

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания

по выполнению практических работ
по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»
для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Управление бизнесом»

Ставрополь, 2026

Методические указания представляют собой составную часть учебно-методического комплекса курса «Корпоративная социальная ответственность», разработанного в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Предлагаемые задания для практической работы, позволяют студентам выработать индивидуально обоснованную совокупность методов, способов, найти свой стиль или усовершенствовать его, чтобы, изучив определенный материал, иметь время оценить его значимость, пригодность и возможности его применения, чтобы, в конечном счете, обеспечить себе успешность в будущей профессиональной деятельности.

Составители: канд.экон.наук, доцент Харченко Н.П.

Рецензент: канд.экон.наук, доцент Шацкая Е.Ю.

Содержание

Введение

Практическое занятие 1. Корпоративная культура организации. Анализ состояния корпоративной культуры организации

Практическое занятие 2. Корпоративная социальная ответственность (КСО): сущность, принципы, преимущества. Совершенствование корпоративной культуры в организации

Практическое занятие 3. Концепция, стандарты корпоративной социальной ответственности. Факторы формирования лояльности персонала

Практическое занятие 4. Подходы и аргументы социальной ответственности бизнеса. Формирование лояльности персонала компании через реализацию программы социальной ответственности предприятия

Практическое занятие 5. Корпоративная социальная ответственность как способ достижения устойчивого развития. Направления внутренней и внешней корпоративной социальной политики

Практическое занятие 6. Взаимосвязь сферы социальной ответственности и морально-этических аспектов ответственности, проблемы КСО в России. Совершенствование внутренней и внешней корпоративной социальной политики

Практическое занятие 7. Эволюционирование, моделирование и обучение социальной ответственности коммерческих организаций. Социальная ответственность предприятий в восприятии сотрудников

Практическое занятие 8. Корпоративная социальная ответственность как способ формирования имиджа современной компании. Укрепление социальной ответственности предприятий в восприятии сотрудников

Практическое занятие 9. Проблемы, критерии и уровни социальной ответственности бизнеса. Использование корпоративной социальной ответственности для формирования имиджа организации

Практическое занятие 10. Реализация социальной ответственности бизнеса.

Социальные проекты как средство формирования имиджа организации

Практическое занятие 11. Межсекторальное взаимодействие как фактор социально-экономического развития. Формирование социальных приоритетов организации

Практическое занятие 12. Бизнес и общество в системе социального партнерства. Создание благотворительных фондов для развития социальной ответственности в организации

Практическое занятие 13. Внедрение корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии компаний. Практическая реализация принципов социальной ответственности российскими компаниями. Принципы социальной ответственности компании

Практическое занятие 14. Нефинансовая отчетность. Практическая реализация принципов социальной ответственности российскими компаниями. Программа социальной ответственности компании

Практическое занятие 15. Основные стандарты и инициативы в сфере КСО. Особенности корпоративной социальной ответственности иностранной компании

Практическое занятие 16. Социальная ответственность и трудовые отношения в организациях. Совершенствование корпоративной социальной политики: развитие корпоративного социального страхования

Практическая подготовка №1. Социальная ответственность и социальная защита занятого населения. Место КСО в стратегии бизнеса

Практическая подготовка №2. Зарубежные концепции КСО. Место КСО в стратегии государства

Список рекомендуемой литературы

Введение

Методические указания для практических работ разработаны на основе программы курса «Корпоративная социальная ответственность», предназначенного для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Цель освоения дисциплины – формирование общекультурных компетенций по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Место дисциплины в структуре ОП. Дисциплина включена в обязательную часть ОП бакалавриата.

Изучение дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» базируется на системе знаний, умений, полученные в ходе освоения дисциплин ОП 38.03.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» является базовой для изучения всех дисциплин профессионального цикла, а также для продуктивного проведения учебной и научно-исследовательской практики, написания дипломного проекта.

Содержание дисциплины связано с содержанием дисциплин «Введение в специальность», «Экономическая теория».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурных компетенций:

- способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия (ОПК-3).

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности.

Практическое занятие 1

Корпоративная культура организации.

Анализ состояния корпоративной культуры организации

Цель: обсудить и закрепить основы корпоративной культуры организации.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание что корпоративная культура;

умение определять, какие элементы относятся к корпоративной культуре и как их использовать для развития компании;

понимание порядка ее организации в компаниях.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать основы корпоративной культуры организации.

Теоретическое обоснование:

«Выбирая для холдинга название «Русский Монолит», руководители хотели, чтобы оно передавало видение строительно-девелоперского бизнеса, как созидания прочности, устойчивости и надежности в современном динамичном мире», – говорится на официальном сайте компании.

Миссия компании – постоянно улучшать условия жизни людей, предоставляя им услуги по строительству жилых и производственных зданий и сооружений любого уровня сложности с максимально высоким качеством и минимальные сроки.

Цели компании:

вывод строительного бизнеса России на новый уровень, основанный на современных технологиях и соответствующий мировым стандартам качества; укрепление доверия к российскому строительному бизнесу как к наиболее перспективному сектору российской экономики.

Принципы компании:

максимально интегрированная структура предоставления услуг («все в одних руках»);

ориентация на высшие мировые стандарты качества;

максимальное использование новейших технологий и достижений науки;

построение долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами и партнерами;

забота о поддержании безупречной деловой репутации компании;

постоянное увеличение ценности наших брендов и рентабельности бизнеса;

последовательное повышение профессионализма сотрудников.

Деятельность организации «Русский Монолит» сконцентрирована на следующих основных стратегических направлениях:

- эффективное развитие направлений бизнеса;
- концентрация на современных инновационных технологиях;
- активный поиск инвестиций, обеспечение наивысшей эффективности их использования, прибыльности и возвратности в минимально возможные сроки;
- укрепление позиций и расширение российского и международного рынка продукции и услуг;
- активизация региональной политики.

Безусловно, одним из важнейших условий достижения поставленных целей является формирование сильной корпоративной культуры и здорового корпоративного климата в коллективе.

Анализ корпоративной культуры начнем с того, что компания четко определила свою миссию, цели, задачи, принципы. Другими словами, определены функции, которые организация призвана выполнять в обществе.

Они нигде не закреплены, кроме как на официальном сайте компании. Опрос показал, что работники в основном не осведомлены о них. Приблизительную трактовку знают руководители отделов, а остальные работники – нет. Факт их существования – большой плюс, а то, что о них знают немногие, – это огромный минус.

Был определен для руководителя авторитарный стиль. Работники отметили, что моральный настрой в коллективе такого руководителя мало беспокоит.

По общим результатам для руководства данной организации характерно:

- преимущественное использование командных методов управления;
- централизация полномочий;
- чрезмерная требовательность к подчиненным, которая ограничивает их инициативу и самостоятельность;
- малая гласность;
- жесткий контроль.

Эти характеристики авторитарного стиля позволяют выявить следующие отрицательные аспекты:

1. отсутствие возможности проявить инициативу;
2. в коллективе наблюдается социальная напряженность из-за отсутствия ясного представления о состоянии дел в организации;
3. низкая мотивация к труду у работников;
4. повышенная текучесть кадров.

Положительные показатели:

преобладает бодрое и жизнерадостное настроение;
преобладают доброжелательность во взаимоотношениях, взаимные симпатии;
коллектив активен, полон энергии;
у членов коллектива проявляется чувство гордости за свой коллектив, если его отмечают руководители.

Отрицательные показатели:

группировки конфликтуют между собой;
успехи и неудачи членов коллектива оставляют равнодушными остальных, а иногда вызывают зависть и злорадство.

Групповая сплоченность – чрезвычайно важный параметр, показывающий степень интеграции группы, ее сплоченность в единое целое.

Исследования показали уровень групповой сплоченности равный 5 баллам, что является ниже среднего. Уровень групповой сплоченности ниже среднего. А это очень важный показатель. Чем больше сплочен коллектив, тем эффективней работает организация.

Внутриколлективная сплоченность представляет собой единство трудового поведения членов коллектива, основанной на общности интересов, ценностей и норм поведения. Это интегральная характеристика коллектива. Составными элементами, которые выступают сработанность членов коллектива, их ответственность и обязанность друг перед другом, согласованность действий и взаимопомощь в процессе труда.

Задание

1. Проанализировать состояние корпоративной культуры ООО «Ремонтно-эксплуатационное управление «Русский Монолит» и сделать выводы по результатам анализа.
2. Составьте план конспекта, выполненного Вами по лекционной теме 1 «Корпоративная культура».
3. На основе изучения учебной и научной литературы проанализировать понятия

«корпоративная культура» и «организационная культура», результаты занести в таблицу.

Корпоративная культура	Организационная культура

4. Дайте собственную оценку уровню сформированности корпоративной культуры Вашего образовательного учреждения. Каковы источники такой культуры?

5. В чем состоят сильные и слабые стороны корпоративной культуры Вашего образовательного учреждения?

6. Можно ли считать, что организационная культура Вашего образовательного учреждения представляет основное конкурентное преимущество среди других образовательных учреждений страны? Аргументируйте свою позицию.

7*. Приведите несколько примеров зарубежных и российских организаций с сильной корпоративной культурой. Обоснуйте своё мнение.

Вопросы:

1. Что такое корпоративная культура организации?
2. Что включает в себя корпоративная культура организации?
3. Что из себя представляют миссия, цели, задачи, принципы организации.
4. Что влияет на корпоративную культуру организации.

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 2

Корпоративная социальная ответственность (КСО): сущность, принципы, преимущества.

Совершенствование корпоративной культуры в организации

Цель: обсудить и закрепить способы совершенствования корпоративной культуры организации.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание как формируется и совершенствуется корпоративная культура организации;

умение определять, как будет развиваться корпоративная культура при внесении изменений;

понимание необходимости развивать корпоративную культуру организаций.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как совершенствовать корпоративную культуру.

Теоретическое обоснование:

На основе проведенного анализа корпоративной культуры ООО «Ремонтно-эксплуатационное управление «Русский Монолит», можно предложить ряд рекомендаций по совершенствованию культуры компании.

В данном случае нет необходимости проводить изменения глубинного устройства организации, так как уже четко сформирована миссия и стратегия деятельности корпорации, также выработана оптимальная организационная структура компании. Но все же, некоторые вопросы остаются открытыми.

Очевидно, что даже преуспевающие компании с сильной корпоративной культурой нуждаются в постоянном поддержании и развитии своих культурных ценностей, так как факторы внешней среды, отбор и прием новых сотрудников, высвобождение сотрудников, выход на новые отраслевые и особенно национальные рынки, изменение статуса – все это способствует изменению корпоративной культуры.

Необходимо размещение стендов с декларацией миссии, целей, принципов по офисам компании.

Стиль управления – один из важнейших компонентов управления, а также теории корпоративной культуры. На основе исследований был выявлен очень жесткий стиль управления. Для повышения эффективности деятельности организации необходим пересмотр стиля управления на более демократичный. Руководитель должен стать лидером-вдохновителем.

Меры для улучшения стиля руководства:

1. необходимо введение совещаний генерального директора с руководителями отделов, где будут оглашаться краткосрочные и долгосрочные цели организации, положение дел в организации и т.д.;
2. делегирование полномочий.

Меры для улучшения социально-психологического климата:

1. руководителю необходимо общаться со своими подчиненными (выход в народ), интересоваться рабочей ситуацией;
2. введение награды – «Лучший работник года», объявление благодарностей работникам, принесшим выгоду организации;
3. улучшение процесса адаптации новых сотрудников:
 - показ вводной презентации о компании: история создания, цель, миссия, принципы, традиции, нормы поведения.
 - ознакомительная экскурсия по строящимся объектам.

Это принесет следующие положительные изменения.

1. Делегирование полномочий создаст обстановку, при которой работники почувствуют большую ответственность за выполнение работы, увеличение приверженности к работе.
2. Улучшение социально-психологического климата, рост производительности труда.
3. Снижение текучести кадров, отсюда, уменьшение затрат на поиск и адаптацию новых сотрудников. Рабочий процесс станет более стабильным.

При изменении корпоративной культуры очень важно соблюдать постепенность и поэтапность нововведений, кроме того, не менее важно, чтобы элементы новой культуры не вступали в явное противоречие с существующей системой ценностей компании. Нужно, чтобы новую культуру принимали и поддерживали все высшие руководители. Только в этом случае совершенствование корпоративной культуры в дальнейшем будет способствовать процветанию

компании.

Также важно указать, что при разработке и внедрении комплекса мероприятий, направленных на совершенствование корпоративной культуры необходимо принять во внимание следующие обстоятельства:

- подобный объем работы может быть качественно проведен только с привлечением консультантов по процессу (нужен «свежий взгляд», эти люди не находятся внутри самой корпорации и при этом не связаны формальными и неформальными производственными обязательствами перед работниками корпорации);
- привлечение только специалистов самой организации для выполнения данной работы в принципе не позволяет надеяться на достижение желаемого конечного результата (это люди системы, они уже работают в заданном режиме, существует определенная субординация и т.п.). Так, например, в практике западных организаций используется мониторинг корпоративной культуры, который называется «Engagement». Дословно переводится на русский язык как: дело, занятие, обязательство, помолвка, зацепление, включение. Он проводится консалтинговой компанией с помощью различных тестов и опросников.

Задание

Задание 1. Изучить предлагаемые методы совершенствования корпоративной культуры организации ООО «Ремонтно-эксплуатационное управление «Русский Монолит» и дополнить.

Задание 2. 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).

Задание 3. Проведите круглый стол и выполните следующие установки: создать уникальный внутренний продукт (УВП) Вашей организации; разработать креативного корпоративного героя организации, используя таблицу.

Задача	Содержание
Назначение корпоративного персонажа	Снижение психологической напряженности пользователей интернет-портала; формирование позитивного образа фирмы; помощь в ориентировании на сайте компании
Основные характеристики персонажа	Привлекательная внешность; удобная для анимации механика; яркий и неординарный характер
Поиск образа персонажа	Предложить эскизы, наброски
Поиск основной «изюминки» в образе персонажа, отличающей его от многих других существующих героев	Например, необычный элемент одежды, прически, аксессуары и др.

Формирование эмоционального образа героя, определение его характера, личных качеств	Описать основные черты
Разработка характерных поз и жестов, присущих персонажу, в соответствии с особенностями его характера	Дать характеристику
Разработка эмоций персонажа	Установить границы эмоционального образа
Поиск возможных аксессуаров, элементов одежды и причёски персонажа	Внешний вид корпоративного героя может меняться, например в соответствии с праздниками (Новый год, День защитника Отечества, День победы и т.д.)

Вопросы:

1. Какое значение для развития организации имеют миссии, цели, принципы?
2. Какие меры для улучшения стиля руководства можете предположить?
3. При помощи каких методов можно улучшить социально-психологический климат?
4. Какие принципы необходимо соблюдать при изменении корпоративной культуры?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 3

Концепция, стандарты корпоративной социальной ответственности.

Факторы формирования лояльности персонала

Цель: обсудить и закрепить теоретический материал относительно факторов формирования лояльности персонала.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание основных факторов формирования лояльности персонала;

умение давать указания относительно повышения лояльности персонала к руководству компании;

понимание способов повышения лояльности персонала.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как определять и прорабатывать организациям факторы формирования лояльности персонала.

Теоретическое обоснование:

Анализируя опыт успешных кадровых стратегий на предприятиях — лидерах рынка, исследователи традиционно выделяют три основных фактора формирования лояльности:

- 1) материальное стимулирование (при условии, что сотрудники видят, как именно личный вклад в работу компании влияет на величину полученной премии),
- 2) принцип обратной связи, когда сотрудники разного уровня получают возможность донести до руководства своё мнение об эффективности менеджмента и общей политике организации, а также выдвинуть собственные предложения по улучшению ситуации,
- 3) нематериальное стимулирование, в рамках которого обеспечиваются социальные пакеты, проводятся тренинги, обучающие программы, организуются корпоративные праздники, не остаются без внимания индивидуальные заслуги сотрудников, а при вознаграждении учитываются их личные потребности. Всё это создаёт у работника ощущение собственной значимости для компании, способствует не только благоприятному отношению к ней, но и стремлению оправдать её доверие.

Следовательно, залогом успеха при формировании лояльности является удачный синтез схем материального и нематериального поощрения с одновременным развитием обратной связи. В ситуации равноценности материального вознаграждения, на первый план в борьбе за квалифицированные кадры, естественно, выходят нематериальные факторы стимуляции: в первую очередь, социальная защищённость и участие в значимой миссии, которую взяла на себя компания.

Ни одно предприятие не существует в вакууме: своей деятельностью оно в той или иной степени влияет на внешнюю среду и само подвергается влиянию. Это постоянное взаимодействие может иметь различный характер и масштаб. Так, есть обязательный минимум требований, предъявляемых государством каждому предприятию. Например, компания, осуществляющая свою деятельность в рамках закона, является налогоплательщиком. Это первый и основной путь реализации социальной ответственности компаний. Улучшение социальной ситуации в стране, рост благосостояния населения во многом зависит от успеха ведущих компаний страны на международном рынке.

В то же время есть компании, заинтересованные в более тесном сотрудничестве с обществом, в котором функционируют – они не ограничиваются обязательным минимумом и разрабатывают собственную политику социального партнёрства, программу инвестирования в социальную сферу. Вкладывая в развитие общества, они создают благоприятную среду и для собственной деятельности, так же, как жители дома улучшают собственные условия, благоустроявая свой двор.

Однако реализовать подобную программу можно, лишь преуспевая. Этот принцип лёг в основу официальной позиции компании «Балтика»:

«Главное условие социальной ответственности компании «Балтика» - эффективный и конкурентоспособный бизнес».

И здесь мы можем обнаружить интересную взаимосвязь. Предприятие должно постоянно развиваться, чтобы создавать новые рабочие места в своей и смежных отраслях, оно должно производить конкурентоспособный товар и правильно позиционировать его на рынке. Всё это требует работы хорошо организованного коллектива квалифицированных сотрудников, способных, а главное, – желающих развивать компанию. Таким образом, мы получаем циклическую модель взаимосвязи работника, компании и общества:



Лояльный сотрудник вкладывает усилия в развитие компании, успешная компания не только обеспечивает достойное материальное вознаграждение для своих сотрудников, но и вносит вклад в развитие общества, а сильное общество в итоге создаёт более комфортные условия, как для отдельных индивидов, так и для компаний.

В результате становится очевидна заинтересованность персонала не только во внутрикорпоративной социально-ориентированной политике, но и в осуществлении более масштабных программ социальной ответственности.

Реализовывать программы социальной ответственности предприятие может на разных уровнях:

- Внутренний уровень – программы, проводимые компанией в отношении собственных сотрудников.
- Внешний локальный уровень – программы, влияющие на развитие отдельных городов или регионов.

Обращаясь к реальному примеру, следует заметить, что ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» реализует свою программу социальной ответственности на обоих уровнях. Сообщения пресс-службы компании содержат подробную информацию о многочисленных социально значимых мероприятиях, проведённых компанией за последние несколько лет.

Задание

1. Рассмотреть три основных фактора формирования лояльности и уровни их реализации. Предложить дополнительные факторы формирования лояльности персонала, а также партнеров и клиентов организации.

Вопросы:

1. Охарактеризуйте факторы формирования лояльности персонала.
2. Опишите условия социальной ответственности в современном обществе.
3. Назовите и охарактеризуйте уровни реализации программ социальной ответственности.

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 4

Подходы и аргументы социальной ответственности бизнеса.

Формирование лояльности персонала компании через реализацию программы социальной ответственности предприятия

Цель: обсудить и закрепить материал относительно формирования лояльности персонала через внедрение программ социальной ответственности.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание способов формирования лояльности персонала;

умение давать указания относительно повышения лояльности персонала к руководству компании при внедрении социальных программ;

понимание необходимости и возможностей повышения лояльности персонала путем внедрения программ социальной ответственности.

Занятие проводится в интерактивной форме: круглый стол (полемика, диспут, дебаты).

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как определять и прорабатывать организациям лояльность персонала к компании и ее руководству через внедрение социальной ответственности.

Теоретическое обоснование:

На внутреннем уровне компания «Балтика» использует программу, сочетающую как материальные, так и нематериальные средства мотивации персонала. При этом средняя заработная плата сотрудников компании в 1,5-2 раза превышает среднюю зарплату по региону. Кроме того, компания осуществляет материальную помощь сотрудникам по случаю: свадьбы, декретного отпуска, рождения ребёнка, 50-летия, выхода на пенсию, смерти близких родственников, форс-мажорных ситуаций. То есть организация помогает сотруднику в моменты, важные для него и его семьи. Ниже ещё будет отдельно упомянут новый, активно используемый многими российскими компаниями принцип так называемых «семейных» PR-мероприятий.

