

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

_____2024

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

дисциплины: Организация корпоративной социальной политики и партнерства

специальность: **38.05.01 Экономическая безопасность**

специализация: **Экономическая безопасность бизнеса в цифровой экономике**

форма обучения: **очная**

Фонд оценочных средств разработан по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономическая безопасность бизнеса в цифровой экономике»

Фонд оценочных средств разработал:

Х.Н. Садыкова, доцент, канд. социол. наук

1. Формы аттестации по дисциплине

1.1. Форма промежуточной аттестации: *зачет*

Способ проведения промежуточной аттестации: устный зачет

1.2. Формы текущей аттестации:

Таблица 1.1

№ п/п	Форма обучения		
	ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	Тестирование, дискуссионные ситуации	-	-
2	Тестирование, дискуссионные ситуации	-	-
3	Тестирование, дискуссионные ситуации	-	-
4	Тестирование, дискуссионные ситуации	-	-
5	Тестирование, дискуссионные ситуации	-	-
6	Тестирование, дискуссионные ситуации	-	-

2. Результаты обучения по дисциплине, подлежащие проверке при проведении текущей и промежуточной аттестации

Таблица 1.1

№ п/п	Структурные элементы дисциплины/модуля		Код результата обучения по дисциплине	Оценочные средства	
	Номер раздела	Дидактические единицы (предметные темы)		Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
1	1	Основы социологической теории о функциях и характеристиках корпоративной социальной политики	31, У1, В1 32, У2, В2 33, У3, В3 34, У4, В4 35, У5, В5	Тест Дискуссионные ситуации	Вопросы к зачету
2	2	Эволюция социальной политики в России	31, У1, В1 32, У2, В2 33, У3, В3 34, У4, В4 35, У5, В5	Тест Дискуссионные ситуации	Вопросы к зачету
3	3	Корпоративная социальная политика и менеджмент предприятий	31, У1, В1 32, У2, В2 33, У3, В3 34, У4, В4 35, У5, В5	Тест Дискуссионные ситуации	Вопросы к зачету
4	4	Инструменты и направления корпоративной социальной политики	31, У1, В1 32, У2, В2 33, У3, В3 34, У4, В4 35, У5, В5	Тест Дискуссионные ситуации	Вопросы к зачету
5	5	Макрорегуляторы социального развития предприятий	31, У1, В1 32, У2, В2 33, У3, В3 34, У4, В4 35, У5, В5	Тест Дискуссионные ситуации	Вопросы к зачету
6	6	Оценка эффективности	31, У1, В1	Тест	Вопросы к

		корпоративной социальной политики	32, У2, В2 33, У3, В3 34, У4, В4 35, У5, В5	Дискуссионные ситуации	зачету
--	--	--------------------------------------	--	---------------------------	--------

3. Фонд оценочных средств

3.1. Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по дисциплине, включает в себя оценочные средства для текущей аттестации и промежуточной аттестации.

3.2. Фонд оценочных средств для текущей аттестации включает:

- тесты по разделам дисциплины – 60 шт. (Приложение 1);
- комплект дискуссионных ситуаций по разделам дисциплины - 6 шт. (Приложение 2).

3.3. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации включает:

- вопросы к зачету по дисциплине – 36 шт. (Приложение 3).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное бюджетное
 образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СЕРВИСА И ОТРАСЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ
 Кафедра экономики и организации производства

Тесты по разделам дисциплины

1. Основы социологической теории о функциях и характеристиках корпоративной социальной политики

1. Деловая репутация – это...

- | | |
|--|---|
| а) показатель отношения к организации со стороны ее внешнего окружения | в) показатель отношения к организации со стороны ее персонала |
| б) количество прибыли в организации | г) показатель отношения со стороны организации к внешнему окружению |

2. Деловая репутация может быть...

- | | |
|-------------------------|----------------------------------|
| а) только положительной | в) положительной и отрицательной |
| б) только отрицательной | г) нейтральной и положительной |

3. Имидж – это...

