработка и применение систем рейтинговых оценок деловой репутации на основе социально ответственного поведения.
8. Пути и проблемы повышения социальной ответственности российских компаний.
9. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности в компании
10. Показатели социальной ответственности перед работниками
11. Показатели социальной ответственности перед окружающим сообществом.
12. Показатели экологической ответственности.
13. Показатели социальной ответственности.
14. Общественные ожидания от социально ответственной компании.
15. Новые технологии решений социальных проблем на корпоративном уровне
16. Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.
17. Социальное инвестирование в корпорациях: сущность, возможности и факторы эффективности.
18. Анализ систем социального инвестирования в корпорациях: российский и зарубежный опыт.
19. Организационно-управленческий механизм социального инвестирования.
20. Социальные стратегические альянсы в современной экономике.
21. Соблюдение стандартов КСО и требований по представлению социальной отчетности.
22. Преимущества КСО для бизнеса.
23. Принципы и примеры внедрения КСО в маркетинговые стратегии: принцип бизнесэтики, правдивость рекламы, предложение специальных этических продуктов или услуг, вторичная переработка.
24. Охрана окружающей среды — производство «зеленых» продуктов.
25. Создание структур, соответствующих этическим принципам.
26. Управление социальной ответственностью бизнеса в условиях реализации приоритетных программ российских компаний
27. Развитие персонала и профессиональная подготовка
28. . Охрана здоровья персонала.
29. Корпоративное пенсионное обеспечение.
30. Корпоративные жилищные программы.



31. Спонсорство и благотворительность как инструменты формирования деловой репутации на принципах корпоративной социальной ответственности
32. Влияние государства на реализацию принципов корпоративной социальной ответственности
33. Необходимость взаимодействия государства и бизнеса в обеспечении социально ответственного поведения и выполнения социальных обязательств.
34. Роль государства в формировании программ корпоративной социальной ответственности.
35. Организация эффективной системы социальной ответственности в России.

**Критерии оценки:**

- оценка «отлично» (10 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления, собрать необходимую информацию по рассматриваемому явлению и проанализировать полученные результаты, объяснить причины отклонений от желаемого результата, отстаивать свою точку зрения, приводя факты;

– оценка «хорошо» (8 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления, собрать необходимую информацию по рассматриваемому явлению и проанализировать полученные результаты;

– оценка «удовлетворительно» (6 баллов) выставляется студенту, если он владеет категориальным аппаратом, может привести классификацию факторов явления;

– оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту, если он не владеет перечисленными навыками;

**ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

1. Создание комитетов совета директоров предусмотрено:
  - а) Законом «Об акционерных обществах»;
  - б) Кодексом корпоративного поведения;
  
2. Комитеты совета директоров имеют следующие полномочия:
  - а) одобрение сделок с заинтересованностью;
  - б) предварительное рассмотрение наиболее важных вопросов, относящихся к компетенции совета директоров;
  - в) утверждение годовых отчетов;
  
3. Создание комитетов совета директоров должно быть предусмотрено:
  - а) положением о совете директоров акционерного общества;
  - б) положением о комитетах совета директоров акционерного общества.
  - в) решением общего собрания акционеров
  
4. После избрания в комитет с членом комитета:
  - а) должен быть заключен гражданско-правовой договор;
  - б) должен быть заключен трудовой договор;
  - в) заключение договора не требуется.
  
5. Срок полномочий комитета:
  - а) совпадает со сроком полномочий ревизионной комиссии;
  - б) совпадает со сроком полномочий совета директоров;
  - в) определяется советом директоров;
  - г) не устанавливается.
  
6. Количество и наименование комитетов определяется:
  - а) Кодексом корпоративного поведения;
  - б) Уставом акционерного общества;
  - в) Решением совета директоров общества
  
7. В соответствии с Кодексом корпоративного поведения комитет совета директоров по аудиту должен:
  - а) состоять только из независимых директоров;
  - б) состоять только из неисполнительных директоров;
  - в) возглавляться независимым директором и состоять из неисполнительных директоров
  
8. Какой может быть структура исполнительного органа?
  - а). Единоличный исполнительный орган и управляющая организация
  - б). Единоличный исполнительный орган и коллегиальный исполнительный орган
  - в). Коллегиальный исполнительный орган
  - г). Коллегиальный исполнительный орган и управляющая организация.
  
9. Решение о привлечении управляющей организации может быть принято: а). Советом директоров

- б). Комитетом совета директоров по кадрам и вознаграждениям
- в). Общим собранием
- г). Общим собранием по предложению правления общества

10 Исполнительные органы образуются:

- а). Общим собранием, по предложению совета директоров
- б). Советом директоров, если это предусмотрено уставом общества
- в). Правление – общим собранием, а генеральный директор – правлением
- г). Генеральный директор – собранием, а правление – советом директоров.