Рассмотрев социальный пакет, предоставляемый работникам компании «Балтика», сразу же замечаем, что особое внимание здесь уделено решению вопроса о личном и семейном оздоровительном отдыхе. Корпоративная база отдыха и детский оздоровительный лагерь в курортном районе Санкт-Петербурга, спортивно-оздоровительные комплексы на заводах (с бассейнами и тренажерными залами), оплата путевок в летние лагеря для детей сотрудников. Кроме того, пакет включает в себя традиционно востребованные блага, такие как:

- добровольное медицинское страхование (включая стоматологические услуги и возможность застраховать своих родственников по корпоративным ценам)
- страхование жизни, страхование от несчастного случая;
- компенсация на питание;
- дополнительные выплаты по больничным листам;
- дополнительные выплаты по командировочным расходам;

- выплаты при переводе работника на работу в другую местность;
- страхование имущества по льготным ценам;
- проведение корпоративных командных турниров по игровым видам спорта;
- корпоративные праздники;
- новогодние подарки для сотрудников и их детей;
- бесплатная безалкогольная продукция для питьевого режима на территории Компании;
- наличие оснащенных медицинских кабинетов.

Отдельного упоминания в связи с формированием лояльности персонала заслуживает достаточно новый для России, но уже активно используемый многими российскими компаниями принцип так называемых «семейных» PR-мероприятий, влияние которого прослеживается и в социально-ориентированной внутренней политике компании «Балтика». По данным опроса, проведенного «Левада-центром» в мае 2016 г., 44 % россиян считают самым важным в жизни создать семью и родить детей, в то время как карьеру и хорошую работу во главу угла ставят только 39 % опрошенных. Роль семьи возросла и в принятии решений относительно карьеры, поэтому с точки зрения специалистов в области PR члены семей сотрудников воспринимаются как один из видов внешней общественности наряду с клиентами компании, органами власти и СМИ. Тот климат, те настроения, которые царят дома в отношении фирмы, где работает один из членов семьи, во многом определяют, насколько сам работник лоялен в отношении этой компании.

Чтобы сотрудник, проводящий много времени на работе, не испытывал чувство вины перед близкими, работодатель посредством корпоративных программ должен демонстрировать заботу о семье, а семьям давать понять, что их терпение ценится. Таким образом, «семейный» PR приносит двойной результат: во-первых, повышает лояльность сотрудника, а во-вторых, расширяет круг приверженцев компании, помогает создать позитивный имидж предприятия на рынке, в том числе на рынке труда. На сегодняшний день в России повышенное внимание к семьям сотрудников чаще оказывается фирмами, где ставка заработной платы ниже среднерыночной. В этом смысле, компания «Балтика» – позитивный пример разумного сочетания элементов «семейного» PR с достойным уровнем зарплат.

Развитие персонала и создание благоприятной рабочей среды.

Итак, мы обратили внимание на принципы формирования благоприятных условий для сотрудника вне работы. Теперь пришло время обратиться к ключевому вопросу работы с персоналом: как создать эффективную систему адаптации и развития сотрудников на предприятии. Компания «Балтика» использует собственную программу работы с персоналом, которая предусматривает комплекс мероприятий по развитию и продвижению сотрудников, знающих специфику работы и бизнеса (выращивание талантов внутри Компании), планирование карьеры, обучение, ротация персонала в рамках всей разветвленной организационной структуры.

Новый сотрудник сразу же вовлекается в продуманную программу развития и карьерного роста.

1. Специальная программа адаптации.
2. Ротация в рамках одной или нескольких дирекций.
3. Работа под руководством опытного коуча.
4. Формирование индивидуального плана обучения в рамках узкой специализации.
5. Участие в бизнес-проектах отдела, решение реальных бизнес-задач.
6. Промежуточная оценка деятельности.

Таким образом, каждый вновь прибывший работник в компании «Балтика» попадает в условия, максимально способствующие проявлению личной инициативы, реализации профессиональных навыков. В результате сотрудник приобретает и стимулы, и средства для достижения высоких результатов и повышения своего профессионального уровня.

В числе мероприятий компании «Балтика» по развитию персонала предусмотрены программы управленческого обучения в ведущих мировых бизнес-школах, внутренние программы развития бизнес-навыков, тренинги командообразования, участие сотрудников в конкурсах на вакансии в материнских компаниях – Calsberg и Scottish & Newcastle, премирование сотрудников в зависимости от выполнения поставленных целей.

На внешнем уровне программа социальной ответственности пивоваренной компании «Балтика» реализуется за счёт участия в региональных и национальных проектах социального значения. Компании «Балтика» принадлежат 11 пивоваренных заводов в 10 городах России: два в Санкт-Петербурге, Ярославле, Туле, Воронеже, Ростове-на-Дону, Самаре, Челябинске, Красноярске, Хабаровске, идет строительство завода в Новосибирске. Две собственных солодовни в Туле и Ярославле. Всего на предприятиях «Балтики» работает около 12 тыс. сотрудников.

Привлечение молодых сотрудников и работа со студентами.

На постоянной основе в компании реализуется программа «Стажёр», направленная на привлечение студентов 4 курсов и выпускников ВУЗов на стартовые позиции по направлениям: маркетинг, продажи, финансы, логистика, технический отдел. Кроме того, с началом 2018 года был запущен проект «Звёзды Балтики», участие в котором смогут принять студенты 5 курсов, 2 курса магистратуры и выпускники вузов. Будут открыты позиции по направлениям: маркетинг, логистика, управление персоналом, продажи, финансы, производство.

Участники, прошедшие конкурсный отбор, получают индивидуальный план развития, промежуточную оценку деятельности через полгода-год, и по окончании проекта будут оформлены на работу.

На заводе "Балтика – Самара" уже завершился конкурс, по итогам которого лучшие студенты самарских вузов, получившие специальность "Технология бродильных производств" и прошедшие стажировку на заводе, были зачислены в штат компании. Причём критериями конкурсного отбора, по заявлению организаторов, были не только знание оборудования и технологии производства

пива, но и желание работать, настойчивость и энергичность - во многом лояльность зависит от того, насколько компетентно руководство подходит к подбору персонала. Психологи используют понятие «лояльность на уровне способностей», которое подразумевает, что человек обладает соответствующими целям и требованиям организации навыками и умениями, придерживается определенных принципов и поэтому может воспроизводить ожидаемое и требуемое поведение.

С помощью проектов по привлечению молодых специалистов, предприятие, с одной стороны, решает проблему трудоустройства выпускников вузов, столь острую во многих регионах и тем самым, с другой стороны, приобретает новые квалифицированные кадры, с третьей – зарабатывает более высокий статус на рынке труда.

Кроме того, в регионах присутствия финансовую помощь компании получают научные и образовательные учреждения, некоммерческие лечебные учреждения; некоммерческие организации, осуществляющие поддержку социально незащищенных слоев населения, культурные организации. Компания регулярно выступает спонсором акций по защите экологии и благоустройству жилых районов и мест отдыха в городах, где «Балтика» осуществляет свою деятельность. В сотрудничестве с городской и областной администрацией также проводятся музыкальные фестивали, городские праздники, различные конкурсы для горожан.

Такой подход не может не сказаться на лояльности работников различных территориальных подразделений компании: как жители своих городов, сотрудники непосредственно могут ощутить вклад предприятия, где они работают, в улучшение ситуации у себя на «малой Родине», а главное - осознать свой личный вклад в эту помощь. На наш взгляд, подобное положение дел включает в себе мощнейший стимул для формирования лояльности персонала, развития чувства ответственности, приобщения к главным целям компании. Работая в данных условиях, человек удовлетворяет свою потребность в самоуважении, ощущает свою личную значимость и видит насколько востребованы его усилия.

Устойчивое развитие бизнеса позволяет «Балтике» своевременно и в полной мере выплачивать налоги в бюджеты разного уровня, являясь при этом крупнейшим налогоплательщиком в регионах присутствия. В течение трех лет подряд компания удостоивается звания «Лучший налогоплательщик Санкт-Петербурга». Позиция крупного и добросовестного налогоплательщика обеспечивает прочный фундамент для взаимовыгодных отношений между компанией и обществом.

Задание

1. Проанализируйте реализацию программы социальной ответственности компанией «Балтика».

Вопросы:

1. Как на внутреннем уровне компания «Балтика» реализует программу социальной ответственности?

2. Как компания «Балтика» реализует программу развития персонала и создания благоприятной рабочей среды.
3. Как на внешнем уровне компания «Балтика» реализует программу социальной ответственности?
4. Как в компании «Балтика» осуществляется привлечение молодых сотрудников и работа со студентами.

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 5

Корпоративная социальная ответственность как способ достижения устойчивого развития.

Направления внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании

Цель: обсудить и закрепить материал относительно направлений внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание направлений внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании;

умение давать указания относительно повышения уровня внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании;

понимание необходимости и методов развития внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как определять и прорабатывать направления внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании.

Теоретическое обоснование:

Корпоративная социальная ответственность крупных компаний формируется по двум основным направлениям - внутренняя социальная политика и внешняя социальная политика.

Внутренняя корпоративная социальная политика - социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании. Внешняя корпоративная социальная политика - социальная политика, проводимая для местного сообщества на территории деятельности компании или ее отдельных предприятий.

Компания Востокгазпром не является исключением и проводит активную социальную политику по обоим направлениям. Компания каждый год реализует несколько десятков социальных проектов, направленных на разные целевые аудитории. Все же, приоритетным направлением для компании является внутренняя социальная ответственность. Внутренняя корпоративная политика направлена, как правило, как на развитие социального капитала, путем

укрепления связей, в том числе и неформальных, между работниками, а также между руководством компаний и работниками, так и на увеличение человеческого капитала (здоровье, образование) сотрудников.

Основные программы внутренних "инвестиций" ОАО Востокгазпром.

Достойный уровень оплаты труда и социальный пакет. Каждому сотруднику ОАО Востокгазпром гарантированы: заработная плата на уровне рынка нефтегазовой отрасли Западной Сибири с возможностью ежегодного увеличения заработной платы на основе процедуры оценки; доплаты, надбавки; премия по результатам работы (полгода, квартал); единовременная премия.

Помимо достойной заработной платы и различных поощрений, сотрудники компании получают социальный пакет, в который входит: дополнительный отпуск, предусмотренный законодательством; материальное вознаграждение к отпуску; обязательное и добровольное медицинское страхование; индивидуальная "Северная надбавка"; дополнительное пособие по временной нетрудоспособности; дополнительное пособие по беременности и родам; социальные гарантии работникам, временно переселяющимся в п. Мыльджино и п. Средний Васюган.

Условия труда. Каждый работник имеет персональный компьютер с выходом во всемирную сеть Интернет и телефон с междугородней линией для максимально эффективной организации рабочего процесса. Кроме того, внутри компании существует своя телефонная и Интранет-сеть для увеличения скорости и эффекта взаимодействия между всеми сотрудниками организации. В распоряжении специалистов имеются различные носители информации, принтер, ксерокс и другая необходимая для продуктивной работы техника. Работающие вахтовым методом обеспечиваются:

Проживанием в комфортабельных общежитиях. В вахтовых жилых комплексах (ВЖК) работники промысла размещаются в 2-х и 3-х местных отдельных комнатах с санузлами. В каждой комнате установлены телевизоры и DVD-проигрыватели. Также в ВЖК есть столовые, оборудованные спортивные залы, медпункты, зимние сады. Для вахтовиков организована регулярная доставка периодических изданий.

Бесплатным 3-х разовым горячим питанием. Организации питания на промысле уделяется особое внимание. Вахтовики имеют возможность питаться вкусно и разнообразно, для них предусмотрен широкий ассортимент блюд. Питание полностью бесплатно. Компания осуществляет регулярный контроль качества приготовляемых блюд.

Возможностью посещения спортивного зала. Спортивные залы в вахтовых жилых комплексах оснащены современным инвентарем. Вахтовики в свободное время могут заниматься игрой в волейбол, футбол, настольный теннис, бильярд. Также работают тренажерные залы для любителей бодибилдинга. Работники промысла принимают постоянное участие в спартакиадах ОАО "Газпром", ОАО "Востокгазпром", выступая в разных видах спорта. Многие вахтовики во время отдыха посещают спортивный комплекс "Луч" и бассейн, расположенные в Томске. Работники компании имеют возможность посещать спортивный комплекс и пользоваться его услугами бесплатно.

Доступом в Интернет в общежитии. В каждом вахтовом жилом комплексе работают Интернет-кафе. В свободное время вахтовики могут использовать бесплатный скоростной доступ в Интернет для посещения любых информационных ресурсов, обмена почтовыми сообщениями, в целях образования.

Бесплатной доставкой до места работы. Компания уделяет большое внимание вопросам комфортной доставки вахтовиков до места работы и обратно. Из Томска до Чажемто работники промыслов добираются на служебных автобусах, далее - на вертолетах. В общей сложности, путь до места работы занимает около 7-8 часов.

Доступной сотовой связью. На месторождениях действует доступная и качественная сотовая связь, которая позволяет вахтовикам в любой момент связаться по телефону с родными.

Бесплатным медицинским обслуживанием. На месторождениях работают медицинские пункты. Любую помощь вахтовикам готовы оказать квалифицированные медицинские работники. Кроме того, вахтовики проходят непосредственно на месторождениях ежегодный медицинский осмотр. Пакет услуг добровольного медицинского обслуживания, предоставляемый работникам компании, включает возможность получения большого объема диагностической помощи врачей, а также стационарного лечения в самых лучших медицинских учреждениях Томска.

Развитие персонала и повышение профессионально-квалификационного уровня работников Компания стремится к тому, чтобы работа в ОАО "Востокгазпром" приносила удовлетворение, помогала достичь успехов в профессиональном и карьерном росте. Именно поэтому компания культивирует в работе и в корпоративной культуре такие принципы, как открытость в отношениях с коллегами, объективность в оценках, результативность, равные возможности, ответственность, инициативность. Каждый, кто хочет добиться успеха, четко осознает свою роль в развитии бизнеса компании, может рассчитывать на то, что он найдет у руководства поддержку и понимание.

Большое внимание руководство ОАО "Востокгазпром" уделяет профессиональной подготовке и переподготовке кадров. Основная задача в этом направлении - сделать компанию самообучающейся. В это понятие вкладывается не только система постоянно действующей профессиональной переподготовки, но и расширение профессионального кругозора специалистов внутри самой компании. Отдельное направление в области повышения квалификации персонала ОАО "Востокгазпром" - это подготовка мобильного резерва специалистов компании со вторым высшим образованием в области менеджмента.

Конкурсы профмастерства. В восьмой раз на месторождениях ОАО "Томскгазпром" прошел конкурс на звание "Лучший по профессии". В этом году в конкурсе приняли участие более ста представителей как основных, так и вспомогательных профессий газового промысла. Участие в конкурсе - дело добровольное, и поэтому стимул у каждого свой. Для кого-то главное - проверить свой уровень профессиональных знаний и то, как "смотришься" на

фоне коллег. Другого, в первую очередь, привлекает возможность получить в случае победы хорошую премию и повысить разряд. Но, как правило, все эти стимулы работают вместе, помогая специалистам предприятия профессионально расти. Мастерство участников конкурса оценивается по уровню их теоретической подготовки и практических навыков, знанию правил безопасности труда, четкости, скорости и качеству выполнения работ.

Детский отдых. Два раза в год дети сотрудников компаний "Востокгазпром" и "Томскгазпром" получают возможность съездить в незабываемое путешествие. Зимой компания устраивает детям от 7 до 17 лет познавательный отдых, а летом оздоровительный. За девять лет дети посетили такие страны как Греция, Турция, Китай, Финляндия. В тому же они не раз отдыхали на побережье черного моря и в северной столице России.

Очень важное, по мнению организаторов, качество, которое воспитывается в подобных поездках, это чувство команды, причастности к той компании, в которой трудятся родители.

Здоровый образ жизни и участие в корпоративных спартакиадах.

В компании "Востокгазпром" забота о здоровье сотрудников стала одним из направлений социальной политики, которую трудно представить без занятий спортом. Давно замечено: командное или просто совместное занятие спортом, проведение корпоративных спортивных мероприятий помимо физического оздоровления сотрудников, улучшает психологический климат в коллективе, формируется некое сообщество людей, которым интересно вместе и на работе, и вне ее. Спортсмены компании занимались всегда: и после работы, и во время отдыха. Все условия есть и на вахте, и в Томске - в спортивно-оздоровительном комплексе компании. В прошлом типовой спорткомплекс "Луч" с переходом под крыло "Востокгазпрома" обрел вторую жизнь. Сегодня это современный центр, где к услугам сотрудников компании предоставлены специализированные фитнес-аудитории, игровой и тренажерный залы, раздевалки с душевыми, бар здорового питания, детский лабиринт, SPA-салон. Но самым серьезным стимулом к развитию по-настоящему спортивного движения в компании стало участие сотрудников в собственных корпоративных соревнованиях и спартакиадах "Газпрома".

Корпоративные праздники. Корпоративные праздники стали для компании "Востокгазпром" доброй традицией. На таких мероприятиях работники месторождений и сотрудники центрального офиса получают возможность познакомиться и пообщаться в неформальной обстановке. Ежегодно компания организует порядка десяти праздников, среди которых: День работника нефтяной и газовой промышленности, Новый Год, Восьмое марта, День защитника отечества и другие. Особо широко и торжественно компания отмечает производственные юбилеи и запуск новых месторождений.

Основные программы внешних "инвестиций" ОАО Востокгазпром.

Газпром - детям. "Востокгазпром" активно участвовал в реализации на территории Томской области программы "Газпром-детям". Развитие детского творчества, привлечение детей к занятию спортом, помощь детям из детских

домов стало одним из самых важных социальных проектов, подготовленных PR-отделом "Востокгазпром".

В школе Интернате Басандайская жемчужина, где учатся дети с нарушениями опорно-двигательного аппарата, появилась новая современная спортивная площадка площадью в 300 квадратных метров. В то, что "Востокгазпром" решил построить на пустыре новую площадку для реабилитации ребятишек, долгое время не могли поверить ни педагоги, ни родители. На спортивной площадке теперь проходят уроки физкультуры, а юные футболисты готовятся к городским матчам.

Благодаря программе "Газпром-детям" в Парабельском районе был построен настоящий ледовый корт - одно из лучших спортивных сооружений в районах Томской области. Сегодня там тренируются мальчишки, зимой играют в хоккей, а летом корт превращается в стадион. Тем самым удалось отвлечь сотни ребятишек от улицы, приобщить их к занятиям спортом, и вполне возможно, что скоро здесь появятся свои Третьяки, Фетисовы, Касатоновы.

В рамках программы "Газпром-детям" в Каргасокском районе при школе-гимназии №2 построены баскетбольная и волейбольная площадки, современный большой стадион. Школа имеет давние спортивные традиции: в ее стенах были воспитаны мастера и кандидаты спорта, чемпионы и призеры российских и региональных соревнований. Теперь появился стимул для новых спортивных побед.

Совместно с Национальным фондом защиты детей от жестокого обращения Компания провела очередной грантовый конкурс по профилактике социального сиротства на территории Каргасокского и Парабельского районов.

Плавучая поликлиника. Ежегодно из Томска в северную глубинку отправляется плавучая поликлиника. Ее основная цель оказать медицинскую и диагностическую помощь жителям северных поселков, удаленных от "большой земли" на сотни километров. Местные жители недаром назвали плавучую поликлинику "теплоходом надежды", потому что врачи дарят людям заботу, внимание и надежду на крепкое здоровье. Первая плавучая поликлиника ОАО "Востокгазпром" отправилась из Томска на Север в 2000 году.

Программа помощи детям-сиротам и детям из неблагополучных семей. "Востокгазпром" вместе с другими предприятиями "Газпром" является спонсором ежегодных праздничных мероприятий для детей из детских домов и приютов. Среди них можно назвать благотворительную акцию "Крылатые качели" для воспитанников детских домов и приютов Томска и новогоднюю елку для детей-сирот. На каждом из этих мероприятий бывает около 600 малышей.

В рамках партнерства с Администрацией Томской области была разработана благотворительная программа профилактики социального сиротства, помощи детям-сиротам, а также детям из неблагополучных семей, определены механизмы ее реализации, проведены конкурсы социальных проектов. К решению существующих проблем привлечено внимание общественности. Учитывая существующий в мире опыт и методики работы с детьми из неблагополучных семей, Компания поддержала проекты, направленные на обеспечение полноценного и здорового отдыха детей, создание условий для

занятий спортом, развития творческого потенциала, оказания психологической помощи детям, оказавшимся в кризисной ситуации.

Компания поддержала инициативу по созданию и развитию деятельности клуба опекунских семей в Каргасокском районе, который позволил объединить семьи опекунов с целью решения общих проблем во взаимоотношениях между опекунами и детьми.

Сотрудничество с территорией. Месторождения компании расположены на территории Каргасокского и Парабельского районов Томской области. Вот почему компанию и территорию связывают общие интересы, нацеленные на сотрудничество и развитие. "Востокгазпром" помог достроить школу-интернат в с. Каргасок, провести современную отделку помещений и приобрести оборудование. Теперь дети из сельской глубинки учатся и живут в комфортных условиях на протяжении всего учебного года. На открытии школы-интерната его сравнивали с Царскосельским лицеем и прочили ему не менее завидную судьбу. Благодаря поддержке ОАО "Востокгазпром", в Каргаске начался капитальный ремонт детского сада "Березка". Уже к концу года отремонтированный по европейским стандартам детский сад принял более 100 воспитанников. Это уже третий по счету детский сад, в ремонте и обустройстве которого на основе современных технологий строительства и отделки принимает участие компания.