- | | |
|---|--|
| а) переменная составляющая бренда | в) показатель экономического процветания |
| б) участие предприятия в социальном проекте | г) показатель качества продукта |

4. Один из отличительных признаков имиджа – это...

- | | |
|------------------|-------------------------|
| а) сложность | в) распространение |
| б) синтетичность | г) принадлежность фирме |

5. Система коммуникативных средств – названий, символов, знаков, логотипов, цветов, мифов, ритуалов – это...

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| а) миссия организации | в) корпоративный имидж |
| б) корпоративная идентичность | г) философия фирмы |

6. Целостное представление о компании как субъекте определенного вида деятельности, которое складывается из восприятия и оценки результатов и последствий этой деятельности, независимо от организационно-правовых форм или масштабов, различными заинтересованными лицами и контактными группами, называется...

- | | |
|-----------------------------------|---|
| а) корпоративная индивидуальность | г) деловая репутация |
| б) корпоративная идентичность | д) количественная мера стоимости компании |
| в) финансовая репутация | |

7. Гудвилл – это...

- | | |
|---|---|
| а) финансовая репутация компании | в) показатель финансовой устойчивости |
| б) количественная мера стоимости компании | г) критерий эффективности работы компании |

8. Возможность организации эффективно существовать в условиях рыночной экономики, что достигается благодаря нескольким многофакторным составляющим, которые обеспечивают расширенный процесс воспроизводства на научно-технической основе – это ...

- в) Д. МакГура
4. Перечислите уровни социальной ответственности бизнеса согласно модели А. Керолла:
- | | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| а) экономическая ответственность | в) правовая ответственность |
| б) экологическая ответственность | г) этическая ответственность |
| | д) социальная ответственность |
5. Найдите соответствие характеристики этапов эволюции развития концепции социальной ответственности бизнеса в зарубежной практике:
- | | |
|----------------|--|
| 1. Первый этап | а) формирование понятия «социальной ответственности бизнеса» |
| 2. Второй этап | б) выделение социальных приоритетов при ведении предпринимательской деятельности |
| | в) наращивание опыта ведения социально ответственных практик |
6. Представителями теории корпоративного эгоизма являются:
- | | |
|-----------------|--------------------|
| а) Д. Хендерсон | г) С. Туркин |
| б) К. Дэвис | д) А. Мюллер-Армак |
| в) М. Фридмен | |
7. Страны, в которых стала формироваться концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х – начале 70-х годов XX в.
- | | |
|-------------|-------------------|
| а) США | д) Великобритания |
| б) Германия | е) Япония |
| в) Китай | ж) Турция |
| г) Греция | з) СССР |

3. Корпоративная социальная политика и менеджмент предприятий

1. Добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума – это ...
- | | |
|--------------------------|---------------------------------------|
| а) социальные инвестиции | в) социальная ответственность бизнеса |
| б) социальный маркетинг | г) филантропия |
2. Перечислите уровни социальной ответственности бизнеса согласно модели Х. Джонсона.
- | | |
|------------------------------|--|
| а) уровень законопослушности | д) уровень фрагментарности |
| б) стратегический уровень | е) уровень всемерной поддержки общества |
| в) управленческий уровень | ж) экологический уровень |
| г) этический уровень | з) уровень противоправности/безответственности |
3. Компонентами социальной ответственности бизнеса являются:
- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| а) ответственный деловой партнер | в) ответственный предприниматель |
| б) ответственный благотворитель | г) ответственный гражданин |
4. Найдите соответствие между уровнями построения социальной ответственности и их характеристикой.
- | | |
|--|---|
| 1. Взаимодействие между организацией, заинтересованными лицами и обществом | а) ответственность конкретного индивида, выполняющего профессиональные обязанности в процессе труда |
| 2. Взаимодействие между подразделениями организации | б) решение проблем социальной ответственности по основным ее темам |
| 3. Взаимодействие индивида внутри организации | в) разработка и принятие документов корпоративного |

управления

5. Найдите соответствие между видами социальной ответственности и их характеристикой.

