

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ ИНСТИТУТ

Кафедра «Менеджмент организаций»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»
(ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОГОТОВКИ
38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)**

Горловка– 2019

УДК 336.7(075) + 658.8

Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» (для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» заочной формы обучения) [Электронный ресурс] / составители: Р.Ю. Заглада, Е.А. Заглада – Электрон. данные. – Горловка: ГОУВПО «ДОННТУ» АДИ, 2019.

Методические указания направлены на последовательное изучение и получение комплекса знаний по основным направлениям корпоративной социальной ответственности.

Составители: Заглада Р.Ю., к.э.н., доц.; Заглада Е.А.

Ответственный за выпуск: Мельникова Е.П.,
д-р техн. наук, проф.

Рецензент: Вовк Л.П., д-р техн. наук, проф.

© Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкий национальный технический университет»
Автомобильно-дорожный институт, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

с.

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Программный материал к изучению дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»	5
3. Организационно-методические указания для выполнения контрольной работы	7
4. Варианты контрольных заданий	10
5. Контрольные вопросы по дисциплине	57
6. Список рекомендованной литературы	62

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Объектом дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» являются процессы взаимодействия сотрудников организации между собой и с внешними стейкхолдерами на принципах соблюдения правовых организационных норм, организационные изменения и трансформации в организации и их особенности.

Предметом дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является рассмотрение вопросов развития социально ориентированного и социально ответственного бизнеса, изучение и анализ существующих принципов и типов социальной ответственности, методов реализации политики социально ответственного бизнеса.

Цель дисциплины – на основе современных концепций корпоративной социальной ответственности и этики бизнеса выработать у студентов представления об общих взаимодействия бизнеса и общества, а также о возможностях их использования в управлении фирмой.

Задачи изучения дисциплины.

- дать теоретические основы обоснования социальной ответственности и социальной политики организации;
- освоить способы формирования информационной базы для определения социального имиджа организации;
- сформировать навыки оценки степени социальной ответственности организации и повышения ее уровня;
- сформировать умение выносить аргументированные суждения по обоснованию социальных решений;
- сформировать навыки разработки социальных программ и социальных отчетов организации.

2. ПРОГРАММНЫЙ МАТЕРИАЛ К ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Тема 1. Сущность корпоративной социальной ответственности бизнеса

1. Понятие, значение корпоративной социальной ответственности, эволюция представлений
2. Теоретическая основа концепции корпоративной социальной ответственности

Тема 2. Модели корпоративной социальной ответственности

1. Американская и европейская модели корпоративной социальной ответственности
2. Стадии эволюции корпоративной социальной ответственности
3. Проблемы внедрения принципов корпоративной социальной ответственности в отечественной практике

Тема 3. Инструменты реализации социальной ответственности бизнеса

1. Благотворительность
2. Социально ответственные программы
3. Социально ответственный маркетинг
4. Социальное предпринимательство

Тема 4. Социальное инвестирование в корпорациях

1. Сущность, объекты и источники корпоративной социальной ответственности
2. Классификация корпоративных социальных инвестиций

Тема 5. Механизм корпоративной социальной ответственности

1. Сущность и составляющие механизма корпоративной социальной ответственности
2. Региональный аспект корпоративной социальной ответственности

Тема 6. Государственно-частное партнерство как инструмент корпоративной социальной ответственности

1. Сущность государственно-частного партнерства
2. Основные формы государственно-частного партнерства в социальной сфере
3. Основные формы государственно-частного партнерства в экономической сфере

Тема 7. Социальная отчетность и оценка эффективности деятельности компаний по управлению корпоративной социальной ответственностью

1. Сущность, функции и стандарты социальной отчетности
2. Основные тенденции в сфере нефинансовой отчетности
3. Информационная база для расчета индексов и оценки состояния корпоративной социальной ответственности

Тема 8. Профсоюзы и их деятельность в современных условиях

1. Профсоюзы Англии как основатели профсоюзного движения
2. Общая характеристика современных профсоюзов Европы и США
3. Профсоюзы и их деятельность в современных условиях

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

В процессе самостоятельного изучения программного материала студенты должны проработать теоретические источники из списка рекомендованной литературы, составить конспект лекций, ответить на вопросы для самоконтроля и выполнить контрольные задания.

Контрольная работа предполагает самостоятельное выполнение студентами заданий по темам дисциплины и углубленное изучение актуальных вопросов корпоративной социальной ответственности.

Контрольная работа состоит из теоретической части (два теоретических вопроса) и тестовой части (пять тестовых вопросов).

Выполнению теоретической части контрольной работы предшествует подбор и углубленное изучение студентами соответствующей нормативной базы, специальной литературы, фактического материала производственной практики (базового предприятия или организации). Раскрывая содержание теоретических вопросов, желательно привести примеры практических ситуаций, проиллюстрировать применение методов и приемов их контроля с детализацией конкретных источников информации. В конце теоретической части контрольной работы студенты составляют собственные выводы относительно состояния вопроса, исследуется, на предприятиях и пути их совершенствования.

Вариант теоретической части выбирается в соответствии с номерами предпоследней и последней цифр зачетной книжки студента (табл. 3.1).

Тестовая часть включает тесты, которые отхватывают ряд вопросов корпоративной социальной ответственности. Вариант тестовой части

выбирается в соответствии с номерами предпоследней и последней цифр зачетной книжки студента (табл. 3.2).