Задание

1. Проанализируйте социальные программы компании "Востокгазпром". Сделайте вывод о позиции компании в обществе.

Вопросы:

1. Охарактеризуйте основные программы внутренней корпоративной социальной политики компании ОАО "Востокгазпром".
2. Охарактеризуйте основные программы внешней корпоративной социальной политики компании ОАО "Востокгазпром".

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 6

Взаимосвязь сферы социальной ответственности и морально-этических аспектов ответственности, проблемы КСО в России.

Совершенствование внутренней и внешней корпоративной социальной политики

Цель: обсудить и закрепить материал относительно совершенствования внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание способов совершенствования внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании;

умение применять способы и методы совершенствования внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании;

понимание методов совершенствования внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании.

Занятие проводится в интерактивной форме: групповое решение задач (мозговой штурм, метод Дельфи, метод развивающей кооперации, метод дневников, с применением затрудняющих условий).

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как совершенствовать внутреннюю и внешнюю корпоративную социальную политику компании.

Теоретическое обоснование:

Компания "Востокгазпром" активно способствует освещению своей социальной ответственности в томских СМИ. PR-специалисты компании постоянно информируют средства массовой информации о социальной деятельности по средствам рассылки пресс-релизов, а также постоянно приглашают представителей СМИ на все социальные мероприятия.

Для получения возможности бесплатного размещения материалов, касающихся социальной ответственности компании, необходимо вовлекать СМИ в проведение совместных социальных проектов на уровне информационных спонсоров. В связи с достаточной популярностью радиостанций, как средства массовой коммуникации на сегодняшний день, и возможностью бесплатного размещения заметок о социальной деятельности компании в новостных блоках, необходимо наладить партнерские взаимоотношения с представителями популярных радиостанций. Необходимо системно рассылать пресс-релизы в редакции таких радиостанций как Радио Сибирь, Эхо Москвы в Томске, Русское радио Томск, Европа плюс Томск, Государственное радио, Авторadio, Милицейская волна, Радио Маяк.

Необходимо выстроить налаженную систему взаимодействия с представителями СМИ, функционирующих в сети Интернет, таких как ИА Риа Новости и ИА Интерфакс-Сибирь, так как Интернет все больше становится популярным средством получения информации.

Анализ социальной активности конкурентов и крупных коммерческих организаций г. Томска для организации совместных социальных проектов, а также анализ социальной политики администрации области для содействия в реализации различного рода программ. Это позволит позиционировать компанию как надежного партнера и предоставит возможность "засветиться" в СМИ.

Разработка модели социального отчета ОАО "Востокгазпром".

По оценкам специалистов, подавляющее большинство граждан ничего не знают о социальных программах российских компаний и считают, что узнать неоткуда. Можно добавить к этому, что большинство из тех, кто осведомлен, не сильно отличает "социальные" буклеты от обыкновенных рекламных объявлений. Это, в свою очередь, одна из причин упорного молчания журналистов. Когда фактически отсутствует возможность объективно проверить представленные бизнесом данные, бесплатно этого делать газеты не будут. А печатать сведения о

своих благотворительных программах на правах рекламы - совсем не то, что может вызвать доверие со стороны общества.

В такой ситуации единственный, пожалуй, возможный вариант для бизнеса - это создание структурированного, полного социального отчета. Только такой документ может серьезно обсуждаться.

Нефинансовый (социальный) отчет - это доступное, достоверное, сбалансированное и связанное описание основных аспектов деятельности компании и результатов достижений, связанных с ценностями, целями, политикой устойчивого развития по вопросам, представляющим наибольший интерес ключевых заинтересованных сторон.

Для компании "Востокгазпром" предлагается разработать модель социального отчета, учитывая указания "Руководства по отчетности в области устойчивого развития". Этот документ разработан "Глобальной инициативой по отчетности" (GRI) для того, чтобы предложить авторитетную и пользующуюся доверием систему отчетности в области устойчивого развития и социальной ответственности, которая может использоваться организациями вне зависимости от их размера, отрасли или расположения. Использовать указания GRI для разработки модели социального отчета компании "Востокгазпром" предложено с целью максимальной приближенности социального отчета к мировым стандартам, принятым в этой области.

Социальный отчет "Востокгазпром" будет базироваться на гармоничном сочетании экономической, экологической и социальной составляющих деятельности компании. Первый параметр отвечает за стабильность экономического положения стейкхолдеров, второй - обращает внимание руководства компании на ее воздействие на живые и неживые природные системы, включая экосистемы, землю, воду и воздух. А социальная составляющая отчета относится к воздействию компании на социальные системы, в рамках которых она функционирует.

Задание

1. Проанализируйте возможности совершенствования внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании "Востокгазпром", предложите свои варианты.

Вопросы:

1. Почему важно размещать материалы о социальной политике компании в СМИ?
2. Какие виды СМИ предпочтительны для размещения материалов о социальной политике компании.
3. Зачем компаниям необходимо составлять социальные отчеты, какие преимущества они дают?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 7

Эволюционирование, моделирование и обучение социальной ответственности коммерческих организаций.

Социальная ответственность предприятий в восприятии сотрудников

Цель: обсудить и закрепить материал относительно социальной ответственности, как политики взаимодействия с персоналом компании.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание способов выявления социальной ответственности сотрудников;

умение внедрять социальную ответственность в корпоративную культуру предприятия;

понимание методов внедрения социальной ответственности в структуру предприятия.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как социальная ответственность воспринимается сотрудниками компании и как улучшить их отношение к социальной политике руководства.

Теоретическое обоснование:

Социальная ответственность предприятий в восприятии сотрудников КФ Центробанка и НПО ПМ им. Академика М.Ф. Решетнева.

При общем анализе результатов анкетирования выявлено, что из всех представленных критериев социальной ответственности (далее СО) компаний сотрудники в первую очередь выделяют относящиеся непосредственно к внутренним социальным программам, направленным на обеспечение рабочими местами, выплату высоких зарплат, решение жилищных проблем сотрудников, охрану и укрепление их здоровья.

Такие характеристики КСО, как реализация благотворительных, спонсорских проектов, программ по защите окружающей среды, участие в формировании позитивного общественного мнения о бизнесе в настоящее время оказались для респондентов неактуальными.

Сотрудники НПО ПМ из критериев, относящихся к условиям труда, назвали среди приоритетных: выплату более высоких зарплат (74%), обеспечение рабочими местами (70%), реализацию программ по охране и укреплению здоровья персонала (66%) и жилищных программ (62%).

При анализе представлений сотрудников Центробанка о КСО выстраивается другая последовательность приоритетов. 66% опрошенных считают, что компания в первую очередь должна заботиться об обеспечении населения рабочими местами. Следующим по значимости критерием здесь выступает реализация программ по повышению профессионализма сотрудников (60%). Потребность в жилищных программах на 4% ниже, чем у сотрудников НПО ПМ. Получение более высоких зарплат – критерий, оказавшийся наиболее значимым для НПО ПМ, - работники банка поместили на более низкий уровень (52%).

Такая разница в распределении значимости критериев объяснима. Большинство людей на вопрос, зачем они работают, ответят, что им нужно зарабатывать на жизнь. И будут правы, т.к. первопричина выхода на рынок труда в качестве наемного работника именно такова. Но при достаточно стабильном заработке

выясняется, что деньги – необходимое, но не достаточное условие для удовлетворенности персонала. Проводя аналогию с классической мотивационной пирамидой Маслоу, можно сказать, когда нижний уровень мотивационной пирамиды, на котором человек борется за выживание и безопасность, «закрывается» выплачиваемыми работнику деньгами, вступают в действие другие ценности.

В данном случае для опрошенных сотрудников Центробанка, 76% которых относят себя к среднеобеспеченным, а 20% - к достаточно обеспеченным, способным покупать дорогие вещи без особого ущерба для своего бюджета (к сравнению, в НПО ПМ это отношение составляет 70% к 4%), потребность в получении высоких зарплат является менее значимой, нежели потребность в совершенствовании своих профессиональных способностей.

В целом, отношение к социальным программам компании, выходящим за пределы трудового коллектива, у сотрудников обоих предприятий схожее, за исключением того, что 42% сотрудников НПО ПМ считает, что компания должна участвовать в развитии науки, образования, технологий и инноваций, что объясняется спецификой деятельности предприятия. Всего 26% опрошенных в Центробанке придерживаются того же мнения.

Так, в первую очередь, по мнению респондентов, социальная ответственность бизнеса проявляется в заботе компании о своих сотрудниках.

Наибольший интерес представляют результаты, полученные при использовании факторного анализа. Они являют некоторое противоречие с общим анализом. С помощью факторного анализа выявлено четыре глубинных комплекса представлений персонала о КСО. И первый, наиболее мощный комплекс (16,5% общей вариации признаков), характеризует точку зрения сотрудников на КСО как на законодательно определенную деятельность компании. Т.е. компания, согласно этим представлениям, в своей социальной деятельности не выходит за минимальные, определенные законом рамки: гарантирует достойную зарплату и материальное стимулирование, выпускает товары высокого качества и исправно платит налоги. Сторонников данного представления условно можно назвать «прагматиками».

Напомним, что общий анализ выявил другие приоритеты: опрошенные оценивают социальную деятельность компаний в первую очередь по их отношению к сотрудникам, а выпуск товаров высокого качества и своевременная выплата налогов оказались на позициях, ниже среднего уровня: 33 % и 24 %.

Корреляционный анализ показал, что этой точки зрения в большинстве придерживаются люди 35-39 лет, занимающие руководящие посты.

Второй комплекс (10,9 %) отражает взгляд на КСО как на инвестиции в персонал. Респонденты в данном случае считают, что социально ответственная деятельность компании проявляется, прежде всего, в реализации программ по повышению профессионализма сотрудников, программ в отношении молодых работников, в развитии науки и образования. Данная категория респондентов, в основном, средне- и малообеспеченные люди в возрасте от 20 до 39 лет, имеющие высшее образование.

Третья базовая ориентация (9,8 % в общей вариации признаков) описывает представление о том, что социально ответственная компания так же инвестирует в своих сотрудников, но в данном случае инвестиции направлены на создание рабочих мест и развитие программ по охране и укреплению здоровья персонала. Эта позиция превалировала в результатах общего анализа.

Такой взгляд на КСО характерен для представителей старших поколений, относящихся к средне- и малообеспеченным людям.

И, наконец, четвертый фактор (8,1 %) проявляет отношение к КСО как к филантропической деятельности компании, не касающейся внутренних программ ее развития. Согласно мнению этих респондентов социально ответственная компания должна реализовывать исключительно благотворительные проекты.

Задание

1. Социальная ответственность предприятий в восприятии сотрудников КФ Центробанка и НПО ПМ им. Академика М.Ф. Решетнева. Каково Ваше мнение по поводу такого восприятия?

Вопросы:

1. Какие критерии выделяют социальной ответственности сотрудники НПО ПМ в первую очередь и почему?
2. Какие критерии социальной ответственности оказались менее актуальными для сотрудников НПО ПМ и почему?
3. Как воспринимают КСО сотрудники Центробанка?
4. Как можно объяснить разницу в распределении значимости критериев СО сотрудников КФ Центробанка и НПО ПМ им. Академика М.Ф. Решетнева?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 8

Корпоративная социальная ответственность как способ формирования имиджа современной компании.

Укрепление социальной ответственности предприятий в восприятии сотрудников

Цель: обсудить и закрепить материал относительно укрепления социальной ответственности предприятия.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание способов повышения социальной ответственности сотрудников;

умение внедрять социальную ответственность в корпоративную культуру предприятия и повышать уровень восприятия сотрудниками компании;

понимание методов внедрения социальной ответственности в структуру предприятия.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как социальная ответственность воспринимается сотрудниками компании и как улучшить их отношение к социальной политике руководства.

Теоретическое обоснование:

Ценностные ориентации и социальное положение сотрудников влияют на восприятие социальной ответственности компании. Согласно результатам исследования, при относительном благополучии для работников актуальны проблемы более высокого уровня (Центробанк). Снижение оценки положения дел отражает низкий уровень удовлетворенности базовых потребностей (НПО ПМ).

Например, в рамках внутренних программ сотрудники НПО ПМ и Центробанка расставляют различные акценты. Проблема обеспечения базовых потребностей, выраженная в концентрации внимания на вопросах заработной платы и обеспечения жильем, является более существенной для сотрудников НПО ПМ. Получение высоких зарплат работники банка поместили на значительно более низкий уровень, выразив потребность в программах по повышению профессионализма сотрудников.

Проводя аналогию с классической мотивационной пирамидой Маслоу, можно сказать, когда нижний уровень мотивационной пирамиды, на котором человек борется за выживание и безопасность, «закрывается» выплачиваемыми работнику деньгами, вступают в действие другие ценности. В этом случае, мотивировать сотрудников – значит предоставить им возможность реализовать жизненные ценности, работая на благо компании. Именно при таком подходе руководство может быть уверено в том, что сотрудник не покинет компанию, получив первое попавшееся предложение, которое покажется ему финансово более выгодным.

В целом, социальная ответственность компаний понимается большинством опрошенных сотрудников как реализация внутренних социальных программ, направленных на заботу о персонале. Сюда включены следующие критерии: обеспечение рабочими местами, выплата более высоких зарплат, реализация жилищных программ, программ по охране и укреплению здоровья персонала.

Такие критерии социальной ответственности как реализация благотворительных, спонсорских проектов, программ по защите окружающей среды, участие в формировании позитивного общественного мнения о бизнесе, поддержка бизнесом социальных инициатив граждан в настоящее время для сотрудников обоих предприятий не являются актуальными.

Респонденты также не видят ведущей роли бизнеса в развитии культуры и искусства, во внедрении программ приобщения населения к российским и международным культурным и духовным ценностям.

Анализ базовых ценностей респондентов показал, что основная смысло-жизненная ориентация у сотрудников описывается стремлением к материальному достатку, престижу, славе, восхищению окружающих; занятиям спортом, занятию руководящей должности, обретению хороших возможностей для отдыха и развлечений. Немаловажную роль здесь играет хорошая семья как

атрибут престижа и состоятельности в обществе, дополняющий статус зрелого самостоятельного человека.

На восприятие корпоративной социальной ответственности влияет и специфика деятельности организации. Характеризуя корпоративную социальную ответственность, почти половина опрошенных сотрудников НПО ПМ считают, что компания должна участвовать в развитии науки, образования, технологий и инноваций. Для сотрудников банка эта позиция оказалась не значимой. Подчеркнем, что и в этом случае ценностная компонента очевидна. При низком уровне благосостояния научные сотрудники сохраняют свой профессиональный статус. Иначе говоря, мы наблюдаем существенные различия между высокостатусными целями и низкостатусными ресурсами у сотрудников НПО ПМ.

Это существенное отличие может стать одной из направляющих корпоративных социальных программ. Материальная мотивация - лишь один из нескольких десятков наиболее часто встречающихся мотивирующих факторов. Притом не самый эффективный. К примеру, управление такими ценностями, как карьерный рост, статус, слава, оценка, ясность цели, может влиять на энтузиазм работника не меньше, чем высокая зарплата и бонусы. Для создания здорового корпоративного духа на предприятии важно, чтобы человек ощущал необходимость своей работы.

В данном случае, у сотрудников НПО ПМ сформировано особое представление о престиже и научном статусе своей работы, что может детерминировать выбор места работы и должности независимо от величины дохода. Характерно, что в среде научных работников бытует шутка о том, что даже плата за вход на предприятие не заставит сотрудников уйти с работы.

Здесь необходимо подчеркнуть насколько важным является использование профессионального потенциала для ученого и возможность реализовать его в рабочей деятельности. Специфика деятельности этой организации обуславливает расстановку акцентов в процессе формирования внутрикорпоративных социальных программ.

Анализ представлений сотрудников НПО ПМ о смысле жизни также вскрыл их потребность в творческой работе: более половины опрошенных придерживаются социально-демографической и социально-творческой концепции. В процессе исследования была выявлена такая сторона отношения научных сотрудников к работе как патернализм, что также отразилось на восприятии ими корпоративной социальной ответственности. Безусловно, здесь оказывает влияние консерватизм, инертность, связанная, в частности, с возрастом (большинство сотрудников - в возрасте свыше 40 лет). Отпечаток накладывает и статус закрытого города, жители которого в советском прошлом отмечали значительную государственную поддержку и высокий уровень благосостояния. Существенная доля услуг предоставлялась работникам предприятия фактически бесплатно. Поэтому значительная часть работников переносит на современный бизнес ожидания социальной защиты, соответствующей прошлым советским порядкам.

В то же время, при выраженном доверии социальным институтам власти сотрудники НПО ПМ склонны недооценивать способности компании формировать необходимые для ее успешной деятельности условия. Они полагают, что судьба предприятия зависит в большей степени от того, насколько успешно его управляющие сумеют выстроить отношения с государственными структурами. Таким образом, ответственность за положение дел на предприятии возлагается на внешний субъект – государство, местную власть. У сотрудников Центробанка вера в возможности самой организации гораздо сильнее.

Можно интерпретировать это различие, учитывая ценностные детерминанты: актуальность нигилистической и потребительской концепций бессмертия среди сотрудников Центробанка и социально-демографической, социально-творческой среди сотрудников НПО ПМ. Американский философ Корлисс Ламонт считает, что представления о бессмертии заставляют человека тратить силы на иллюзорные цели, вместо того, чтобы завоевывать счастье для себя и других. Он убежден, что признание смертности человека не только не подрывает нравственность, но будет действовать как раз в противоположном направлении. «Люди поймут, как никогда раньше, реальность быстротечного времени и осознают свою серьезную обязанность использовать его наилучшим образом». Следует отметить, что наиболее распространенными ценностными детерминантами на уровне массового сознания опрошенных сотрудников обоих предприятий является хорошая семья. Именно эта позиция респондентов коррелирует с мнением о том, что основным преимуществом, получаемым компанией при соблюдении принципов социальной ответственности является укрепление внутрикорпоративных связей.

Семья сегодня становится успешным каналом коммуникации для многих компаний. В качестве корпоративных подарков сотрудникам некоторых компаний приносят не календари или офисные наборы, а подарки, адресованные семье, детям. Например, в 2013 году аэропорт «Шереметьево» в рамках реализации социальных программ по поднятию престижа предприятия в глазах сотрудников провел конкурс детского рисунка. Специалист центра общественных связей международного аэропорта "Шереметьево" Наталья Крейндли прокомментировала это так: "Мы хотим, чтобы люди жили нашей компанией, но напрямую сложнее давать какие-то установки, а через ребенка легче обратиться к человеку". Кроме того, компания, которая поглощает все большую часть времени сотрудника, часто становится причиной его семейных проблем. Это еще один аргумент в пользу интегрирования семьи в компанию.

Задание

1. Проанализируйте как влияют ценностные ориентации на и социальное положение сотрудников влияют на восприятие социальной ответственности компании. Предложите варианты укрепления социальной ответственности обоих предприятий в восприятии сотрудников.

Вопросы:

1. Почему различаются программы развития социальной ответственности сотрудников различных предприятий?

2. В чем заключается концепция пирамиды Маслоу и как потребности влияют на восприятие социальной ответственности сотрудников компаний?
3. Как в целом понимается социальная ответственность компаний большинством сотрудников?
4. Как влияет специфика деятельности организации на восприятие корпоративной социальной ответственности?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 9

Проблемы, критерии и уровни социальной ответственности бизнеса.

Использование корпоративной социальной ответственности для формирования имиджа организации

Цель: обсудить и закрепить материал относительно использования корпоративной социальной ответственности для формирования имиджа организации.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание способов повышения репутации организации путем внедрения социальной ответственности;

умение внедрять социальную ответственность в корпоративную культуру предприятия и повышать имидж компании;

понимание методов формирования корпоративного имиджа.

Занятие проводится в интерактивной форме: групповое решение задач (мозговой штурм, метод Дельфи, метод развивающей кооперации, метод дневников, с применением затрудняющих условий).

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как социальная ответственность компании воспринимается обществом и как улучшить его отношение к организации.

Теоретическое обоснование:

В отличие от зарубежных рекламных компаний, «Зонд-реклама» не имеет комплексной политики социальной ответственности. В компании нет комплексной стратегии социального развития, нет целостной корпоративной философии ни на уровне взаимодействия компании с окружающей средой, ни на уровне ее осознания внутри корпорации. Однако было бы неверно сказать, что в компании вообще не существует социальной политики.

В своей деятельности, компания уделяет особое внимание взаимодействию с органами государственной власти. Например, Дума г.Томска является постоянным клиентом «ЗР», и компания заинтересована в сохранении благоприятных отношений с таким клиентом. Осознавая, что ожидания государственных органов, направленные на компанию, далеко не

исчерпываются высоким качеством предоставляемых услуг, «ЗР» начала осуществление масштабного проекта, - выпуск журнала Томск Magazine.