- | | | |
|---------------|----|---|
| 1. Внешняя | а) | социальная защита работников компании |
| 2. Внутренняя | б) | сохранение окружающей среды и воздействий на экологию |
| | в) | поддержка инвалидов, ветеранов войны и социально незащищенных групп населения |
| | г) | учет интересов работников при принятии управленческих решений |
| | д) | сохранение исторического и культурного наследия |
| | е) | обеспечение возможностью обучения и карьерного роста |

6. К принципам социальной ответственности бизнеса относятся:

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| а) соблюдение прав человека | д) прозрачность |
| б) комплексность | е) сопоставимость |
| в) этичность | ж) результативность |
| г) общность | з) целеполагание |

4. Инструменты и направления корпоративной социальной политики

1. Социальная ответственность – это ...

- | | |
|---------------------------------------|----------------------|
| а) правило | в) этический принцип |
| б) закон, обязательный для исполнения | г) норматив |

2. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью – ...

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| а) нравственные мотивы | в) реклама |
| б) рост доверия потребителей | г) любовь к искусству |

3. Преимущества во внутренней среде организации направлены на ...

- | | |
|--|--|
| а) повышение инвестиционной привлекательности компании | в) получение поддержки со стороны экономических субъектов, имеющих непосредственное влияние на организацию |
| б) обеспечение повышения качества управления бизнесом | г) расширения ассортимента |

4. Преимущества в микросреде направлены на ...

- | | |
|--|--|
| а) повышение инвестиционной привлекательности компании | в) получение поддержки со стороны экономических субъектов, имеющие непосредственное влияние на организацию |
| б) обеспечение повышения качества управления бизнесом | г) расширения ассортимента |

5. Макрорегуляторы социального развития предприятий

1. Новое семейство «этических» индексов FTSE4 Good Index впервые было представлено летом ... году.

- | | |
|---------|---------|
| а) 1991 | в) 2011 |
| б) 2009 | г) 2001 |

2. К нефондовым индексам относятся:

- | | |
|---|-----------------------|
| а) Corporate Philanthropy Index | д) DSI 400 |
| б) Dow Jones STOXX Sustainability Indexes | е) FTSE4 Good Indexes |
| в) Social Index | ж) Russell 3000 |
| г) Large Cap Social Index | з) Russell 1000 |

3. К фондовым индексам относятся:

- | | |
|---------------------------------|------------|
| а) Corporate Philanthropy Index | д) DSI 400 |
|---------------------------------|------------|

6. Наиболее часто применяемым видом помощи региональным властям (муниципалитетам), оказанным организациями в рамках социального развития региона, по мнению экспертов, является...

- | | |
|---|--|
| а) помощь конкретным школам, больницам, другим социальным учреждениям | в) помощь ветеранам, другим социально незащищенным гражданам, связанным с компанией |
| б) реализация социальных программ для работников компании | г) помощь ветеранам, другим социально незащищенным гражданам, не связанным с компанией |

7. Наиболее значимым фактором поддержки предпринимателей со стороны государства, способным стимулировать ведение бизнеса на основе принципов социальной ответственности, по мнению экспертов, является...

- | | |
|--|--|
| а) повышение прозрачности процессов ПР и подотчетность госструктур | в) предоставление ответственным предпринимателям преимущества в доступе к государственным заказам, более выгодные условия кредитования |
| б) налоговое стимулирование ответственных предпринимателей | г) участие бюджетных средств в финансировании/инвестировании социальных объектов |

8. Наиболее часто используемым механизмом финансирования и реализации социальных программ в регионах присутствия, по мнению экспертов, является...

- | | |
|--|--|
| а) финансирование мероприятий по запросам организаций или физических лиц, которым оказывается помощь | в) участие в социальных программах, реализуемых органами власти, на различном уровне |
| б) реализация собственных социальных и благотворительных программ компаний | г) финансирование и реализация социальных программ через благотворительные фонды |

9. Социальная хартия российского бизнеса декларирует принципы, исключаящие...