11 Компетенция правления определяется: а). Советом директоров

- б). Положением об исполнительных органах
- в). Уставом общества
- г). генеральным директором

12 Сделки, совершаемые от имени общества, должны одобряться советом директоров, если:

- а). Стоимость сделки составляет от 25 до 50% балансовой стоимости активов общества
- б). Стоимость сделки составляет более 50% балансовой стоимости активов общества
- в). Любые сделки с недвижимостью
- г). Любые кредитные сделки.

13. Генеральный директор вступает в полномочия:

- а). С момента подписания счетной комиссией протокола об итогах голосования
- б). С момент подписания трудового договора
- в). С момента издания приказа о назначении на должность
- г). С момента увольнения предыдущего генерального директора

14. Генеральный директор не имеет права одновременно являться:

- а). Членом ревизионной комиссии
- б). Членом совета директоров общества
- в). Членом правления общества
- г). Членом комитета по кадрам и вознаграждениям

### **Критерии оценки теста**

Критерием оценки является уровень освоения студентом материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается количеством правильно выполненных заданий теста, выраженное в %, согласно следующей шкале:

Процент результативности (правильности ответов), %	Количество баллов	Оценка
90 – 100	5	отлично
80 – 89	4	хорошо
79 – 61	3	удовлетворительно
60 и менее	-	неудовлетворительно

## **КОМПЛЕКТ РАЗНОУРОВНЕВЫХ ЗАДАЧ И ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

1. Проанализировать три довода в пользу принятия международных трудовых норм, выдвинутые Оуэном в обращении к правительствам европейских стран с предложениями принять международные законы об условиях труда на заводах и фабриках, рудниках и шахтах.

2. Проанализировать десять принципов, лежащих в основе Глобального договора ООН.

3. Проанализировать, что гласят принципы структуры управления исходя из того, что интересам корпорации отвечает признание интересов заинтересованных лиц и их вклада в долгосрочный успех корпорации.

4. Выделить преимущества концепции стейкхолдеров.

5. Практическое упражнение «Социальная ответственность компании»

На сегодняшний день все большее значение для организации приобретает его социальная ответственность перед обществом, его конкретные действия, обеспечивающие решение проблем, стоящих перед страной.

Те, кто считает, что социальные проблемы должно решать государство, а бизнес только "делание денег", аргументирует свою позицию тем, что действия в социальной области ведут к снижению прибылей компании, ухудшению в этой связи ее конкурентных позиций, росту издержек, которые в последующем ведут к повышению цен, что наносит ущерб потребителям и вызывает другие отрицательные последствия.

Сторонники социальной ответственности бизнеса перед обществом считают, что бизнесмены имеют перед ним моральные обязательства, что социальные действия могут оказать большую пользу предпринимателям, улучшают их имидж в обществе, являются неплохой рекламой.

Сформулируйте аргументированные ответы на следующие вопросы:

1. Чью позицию вы разделяете и почему?

2. Должен ли, по вашему мнению, предприниматель в современной России выполнять социальные обязательства перед страной и в каких формах?

3. Будет ли ему в конечном итоге это выгодно, в том числе в финансовом отношении? Если да, то почему?

4. В каких формах российский бизнес может осуществлять социальную поддержку: а) в масштабах фирмы; б) в масштабах региона, страны.

6. Представьте, что в вашей компании разрабатывается новая система выставления счетов клиентам. Встает вопрос о том, сколько нужно резервировать средств для обнаружения и исправления ошибок. По одному из вариантов добавляется около 40% к общей стоимости, но существенно повышается качество информации в итоговой базе данных. В противном случае вы рискуете тем, что некоторые клиенты посчитают вашу цену излишне завышенной. Вложите ли вы дополнительные 40%? Какие факторы вы будете рассматривать при решении этого вопроса?

7. Иван Геннадиевич для вас больше, чем босс. Он тот, кто способствовал вашему быстрому продвижению на новом месте работы. Вы часто вместе обедаете и даже играете в теннис. Однажды за столом, говоря об ожидаемом обновлении компьютеров, он упоминает, что компания XYZ Computer выделила ему 1000 долл. на "благие цели". Иван Геннадиевич просит забыть об этом. Две недели спустя вы узнаете, что заключен контракт с компанией XYZ несмотря на то, что цена, предложенная компанией ABC Computer, ниже и у вашей компании в прошлом были проблемы с надежностью продуктов XYZ. Сообщите ли вы вышестоящему начальнику о поступке Ивана Геннадиевича? Почему?