Полноцветный гляцевый презентационный журнал «ТОМСК Magazine» издается с февраля 2014 года.

Миссия журнала – формирование целостного имиджа Томской области как региона социально-политической стабильности с огромным потенциалом для дальнейшего развития, продвижение брэндов города Томска и Томской области на российском рынке и за рубежом, поддержка и развитие томского патриотизма, так ярко проявившегося в 2014 году в период подготовки празднования 400-летия Томска. Миссия журнала ориентирована не только на государственные структуры, но и на других основных стейкхолдеров компании, а именно – руководителей компаний, производящих различные товары и услуги в городе и области, т.е. потенциальные рекламодатели, а также общественность (местное сообщество), жителей Томска, являющихся патриотами своего города.

Главная задача издания – многогранное представление важнейших достижений Томска, а также особенностей развития Томской области.

Цели издания:

информирование читателей о ключевых событиях, происходящих в Томске и в Томской области, в Сибирском федеральном округе;

анализ и прогноз социально-экономических, общественно-политических и социо-культурных процессов, происходящих в регионе;

позиционирование томского опыта - главных достижений региона в различных областях жизни;

презентация томских предприятий, фирм, организаций, добившихся высоких результатов в различных отраслях экономики, в сфере управления, в общественной жизни, в науке и культуре;

формирование имиджа Томска как исторического города с богатейшими традициями и культурным наследием;

знакомство читателей с незаурядными личностями, чьи судьбы так или иначе связаны с Томском, Томской областью;

представление Томска как современного города: особенности его инфраструктуры, перспективы развития городской среды, своеобразие досуга в Томске и Томской области.

«ТОМСК Magazine» - это единственный гляцевый и полноцветный общественно-политический журнал, выходящий в Томской области.

Уникальность издания определяется, прежде всего, его тематикой – это единственный журнал представительского уровня о Томске и Томской области, который стремится достаточно четко позиционировать территорию на общественно-политической карте Сибири и России в целом. Уникальность издания заключается и в его оригинальной композиционно-графической модели, в необычном для Томска формате, а также в использовании современных полиграфических технологий.

Позиция издания – использование только оригинальных журналистских материалов. Отличительная особенность издания - и в оригинальной схеме

распространения. Это независимый коммерческий проект, не лоббирующий интересы каких-либо партий, объединений, структур или физических лиц. Инициатива компании «ЗР» в выпуске журнала «ТОМСК Magazine» способствует формированию имиджа компании как социально ответственного бизнеса, ставящего целью не только извлечение собственной выгоды, но и повышение престижа города, в котором «ЗР» осуществляет свою деятельность. Выпуск журнала «ТОМСК Magazine» является конкретным примером благотворительной деятельности, реализуемой рекламной компанией посредством проекта, что как раз переплетается с зарубежным опытом социальной ответственности. Социальной проблемой здесь является формирование позитивного имиджа города. Журнал выпускается по собственной инициативе компании, безвозмездно. Это доказывает высокую степень адаптивности данного инструмента реализации политики социальной ответственности для группы компаний «Зонд-реклама».

Итак, проанализировав социальную политику группы компаний «Зонд-реклама», мы можем сделать вывод о том, что деятельность компании в этой сфере направлена на реализацию проектов.

Задание

1. Проанализировать, как использование корпоративной социальной ответственности влияет на формирование имиджа компании «Зонд-реклама».

Вопросы:

1. Какие недостатки можно выделить в социальной политике компании «Зонд-реклама»?
2. Каким образом компания «Зонд-реклама» взаимодействует с органами государственной власти?
3. Для чего компании «Зонд-реклама» необходим выпуск журнала «ТОМСК Magazine»?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 10

Реализация социальной ответственности бизнеса.

Социальные проекты как средство формирования имиджа организации

Цель: обсудить и закрепить способы использования социальных проектов как средства формирования имиджа организации.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание как организуется социальный проект;

умение использовать социальный проект как средство формирования имиджа организации;

понимание необходимости реализации социальных проектов для формирования имиджа организации.

Занятие проводится в интерактивной форме: круглый стол (полемика, диспут, дебаты).

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как использовать социальный проект для улучшения имиджа организации.

Теоретическое обоснование:

На сегодняшний день одним из наиболее обсуждаемых социальных вопросов Томска является возможность сохранения исторического наследия города в виде памятников деревянной архитектуры. Без культурного наследия немыслимы современная жизнь Томска и перспективы его развития. Наследие во многом формирует особый менталитет томичей, подчеркивает неофициальный статус культурной столицы Сибири, создает всероссийский (мировой) имидж Томска. Однако, когда-то мощные культурные памятники утратили первоначальный вид, былую привлекательность, все более превращаясь в «пережитки прошлого», «захламляющие» улицы города, что, по мнению многих его жителей, является недопустимым. С другой стороны, эти постройки занимают выгодные для нового строительства территории, что опять-таки играет не в их пользу. Стремление властей отдать их под снос подогревается еще и тем, что многие из домов уже не подлежат восстановлению. Но, разобравшись в ситуации, мы видим, что все это обусловлено тем, что необходимые действия по восстановлению архитектуры ранее предприняты не были, и, именно из-за этого, город потерял «добрую» часть своей истории. Сегодня, чтобы сохранить то, что осталось, необходимы конкретные действия по восстановлению памятников деревянной архитектуры. Такие действия уже ведутся, но, интересен тот факт, что помощь в этих мероприятиях практически не получается от организаций (лиц), которые осуществляют свою деятельность в г. Томске. Руководители компаний, имея такую возможность, просто не считают нужным вкладывать деньги в сферу, которая, на первый взгляд, их не касается. Между тем, они забывают, что развитие в любой сфере деятельности невозможно без сохранения того позитивного опыта, того исторического наследия, которое имеет человек. Поэтому для достижения эффективных результатов в этой области, необходимо комплексное воздействие, разъяснение ключевым фигурам города их роли в сохранении исторической базы города.

Проанализировав социальную политику группы компаний «Зонд-реклама», мы выяснили, что формирование имиджа города является приоритетным ее направлением. Поэтому необходимо продолжить развивать усилия компании в этом направлении. Кроме того, являясь крупнейшим рекламным холдингом города, функционируя в коммуникативном пространстве, группа компаний «Зонд-реклама» располагает всеми средствами для осуществления проекта, направленного на привлечение средств для восстановления памятников деревянной архитектуры, подкрепив тем самым свой имидж социально ответственного предприятия.

Проблема: привлечение внимания к проблеме восстановления памятников деревянной архитектуры со стороны ключевых лиц города, влияющих на принятия общественно-значимых решений.

Цель проекта – привлечение частных средств для восстановления томских памятников деревянной архитектуры.

Задачи:

- привлечение внимания к проблеме исторических памятников города;
- формирование благоприятного имиджа исторических памятников;
- сбор денежных средств для восстановления конкретных домов.

Изучив деятельность компании, можно выделить два основных ее ресурса, необходимых для реализации проекта:

1. Журнал «Томск Magazine»,
2. Собственная служба доставки, осуществляющая адресную рассылку компаниям-клиентам.

Целевые аудитории проекта: администрация Томской области и города Томска (в частности, департаменты культуры и департаменты информационной политики).

Предприятия и организации города, потенциальные доноры:

1. читатели журнала «Томск Magazine»;
2. клиенты компании «Зонд-реклама».

Партнер: МУ СИН «Томск исторический». Основной инициатор восстановления памятников деревянной архитектуры.

Акция осуществляется в несколько этапов:

Первый этап. Привлечение внимания к проблеме сохранения деревянного зодчества г. Томска. На этом этапе реализации проекта главным инструментом воздействия является журнал «Томск Magazine», в котором будут опубликованы несколько статей, посвященных вышеизложенной проблеме, и открывающих различные ее стороны. Общее освещение проблемы восстановления деревянного зодчества.

Точка зрения ключевых лиц, занимающихся восстановлением (интервью с лицами, планирующими и осуществляющими проекты восстановления). В статьях будут опубликовано мнение следующих лиц: Н.П. Закотнов, директор МУ «Томск исторический», Лисовская Н.А., гл. архитектор МУ «Томск исторический», Романова Л.С., зав. Кафедры реставрации ТГАСУ.

Точка зрения власти (В.М. Кресс, губернатор Томской обл., Рачковский П.Ю., гл. специалист Депутата Культуры Томской обл.).

Точка зрения общественности (жители города).

Второй этап. Информирования о конкретных домах, являющихся памятниками архитектуры и нуждающихся в восстановлении. На этом этапе будут использованы следующие инструменты.

1. Журнал «Томск Magazine». В каждом номере журнала будут публиковаться статьи с описанием конкретных домов, их историй, обоснованием их важности для города, фотографиями в первозданном виде (старинные фотографии), а также состояние на сегодняшний день, их реальный вид. В конце

каждой статьи будет публиковаться расчетный счет, на который возможно будет отсылать денежные средства.

Компания будет вести постоянный мониторинг перечисленных средств, и в каждом последующем номере журнала, будут публиковаться результаты (сумма отчислений). Кроме того, в журнале будут публиковаться благодарности донорам, что, во-первых, будет являться бесплатной рекламой для компаний, вложивших деньги в восстановление памятников, а во-вторых, будет как бы «подогревать» руководителей других организаций.

2. Адресная рассылка клиентам печатных материалов с фотографиями (в прошлом и на сегодняшний день) домов, требующих восстановления, также с кратким описанием их истории, важности для города, и обязательным указанием расчетного счета.

Все материалы будут содержать единый message: «развитие через сохранение», объясняющий, что успешное, стабильное, в долгосрочной перспективе, функционирование и развитие города (в том числе и предприятий, осуществляющих свою деятельность в этом городе), невозможно без сохранения его истории, как базовой ступени развития.

Задание

Оцените степень важности и проработанности социального проекта «Сохранение памятников деревянной архитектуры г. Томска» для группы компаний «Зонд-реклама».

Вопросы:

1. Почему в качестве социального проекта компания «Зонд-реклама» выбрала именно сохранение исторического наследия города в виде памятников деревянной архитектуры?
2. В чем заключается проблема реализации социального проекта компании «Зонд-реклама»?
3. В чем заключаются цель и задачи реализации социального проекта компании «Зонд-реклама»?
4. Назовите два основных ресурса, необходимых для реализации проекта.
5. Назовите целевые аудитории и партнера проекта.
6. Охарактеризуйте этапы реализации проекта.

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 11

Межсекторальное взаимодействие как фактор социально-экономического развития.

Формирование социальных приоритетов организации

Цель: обсудить и закрепить теоретический материал относительно формирования социальных приоритетов организаций.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание основных приоритетов социальной ответственности организаций;

умение выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели на основе социально-ответственного поведения организации;

понимание способов оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как сформировать социальные приоритеты организации и использовать их для получения новых рыночных возможностей.

Теоретическое обоснование:

Корпоративная социальная ответственность является важнейшим принципом работы ОАО «Татнефть».

Деятельность Компании в этой области носит системный характер и направлена на создание эффективных и безопасных рабочих мест, обеспечение социальной защищенности работников и членов их семей, непрерывное профессиональное развитие персонала, поддержание благоприятной социальной обстановки в регионах деятельности. Являясь социально ответственным членом общества, Компания принимает на себя следующие обязательства перед всеми заинтересованными в ее деятельности сторонами:

- действовать в соответствии с законодательством;
- быть ответственным партнером государства;
- защищать права акционеров;
- ценить и уважать работников;
- открыто информировать своих акционеров, клиентов и работников о своей деятельности;
- действовать в соответствии с самыми высокими этическими стандартами;
- нетерпимо относиться к нарушениям трудовой и общественной дисциплины, к коррупции и взяточничеству;
- использовать свои ресурсы с максимальной эффективностью;
- использовать новейшие технологические достижения;
- заботиться об охране окружающей среды;
- сотрудничать с общественными организациями;
- стремиться к тому, чтобы каждый работник искренне гордился тем, что работает в Компании.

Принципы социальной политики Компании:

- социальные льготы и гарантии (Коллективный договор);
- социальное страхование;
- охрана труда;
- обучение;
- улучшение жилищных условий;
- негосударственное пенсионное обеспечение;
- поддержка неработающих пенсионеров;
- поддержка молодых работников.

Значимой частью социальной политики ОАО «Татнефть» являются социальные и благотворительные программы в регионах деятельности. Активно участвуя в жизни общества, ОАО «Татнефть» создает тем самым условия для своего долгосрочного успешного развития.

Основные направления социальных программ Группы «Татнефть»:

- развитие инфраструктуры городов и поселков;
- развитие массового спорта и здорового образа жизни;
- поддержка образования;
- поддержка культуры;
- духовное возрождение;
- поддержка здравоохранения;
- охрана материнства и детства;
- забота о здоровье работников Компании и жителей региона;
- содействие социальным группам, нуждающимся в поддержке;
- создание рабочих мест.

Задание

1. Проанализируйте социальные приоритеты ОАО «Татнефть», структурируйте их и дайте указания по их развитию.

Вопросы:

1. Какие обязательства принимает на себя ОАО «Татнефть»?
2. Охарактеризуйте основные принципы социальной политики ОАО «Татнефть».
3. Опишите основные направления социальных программ ОАО «Татнефть».

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 12

Бизнес и общество в системе социального партнерства.

Создание благотворительных фондов для развития социальной ответственности в организации

Цель: обсудить и закрепить материал относительно создания благотворительных фондов компаниями.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание основных аспектов формирования благотворительного фонда;

умение регулировать деятельность благотворительного фонда в целом;

понимание способов использования благотворительных фондов для развития социальной ответственности в организации.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как использовать создание благотворительных фондов для развития социальной ответственности в организации.

Теоретическое обоснование:

С целью поддержки одаренных детей и подростков, проживающих на территории юго-востока Татарстана, ОАО «Татнефть» учредила благотворительный фонд «Одаренные дети». Благотворительный фонд «Одаренные дети» создан с целью поддержки интеллектуально одаренных школьников. Средства Фонда направляются на:

- организацию в регионе деятельности Компании предметных олимпиад, научно-творческих и инженерно-технических конкурсов и соревнований, научно-практических конференций, а также на участие школьников в подобных мероприятиях в других регионах России и за рубежом;
- поощрение способных учеников и их наставников при достижении высоких результатов;
- материальную помощь одаренным учащимся из малоимущих семей;
- финансирование программ и мероприятий, направленных на развитие интеллектуального потенциала учащихся и другое.

Средствами Фонда распоряжается утвержденная генеральным директором ОАО «Татнефть» комиссия, состоящая в равных пропорциях из работников компании и представителей общественности — наиболее авторитетных педагогов от каждого района юго-востока Татарстана. Председателем комиссии является Заслуженный учитель школы Республики Татарстан, кавалер медали ордена «За заслуги перед Отечеством» II степени, учитель высшей квалификационной категории естественно-математического лицея г. Альметьевска Садчиков Л.А. Члены комиссии — представители муниципальных районов — пропагандируют деятельность Фонда на своих педагогических форумах, совещаниях директоров образовательных учреждений, конференциях педагогов, слетах отличников и призеров олимпиад и др. Через них осуществляются ходатайства о поощрении результативных учащихся и их наставников, о назначении стипендии малоимущим ученикам, имеющим стабильно высокие результаты в познании, о выделении средств для участия в интеллектуальных мероприятиях. В комиссию поступает объективно обусловленная информация, подкрепленная документами (грамоты, дипломы, свидетельства о достижениях, вызовы на конференции, соревнования). Аналогично решается вопрос о назначении стипендии. Размер поощрений индексируется. В настоящее время он составляет:

для учащихся (единовременно):

- 1000 рублей — за достижения на зональном уровне,
- 1500 рублей — за достижения на республиканском уровне,
- 2000 рублей — за достижения на российском уровне,
- 2500 рублей — за достижения на международном уровне.

для их наставников:

- 1500 рублей — за достижения на зональном уровне,
- 2000 рублей — за достижения на республиканском уровне,
- 2500 рублей — за достижения на российском уровне,
- 3000 рублей — за достижения на международном уровне.

Ежемесячная стипендия для одаренных школьников из малоимущих семей составляет 2000 рублей и устанавливается на календарный год для учащихся 8—10 классов и до августа включительно для учащихся 11 классов. Поощрением

также считается финансирование участия в конкурсах и конференциях, дающее шанс на получение премии по результатам.

Выявлению талантливых учащихся в познавательной области способствует региональная научно-практическая конференция «Школьники — науке XXI века», которая ежегодно проводится под патронатом благотворительного фонда «Одаренные дети». Десять ее призеров в области естествознания и инженерных наук фонд направляет во всероссийскую школу-семинар «Академия юных».

Благодаря поддержке благотворительного фонда, школьники юго-востока Татарстана активно участвуют во всероссийских научно-практических конференциях «Шаг в будущее», «Юность. Наука. Культура», «Открытие», «Интеллект будущего» в рамках национальных образовательных программ, в командных соревнованиях уральского турнира юных математиков, математическом турнире «Восхождение звезды» в Болгарии, тест-рейтинговых олимпиадах международного клуба «Глюон» в Греции и «Интеллектуальный марафон» в Анапе. По направлению этих форумов дважды наши ученики получали возможность участвовать во всемирных выставках «ЭКСПО». Помимо этого фонд финансирует региональные и районные мероприятия, направленные на развитие познавательных способностей школьников. На основании Положения о грантах поддерживаются: летняя полевая эколого-биологическая экспедиция «Ученик-учитель-ученый» (г. Бугульма), профильная смена юных любителей математики лагеря «Интеграл» (г. Альметьевск), экологическая экспедиция «Чистый район» (г. Бавлы), Уральская школа математики и информатики (г. Нижнекамск). Ежегодно в одном из районных центров юго-востока республики проводится слет призеров Благотворительного фонда «Одаренные дети» ОАО «Татнефть», на котором подводятся итоги года, чествуются наиболее результативные участники интеллектуальных форумов и их наставники. Цель этого мероприятия — продемонстрировать общественности значимость фонда для повышения интеллектуального потенциала республики, показать роль ОАО «Татнефть» в поддержке молодых дарований, сориентировать выпускников на проблемы и профессии нефтяников. Фонд создает банк данных о своих призерах, который используется при отборе абитуриентов-кандидатов в вузы по целевому направлению ОАО «Татнефть».

Компания вносит весомый вклад в сохранение и развитие национальной культуры. ОАО «Татнефть» финансирует деятельность Фонда духовного возрождения «Рухият». Среди направлений деятельности фонда — организация региональных фестивалей детского творчества, проведение конкурсов в области литературы и искусства, выявление молодых талантов и содействие их творческому росту, публикация книг.

Одним из приоритетных направлений деятельности ОАО «Татнефть» считает оказание содействия наиболее уязвимым слоям населения. Программа их поддержки предусматривает реализацию мер по оказанию конкретной материальной помощи воспитанникам детских домов, интернатов и коррекционных школ, организациям ветеранов и инвалидов, малоимущим семьям и другим, социально незащищенным слоям населения. Для этого создан благотворительный фонд «Милосердие».

Благотворительный фонд «Милосердие» создан в 1999 году. Цели фонда: поддержка образования, просвещения, науки, культуры, здравоохранения, спорта, социальная поддержка малообеспеченных слоев населения. Председатель попечительского совета фонда — генеральный директор ОАО «Татнефть» Шафагат Тахаутдинов. Благотворительный фонд «Милосердие» осуществляет свою деятельность во всех регионах Республики Татарстан и за ее пределами. При поддержке фонда меняются облики посёлков и городов республики. Так, через фонд профинансировано строительство средней школы в рабочем поселке Джалиль, проведена реконструкция мемориала «Вечный огонь». В Азнакаево обновлен детский парк, построен оздоровительный центр. В Елабуге проведена реконструкция больницы и оснащена компьютерами школа №3. В Альметьевске проведена полная реконструкция школы-интернат, Альметьевского государственного нефтяного института, средней школы №2, медсанчасти, построена поликлиника в поселке Мактама, обновлен городской парк, ставший излюбленным местом отдыха детей и взрослых. Для пожилых людей в Альметьевске реконструирован и оснащен Центр ветеранов. При поддержке фонда меняются облики посёлков и городов республики. Так, через фонд профинансировано строительство средней школы в рабочем поселке Джалиль, проведена реконструкция мемориала «Вечный огонь». В Азнакаево обновлен детский парк, построен оздоровительный центр. В Елабуге проведена реконструкция больницы и оснащена компьютерами школа №3. В Альметьевске проведена полная реконструкция школы-интернат, Альметьевского государственного нефтяного института, средней школы №2, медсанчасти, построена поликлиника в поселке Мактама, обновлен городской парк, ставший излюбленным местом отдыха детей и взрослых. Для пожилых людей в Альметьевске реконструирован и оснащен Центр ветеранов.

Огромная помощь оказывает фонд развитию спорта, особенно детского хоккея, строительству новых хоккейных площадок во всех районах юго-востока республики. Построена новая база для хоккеистов и проведена реконструкция дворца спорта «Юбилейный» в г. Альметьевске.