- | | |
|---|--|
| а) обман и неуважение партнеров | г) беззаконие и загрязнение окружающей среды |
| б) фальсификацию качества | д) некорректную рекламу |
| в) возможность получения незаконных доходов | |

Критерии оценки:

1 балл – за каждый правильный ответ.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СЕРВИСА И ОТРАСЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра экономики и организации производства

Дискуссионные ситуации по разделам дисциплины

Тема 1. Основы социологической теории о функциях и характеристиках корпоративной социальной политики

1. Известно, что не существует единого общемирового определения «Корпоративной социальной ответственности». Изучите различные КСО (по материалам пособия и дополнительных источников), сведите полученную информацию в таблицу. В качестве вывода, после таблицы, приведите собственное определение, которые Вы лично считаете наиболее ёмким.

2. Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире. Как вы понимаете каждое из данных высказываний, есть ли среди них такой тезис, с которым бы Вы согласились, а с которым категорически нет. Почему?

...«Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнесрешение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать... а потому, что это хорошо для нашего бизнеса»... (Н. Фицджеральд, Президент, Unilever)

...«С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы» ... (Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell)

...«Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности»... (Андерс Далвиг, Президент ИКЕА).

3. Перечислите конкретные преимущества использования корпоративной социальной ответственности для компании, как они проявляются? По каждому пункту приведите конкретный пример из практики.

4. Укажите пять уровней корпоративной социальной ответственности современных компаний. Приведите примеры возможных мероприятий, которые проводят социально-ответственные компании по каждому из названных уровней.

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

Тема 2. Эволюция социальной политики в России

1. Может ли бизнес быть этичным? Что Вы понимаете под этикой бизнеса? Что понимает под этикой бизнеса общественность? Постарайтесь аргументировано ответить на данные вопросы, рассмотрев несколько «жизненных ситуаций». Очень важно понять и увидеть разницу между «теорией» и «практикой» этики бизнеса.

2. В силу исторических традиций ведущая роль в развитии корпоративной социальной ответственности должна принадлежать государству. В условиях российской действительности также, как и в других странах, должны быть объединены усилия бизнес-сообщества и государства. Как вы считаете, почему так необходима государственная поддержка развития корпоративной социальной ответственности, а также сформулируйте, что на ваш взгляд должно стать основной задачей органов государственной власти в данном процессе?

3. Каждый из нас обладает широким жизненным опытом, и возможно Вы сталкивались с очень правильным, этичным поступком, который совершили Вы, Ваши коллеги или, может быть, Вы просто случайно узнали об этом из средств массовой информации. Приведите свой пример о самом этичном поступке в бизнесе (при необходимости можно изменить имена и/или названия компаний).

4. Опишите, каким образом этика бизнеса влияет на выполнение текущих задач компании, на взаимоотношения между сотрудниками. Как Вы считаете, этика бизнеса является отличительной чертой бизнеса или личности в целом?

5. На приведенной ниже схеме видно, на какие факторы влияет этика бизнеса в организации работы, как отдельной личности, так и всей компании. Приведите несколько примеров, как этичность или неэтичность того или иного действия/события сказывается на работе личности или бизнесе.

Тема 3. Корпоративная социальная политика и менеджмент предприятий

1. По материалам периодической печати и сети Интернет рассмотрите программы корпоративной социальной ответственности в американских и европейских компаниях (на примере 3-5 компаний). Сделайте вывод о сходствах и различиях в целях и результатах рассмотренных программ.

2. В странах Европейского Союза доминируют четыре основные модели корпоративной социальной ответственности: скандинавская (Дания, Швеция, Финляндия), южноевропейская (Италия, Испания, Греция, Португалия), континентальная или бисмарковская (Германия) и англосаксонская или модель Бевериджа (Великобритания, Ирландия). Найдите основные черты каждой из названных моделей и сделайте вывод об их сходствах и различиях

3. На примере конкретной компании охарактеризуйте психологические законы и механизмы, лежащие в основе организационного поведения людей, и, исходя из этих законов, сформулируйте общие правила и табу корпоративной культуры. Рассмотрите такие элементы организационного управления как принципы подбора команды; правила и нормы фирменного стиля в одежде, дизайне, оформлении рабочих мест; правила конфиденциальности информации; принципы иерархии и доступности руководства для сотрудников; принципы распределения ресурсов между подразделениями и др.