8. Иванов — надежный союзник вашего отдела. Он защищал перед генеральным директором ваши крупные проекты, такие, как развертывание большого пакета автоматизации продаж и др. Вероятно, вы работали бы где-то в другом месте, если бы не Иванов. Но вдруг вы узнаете, что Иванов использует нелегальный офисный пакет Lotus Development, тогда как для всей компании стандартом является Microsoft Office. Вы предложили ему купить лицензионную копию, но он отказывается. Ваши действия?

9. Что делать, если обнаруживается, что ваша компания вела двойную бухгалтерию на двух различных компьютерах?

10. Врач компании, стала замечать возрастающее число случаев заболевания эмфиземой легких у рабочих, длительное время работающих на заводе компании. Она сообщает об этом руководству, и ей предлагают продолжать регистрировать число подобных случаев, но никому об этом не сообщать. В следующем году, с увеличением числа заболевших, она приходит к выводу о наличии связи между устаревшей вентиляционной системой на различных участках завода и числом заболевших. Она ставит в известность об этом руководство фирмы, и ей снова предлагают продолжать наблюдение, но не проводить анализов и ничего никому не говорить, чтобы не встревожить рабочих. Есть ли у нее моральная обязанность поступать так, как ей велят? Есть ли у нее моральная обязанность предпринимать что-либо другое, кроме того, что ей велят?

### **Критерии оценки решения задачи**

– оценка «отлично» (4 балла) выставляется студенту, если студент понял смысл задачи, полно и правильно выполнил ее решение, проявил высокий уровень всех требующихся для выполнения заданий знаний и умений;

– оценка «хорошо» (3 балла) выставляется студенту если он понял смысл задачи, выполнил решение правильно с незначительными ошибками.

– оценка «удовлетворительно» (2 баллов) выставляется студенту, если он понял смысл задачи, но смог выполнить задание лишь частично, проявив недостаточный уровень знаний и умений для выполнения заданий.

– оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту в случае, если задача решена неправильно и не он продемонстрировал сформированность требующихся для выполнения заданий умений.

## **ДЕЛОВАЯ ИГРА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

### **«Оказание давления»**

#### Описание деловой игры

И.И. Иванов – многообещающий молодой менеджер, быстро продвигающийся по службе. Когда он только начинал свою карьеру, его начальником был П.П. Петров – завзятый «трудоголик», чей опыт и знания очень помогли Иванову в то время. Два года спустя ситуация изменилась и Иванов стал начальником Петрова, карьера Петрова после этого застопорилась. В последнее время Иванов и Петров работают в этой же организации и видятся не часто. Недавно Петрову посоветовали выдвинуть свою кандидатуру на вступление в члены клуба профессиональных управленцев, чтобы познакомиться там с людьми, которые могли бы «подтолкнуть» его карьеру в нужном направлении. Клуб был создан для продвижения идей высокого уровня профессионализма в мире бизнеса. Но Петров знает, что Иванов – член этого клуба и председатель отборочной комиссии. Собеседование проводится в помещении клуба. Для этого случая Петров оделся наиболее тщательно, хотя его гардероб не отличался большим выбором. Когда он к назначенному времени приехал в клуб, его попросили подождать в зале для приглашенных. Ожидание заняло 15 минут. Когда секретарь наконец ввел Петрова в роскошно обставленный зал заседаний, тот оказался лицом к лицу с членами отборочной комиссии из 8 человек во главе с Ивановым. Все они были одеты в дорогие официальные костюмы. Петрова посадили в торце длинного стола, за которым расположились члены комиссии. Таким образом, комиссия с Ивановым во главе как бы образовала группу «своих» напротив Петрова, единственного среди них «чужака». Во время последующего собеседования Иванов ни разу не дал понять, что знаком с Петровым, и не пытался обратить внимание комиссии на потенциальную ценность этого человека для клуба. Через несколько дней после собеседования Петров случайно встретил Иванова на работе. Ему было неловко задавать Иванову какие-либо вопросы по поводу результатов собеседования, а Иванов первым об этом не заговаривал.

#### Постановка задачи

Обсудить методы оказания давления отдельными людьми или группами, желающими продемонстрировать особое значение своей роли или должности. В данном случае задачей является оценка поведения членов отборочной комиссии. Вопросами для обсуждения являются следующие:

1. Как вы думаете, почему Иванов решил организовать собеседование подобным образом?
2. Какие действия мог бы предпринять Петров, чтобы хоть в какой-то степени повлиять на ход собеседования?
3. Как вы думаете, Петрова приняли в члены клуба?

#### Методические указания

В ходе собеседований, проводимых с различными целями, члены комиссий зачастую демонстрируют серьезность и важность своей деятельности, часто внушая при этом собеседнику даже чувство страха. Например, некоторые комиссии поддерживают статус своей деятельности посредством униформы - судьи в зале суда, академики в мантиях и т.п.