Фонд «Милосердие» поддерживает работу фондов «Рухият» и «Одаренные дети». Фонд постоянно оказывает помощь детям из малообеспеченных семей, выявляет одаренных детей и направляет их на различные республиканские, российские и международные конкурсы и олимпиады, где дети достойно представляют Республику Татарстан.

Большое внимание уделяется сохранению и поддержке религиозных учреждений. За период своей деятельности фондом была оказана благотворительная помощь на строительство храма Сергия Радонежского в посёлке Актюба, церкви Преподобного Серафима Саровского в посёлке Бавлы, на реконструкцию Казанского Кремля и мечети «Кул Шариф», Петропавловского храма в Альметьевске, храма Пророка Илии в Нурлате, на строительство Духовного училища Казанской Епархии. Получателями благотворительной помощи фонда являются различные общественные организации и за пределами Республики Татарстан. Так, например, в Москве это общественная организация инвалидов «Русичи», творческая школа «Мастер-

класс», дом ребенка № 12, кадетская школа-интернат, фонд «Российский национальный оркестр», спортивный клуб регби «Слава». Благотворительный фонд «Милосердие» оказывает всемерную помощь МВД Республики Татарстан. Большая помощь оказывается для развития материально-технической базы УВД городов и районов РТ, учебных заведений МВД. С помощью фонда было профинансировано укомплектование батальона МВД и ФСБ РТ, проходящего службу в горячих точках по борьбе с террористическими операциями, закуплены приборы ночного видения, средства индивидуальной защиты и другое оборудование. Особое внимание фонд уделяет ветеранам труда. ОАО «Татнефть» через фонд «Милосердие» выделяет значительные средства на экономическую поддержку людей, отдавших силы и молодость становлению нефтяной отрасли республики. Это целенаправленная и продуманная политика компании, направленная на повышение жизненного уровня нефтяников-ветеранов. «Милосердие» совместно с профкомом «Татнефти» принимает участие в организации отдыха и лечения ветеранов труда в санаториях, где для них здесь кроме качественного отдыха организованы выступления профессиональных и самодеятельных артистов и творческих коллективов. Предусмотрены и другие виды материальной помощи ветеранам. Ежегодно для пенсионеров выделяются значительные средства на празднование Международного женского дня и Дня пожилых людей, а участникам войны, труженикам тыла и вдовам — ко Дню Победы. Кроме того, компания оплачивает расходы ветеранов на дорогостоящие лекарства, проведение операций, приобретение слуховых аппаратов, стоматологические услуги.

Задание

Проанализировать и сделать выводы о том, как создание благотворительных фондов способствовало развитию социальной ответственности в организации.

Вопросы:

1. С какой целью создан благотворительный фонд «Одаренные дети» создан, на что направлены его средства?
2. Как управляют средствами благотворительного фонда «Одаренные дети»?
3. Какие мероприятия проводит благотворительный фонд «Одаренные дети»?
4. С какой целью создан благотворительный фонд «Милосердие»?
5. Какие мероприятия проводит благотворительный фонд «Милосердие»?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 13

Внедрение корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии компаний.

Практическая реализация принципов социальной ответственности российскими компаниями.

Принципы социальной ответственности компании

Цель: обсудить и закрепить материал относительно реализации принципов социальной ответственности российскими компаниями.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание основных принципов реализации социальной ответственности российскими компаниями;

умение давать указания относительно соблюдения принципов реализации социальной ответственности российскими компаниями;

понимание практической реализации социальной ответственности организациями.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как осуществлять на практике внедрение принципов социальной ответственности российскими компаниями.

Теоретическое обоснование:

ЛУКОЙЛ – одна из крупнейших международных вертикально интегрированных нефтегазовых компаний. Основными видами деятельности Компании являются разведка и добыча нефти и газа, производство нефтепродуктов и нефтехимической продукции, а также сбыт произведенной продукции. Основная часть деятельности Компании в секторе разведки и добычи осуществляется на территории Российской Федерации, основной ресурсной базой является Западная Сибирь. ЛУКОЙЛ владеет современными нефтеперерабатывающими, газоперерабатывающими и нефтехимическими заводами, расположенными в России, Восточной и Западной Европе, а также странах ближнего зарубежья. Продукция Компании реализуется в России, Восточной и Западной Европе, странах ближнего зарубежья и США.

ЛУКОЙЛ является второй крупнейшей частной нефтегазовой компанией в мире по размеру доказанных запасов углеводородов. Доля Компании в общемировых запасах нефти составляет около 1%, в общемировой добыче нефти - около 2,4%. Компания играет ключевую роль в энергетическом секторе России, на ее долю приходится 18,6% общероссийской добычи и 18,9% общероссийской переработки нефти.

По состоянию на начало 2012 года сбытовая сеть Компании охватывала 26 стран мира, включая Россию, страны ближнего зарубежья и государства Европы (Азербайджан, Беларусь, Грузия, Молдова, Украина, Болгария, Венгрия, Финляндия, Эстония, Латвия, Литва, Польша, Сербия, Черногория, Румыния, Македония, Кипр, Турция, Бельгия, Люксембург, Чехия, Словакия, Хорватия, Босния и Герцеговина), а также США, и насчитывала 199 объектов нефтебазового хозяйства с общей резервуарной емкостью 3,13 млн м³ и 6 620 автозаправочных станций (включая франчайзинговые).

Миссия ЛУКОЙЛ.

Мы созданы, чтобы энергию природных ресурсов обратить во благо человека. Способствовать в регионах деятельности Компании долгосрочному экономическому росту, социальной стабильности, содействовать процветанию и прогрессу, обеспечивать сохранение благоприятной окружающей среды и

рациональное использование природных ресурсов. Обеспечить стабильный и долгосрочный рост бизнеса, трансформировать ЛУКОЙЛ в лидирующую мировую энергетическую компанию. Быть надежным поставщиком углеводородных ресурсов на глобальном рынке энергопотребления

Цели ЛУКОЙЛ. ЛУКОЙЛ считает своей целью создание новой стоимости, поддержание высокой прибыльности и стабильности своего бизнеса, обеспечение акционеров высоким доходом на инвестированный капитал путем повышения стоимости активов Компании и выплаты денежных дивидендов

Для достижения этих целей ЛУКОЙЛ будет использовать все доступные возможности, включая дальнейшие усилия по сокращению затрат, росту эффективности своих операций, улучшению качества производимой продукции и предоставляемых услуг, применению новых прогрессивных технологий

ОАО «ЛУКОЙЛ» внедрило Кодекс деловой этики Компании. Кодекс является сводом наиболее важных правил делового поведения Компании и ее работников, этических норм внутрикорпоративных взаимоотношений, социальной ответственности, а также других наиболее приоритетных вопросов этики бизнеса. Документ регламентирует отношения сотрудников Компании с акционерами и инвесторами ОАО «ЛУКОЙЛ». Большое внимание Кодекс уделяет раскрытию информации, способной оказать существенное влияние на стоимость ценных бумаг ЛУКОЙЛа (инсайдерская информация). Специальным порядком в Компании однозначно определено понимание того, кто является инсайдером, постоянно поддерживается актуализированный список инсайдеров, для которых установлен специальный порядок совершения операций с ценными бумагами ЛУКОЙЛа. Отдельная часть Кодекса посвящена взаимоотношениям сотрудников внутри Компании. В частности, Кодекс исключает дискриминацию работников по признакам пола, возраста, расы или национальности, религии и политических убеждений.

Сотрудникам ЛУКОЙЛа рекомендуется постоянно повышать свой профессиональный уровень через систему подготовки персонала, обучаться новым навыкам, приобретать необходимые профессиональные знания, стремиться к совершенствованию качества результатов своего труда.

Кодекс также регламентирует конфликт интересов, когда в результате личных, семейных и других обстоятельств сотрудник ЛУКОЙЛа утрачивает или может утратить лояльность и объективность по отношению к Компании. Образующийся в таком случае конфликт личных интересов с интересами Компании негативно скажется на ее эффективности, вследствие чего Компания вправе предотвращать влияние такого рода конфликтов.

Кодекс определяет правила отношений с деловыми партнерами. Так, ЛУКОЙЛ декларирует, что устанавливает и поддерживает взаимовыгодные отношения с любым партнером, если он, как и Компания, следует принципам взаимоуважения и взаимной выгоды, честности и добросовестности, строгой взаимной обязательности. В то же время Компания выступает за честную конкурентную борьбу и соблюдение всех действующих законов о конкуренции во всех странах своего присутствия.

Этический Кодекс указывает, что сотрудникам ЛУКОЙЛа никогда не следует

принимать подарки, услуги, оплату развлечений и отдыха, денежное вознаграждение и любые другие выгоды, способные повлиять на беспристрастность и независимость исполнения своих должностных обязанностей, а также на принятие решений, не соответствующих интересам Компании.

В Кодексе деловой этики также прописаны правила отношений с государственными органами и общественными организациями, отдельное внимание уделено охране труда, промышленной и личной безопасности, охране окружающей среды. В соответствии с положениями кодекса в Компании создана комиссия по деловой этике, которая регулирует корпоративные этические отношения.

«Важно помнить, что каждый наш работник является лицом Компании, своим трудом и поведением поддерживает ее репутацию и престиж. Кодекс деловой этики - один из инструментов создания такой Компании, в которой все работники являются членами команды профессионалов», - сказал Президент ОАО «ЛУКОЙЛ» Вагит Алекперов.

Задание

Проанализировать принципы социальной ответственности компании и выявить их достоинства и недостатки.

Вопросы:

1. Чем выделяется компания ЛУКОЙЛ среди других крупных российских компаний?
2. В чем состоит миссия компании ЛУКОЙЛ?
3. В чем состоят цели компании ЛУКОЙЛ?
4. Для чего был внедрен Кодекс деловой этики компании ЛУКОЙЛ?
5. Назовите основные моменты, прописанные Кодексом деловой этики компании ЛУКОЙЛ.

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 14

Нефинансовая отчетность.

Практическая реализация принципов социальной ответственности российскими компаниями.

Программа социальной ответственности компании

Цель: обсудить и закрепить материал относительно реализации принципов социальной ответственности российскими компаниями, создания программы социальной ответственности компании.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание способов создания программы социальной ответственности компании;
умение составлять социальные программы;

понимание механизма составления социальной программы организации.

Занятие проводится в интерактивной форме: групповое решение задач (мозговой штурм, метод Дельфи, метод развивающей кооперации, метод дневников, с применением затрудняющих условий).

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как составлять социальные программы.

Теоретическое обоснование:

ОАО "РУСАЛ" – крупнейший в мире производитель алюминия. Объединенная компания, крупнейший в мире производитель алюминия и глинозема, создана в результате объединения Компании РУСАЛ, занимавшей третье место в мире по производству алюминия, Группы СУАЛ, входившей в десятку крупнейших мировых производителей алюминия, и глиноземных активов швейцарской компании Glencore. В состав компании входят предприятия по добыче бокситов и нефелиновой руды, производству глинозема, алюминия и сплавов, фольги и упаковочных материалов на ее основе, а также энергоактивы. На пяти континентах в 19 странах мира на предприятиях компании работают более 75 тысяч человек.

Главной целью ОАО "РУСАЛ" является обеспечение устойчивого развития компании как глобальной корпорации, лидера мировой алюминиевой отрасли. Активно развивая наш научно-технический потенциал и инвестируя в создание новых экологически совершенных и энергосберегающих технологий, мы продолжаем наращивать объемы производства за счет реализации проектов по модернизации существующих предприятий и строительству новых заводов, отвечающих самым высоким международным стандартам в области экологии, охраны труда и промышленной безопасности.

ОАО "РУСАЛ" намерено создать международную диверсифицированную энергометаллургическую корпорацию, которая, используя доступ к энергоресурсам, мощную научно-исследовательскую базу и профессионализм сотрудников, сможет обеспечить лидерство созданной компании по целому ряду новых направлений по добыче сырья и производству металлов.

В Компанию входят 16 алюминиевых заводов, 12 предприятий по производству глинозема, 8 предприятий по добыче бокситов, 3 предприятия по производству порошковой продукции, 3 предприятия по производству кремния, 3 завода по производству вторичного алюминия, 3 фольгопрокатных завода, 2 криолитовых завода, 1 катодный завод.

На предприятиях ОАО "РУСАЛ" работают около 76 000 человек. Компания продает свою продукцию преимущественно на рынках Европы, Северной Америки, Юго-восточной Азии, в Японии и Корее. Основные потребители продукции – транспортная, строительная, упаковочная отрасли промышленности.

Кодекс корпоративной этики Компании ОАО "РУСАЛ" призван:

дать каждому сотруднику представление о миссии, ценностях и принципах деятельности Компании;

установить стандарты этичного поведения, определяющие взаимоотношения внутри коллектива, отношения с клиентами, деловыми партнерами, государственными органами, общественностью и конкурентами;

служить инструментом для предотвращения возможных нарушений и конфликтных ситуаций, а также для развития корпоративной культуры, основанной на высоких этических стандартах.

Принимая Кодекс, Компания ОАО "РУСАЛ" подтверждает свое намерение следовать высоким этическим стандартам деловой практики. Положения и требования Кодекса являются едиными для всех и обязательными для выполнения и учета в своей повседневной деятельности.

Положения Кодекса применимы к РУСАЛу и ко всем компаниям, контролируемым ОК РУСАЛ. Основу Кодекса составляют положения Кодекса корпоративной этики, принятого РУСАЛом 7 февраля 2015 года. С этого времени текст Кодекса был дополнен несколькими новыми разделами. В нем содержатся более подробные разъяснения отдельных положений и требований по сравнению с прежними версиями документа.

Кодекс ОАО "РУСАЛ" содержит следующие положения и разделы: Миссию РУСАЛа; Ценности РУСАЛа; Этические принципы и стандарты РУСАЛа, включающие следующие разделы: 1. «Внутренние взаимоотношения» (отношения с сотрудниками); 2. «Внешние отношения» (взаимоотношения с инвесторами, клиентами, деловыми партнерами, конкурентами, государственными органами, и обществом; подарки и представительские расходы); 3. «Использование ресурсов»; 4. «Охрана здоровья, промышленная безопасность и охрана окружающей среды»; 5. «Эффективность и прибыльность»; 6. «Конфликт интересов»; Исполнение Кодекса.

Социальная ответственность для ОАО "РУСАЛ" - это активное участие в формировании устойчивой экономической среды в регионах и странах своего присутствия, постоянное развитие взаимоотношений с местными сообществами, полноценный диалог с органами власти, организация условий для привлечения и профессионального развития лучших кадров. Социальные программы РУСАЛа осуществляются на конкурсной основе, которая позволяет получить обществу максимальный эффект от социальных инвестиций компании. РУСАЛ считает молодежь приоритетной целевой группой своих социальных программ. Организация внешкольной деятельности, развитие здорового образа жизни, профессиональное и личностное развитие, добровольчество - вот основные сферы развития молодого поколения, поддерживаемые РУСАЛом.

ОАО "РУСАЛ" предлагает программу «Территория РУСАЛа», которая содержит три направления деятельности:

1. «Развитие социальной инфраструктуры в регионах присутствия компании ОК РУСАЛ». Главной целью этого направления является создание возможностей для реализации инновационных инфраструктурных проектов организаций и учреждений социальной сферы, существенно повышающих качество жизни детей и молодежи в регионах присутствия компании.

2. Поддержка и развитие гражданских инициатив в местном сообществе. Продвижение перспективных идей устойчивого развития среди молодежи через

поддержку инициатив, творчества, предприимчивости молодых людей, готовя их к активному участию в общественной жизни. Развитие научно-технического творчества молодежи и поддержка проектов в области компьютерных технологий, робототехники и моделирования.

3. Программа "Компьютер для школьника". Реализация совместного с фондом «Вольное Дело» проекта «Компьютер для школьника», который предусматривает оснащение школ ученическими ноутбуками. В рамках проекта уже приобретены ученические ноутбуки для школьников Красноярского края, г.Новокузнецка (Кемеровской области), Жовтневого района Николаевской области (Украина) и г. Еревана (Армения). Дальнейшая реализация проекта будет осуществляться на принципах частно-государственного партнерства. Оснащение школ регионов присутствия компании в дополнение к реализуемым программам информатизации школ, выведет учебные заведения в число лидеров по информатизации и инновационным методикам обучения.

Оперативное управление программой социальных инвестиций ОК РУСАЛ осуществляет Благотворительная организация «Фонд «Центр социальных программ». Инвестируя в развитие регионов присутствия РУСАЛа сейчас, создается потенциал экономического, социального, материального и духовного роста тысяч людей. А значит, формируется стабильное, свободное, уверенное в завтрашнем дне общество

Компания РУСАЛ разработала следующие партнерские программы.

1. Благотворительные сезоны. Возрождение традиций благотворительности в регионах, расширение сотрудничества с некоммерческими организациями, передача накопленного Компанией социального опыта местному сообществу – таковы цели наших партнерских проектов. Объединив усилия, мы сможем сделать значительно больше, чем каждый поодиночке. Запуск первых партнерских проектов в 2016 году стал важным шагом в развитии социальной политики Компании. Каждая партнерская программа проходит три этапа развития. Первый – становление форм сотрудничества: это ярмарки общественных организаций, партнерские конкурсы, благотворительные сезоны, которые укрепляют контакты между людьми, помогают совместному творчеству. Второй – укрепление партнерства: важно, чтобы мероприятия не оказались разовыми. Третий – разработка и воплощение партнерских проектов, направленных на решение значимых для региона социальных проблем на основе совместного финансирования партнеров. Среди главных пилотных проектов - Благотворительный сезон в Красноярском крае и акция «В добрый путь, добрые дела!» (Братск).

Традиция проведения Благотворительных сезонов в Красноярске была возобновлена по инициативе Центра социальных программ компании РУСАЛ. Это масштабный проект ЦСП в партнерстве с региональными властями и общественными организациями. Проект стал заметным событием, объявленного Годом благотворительности в России. Благотворительный сезон проходил уже в трех регионах присутствия Компании: в Красноярском крае, г. Братске и г. Саяногорске.

Благотворительный сезон открыла Весенняя неделя добра. Эта акция, впервые проведенная в Красноярске девять лет назад, давно превратилась в самое массовое и популярное событие Благотворительных сезонов. Перешагнув границы краевого центра, она охватила весь край и вышла за его пределы. К программе впервые присоединились Ачинск, Братск, Саяногорск, Новокузнецк и другие города. Красноярск стал междугородней информационной и организационной базой.

В рамках Благотворительного сезона появилась новая акция – Маршрут добрых дел. Ее цель - способствовать развитию общественных инициатив через поддержку и признание результатов добровольческой деятельности местных жителей. Маршруты прошли в гг. Красноярск, Ачинск и Саяногорск. В отдаленные деревни Манского и Ачинского районов, с. Курагино (Красноярский край), в п.г.т. Усть–Абакан (республика Хакасия) на добровольной основе выезжали представители общественных объединений, органов местного самоуправления и бизнеса, студенческие волонтерские отряды. Специалисты бесплатно проконсультировали население по юридическим, медицинским и социальным вопросам и представили социальные технологии, с помощью которых активные граждане смогут решать острые проблемы своего района. В Усть-Абакане и с. Шалинское выездная делегация посетила Ярмарки общественных инициатив, которые подготовили местные некоммерческие объединения и инициативные группы граждан. Волонтерские отряды поделились опытом проведения добровольческих акций. Специалисты Центра социальных программ РУСАЛа провели круглый стол, где участники обсудили возможности распространения технологий социального проектирования, организации партнерских мероприятий в сельских районах.

2. Компания РУСАЛ проводит конкурс социальных проектов. В 10 городах реализации программы состоялись Конкурсы малых грантов. На конкурс поступили 172 заявки. В гг. Братск, Каменск-Уральский, Красноярск, Саяногорск на финансирование конкурса социальных проектов формировался консолидированный бюджет. Участниками конкурса стали организации, имеющие небольшой опыт проектной деятельности. В результате 49 проектов получили гранты на общую сумму 1 804 510 рублей. В Новокузнецке и Братске по инициативе Центра социальных программ совместно с местными органами власти и представителями малого бизнеса были организованы совместные проекты.

3. Созданная Компанией ОАО "РУСАЛ" корпоративная программа личных пожертвований привлекает сотрудников Компании к непосредственному участию в благотворительности, предоставляет каждому простые и понятные механизмы для персональной добровольной помощи детям. В «РУСАЛ–УК» начала действовать автоматизированная программа сбора личных пожертвований. С ее помощью каждый сотрудник Управляющей Компании может перечислить средства на благотворительные цели, не покидая рабочего места. После дополнительного финансирования со стороны Компании – по условиям программы РУСАЛ удваивает каждый благотворительный взнос – общая сумма пожертвований составила 3 507 490 рублей. В программе личных

пожертвований постоянно участвовало более 150 человек, или около 14 % всех сотрудников Управляющей Компании. Этот показатель соответствует практике развитых стран мира, где в благотворительную деятельность компаний вовлечены от 10 до 13% работающих. В дни проведения специальных акций по сбору средств в программе принимает участие до 40 % сотрудников Компании. Ежемесячные перечисления на благотворительные цели составляют 150–200 тыс. руб.