4. Милтон Фридман утверждает: «В настоящее время лишь немногие тенденции в бизнес-среде могут принести столь сильный ущерб деятельности компании, как реализация стратегии социальной ответственности в ущерб интересам акционеров». Дайте два аргумента «за» и два аргумента «против» такой позиции.

5. Укажите три конкретных направления в реализации социально ответственного поведения современных компаний (так называемые «триединый итог», или «тройная линия ответственности»). Приведите примеры возможных мероприятий, которые проводят социально-ответственные компании по каждому из направлений

Тема 4. Инструменты и направления корпоративной социальной политики

1. Мировой опыт показывает, что бизнес проходит несколько стадий позиционирования в обществе. Таких стадий как минимум, три:

1) Стадия первоначального накопления капитала: «войны всех против всех», в которой побеждают сильнейшие фирмы, когда главными задачами являются удержание и расширение уже захваченного, когда победители претендуют (по праву сильнейшего) на распоряжение ресурсами, управление более слабыми, на льготы, преференции и уважение общества. Но люди-то наблюдали, какими способами и методами они достигали своих побед. И поэтому общество не проявляет к ним уважения и любви так ожидаемых и желаемых бизнесом.

2) Стадия самооправдания бизнеса перед обществом: в глазах государства, граждан. Собственникам необходимо, чтобы их признали, считались с их правами, уважали, поэтому на этой стадии развиваются спонсорство, патронаж, благотворительность, предпринимаются попытки разъяснения целей бизнеса, перспектив его развития. Но раздача денег не ведет к однозначному улучшению общественного мнения, имиджа и репутации, а скорее способствует нецелевому расходованию средств, снижению капитализации, недовольству акционеров, инвесторов и т.п. Вызывает понимание, что дело бизнеса не благотворительность, а системные социальные инвестиции.

3) Стадия социального партнерства, когда бизнес переходит от самооправдания к развитию конструктивных социальных связей со всеми участниками социальной среды. Как Вы думаете, на какой стадии позиционирования в обществе находится российский бизнес? Приведите примеры из практики деятельности бизнеса Новгородской области, подтверждающие сделанные выводы.

2. В результате проверок, проведенных органами прокуратуры, было выявлено, что во многих компаниях коллективные договоры либо не заключались из-за отказа работодателей их заключать, либо носили формальный характер, не затрагивая специфики труда работников. Кроме того, в коллективном договоре предусматривалась возможность работодателя направлять работников в длительные отпуска без сохранения заработной платы на период приостановки работы из-за отсутствия сырья или временного затоваривания продукцией. Обязан ли работодатель заключать коллективный договор? В чем особенности коллективно-договорных условий и каково их соотношение с нормами о труде? Законно ли включение в коллективный договор указанного условия?

3. Проанализируйте, какие национальные стандарты являются основой разработки стандартов корпоративной социальной ответственности? Какова логическая взаимосвязь международных стандартов ISO 9004:2009 и ISO 26000:2010?

4. Ознакомьтесь с действующими стандартами в области социальной ответственности и выберите любые два документа для сравнительного анализа. Сопоставьте изложенные в них любые 5 требований социальной ответственности. Укажите противоречия, неполноту, разнотолки и т.п. Результаты сравнительного анализа представьте в табличной форме. На основе выявленных отклонений дайте предложения по развитию отношений КСО, такие, чтобы устранить разнотолки анализируемых стандартов.