#### Описание хода деловой игры

Студенты делятся на группы по 5 человек. Каждая группа проводит собеседование, затем письменно отвечает на поставленные вопросы, при этом обсуждая ответы в своей группе. Затем происходит общее обсуждение ситуации. При

этом если у студентов существует определенный опыт работы, они могут привести примеры других методов «запугивания», используемых членами отборочных комиссий.

### **Критерии оценки**

1. Анализ проблемы - насколько верно, комплексно, и в соответствие с действительностью, студент сумел выделить причины возникновения проблемы на объекте, описанной в игре.

2. Структурирование проблем – насколько четко, логично, последовательно была изложена студентом проблема, охарактеризованы участники проблемы, выявлены последствия проблемы и риски для объекта.

3. Предложение стратегических альтернатив – количество вариантов решения проблемы предложенных студентом.

4. Обоснование решения – насколько аргументирована позиция студента относительно предложенного решения.

5. Логичность и реализуемость плана внедрения стратегической инициативы – насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, насколько предложенный план может быть реализован в текущих экономических условиях.

- оценка «отлично» (5 баллов) выставляется студенту, при условии выполнения вышеназванных требований в полном объеме.

- оценка «хорошо» (4 балла) выставляется студенту, при условии правильного определения причин возникновения проблемы, описанной в игре, выполнения требований обоснованности и реализуемости предлагаемых решений, но недостаточно четко и последовательно аргументированных.

- оценка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется

- оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) выставляется студенту в случае неверного определения причин возникновения проблемы, описанной в игре, отсутствии вариантов ее решения, и в целом не выполнения требований, согласно критериям оценки деловой игры.

## **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

1. Корпоративная социальная ответственность: понятие, сущность, значение.
2. Корпоративная социальная ответственность и социально-трудовые отношения. 3. Социальное партнерство и международное регулирование социально-трудовых отношений.
4. Корпоративная социальная ответственность и социальная защита занятого населения.
5. Различные подходы к пониманию сущности КСО в современной экономике и обществе.
6. Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности.
7. Социально ответственный бизнес как явление.
8. Корпорация как моральный агент.
9. Корпоративная миссия.
10. Корпоративная стратегия.
11. Корпоративный имидж.
12. Корпоративная репутация.
13. Внешняя и внутренняя среда корпоративной ответственности.
14. Приоритеты социальной политики компании.
15. Социальные инвестиции.
16. Социально значимые отрасли.
17. Корпоративная идентичность.
18. Стратегический уровень КСО.
19. Общие подходы к разработке социальных и благотворительных программ.
20. Социальная хартия российского бизнеса.
21. Охрана здоровья персонала.
22. Поддержка детских домов и детских образовательных учреждений.
23. Поддержка науки и инноваций.
24. Спортивные, развлекательные программы.
25. Развитие местного сообщества.
26. Поддержка коренных малочисленных народов.
27. Дополнительное пенсионное обеспечение.
28. Направления социальных программ компании.
29. Типы социальных программ компании.
30. Основные показатели социальных программ компании.
31. Инструменты и механизмы реализации социальных программ компании.
32. Организация управления социальными программами компании.
33. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.
34. Сущность и формы семейного предпринимательства.
35. Проблемы правового регулирования семейного предпринимательства.
36. Социальные функции малого бизнеса.
37. Состояние и проблемы развития малого бизнеса и семейного предпринимательства в России.
38. Корпоративный социальный отчет.
39. Ключевые аспекты составления социального отчета компании.
40. Формы распространения социальных отчетов компании.



41. Актуальные вопросы представления социальной отчетности в России.
42. Рейтинг социальной ответственности.
43. Международный стандарт ИСО 14000 (экология и безопасность окружающей среды).
44. Международный стандарт ИСО 18000 (Охрана труда и техника безопасности на предприятии).
45. Международный стандарт ИСО 26000 (Руководство по социальной ответственности).
46. Социальные технологии и коммуникации в современном мире.
47. Отдел по связям с общественностью как один из элементов формирования положительного образа компании среди населения.
48. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа компании.
49. Целевые аудитории компании.
50. Взаимодействие с потенциальными инвесторами.
51. Взаимодействие с потенциальными клиентами.
52. Взаимодействие с органами государственной власти.
53. Коммуникативное поле современных предприятий.
54. Социальная акция.
55. Социальный маркетинг.
56. Спонсорство, филантропия.
57. Понятие этики.
58. Кодексы корпоративного поведения: история возникновения и развития.
59. Кодекс корпоративного поведения в России.
60. Принятие этических кодексов в организациях.