4. В компании ОАО "РУСАЛ" для сотрудников осуществляется добровольное медицинское страхование (ДМС) работников всех заводов компании. Существует в компании и программа повышения заработной платы. Ее реализация невозможна без повышения мотивации каждого работника, роста производительности труда. Задача компании состоит в том, чтобы в ближайшие годы на предприятиях «РУСАЛа» уровень заработной платы стал одним из самых высоких в отрасли и в России, чтобы на работу в «РУСАЛ» стремились попасть работники наивысшего профессионализма. Существует программа по улучшению экологии, повышению безопасности труда, спортивно-оздоровительные программы и т.д.

Рассмотрим программу ОАО "РУСАЛ" в области заработной платы. При образовании «РУСАЛа» каждое предприятие вошло в состав компании со своей системой оплаты труда, и предстояло перейти к какому-то общему порядку. Была создана конкурентоспособная 10-уровневая система оплаты, в основе которой лежит гибкая система оценки результатов труда и возможность карьерного роста. Главными задачами при разработке системы были: создание внутренней иерархии компании, основанной на универсальной системе оценки должностей; устранение диспропорций в заработной плате по различным профессиям и унификация требований к аналогичным должностям в рамках предприятий компании.

Определены следующие критерии оценок должностей, разработанные дифференцированно по рабочим, руководителям, специалистам и служащим: профессиональные знания и опыт; управление людьми, уровень аналитического мышления, самостоятельность в принятии решений; уровень полномочий; профессиональный риск. Теперь уже возможен не только вертикальный, но и горизонтальный карьерный рост, т.е. продвижение по одноименной должности в течение достаточно длительного периода времени. Например, человек работает добросовестно, повышает квалификацию, выступает с инициативами, берет на себя дополнительную ответственность и выполняет поставленные цели. Все говорит о том, что он заслуживает повышения заработной платы. Но по действовавшей ранее единой тарифной сетке это можно было сделать, только повысив его в должности или установив ему какие-либо надбавки. При введении новой системы оплаты труда работнику можно повысить заработную плату в пределах достаточно широкой «вилки» (по горизонтали), установленной по его должности с учетом ее рыночной стоимости.

В результате внедрения 10-уровневой структуры оплаты труда стала понятна относительная важность всех должностей, находящихся в штате предприятия.

У работников появляется реальная возможность увеличить свой оклад, потому что по каждому уровню должностей разработана «вилка» - минимальный и максимальный пределы, которые позволяют более объективно оценивать вклад каждого работника в общий бизнес-результат. Гибкий подход к оплате труда пойдет на пользу как работнику, у которого появится стимул работать лучше и получать за это больше, так и работодателю, которому не надо будет усложнять систему, вводя индивидуальные надбавки и доплаты.

Новая система позволяет устранить перекосы, существующие в оплате труда работников основного и вспомогательного производств. Появляется возможность увеличить оклад сотруднику без повышения его в должности.

Еще один плюс - возможность карьерного роста для специалистов, менеджеров и руководителей по результатам ежегодной оценки их деятельности.

Рассмотрим программу в области жилья. На предприятиях «РУСАЛа», так же как и на других предприятиях страны, имеются известные проблемы с жильем - в основном, с улучшением жилищных условий. В целях ускорения решения этих вопросов компания «РУСАЛ» заключила соглашение со Сбербанком России о предоставлении кредита по льготным ставкам на улучшение жилищных условий. Многие работники компании «РУСАЛ» высказали желание воспользоваться этой возможностью. Для организованного решения вопросов, связанных с возможностью расширения жилплощади до желаемых размеров, в подразделениях заводов компании были созданы цеховые жилищные комиссии, в обязанности которых входят предварительная работа с претендентами на кредит и содействие в его получении. При кредитовании на улучшение жилищных условий работающий может взять также беспроцентный заем в размере до 30 % стоимости жилья у себя на заводе. В заявлении указывается конкретная сумма кредита и займа, примерные сроки погашения кредита и займа (максимальный срок 15 лет), площадь, фактически занимаемая заемщиком.

Заводская комиссия после рассмотрения документов выносит решение о выдаче кредита по пониженной процентной ставке и беспроцентного займа, затем эти документы направляются в «РУСАЛ». После согласования в компании списки с заводов отправляют в местный филиал Сбербанка России. В местном филиале претендент проходит собеседование и заполняет анкету. Филиал проводит согласование о выдаче кредита на уровне области. После получения согласования областного отделения Сбербанка России банк в течение двух-трех дней перечисляет деньги на счет получателя. Кредит и заем целевые, потратить их можно только на жилье.

Рассмотрим программу ОАО "РУСАЛ" в области медицинского страхования. Компания «РУСАЛ» заключила договор на добровольное медицинское страхование 15 российских предприятий, входящих в состав холдинга, со страховой компанией «МАКС». Страховой договор, заключенный на пять лет, предполагает стандартный пакет медицинских услуг для всех работников, а это в общей сложности более 61 тыс. чел. В дальнейшем в задачи «РУСАЛа» входит медицинское страхование работников и тех его предприятий, которые расположены за пределами Российской Федерации. К выбору страховщика в «РУСАЛе» отнеслись с особой ответственностью. Был проведен тендер среди

восьми крупнейших страховщиков России, Победителем тендера стала компания «МАКС».

Понятие «стандартный пакет медицинских услуг» включает в себя: поликлиническое обслуживание, стоматологию, стационарную помощь, все профилактические медицинские мероприятия, которые работодатели обязаны проводить на предприятиях, где существуют вредные условия труда, а также реабилитационно-восстановительное лечение для тех, кому оно показано.

Рассмотрим программу в области развития персонала ОАО "РУСАЛ". Задача повышения квалификации персонала является одной из наиболее важных как для компании «РУСАЛ», так и для службы управления персоналом любого ее завода. Имеется достаточно большое число курсов различных направлений и форм обучения. Современной и перспективной формой обучения является дистанционное обучение. Интерес персонала к системе СДО постоянно растет. Чтобы достичь уровня современного руководителя, необходимо развивать навыки эффективного управления людьми - компетенцию, включающую в себя корпоративность, профессионализм, эффективную коммуникацию, принятие решений, мотивацию на достижение, лидерство, управление использованием, управление изменениями, стратегический подход. Практически все курсы способствуют развитию перечисленных качеств. Среди имеющихся есть курсы, рассчитанные на 5-6 учебных программ-тренингов, направленные на совершенствование мастерства управления людьми.

Существует тренинг для директоров по направлениям и руководителей подразделений завода. Для директоров по направлениям и руководителей подразделений САЗ был проведен курс по теме «Личная эффективность менеджера». При этом 11 руководителей предприятия овладели навыками эффективного управления временем, планирования, делегирования ответственности, принятия решений, постановки целей и их реализации. Предварительно была проведена оценка руководителей методом «Ассессмент-центра», который позволил определить индивидуальные программы развития.

Задание

Проанализируйте программы социальной ответственности ОАО "РУСАЛ". Оцените эффективность данных программ.

Вопросы:

1. Чем ОАО "РУСАЛ" отличается от других российских предприятий?
2. В чем состоит цель ОАО "РУСАЛ"?
3. Для чего создан Кодекс корпоративной этики Компании ОАО "РУСАЛ"?
4. Что значит социальная ответственность для ОАО "РУСАЛ"?
5. Какие направления содержит программа ОАО "РУСАЛ" «Территория РУСАЛа»?
6. Какие партнерские программы разработала компания РУСАЛ?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 15

Основные стандарты и инициативы в сфере КСО.

Особенности корпоративной социальной ответственности иностранной компании

Цель: обсудить и закрепить материал относительно особенностей корпоративной социальной ответственности иностранной компании.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание особенностей корпоративной социальной ответственности иностранной компании;

умение сравнить и выявить особенности КСО в России и за рубежом;

понимание разницы корпоративной социальной ответственности российской и иностранной компании.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как осуществляется корпоративная социальная политика иностранной компании.

Теоретическое обоснование:

Одна из ведущих сетей кофеен «Старбакс» («Starbucks Coffee Company») включает политику социальной ответственности во все аспекты своей работы. Это касается подходов к выбору поставщиков кофе (соблюдение прав человека, норм охраны труда компаниями-производителями кофе), отношения к окружающей среде, к персоналу. С 1998г. «Старбакс» поддерживает организацию Conservation International, выступающую за устойчивые технологии в сельском хозяйстве, защиту биоразнообразия через изменение подходов к производству кофе. Результатами программы стало увеличение на 60% доходов фермеров, выращивающих кофе по новой технологии, и на 220% – числа кофейных плантаций, расположенных в зоне тропических лесов без повреждения биоразнообразия.

1) Забота о кофейнопроизводящих странах (Commitment to Origins™):

Starbucks принимает серьезные меры, чтобы помочь кофейным фермерам повысить уровень их жизни и защитить среду, в которой они выращивают кофе. Они внимательно изучили многие проблемы, с которыми сталкиваются фермеры, в том числе экономические и экологические. Забота о кофейнопроизводящих странах (Commitment to Origins™) – их вариант оказания помощи фермерам в решении стоящих перед ними проблем, компания одновременно поддерживает в стабильном состоянии их плантации, внимательно относится к вопросам защиты окружающей среды и сохраняет высокие стандарты по качеству кофе.

2) Забота об окружающей среде:

Принимая меры по сокращению отходов при производстве и переработке, компания сохраняет природные ресурсы земли и повышает уровень жизни на всем земном шаре. Starbucks активно выискивает возможности минимизации воздействия на окружающую среду и создания здоровой планеты.

3) Забота о сообществах:

Местные кофейни Starbucks стали центральной частью многих микрорайонов, они служат местом, где люди могут собраться, поговорить, пообщаться, приятно провести время. Но Starbucks считает, что может принести больше пользы местным сообществам тем, что старается сделать своих партнеров ответственными соседями и активными участниками событий тех районов, в которых они живут и работают. Это важная часть культуры и ценностей данной компании.

4) Забота о сотрудниках (партнерах):

Более 63 000 человек работает в Starbucks, и все эти люди, которых они называем «партнеры», являются инструментом успеха компании. А так как успех во многом зависит от преданности партнеров, основной задачей компании является показать им, насколько они ценимы и уважаемы.

Первые два руководящих принципа в миссии компании говорят именно про заботу о партнерах:

- Создать отличное место работы и обращаться друг с другом с уважением и достоинством.
- Принимать разнообразие как неотъемлемый компонент нашего способа ведения бизнеса.

5) Текст миссии компании Starbucks:

Утвердить Starbucks на позициях основного мирового поставщика высококачественного кофе, сохраняя по мере роста и развития приверженность нашим бескомпромиссным принципам. Изложенные ниже шесть основополагающих и руководящих принципов помогают нам взвешивать адекватность принимаемых решений:

обеспечивать превосходную рабочую атмосферу и относиться друг к другу с уважением и достоинством;

позитивно воспринимать разнообразие, которое является составной частью нашего бизнеса;

применять высочайшие и самые совершенные стандарты при закупке, обжарке и подаче посетителям свежего кофе;

работать с энтузиазмом, доставляя удовольствие посетителям;

оказывать помощь и поддержку нашим местным общинам и вносить свой вклад в защиту окружающей среды;

понимать и признавать, что прибыльность лежит в основе нашего будущего процветания.

Задание

Проанализируйте особенности корпоративной социальной ответственности иностранной компании, выявите сходства и различия от КСО российских компаний.

Вопросы:

1. Каким образом сеть кофеен «Старбакс» реализует КСО?
2. Дайте краткое описание двух руководящих принципов в миссии компании.
3. В чем состоит миссия компании «Старбакс»?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 16

Социальная ответственность и трудовые отношения в организациях.

Совершенствование корпоративной социальной политики: развитие корпоративного социального страхования

Цель: обсудить и закрепить материал относительно совершенствования корпоративной социальной политики компании путем развития корпоративного социального страхования.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, а также приобрести следующие знания и умения:

знание способов совершенствования корпоративной социальной политики компании;

умение получать новые рыночные возможности для организации;

понимание методов развития корпоративного социального страхования.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как совершенствовать корпоративную социальную политику компании и социальное страхование персонала.

Теоретическое обоснование:

Обязательное социальное страхование в ОАО «Мосэнерго».

Сразу несколько направлений социальных программ ОАО «Мосэнерго» реализуются с помощью механизма обязательного и добровольного корпоративного социального страхования. Обязательное социальное страхование, проводимое на основании действующего законодательства в этой сфере, определяется прежде всего уровнем конкретного социального риска в стоимостном выражении, степенью потери дохода при реализации того или иного риска, а также мерой покрытия потерь от риска, устанавливаемой государством.

В этой связи отметим, что страховая форма социальной защиты обладает целым рядом преимуществ, в первую очередь, прозрачностью отношений и возможностью осуществлять мероприятия по минимизации последствий социальных рисков на условиях взаимозачета, то есть вычета необходимых компенсаций из регулярно перечисляемых в государственные внебюджетные фонды страховых взносов. Отметим, что в настоящее время на условиях взаимозачетов происходит распределение до 70% средств Фонда социального страхования РФ (ФСС РФ).

Корпоративное социальное страхование в ОАО «Мосэнерго».

В ОАО «Мосэнерго» тенденция развития добровольных форм социального страхования также очевидна: действуют программы по страхованию жизни, ДМС, профессиональной ответственности строителей. Страховые взносы в НПФ

за работников непромышленной сферы и неработающих пенсионеров уменьшились, однако произошло это за счет внедрения новых форм корпоративной социальной защиты и прошедшей реструктуризации производства.

Эффективность обязательного социального страхования в части компенсации и минимизации потерь от наступления социальных рисков снижается. Российские организации при осуществлении корпоративного социального страхования используют богатый арсенал страховых продуктов, который вряд ли будет существенно расширен в ближайшие годы. В связи с этим наиболее оптимальным будет такое направление развития добровольного социального страхования, при котором социальные страховые продукты будут восполнять недостаточно обеспеченные социальные гарантии, декларируемые государством.

Страхование дней ожидания.

В качестве примера возьмем ситуацию с возмещением трудового дохода, утерянного вследствие временной нетрудоспособности. Как уже говорилось, в настоящее время одним из основных препятствий для достижения базового стандарта страхового обеспечения при временной нетрудоспособности, рекомендуемого МОТ, является введение ограничения по максимальному размеру пособия. Также первые два дня временной нетрудоспособности оплачивает работодатель.

С помощью корпоративного социального страхования данное препятствие устраняется. Работодатель может заключить договор со страховой компанией, по которому страховщик обязуется компенсировать разницу между получаемым из ФСС РФ пособием по временной нетрудоспособности и фактическим трудовым доходом работника. Как известно, пособие рассчитывается на основании Положения о порядке обеспечения пособиями по государственному социальному страхованию, утвержденного Постановлением Президиума ВЦСПС от 12 ноября 1984 г. №13-6. Пособие выплачивается в размере: 100 % заработка, если непрерывный стаж сотрудника составляет не менее 8 лет; 80 % заработка, если непрерывный стаж сотрудника составляет от 5 до 8 лет; 60% заработка, если непрерывный стаж сотрудника составляет до 5 лет.

Механизм определения финансовых условий страхования следующий. В первую очередь необходимо рассчитать какое количество работников, относящихся к различным вышеуказанным категориям по трудовому стажу, за прошедший период имело временную нетрудоспособность. Затем, вычислив среднюю сумму возмещения на одного работника (общая сумма возмещения из средств ФСС РФ по данным табл. 3.3 составила 94 242,4 тыс. рублей), а также учитывая то, что средняя продолжительность нахождения на больничном листе составила 8,0 дней (данный показатель совпадает с общероссийским), из которых 2 дня оплачивал работодатель, необходимо вычислить недостающую сумму возмещения временной нетрудоспособности на одного работника. Возьмем за основу тот факт, что общее число случаев временной нетрудоспособности в год составило 23 567.

Отметим, что несмотря на значительные затраты на страхование, данная страховая услуга могла бы войти в качестве одного из центральных звеньев социального пакета компании и продемонстрировала уровень социальной ответственности работодателя пред трудовым коллективом.

Накопительное страхование семьи.

Несмотря на то, что в качестве основного направления развития корпоративного социального страхования обычно дополняют обязательное социальное страхование добровольными видами, нельзя не учитывать и другие виды страхования, появляющиеся в последнее время. Одним из таких видов страхования является накопительное страхование семьи.

Статистика такова: в последние годы на 10 зарегистрированных браков в среднем приходится более 7 разводов. Большое число разводов является одним из факторов ухудшения демографической ситуации в стране. Крепкая семья кроме увеличения рождаемости влияет и на продолжительность жизни: люди в семьях живут дольше, чем одинокие.

Суть социального страхового продукта заключается в добровольном сберегательном страховании семьи на случай дожития в браке до определенного срока. Страховой продукт выглядит так: страховая компания реализует полис страхования на случай достижения семьей определенного срока совместного проживания в зарегистрированном браке. Срок может быть различным – например, 10, 15 или 20 лет, а вариантами - не только оловянная, хрустальная или фарфоровая свадьба, но и наличие детей.

Объектом накопительного страхования семьи будут являться имущественные интересы страхователя, связанные с достижением определенного срока существования семьи. Страхователем выступит один из супругов или третьи лица (родители, родственники, организация-работодатель, в нашем случае ОАО «Мосэнергo»). Выгодоприобретатель – страхователь или один из супругов (застрахованный). При этом не принципиально, кто из супругов будет выступать получателем страховой суммы, согласно действующему законодательству страховая выплата будет принадлежать обоим супругам в равных долях.

В качестве страхового случая определим факт дожития супругов в официально зарегистрированном браке, номер свидетельства о регистрации и другие данные которого будут содержаться в полисе сберегательного страхования семьи до определенного договором срока. При этом не имеет значения, проживала ли семья совместно или раздельно, подтверждением факта дожития служат отметки в паспортах и справки из отдела ЗАГС по месту регистрации каждого из супругов.

Страховая сумма - денежная сумма, определяемая по соглашению со страховой компанией и выплачиваемая по достижению семьей установленного срока существования. При наступлении страхового случая через 10 лет супруги получают сумму, в два раза большую по сравнению с внесенной страховой премией, через 15 лет – в три раза, а через 20 лет – в четыре раза большую. Расчет произведен, исходя из средней доходности по страховой сумме в 8% годовых (в рублях или валюте), а также существующей статистики разводов и продолжительности жизни. Страховая премия может вноситься наличными

деньгами или по безналичному перечислению единовременно либо по согласованному со страховой компанией графику.

Задание

Проанализируйте, как развивается корпоративное социальное страхование на примере ОАО «Мосэнерго». Предложите свои варианты такого страхования.

Вопросы:

1. Как осуществляется обязательное страхование в ОАО «Мосэнерго»?
2. Назовите основные тенденции в развитии корпоративного социального страхования ОАО «Мосэнерго».
3. Что такое страхование дней ожидания? Как данное направление корпоративного социального страхования осуществляется в ОАО «Мосэнерго»?
4. Как реализуется такое направление корпоративного социального страхования как накопительное страхование семьи в российских компаниях?

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическая подготовка 1

Социальная ответственность и социальная защита занятого населения.

Место КСО в стратегии бизнеса

Цель: обсудить и закрепить теоретический материал о том, что корпоративная социальная ответственность – это не побочная деятельность, а составная часть бизнес-стратегии.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как сформировать социальные приоритеты организации и использовать их для получения новых рыночных возможностей.

Теоретическое обоснование:

Проблема способности компании убедительно продемонстрировать обществу вклад предприятия в социально-экономическое развитие региона, страны, в которых она работает, вопросы формирования уверенности у заинтересованных сторон в том, что корпорация ответственно подходит к вопросам производственной деятельности и устойчивого развития предприятия, занимает сегодня важное место в повестке дня любой современной нефтегазовой компании. Объем требований, предъявляемых к нефтегазовым корпорациям в области выявления и удовлетворения потребностей общества в целом, неуклонно возрастает в последнее время. Соответственно, для компаний растут как производственные, так и репутационные риски.

Многие компании сегодня осознали, что успешно вести бизнес, функционируя в изолированном пространстве, невозможно. Поэтому интеграция принципа корпоративной социальной ответственности в стратегию развития бизнеса становится характерной чертой ведущих национальных и международных

компаний. Проявлением этого подхода является подготовка корпоративного социального отчета.

Процесс социальной отчетности создан для повышения открытости бизнеса перед обществом, информирования компаниями заинтересованных сторон о своей социальной активности. Корпоративный социальный отчет позволяет комплексно представлять обществу результаты деятельности компании, вести диалог со всеми общественными группами, выявлять их оценки и ожидания. Под заинтересованными сторонами подразумевается очень широкий круг общественных групп, организаций, государственных структур и просто людей, на которые и на которых компания оказывает влияние

Многие компании заняты разработкой стратегии, политики, процедур, структуры отчетности КСО. Для них получение преимуществ в результате соблюдения принципов КСО будет зависеть от следующих основных факторов:

- ясности поставленной цели;
- качества принятых мер;
- эффективности диалога с заинтересованными сторонами;
- степени интеграции КСО в структуру бизнеса;
- составления отчетности и раскрытия информации.