5. Распределите приведенные ниже ситуации по уровням корпоративной социальной ответственности: а) В Калининградской области проводился конкурс социальных и культурных проектов ООО «Лукойл-калининградморнефть». Конкурс социальных и культурных проектов организуется ООО «Лукойлкалининградморнефть» и некоммерческой благотворительной организацией «Благотворительный фонд «Лукойл» с целью поддержки инициатив общественных организаций и населения в решении актуальных социальных проблем; б) Организация «Успех» передала безвозмездно хоккейному клубу автобусы. За это на свитерах хоккеистов решением руководства клуба был размещен фирменный логотип данной организации; в) ОАО «Нойзидлер Сыктывкар» заключает с сотрудниками соглашения о долевом участии в строительстве жилых домов. Компания полностью покрывает затраты на подготовительные работы. Возведение жилого дома происходит за счет предприятия, работник впоследствии возмещает расходы из своих доходов; г) работнику ОАО «Акрон» выделена путевка на лечение в санаторий Сочи. При этом 70% ее стоимости оплачивается компанией, а остальные 30% самим работником; д) заработная плата всех работников компании «Ветер

перемен» находится в определенной зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы. «Ветер перемен» своевременно оплачивает налоги, также делает отчисления в негосударственные социальные фонды по своей инициативе. Администрация данной компании ставит целью выход на новые рынки, улучшение качественных характеристик посредством материального стимулирования работников и расширение рабочего штата в ближайшей перспективе. Сотрудники компании очень дорожат своими рабочими местами при таких условиях работы.

Тема 5. Макрорегуляторы социального развития предприятий

1. Какой вклад обеспечивает реализация программ социальной ответственности бизнеса в процесс устойчивого развития современного общества? Как вы считаете, должен ли быть современный бизнес социально ответственным?

2. Какие факторы определяют актуальность внедрения программ корпоративной социальной ответственности в практику? Кто может выступать в роли заинтересованных сторон в реализации программ социальной ответственности?

3. Позволяют ли программы корпоративной социальной ответственности гармонизировать взаимоотношения, между бизнесом и обществом, властью? Каким образом?

4. В каких случаях программы социальной ответственности могут восприниматься обществом «негативно»? В чем возможные причины?

5. Сеть ресторанов быстрого питания McDonalds перешла на упаковочные материалы из небеленой бумаги вторичного производства и тем самым на 30% снизила объем своих твердых отходов. Какая из составляющих корпоративной социальной ответственности бизнеса реализуется в вышеописанном примере наиболее ярко?

Тема 6. Оценка эффективности корпоративной социальной политики

1. Среди показателей, используемых при оценке ответственности современных компаний перед обществом, важное место занимает такая группа показателей, как «Отчисления для государства и помощь обществу». Какие конкретно платежи компаний Вы отнесете в состав «отчисления для государства» (они носят, как правило, обязательный характер), а какие в состав «помощь обществу»? Ответ представьте либо в общетеоретическом аспекте, либо на примере конкретной организации (более предпочтительно).

2. Покажите пример проявления корпоративной социальной ответственности конкретной компании, в виде проведенного ею мероприятия. Выполните расчет полученных эффектов и потерь заинтересованными группами, оцените общую эффективность корпоративной социальной политики компании для анализируемого мероприятия и предложите пути ее повышения.

Методические указания к решению: В работе дайте краткое описание проведенного компанией социального мероприятия объемом 1-2 страницы. Самостоятельно разработайте примерные исходные данные для аналитических оценок. На их основе рассчитайте эффекты и потери заинтересованных групп. Результаты оценок отразите в таблице.

Сделайте выводы о проигравших и победителях. Оцените общую эффективность анализируемого мероприятия и дайте рекомендации, как ее повысить в результате совершенствования социальной политики компании.

3. Проанализируйте общий уровень влияния заинтересованных сторон на конкретную компанию (на примере Новгородской области). Выделите уровень взаимной ответственности компании перед заинтересованными сторонами и заинтересованных сторон перед компанией. При анализе можно руководствоваться следующим планом: 1) Определение ключевых заинтересованных сторон; 2) Влияние компании на заинтересованные стороны и обратное влияние стейкхолдеров на компанию; 3) Характеристика уровня взаимной ответственности

компании перед заинтересованными сторонами и заинтересованных сторон перед компанией;

4) Характеристика уровня социальной ответственности и стимулов повышения корпоративной социальной ответственности;

5) Эффективность взаимодействия компании с каждой группой заинтересованных лиц.