В целом существует понимание того, что необходимо принимать меры в области корпоративной социальной ответственности. Это, как правило, находит отражение в долгосрочном планировании, в основе которого лежат принципы, отличные от стремления получить краткосрочные преимущества на основе анализа затрат.

Основной вопрос, который предстоит решить в течение следующих нескольких лет, заключается в разработке более эффективных показателей производственной деятельности, которые бы наиболее полно отражали вклад компании в социально-экономическое развитие региона. Это – непростой вопрос. Однако использование таких показателей поможет компаниям защитить себя от атак и получить преимущества от достижения положительных результатов, а также облегчит сравнение показателей деятельности компаний нефтяной отрасли, став, таким образом, важным фактором конкурентной дифференциации.

Неотъемлемым элементом стратегии в области КСО компании должно быть взаимодействие с заинтересованными сторонами, чье мнение оказывает влияние на стоимость компании и ее деловую репутацию. Например, нефтяные и газодобывающие компании знают из собственного опыта, что надежное техническое обоснование основных инвестиций и операционных решений недостаточно, если группы заинтересованных сторон противодействуют предлагаемым решениям или направлению развития.

Задания

Задание 1. На примере конкретной организации определите основные группы заинтересованных сторон, проиллюстрируйте основные этапы анализа стейкхолдеров.

Задание 2. Проанализируйте основные направления, на которых фокусируется внешняя и внутренняя социальная политика крупнейших российских корпораций.

Задание 3. В российском менеджменте в последние годы увеличивается число предприятий с социальной ответственностью как перед собственным персоналом, так и перед обществом. На примере конкретной компании приведите примеры различных направлений деятельности в сфере социальной ответственности.

Задание 4. Определите возможные преимущества реализации и негативные последствия игнорирования принципов корпоративной социальной ответственности как для самой компании, так и для территории ее присутствия по основным направлениям: производство продукции/услуг, развитие человеческого потенциала, соблюдение требований законодательства, добросовестная деловая практика, программы по развитию местного сообщества и т.д. Результаты оформите в виде таблицы. Изучите российские и зарубежные исследования, посвященные факторам корпоративной социальной ответственности. Проанализируйте основные мотивы и барьеры реализации стратегии социальной ответственности.

Задание 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.

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Практическое занятие 13

Зарубежные концепции КСО.

Место КСО в стратегии государства

Цель: изучить теоретические исследования и практики реализации концепции КСО и механизма достижения стратегических приоритетов социально-экономического развития страны.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности.

Актуальность практического занятия состоит в необходимости знать, как использовать добровольную активность бизнеса в решении приоритетных задач социального и экономического развития регионов и страны в целом.

Теоретическое обоснование:

Достижение уровня экономического и социального развития, соответствующего «статусу России как ведущей мировой державы XXI века» обозначено в качестве стратегической цели в Концепции долгосрочного развития Российской

Федерации на период до 2030 года. В качестве целевых ориентиров первыми по важности названы «высокие стандарты благосостояния человека» и «социальное благополучие и согласие». Достижение стратегической цели и заданных приоритетов возможно только посредством перехода к инновационному социально ориентированному типу развития, основанному на модернизации. Сущность модернизации эксперты охарактеризовали с помощью формулы четырёх «И»: институты, инфраструктура, инновации, инвестиции, причем институты и инфраструктура должны обеспечить условия для инноваций и инвестиций.

Институты и инфраструктура предполагают выработку правил выстраивания эффективных механизмов взаимодействия между государством, бизнесом и обществом, направленных на обеспечение учета интересов и координацию усилий всех трех секторов экономики при выработке и достижении приоритетов социально-экономического развития. Концепция КСО, развивающаяся в России на протяжении примерно десяти последних лет, имеет высокий потенциал вовлечения бизнеса и общества в решение стратегических приоритетов развития. Она может рассматриваться в качестве социальной инновации, направленной на модернизации как изменение системы общественной мотивации, которое нацелено на создание передового и эффективного общества. Однако использованию концепции корпоративной социальной ответственности и ее механизмов в нашей стране до сих пор уделяется недостаточно внимания.

В России нет государственной политики в области КСО, отсутствует отлаженный механизм популяризации и поощрения государством добровольной деятельности бизнеса в решении приоритетных социально-экономических задач. Недостаточно внимания уделяется использованию механизма КСО в определении стратегических приоритетов, направленных на достижение устойчивого развития страны и регионов. Кроме того, не в полной мере используются инновационные формы взаимодействия трех секторов экономики, нет четких правил добровольного участия бизнеса в решении социально-экономических задач на территориях его присутствия, слабо востребован потенциал гражданской активности в решении проблем в местах проживания. В это время в развитых странах разрабатываются и широко применяются различные варианты национальных политик в области КСО, вводятся должности на уровне министров по регулированию социальной ответственности бизнеса. Концепции устойчивого развития и КСО рассматриваются как две стороны одной медали. Из этого вытекает необходимость и актуальность изучения практики реализации концепции КСО и механизма достижения стратегических приоритетов социально-экономического развития страны. Это согласуется с задачей модернизации страны и растущей потребностью в поиске дополнительных источников решения социальных проблем общества.

Задания

Задание 1. На основе данных о разных моделях корпоративной социальной ответственности в разных странах определите, что объединяет эти модели и что, по Вашему мнению, составляет специфику каждого подхода.

Задание 2. Проанализируйте три довода, выдвинутые Р. Оуэном в обращении к правительствам европейских стран, в пользу принятия международных трудовых норм об условиях труда на заводах и фабриках, рудниках и шахтах. Приведите дополнительные аргументы в пользу их принятия.

Задание 3. Проанализируйте основные субъекты регулирования корпоративной социальной ответственности в общемировом масштабе, а также степень их воздействия на российские организации различного уровня (международные корпорации, организации регионального и локального масштабов).

Задание 4. Найти в периодической печати либо интернет-ресурсах информацию о ситуациях, реально произошедших в мире. Ознакомиться, проанализировать, подготовить ответ на поставленный вопрос. Изложите позицию и роль государства в предложенных ситуациях.

1. Разлив нефти в Мексиканском заливе и ответственность корпорации «Бритиш Петролиум».

2. Авария на японской АЭС «Фукусима-1» и ответственность компании «ТЕРСО».

Задание 5. Составить мини-интервью.

1. Одним из возможных пути внедрения социальной ответственности в российскую практику является инициатива государства, инициатива бизнеса и диалог власти и бизнеса. Оцените плюсы и минусы каждого сценария и выберите, на ваш взгляд, наиболее оптимальный. Обоснуйте свой ответ.

2. Одним из возможных пути внедрения социальной ответственности в российскую практику является инициатива бизнеса. Оцените плюсы и минусы каждого сценария и выберите, на ваш взгляд, наиболее оптимальный. Обоснуйте свой ответ.

3. Одним из возможных пути внедрения социальной ответственности в российскую практику является диалог власти и бизнеса. Оцените плюсы и минусы каждого сценария и выберите, на ваш взгляд, наиболее оптимальный. Обоснуйте свой ответ.

Список рекомендуемой литературы: [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Список рекомендуемой литературы.

Основная литература:

1. Асташкин, Р. С. Корпоративная социальная ответственность Электронный ресурс / Асташкин Р. С., Горгодзе Д. Р. : методические указания. - Самара : СамГАУ, 2020. - 24 с., экземпляров неограничено

2. Горяйнова, Н. М. Корпоративная культура Электронный ресурс : Учебное пособие для СПО / Н. М. Горяйнова. - Корпоративная культура, 2029-07-03. - Саратов : Профобразование, 2019. - 223 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4488-0342-0, экземпляров неограничено

3. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 248 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). -

<http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03159-5, экземпляров неограничено

Дополнительная литература:

4. Бабич, А. М. Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий Электронный ресурс : Учебное пособие / А. М. Бабич, А. А. Попков, О. Н. Слоботчиков. - Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий, 2024-01-11. - Москва : Институт мировых цивилизаций, 2018. - 296 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-6041536-1-1, экземпляров неограничено
5. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность / Е.С. Григорян ; И.А. Юрасов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 248 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02477-1, экземпляров неограничено
6. Поварич, И. П. Корпоративная социальная ответственность / И.П. Поварич. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 149 с., экземпляров неограничено
7. Социальная ответственность менеджмента Электронный ресурс : учебник / В.К. Проскурин / Н.В. Родионова / Н.М. Филимонова / Н.В. Моргунова / Г.А. Трунин / Э.В. Панков / А.И. Базилевич / В.Я. Горфинкель / Р.В. Моргунова / О.И. Базилевич / П.Н. Захаров / Н.Н. Комаров / В.В. Матвеев ; ред. В.Я. Горфинкель ; А.И. Базилевич. - Социальная ответственность менеджмента, 2018-10-15. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 287 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-238-02455-4, экземпляров неограничено

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению практических работ по дисциплине
«Корпоративная социальная ответственность»
для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(направленность (профиль) «Управление бизнесом»)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания

для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»
для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
направленность (профиль) «Управление бизнесом»

Ставрополь, 2026

Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» и содержат задания к самостоятельной работе, порядок их выполнения и методические указания к ним. Предназначены для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Управление бизнесом»).

Составители: канд.экон.наук, доцент Харченко Н.П.

Рецензент: канд.экон.наук, доцент Шацкая Е.Ю.

Содержание

Введение

1. Общая характеристика самостоятельной работы
2. План – график выполнения самостоятельной работы
3. Методические указания по изучению теоретического материала
4. Методические указания по решению задач при подготовке к практическим занятиям и практической подготовке
5. Методические указания к написанию реферата
6. Методические указания к подготовке к тестированию
7. Методические указания по решению разноуровневых задач (заданий)
8. Методические указания к подготовке к экзамену
9. Список рекомендуемой литературы

Введение

Социально-экономическая жизнь, так или иначе, протекает в организациях. С изменением общественно-политического строя и экономических отношений изменилось во многом и содержание организаций. В частности, появились частные, акционерные и прочие организации, выполняющие специфическую функцию в обществе. Иной стала структура организации как общественного института, соотношение между различными организационными форм, характер организационных образований.

Изменилась и целесообразная деятельность организаций, и прежде всего предпринимательского характера. Их целью становится производство как важнейшая составляющая деятельности, конечным результатом которой является прибыль. В связи с этим изменилась социальная роль организации, ее воспитательные функции и в целом как форма воспроизводства социальной жизни. В отличие от недавних времен, организации приобрели сложный характер взаимоотношений, нередко вступающие в противоречие друг с другом и даже противостояние, включая применение силы. Особо сложный характер взаимоотношений складывается между некоммерческими и коммерческими, государственными и частными организациями. Прежде всего, это обусловлено отсутствием устоявшихся конституционных форм взаимодействия различных субъектов общества.

Не менее сложно складываются отношения и между субъектами организации, и в первую очередь это касается предпринимательских структур. Появление новых субъектов предприятий и фирм и, в частности, предпринимателей и наемных работников, обуславливает совершенно иную управленческую и организационную конфигурацию фирм. Нередки и здесь нарастающее противостояние и рост социальной напряженности в организации и обществе в целом. Прежде всего, это связано с недопониманием роли каждого члена фирмы в общей системе взаимодействия субъектов организации, наличием совершенно различных их функций, целей и интересов.

Так, интересы предпринимателя или администратора (управляющего) и наемных работников оказываются сегодня настолько различны, что вступают в противоречие друг с другом. Организационные и экономические интересы предпринимателя, совпадающие чаще всего с его основными целями, нередко противостоят интересам наемных работников, цели которого не совпадают с целями всего предприятия. Противостояние чаще всего бывает связанным с непониманием руководителей особых функции данных субъектов в организации. В частности, речь идет об особой ответственности руководителя, предпринимателя, частного владельца перед работниками и последних перед организацией.

Ответственность связана, прежде всего, с социально-экономической деятельностью организации. Речь, в данном случае, идет об экономической стабильности предприятия и материального обеспечения своих работников, о социальном положении наемных работников, их психологическом самочувствии, участие в общественной жизни предприятия и т.д., честность и порядочность предпринимателя перед своими работниками и внешними

партнерами. Подлинная социальная ответственность предпринимательства, заключается в снятии социальных противоречий, которые нарастают во время переходного периода к рыночной экономике, не усиливать неизбежность ее негативных последствий, к которым следует отнести рост безработицы, бедности, загрязнение окружающей среды и пр. Ответственность не только за воплощение в жизнь своих идей, но и реализацией их, инновационная деятельность, ответственность перед фирмами, конкурентами, партнерами и своими работниками.

Социально-экономическую ответственность организации необходимо рассматривать с точки зрения современных представлений об организационной культуре. Внешнюю и внутреннюю ответственность организации надо рассматривать как залог выживания и преуспевания, личностной самореализации всех работников предприятия. Однако нельзя не говорить и о противоположном полюсе проблемы – ответственность организации за нарушение принятых на государственном уровне законов и общественных норм.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Целью освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является формирование набора профессиональных компетенций студента по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» путем изучения основ корпоративной культуры, основных особенностей этики бизнеса в системе КСО и инструментов регулирования КСО, необходимых будущим специалистам для эффективного управления организацией в условиях постоянно меняющейся внешней среды.

Применение метода системного анализа к изучению данного курса определяет следующие его задачи:

- усвоение современных теоретических представлений о корпоративной социальной ответственности бизнеса, факторах и условиях, обеспечивающих эффективное формирование и управление корпоративной социальной ответственностью;
 - овладение основами методологии и методики в области корпоративного социального учета, аудита и отчетности;
- приобретение базовых навыков практической работы в области развития и управления корпоративной социальной ответственностью.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие компетенции у обучающегося:

ОПК-3 - способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

В результате освоения данной дисциплины формируются следующие индикаторы компетенций у обучающегося:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности.

Самостоятельная работа по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» выполняется с целью получения и закрепления знаний, приобретенных при изучении теоретического материала.

2. ПЛАН – ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Виды и содержание самостоятельной работы студента и формы контроля

Технологическая карта самостоятельной работы студента

Коды реализуемых компетенций, индикаторов	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки
ИД-2 ОПК-3	Самостоятельное изучение литературы	Собеседование
ИД-2 ОПК-3	Подготовка к лекциям	Собеседование
ИД-2 ОПК-3	Подготовка к практическим занятиям и практической подготовке	Собеседование
ИД-2 ОПК-3	Решение разноуровневых задач (заданий)	Комплект задач
ИД-2 ОПК-3	Самотестирование, подготовка к тестированию	Тестирование
ИД-2 ОПК-3	Выполнение реферата	Доклад
ИД-2 ОПК-3	Подготовка к экзамену	Экзамен

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

При изучении дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» предусмотрено изучение теоретического материала. Форма контроля данного вида СРС: собеседования.

Вопросы для проведения собеседования:

Тема 1 Корпоративная культура организации (ОПК-3)

1. Понятие, роль и задачи корпоративной культуры.
2. Факторы формирования корпоративной культуры.
3. Содержание корпоративной культуры.
4. Социально-психологический климат (СПК).

Тема 2 Корпоративная социальная ответственность (КСО): сущность, принципы, преимущества (ОПК-3)

1. Понятие КСО.
2. Виды КСО.
3. Принципы формирования КСО.
4. Преимущества реализации КСО.

Тема 3 Концепция, стандарты корпоративной социальной ответственности (ОПК-3)

1. Теоретические основы концепции корпоративной социальной ответственности (КСО).
2. Стандарты КСО.
3. Российская практика стандартизации КСО.

4. Совершенствование системы стандартов КСО в России.

Тема 4 Подходы и аргументы социальной ответственности бизнеса (ОПК-3)

1. Основные подходы к социальной ответственности бизнеса.
2. Милтон Фридман и его отношение к социальной ответственности.
3. Сторонники подхода за КСО, их мнения.
4. Аргументы за социальную ответственность в бизнесе.
5. Аргументы против социальной ответственности в бизнесе.

Тема 5 Корпоративная социальная ответственность как способ достижения устойчивого развития (ОПК-3)

1. Принцип устойчивого развития.
2. Кодексы корпоративной этики.
3. Социальная отчетность.
4. Совершенствование системы соц отчетности в РФ.

Тема 6 Взаимосвязь сферы социальной ответственности и морально-этических аспектов ответственности, проблемы КСО в России (ОПК-3)

1. Сферы социальной ответственности.
2. Морально-этические аспекты социальной ответственности.
3. Проблемы социальной ответственности в современных российских организациях.
4. Пути решения проблем социальной ответственности в современных российских организациях.

Тема 7 Эволюционирование, моделирование и обучение социальной ответственности коммерческих организаций (ОПК-3)

1. Эволюционирование отношения бизнеса к социальной ответственности.
2. Современное отношение к повсеместному внедрению КСО в бизнес. Четыре уровня КСО, выделенные в пирамиде социальной ответственности А. Кэролла.
3. Моделирование социально ответственной деятельности коммерческих организаций.
4. Обучение социально ответственной деятельности коммерческих организаций.

Тема 8 Корпоративная социальная ответственность как способ формирования имиджа современной компании (ОПК-3)

1. Формирование имиджа социально ответственной компании.
2. Социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной ответственности организации.
3. Корпоративный социальный отчет как средство оптимизации имиджа компании.
4. Виды социальных отчетов

Тема 9 Проблемы, критерии и уровни социальной ответственности бизнеса (ОПК-3)

1. Проблемы реализации социальной ответственности в бизнесе.
2. Способы внедрения социально-ответственного поведения в деятельность компаний.
3. Уровни внедрения корпоративной социальной ответственности в деятельность компаний.
4. Освоение уровней КСО: проблемы и пути решения.

Тема 10 Реализация социальной ответственности бизнеса (ОПК-3)

1. Социальные программы социально ответственного бизнеса.
2. Значение социальных программ для современного общества.
3. Социальное инвестирование.
4. Социально ответственное инвестирование.

Тема 11 Межсекторальное взаимодействие как фактор социально-экономического развития (ОПК-3)

1. Социальное партнерство как технология межсекторального взаимодействия.
2. Условия социально-экономического развития.
3. Власть как субъект социальной ответственности.
4. Бизнес как субъект социальной ответственности.

Тема 12. Бизнес и общество в системе социального партнерства (ОПК-3)

1. Использование социального заказа в качестве механизма взаимодействия общества, власти и бизнеса.
2. Развитие системы социальных заказов, ее совершенствование.
3. Корпоративная социальная отчетность как способ формирования доверия общества и власти к бизнесу.
4. Возможности совершенствования социальной отчетности и способов ее распространения.

Тема 13. Внедрение корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии компаний (ОПК-3)

1. Внедрение политики корпоративной социальной ответственности в деятельность компаний
2. Основные методы использования политики КСО
3. Основные принципы внедрения корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии
4. Развитие маркетинговых стратегий на основании принципов КСО.

Тема 14. Нефинансовая отчетность (ОПК-3)

1. Цели и история развития нефинансовой отчетности
2. Виды нефинансовых отчетов
3. Этапы подготовки социального отчета
4. Подтверждение информации нефинансовой отчетности
5. Конкурсы нефинансовых отчетов

Тема 15. Основные стандарты и инициативы в сфере КСО (ОПК-3)

1. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности».
2. Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI
3. Серия стандартов Accountability (AA1000)
4. Глобальный договор ООН
5. Финансовая инициатива программы ООН по окружающей среде
6. Принципы экватора или управления экологическими и социальными рисками
7. Социальная хартия Российского бизнеса

Тема 16. Социальная ответственность и трудовые отношения в организациях (ОПК-3)

1. Понятие организационных трудовых отношений

2. Сущность социально-ответственных трудовых отношений
3. Социальное партнерство как механизм развития социально-ответственных трудовых отношений
4. Международное регулирование социально-ответственных трудовых отношений
5. Глобализация и ее воздействие на трудовые отношения в организациях

Тема 17. Социальная ответственность и социальная защита занятого населения (ОПК-3)

1. Социальная защита населения в Российской Федерации
2. Построение системы социальной защиты занятого населения в РФ
3. Принципы социальной защиты населения
4. Функции и формы социальной защиты населения

Тема 18. Зарубежные концепции КСО (ОПК-3)

1. Концепции КСО: Европа
2. Концепции КСО: США
3. Концепции КСО: Канада
4. Использование Европейской концепции КСО в РФ
5. Использование США концепции КСО в РФ
6. Использование Канадской концепции КСО в РФ

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ И ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ

Для подготовки к практическим занятиям необходимо использовать Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» - [Электронная версия].

Решенные задания в письменном виде предоставляются преподавателю на проверку и подлежат защите.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА

К самостоятельной работе относится написание и защита реферата.

В результате выполнения данного вида самостоятельной работы у студентов формируются следующий индикатор компетенции:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности.