4. Выберите социально ответственную российскую компанию. Обоснуйте приоритетные направления ее социальной политики: какие преимущества получает компания от участия в социальных инициативах, существует ли взаимосвязь финансовых и нефинансовых показателей, какая? Выделите неприоритетные (второстепенные) направления политики. Обоснуйте их в зависимости от социально-культурного, социально-экономического, демографического и прочего положения в регионе.

5. Попробуйте представить себя в роли эксперта. Возьмите за основу крупную компанию, уже имеющую опыт составления нефинансовых отчетов. Подготовьте первоначальные рекомендации к составлению стандартизированного отчета на сегодняшний день, на основе предложенных к изучению стандартов. Необходимо учесть: предыдущий опыт, социально-экономическое положение в регионе, приоритетные направления социальной политики

Критерии оценки выполнения заданий:

0 баллов – задание не выполнено;

3 балла – задание выполнено частично, допущен ряд грубых ошибок;

4 балла – задание выполнено полно, допущен ряд неточностей;

5 баллов – задание выполнено правильно и в полном объеме.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СЕРВИСА И ОТРАСЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра экономики и организации производства

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Что включает в себя понятие «социальная ответственность бизнеса» или «корпоративная социальная ответственность»?
2. Что такое этика бизнеса?
3. Что включает в себя корпоративная социальная политика?
4. Какие виды этики бизнеса выделяет А.Кэррол?
5. Каким образом в условиях современной рыночной экономики регулируются отношения между государством и бизнесом?
6. В чем состоит концепция корпоративного эгоизма М.Фридмана?
7. Что такое «корпоративный альтруизм»?
8. Сформулируйте концепцию «тройной нижней грани» Д.Элкингтона?
9. Определите основные группы стейкхолдеров корпорации и их интересы в формулировании приоритетов социальной политики компании
10. Какой вклад вносит в глобальное неравенство корпоративная социальная политика?
11. В чем состоят особенности концепции корпоративного гражданства?
12. Какими общими с другими странами и особенными чертами отличалась промышленная революция в России в 19 веке?
13. Какие экономические факторы обусловили формирование социальной инфраструктуры в первые советские годы?
14. Как развивался советский «соцкультбыт»?
15. В каком направлении развивалась социальная инфраструктура предприятий в постсоветский период?
16. Какие регуляторы национального законодательства влияют на рост или снижение корпоративной благотворительности?
17. Какие преимущества социальная политика предприятия дает для управления человеческими ресурсами?
18. В чем состоят основные черты концепции человеческого капитала Г.Беккера?
19. Каковы преимущества инвестиций в нематериальные активы предприятия?
20. Определите значение лояльности работников для экономической эффективности предприятия?
21. Основные черты внутренней социальной политики предприятий
22. В чем состоят особенности политики доходов предприятий?
23. Социальный пакет, типы социальных пакетов
24. В чем суть концепции устойчивого развития на предприятии в регионе?
25. Как концепция устойчивого развития влияет на развитие социальной политики предприятий?
26. Индексы устойчивого социального развития, этические индексы

27. Влияние международных организаций гражданского общества на этическое предпринимательство, социальную политику предприятий
28. Международные инициативы, направленные на развитие корпоративной социальной политики
29. Стандарты социальной ответственности в Европейском сообществе
30. Социальная корпоративная отчетность, значение и требования к отчетности политики
31. Какие способы оценки эффективности социальной политики предприятия существуют?
32. Какие критерии эффективности социальной политики на предприятии существуют?
33. В чем состоят различия между социальными и экономическими эффектами реализации социальных программ?
34. Виды оценки социальных программ
35. Для чего нужна оценка социальной политики предприятия?
36. Кто формулирует запрос на оценку корпоративной социальной политики и как используются результаты оценки?

Критерии оценки:

- балл 61-100 (зачтено) выставляется обучающемуся, если он показал всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений;

- балл 0-60 (незачтено) выставляется обучающемуся, если он не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.