Примерные темы реферата:

1. Корпоративная социальная ответственность в системе управления социальным развитием организации.
2. Тенденции социального развития в современном обществе.
3. Экономическая основа социального развития организации.
4. Общая характеристика методов социального управления.
5. Общая характеристика внутренней и внешней социальной среды организации.

6. Исторические предпосылки решения социально-трудовых проблем на Западе.
7. Современные тенденции гуманизации труда.
8. Общая характеристика концепции качества трудовой жизни работников.
9. Удовлетворенность трудом и способы ее измерения.
10. Сущность и значение концепции социальной ответственности бизнеса, подходы к интерпретации концепции КСО.
11. Социальная политика государства и ее влияние на организацию.
12. Модели социальной политики и КСО.
13. Корпоративная социальная ответственность в США.
14. Корпоративная социальная ответственность в Европе.
15. Особенности социальной политики в РФ.
16. Система социальной защиты населения.
17. Характеристика социального партнерства как особого типа социально-трудовых отношений.
18. Система социального партнерства в РФ.
19. Зарубежный опыт социального партнерства.
20. Государство в системе социального партнерства.
21. Формирование системы социального партнерства на уровне организации.
22. Коллективный договор как инструмент социального партнерства.
23. Внутренний контроль в системе социального партнерства.
24. Социальные программы компании как инструмент реализации ее социальной ответственности.
25. Уровни участия бизнеса в социальной сфере.
26. Социальное инвестирование и социально-ответственное инвестирование.
27. Межсекторное социальное партнерство и корпоративное волонтерство как формы осуществления организацией своей региональной социальной политики.
28. Влияние социально ответственного поведения организации на показатели ее деятельности.
29. Общая характеристика управления социальной ответственностью организации.
30. Влияние государства на реализацию принципов корпоративной социальной ответственности.
31. Сущность и значение внутренней социальной политики организации.
32. Основные подходы к формированию социального пакета в организации.
33. Сущность и значение социального кодекса в организации.
34. Условия и охрана труда как фактор внутренней социальной среды организации.
35. Гуманизация условий труда и система управления охраной труда в организации.
36. Характеристика механизмов социальной защиты работников от профессионального риска.
37. Организационная культура как фактор социального развития.
38. Социально-психологический климат в коллективе как фактор внутренней социальной среды организации.

39. Обучение персонала как фактор повышения качества трудовой жизни работников.
40. Сущность и значение социальной защиты работников организации.
41. Нормы трудового законодательства в области социальной защиты работников.
42. Социальная инфраструктура как фактор социальной среды организации.
43. Управление социальной инфраструктурой организации.
44. Материальное вознаграждение как фактор повышения качества трудовой жизни работников.
45. Новые подходы к стимулированию труда работников.
46. Общая характеристика социальных стратегий организации, социального планирования и плана социального развития.
47. Подходы к оценке уровня социального развития организации.
48. Общая характеристика нефинансовой (социальной) отчетности организации.
49. Сущность и значение социального аудита и социальных рейтингов.
50. Основные стандарты социальной отчетности.

Реферат должен быть написан студентом самостоятельно, на основе глубокого изучения рекомендуемой литературы. Работу следует выполнять на листах формата А4 (210х297 мм). Нумерация страниц и приложений осуществляется в правом верхнем углу и должна быть сквозная.

Текст работы может выполняться с использованием шрифта Times New Roman, размер 14, интервал 1,5; абзацный отступ – 1,25.

Для реферата рекомендуется следующая структура:

1. Титульный лист.
2. Скриншот.
3. Содержание.
4. Теоретическая часть.
5. Практическая часть.
6. Список литературы.
7. Приложения (при необходимости).

Содержание представляет собой перечень разделов и подразделов реферата.

На каждую цитату, мысль, идею, положение, материалы (таблицы, схемы и др.), заимствованные из каких-либо источников, должны быть даны ссылки в тексте. Все схемы, рисунки, таблицы, диаграммы и другой иллюстративный материал должен иметь название и соответствующий номер. На каждую иллюстрацию необходима соответствующая ссылка в тексте. Иллюстративный материал включается в основной текст работы. Список используемой литературы приводится в конце конспекта.

В процессе защиты преподаватель уточняет самостоятельность выполнения работы, уровень знаний студента.

В процессе защиты и при оценке реферата обращается особое внимание на:

- степень соответствия объема и содержания темы работы ее целям и задачам;
- четкость изложения;
- обоснованность основных положений, выводов, предложений;

- знание литературы по разрабатываемой теме;
- качество оформления работы;
- правильность ответов на вопросы в ходе защиты работы;
- умение отстаивать свою точку зрения.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя:

- знакомство студентов с темами реферата;
- подбор и анализ литературы по теме реферата;
- написание реферата;
- оценка содержания реферата преподавателем.

Темы рефератов дают возможность студентам самостоятельно провести анализ проблемы с использованием научной литературы по теме, сделать выводы, обобщающие как научные взгляды, так и авторскую позицию по проблеме.

При проверке задания, оцениваются: новизна реферированного текста, степень раскрытия сущности проблемы, обоснованность выбора источников, соблюдение требований к оформлению, грамотность.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ К ТЕСТИРОВАНИЮ

Результаты подготовки студентов по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» и сформированности индикатора компетенции *ИД-2 ОПК-3*: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности, оцениваются в ходе тестирования по следующим вопросам:

1. Корпоративную социальную ответственность характеризуют (отметьте все качества):

- обеспечение устойчивого развития организации и производство качественной продукции
- учет ожиданий заинтересованных сторон
- подчинение требованиям законодательства

2. Поддерживая в рамках благотворительных программ социально незащищенные группы населения, компания... (выберите наиболее точный ответ с точки зрения менеджера компании):

- создает себе имидж и повышает деловую репутацию

3. Анализ развития _____ позволяет выделить несколько уровней социальной ответственности предпринимательства.

- социально ответственного поведения

4. Третий этап развития КСО в России:

- 2002 год и по настоящее время

5. Корпоративная социальная ответственность ориентирована на ближний круг...

- стейкхолдеров

6. Какова основная цель социально ответственной организации:

- уравнивание экономических интересов с социальными интересами и этическими нормами

7. На какой стадии организационного обучения корпоративной социальной ответственности организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия:

- стадия «оборонительная»

8. Форма КСО обозначает линию поведения корпорации, которая приводит корпорацию к принятию на себя ответственности за решение тех вопросов, в которых заинтересовано общество.

- открытая

9. Социальная ответственность бизнеса проявляется путем... (выберите один, наиболее подходящий вариант ответа):

- социально ориентированной политики в отношении сотрудников корпорации

10. Верны ли определения? А) Социальная хартия российского бизнеса — это свод основополагающих принципов социально ответственных деловых практик
Б) Финансовая хартия российского бизнеса — это свод основополагающих принципов социально ответственных деловых практик.

- А – да, Б – нет

11. К основным «заинтересованным» в деятельности организации сторонам относятся:

- собственники и персонал; органы государственного управления; поставщики и бизнес-партнеры

12. Обязательная реализация корпоративной социальной ответственности предполагает (возможно несколько вариантов ответа):

- необходимость организации отвечать перед обществом за последствия своих решений и действий
- учет ожиданий общества
- помощь социально незащищенным слоям населения

13. Верны ли утверждения? А) Внешняя корпоративная политика направлена, как правило, на развитие социального капитала Б) Наибольшее значение и распространение имеют программы внутренних социальных инвестиций в моногородах.

- А – нет, Б – нет

14. Какой из показателей не имеет прямого отношения к оценке качества трудовой жизни:

- распределение заработка

15. _____ считается основным требованием к бизнесу.

- социальная ответственность

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

- спонсорство

17. Принципы _____ предполагают наличие приоритетных направлений реализации социальных программ

- системности

18. Внутренний мотив компании, занимающейся благотворительностью

- нравственные мотивы

19. Сущность организационно-корпоративной культуры заключается в

- ценностях компании, разделяемых большинством ее персонала и проявляющихся в его поведении

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

- социальный эффект

7.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО РЕШЕНИЮ РАЗНОУРОВНЕВЫХ ЗАДАЧ (ЗАДАНИЙ)

Решение разноуровневых задач является важным этапом закрепления студентом полученных знаний, умений и навыков, а также уровня сформированности следующего индикатора компетенции:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности.

1. Задания репродуктивного уровня

Задание 1.

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

Задание 2.

На основе данных о разных моделях корпоративной социальной ответственности в разных странах определите, что объединяет эти модели и что, по Вашему мнению, составляет специфику каждого подхода.

Задание 3.

На примере современной организации определите основные группы заинтересованных сторон, проиллюстрируйте основные этапы анализа стейкхолдеров.

Задание 4.

Проанализируйте основные направления, на которых фокусируется внешняя и внутренняя социальная политика крупнейших российских корпораций.

Задание 5.

В российском менеджменте в последние годы увеличивается число предприятий с социальной ответственностью как перед собственным персоналом, так и перед обществом. На примере конкретной компании приведите примеры различных направлений деятельности в сфере социальной ответственности.

2. Задания реконструктивного уровня

Задание 1.

Определите возможные преимущества реализации и негативные последствия игнорирования принципов корпоративной социальной ответственности как для самой компании, так и для территории ее присутствия по основным направлениям: производство продукции/услуг, развитие человеческого потенциала, соблюдение требований законодательства, добросовестная деловая практика, программы по развитию местного сообщества и т.д. Результаты оформите в виде таблицы. Изучите российские и зарубежные исследования, посвященные факторам корпоративной социальной ответственности. Проанализируйте основные мотивы и барьеры реализации стратегии социальной ответственности.

Задание 2.

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

Задание 3.

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.

Задание 4.

Проанализируйте основные субъекты регулирования корпоративной социальной ответственности в общемировом масштабе, а также степень их воздействия на российские организации различного уровня (международные корпорации, организации регионального и локального масштабов).

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

3. Задания творческого уровня

Задание 1.

Найти в периодической печати либо интернет-ресурсах информацию о ситуациях, реально произошедших в мире. Ознакомиться, проанализировать, подготовить ответ на поставленный вопрос. Изложите позицию и роль государства в предложенных ситуациях.

1. Разлив нефти в Мексиканском заливе и ответственность корпорации «Бритиш Петролиум».
2. Авария на японской АЭС «Фукусима-1» и ответственность компании «ТЕРСО».

Задание 2.

Составьте краткий терминологический словарь (гlossарий), включающий основные понятия, описывающие корпоративную социальную ответственность, в том числе из нормативных правовых актов.

Задание 3.

Составить мини-интервью.

1. Одним из возможных пути внедрения социальной ответственности в российскую практику является инициатива государства, инициатива бизнеса и диалог власти и бизнеса. Оцените плюсы и минусы каждого сценария и выберите, на ваш взгляд, наиболее оптимальный. Обоснуйте свой ответ.
2. Одним из возможных пути внедрения социальной ответственности в российскую практику является инициатива бизнеса. Оцените плюсы и минусы каждого сценария и выберите, на ваш взгляд, наиболее оптимальный. Обоснуйте свой ответ.
3. Одним из возможных пути внедрения социальной ответственности в российскую практику является диалог власти и бизнеса. Оцените плюсы и минусы каждого сценария и выберите, на ваш взгляд, наиболее оптимальный. Обоснуйте свой ответ.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ

Допуск к экзамену происходит при наличии у студентов письменного варианта решения практических работ их защите и положительных ответов на вопросы преподавателя.

Студент, не выполнивший все виды самостоятельной работы к экзамену по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» не допускается.

В результате подготовки к экзамену у студентов оценивается уровень сформированности индикатора компетенции:

ИД-2 ОПК-3: осуществляет выбор эффективных тактических и стратегических управленческих решений, исходя из принципов корпоративной социальной ответственности.

Вопросы к экзамену

по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»

1. Понятие, роль и задачи корпоративной культуры
2. Факторы формирования корпоративной культуры

3. Понятие КСО
4. Виды КСО
5. Теоретические основы концепции корпоративной социальной ответственности (КСО)
6. Стандарты КСО
7. Основные подходы к социальной ответственности бизнеса
8. Милтон Фридман и его отношение к социальной ответственности
9. Сторонники подхода за КСО, их мнения
10. Принцип устойчивого развития
11. Кодексы корпоративной этики
12. Сферы социальной ответственности
13. Морально-этические аспекты социальной ответственности
14. Эволюционирование отношения бизнеса к социальной ответственности
15. Современное отношение к повсеместному внедрению КСО в бизнес
16. Формирование имиджа социально ответственной компании
17. Социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной ответственности организации
18. Проблемы реализации социальной ответственности в бизнесе
19. Способы внедрения социально-ответственного поведения в деятельность компаний
20. Социальные программы социально ответственного бизнеса
21. Значение социальных программ для современного общества
22. Социальное партнерство как технология межсекторального взаимодействия.
23. Условия социально-экономического развития.
24. Использование социального заказа в качестве механизма взаимодействия общества, власти и бизнеса.
25. Развитие системы социальных заказов, ее совершенствование.
26. Внедрение корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии компаний
27. Внедрение политики корпоративной социальной ответственности в деятельность компаний
28. Основные методы использования политики КСО
29. Цели и история развития нефинансовой отчетности
30. Виды нефинансовых отчетов
31. Этапы подготовки социального отчета
32. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»
33. Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI
34. Серия стандартов Accountability (AA1000)
35. Глобальный договор ООН
36. Понятие организационных трудовых отношений
37. Сущность социально-ответственных трудовых отношений
38. Социальное партнерство как механизм развития социально-ответственных трудовых отношений
39. Социальная защита населения в Российской Федерации

40. Построение системы социальной защиты занятого населения в РФ
41. Концепции КСО: Европа
42. Концепции КСО: США
43. Концепции КСО: Канада
44. Понятие коллективных договоров. Виды и примеры коллективных договоров
45. Что не относится к коллективному договору и является частью КСО
46. Общественные ожидания как фактор стимулирования реализации социально-экономических отношений
47. Макроэкономические факторы внедрения социальной ответственности
48. Содержание корпоративной культуры
49. Социально-психологический климат (СПК)
50. Принципы формирования КСО
51. Преимущества реализации КСО
52. Российская практика стандартизации КСО
53. Совершенствование системы стандартов КСО в России
54. Аргументы за социальную ответственность в бизнесе
55. Аргументы против социальной ответственности в бизнесе
56. Социальная отчетность
57. Совершенствование системы соц отчетности в РФ
58. Проблемы социальной ответственности в современных российских организациях
59. Пути решения проблем социальной ответственности в современных российских организациях
60. Моделирование социально ответственной деятельности коммерческих организаций
61. Обучение социально ответственной деятельности коммерческих организаций
62. Корпоративный социальный отчет как средство оптимизации имиджа компании
63. Виды социальных отчетов
64. Уровни внедрения корпоративной социальной ответственности в деятельность компаний
65. Освоение уровней КСО: проблемы и пути решения
66. Социальное инвестирование
67. Социально ответственное инвестирование
68. Власть как субъект социальной ответственности
69. Бизнес как субъект социальной ответственности
70. Корпоративная социальная отчетность как способ формирования доверия общества и власти к бизнесу
71. Возможности совершенствования социальной отчетности и способов ее распространения
72. Основные принципы внедрения корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии
73. Развитие маркетинговых стратегий на основании принципов КСО

74. Подтверждение информации нефинансовой отчетности
75. Конкурсы нефинансовых отчетов
76. Финансовая инициатива программы ООН по окружающей среде
77. Принципы экватора или управления экологическими и социальными рисками
78. Социальная хартия Российского бизнеса
79. Международное регулирование социально-ответственных трудовых отношений
80. Глобализация и ее воздействие на трудовые отношения в организациях
81. Принципы социальной защиты населения
82. Функции и формы социальной защиты населения
83. Использование Европейской концепции КСО в РФ
84. Использование США концепции КСО в РФ
85. Использование Канадской концепции КСО в РФ
86. Необходимые разделы коллективного договора.
87. Дополнения КСО в коллективный договор.
88. Социальная сфера как область внедрения социально-экономических отношений
89. Решение проблем занятости, безработицы, охраны окружающей среды с помощью реализации социально-экономических отношений.

Типовые задания к экзамену

Задание 1. Проанализировать состояние корпоративной культуры ООО «Ремонтно-эксплуатационное управление «Русский Монолит» и сделать выводы по результатам анализа.

Задание 2. Рассмотреть предлагаемые методы совершенствования корпоративной культуры организации и дополнить.

Задание 3. Рассмотреть направления социальной ответственности компании и предложить дополнительные направления.

Задание 4. Проанализировать осуществление основных направлений социальной ответственности компании и сделайте выводы по каждому направлению и в целом о КСО компании.

Задание 5. Рассмотреть три основных фактора формирования лояльности и уровни их реализации. Предложить дополнительные факторы формирования лояльности персонала, а также партнеров и клиентов организации.

Задание 6. Проанализировать реализацию программы социальной ответственности компанией «Балтика».

Задание 7. Проанализировать социальные программы компании "Востокгазпром". Сделайте вывод о позиции компании в обществе.

Задание 8. Проанализировать возможности совершенствования внутренней и внешней корпоративной социальной политики компании "Востокгазпром", предложите свои варианты.

Задание 9. Социальная ответственность предприятий в восприятии сотрудников КФ Центробанка и НПО ПМ им. Академика М.Ф. Решетнева. Составить мнение по поводу такого восприятия КСО, сравнить, выявить плюсы и минусы. Сделайте выводы.

Задание 10. Проанализировать как влияют ценностные ориентации на и социальное положение сотрудников влияют на восприятие социальной ответственности компании. Предложите варианты укрепления социальной ответственности обоих предприятий в восприятии сотрудников.

Задание 11. Проанализировать, как использование корпоративной социальной ответственности влияет на формирование имиджа компании «Зонд-реклама».

Задание 12. Оценить степень важности и проработанности социального проекта «Сохранение памятников деревянной архитектуры г. Томска» для группы компаний «Зонд-реклама».

Задание 13. Проанализировать социальные приоритеты ОАО «Татнефть», структурируйте их и дайте указания по их развитию.

Задание 14. Проанализировать и сделать выводы о том, как создание благотворительных фондов способствовало развитию социальной ответственности в организации.

Задание 15. Проанализировать принципы социальной ответственности компании и выявить их достоинства и недостатки.

Задание 16. Проанализировать программы социальной ответственности ОАО "РУСАЛ". Оцените эффективность данных программ.

Задание 17. Проанализировать особенности корпоративной социальной ответственности иностранной компании, выявите сходства и различия от КСО российских компаний.

Задание 18. Проанализировать, как развивается корпоративное социальное страхование на примере ОАО «Мосэнерго». Предложите свои варианты такого страхования.

Задание 19. Проанализировать основные проблемы обеспечения российского населения доступным и комфортным жильем и способы их решения в ОАО «Мосэнерго». Сделайте выводы.

Задание 20. Проанализировать сущность и способы создания рейтинга социальной ответственности российских организаций. Предложите свои показатели для оценки рейтинга социальной ответственности организации.

10. Список рекомендуемой литературы.

Основная литература:

1. Асташкин, Р. С. Корпоративная социальная ответственность Электронный ресурс / Асташкин Р. С., Горгодзе Д. Р. : методические указания. - Самара : СамГАУ, 2020. - 24 с., экземпляров неограничено
2. Горяйнова, Н. М. Корпоративная культура Электронный ресурс : Учебное пособие для СПО / Н. М. Горяйнова. - Корпоративная культура, 2029-07-03. - Саратов : Профобразование, 2019. - 223 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4488-0342-0, экземпляров неограничено
3. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 248 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03159-5, экземпляров неограничено

Дополнительная литература:

4. Бабич, А. М. Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий Электронный ресурс : Учебное пособие / А. М. Бабич, А. А. Попков, О. Н. Слоботчиков. - Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий, 2024-01-11. - Москва : Институт мировых цивилизаций, 2018. - 296 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-6041536-1-1, экземпляров неограничено
5. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность / Е.С. Григорян ; И.А. Юрасов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 248 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02477-1, экземпляров неограничено
6. Поварич, И. П. Корпоративная социальная ответственность / И.П. Поварич. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 149 с., экземпляров неограничено
7. Социальная ответственность менеджмента Электронный ресурс : учебник / В.К. Проскурин / Н.В. Родионова / Н.М. Филимонова / Н.В. Моргунова / Г.А. Трунин / Э.В. Панков / А.И. Базилевич / В.Я. Горфинкель / Р.В. Моргунова / О.И. Базилевич / П.Н. Захаров / Н.Н. Комаров / В.В. Матвеев ; ред. В.Я. Горфинкель ; А.И. Базилевич. - Социальная ответственность менеджмента, 2018-10-15. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 287 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-238-02455-4, экземпляров неограничено

Интернет-ресурсы:

- 1 [http:// www.soc-otvet.ru](http://www.soc-otvet.ru) (Социальная ответственность бизнеса)
- 2 <http://www.mathnet.ru> (Проблемы управления)
- 3 <http://www.book.ru> (Электронно-библиотечная система «BOOK.RU»)

для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»
для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(направленность (профиль) «Управление бизнесом»)