Таблица 3.1 – Выбор варианта для теоретической части контрольной работы

			Предпоследняя цифра зачетной книжки									
			0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
			Номера вопросов									
Последняя цифра зачетной книжки	0	Номера вопросов	1, 14	11, 24	21, 9	6, 19	16, 4	1, 14	11, 24	21, 9	6, 19	16, 4
	1		2, 15	12, 25	22, 10	7, 20	17, 5	2, 15	12, 25	22, 10	7, 20	17, 5
	2		3, 16	13, 1	23, 11	8, 21	18, 6	3, 16	13, 1	23, 11	8, 21	18, 6
	3		4, 17	14, 2	24, 12	9, 22	19, 7	4, 17	14, 2	24, 12	9, 22	19, 7
	4		5, 18	15, 3	25, 13	10, 23	20, 8	5, 18	15, 3	25, 13	10, 23	20, 8
	5		6, 19	16, 4	1, 14	11, 24	21, 9	6, 19	16, 4	1, 14	11, 24	21, 9
	6		7, 20	17, 5	2, 15	12, 25	22, 10	7, 20	17, 5	2, 15	12, 25	22, 10
	7		8, 21	18, 6	3, 16	13, 1	23, 11	8, 21	18, 6	3, 16	13, 1	23, 11
	8		9, 22	19, 7	4, 17	14, 2	24, 12	9, 22	19, 7	4, 17	14, 2	24, 12
	9		10, 23	20, 8	5, 18	15, 3	25, 13	10, 23	20, 8	5, 18	15, 3	25, 13

В конце контрольной работы необходимо представить перечень использованной литературы.

Контрольная работа должна быть выполнена и представлена в деканат в срок, установленный учебным планом. Студенты, не сдавшие контрольную работу в установленный срок, не допускаются к сдаче экзамена.

Таблица 3.2 – Выбор варианта для тестовой части контрольной работы

			Предпоследняя цифра зачетной книжки									
			0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
			Номер задачи									
Последняя цифра зачетной книжки	0	Номер задачи	1, 29, 57, 85, 113	11, 39, 67, 95, 123	21, 49, 77, 105, 133	3, 31, 59, 87, 115	13, 41, 69, 97, 125	23, 51, 79, 107, 135	5, 33, 61, 89, 117	15, 43, 71, 99, 127	25, 53, 81, 109, 137	7, 35, 63, 91, 119
	1		2, 30, 58, 86, 114	12, 40, 68, 96, 124	22, 50, 78, 106, 134	4, 32, 60, 88, 116	14, 42, 70, 98, 126	24, 52, 80, 108, 136	6, 34, 62, 90, 118	16, 44, 72, 100, 128	26, 54, 82, 110, 138	8, 36, 64, 92, 120
	2		3, 31, 59, 87, 115	13, 41, 69, 97, 125	23, 51, 79, 107, 135	5, 33, 61, 89, 117	15, 43, 71, 99, 127	25, 53, 81, 109, 137	7, 35, 63, 91, 119	17, 45, 73, 101, 129	27, 55, 83, 111, 139	9, 37, 65, 93, 121
	3		4, 32, 60, 88, 116	14, 42, 70, 98, 126	24, 52, 80, 108, 136	6, 34, 62, 90, 118	16, 44, 72, 100, 128	26, 54, 82, 110, 138	8, 36, 64, 92, 120	18, 46, 74, 102, 130	28, 56, 84, 112, 140	10, 38, 66, 94, 122
	4		5, 33, 61, 89, 117	15, 43, 71, 99, 127	25, 53, 81, 109, 137	7, 35, 63, 91, 119	17, 45, 73, 101, 129	27, 55, 83, 111, 139	9, 37, 65, 93, 121	19, 47, 75, 103, 131	1, 29, 57, 85, 113	11, 39, 67, 95, 123
	5		6, 34, 62, 90, 118	16, 44, 72, 100, 128	26, 54, 82, 110, 138	8, 36, 64, 92, 120	18, 46, 74, 102, 130	28, 56, 84, 112, 140	10, 38, 66, 94, 122	20, 48, 76, 104, 132	2, 30, 58, 86, 114	12, 40, 68, 96, 124
	6		7, 35, 63, 91, 119	17, 45, 73, 101, 129	27, 55, 83, 111, 139	9, 37, 65, 93, 121	19, 47, 75, 103, 131	1, 29, 57, 85, 113	11, 39, 67, 95, 123	21, 49, 77, 105, 133	3, 31, 59, 87, 115	13, 41, 69, 97, 125
	7		8, 36, 64, 92, 120	18, 46, 74, 102, 130	28, 56, 84, 112, 140	10, 38, 66, 94, 122	20, 48, 76, 104, 132	2, 30, 58, 86, 114	12, 40, 68, 96, 124	22, 50, 78, 106, 134	4, 32, 60, 88, 116	14, 42, 70, 98, 126
	8		9, 37, 65, 93, 121	19, 47, 75, 103, 131	1, 29, 57, 85, 113	11, 39, 67, 95, 123	21, 49, 77, 105, 133	3, 31, 59, 87, 115	13, 41, 69, 97, 125	23, 51, 79, 107, 135	5, 33, 61, 89, 117	15, 43, 71, 99, 127
	9		10, 38, 66, 94, 122	20, 48, 76, 104, 132	2, 30, 58, 86, 114	12, 40, 68, 96, 124	22, 50, 78, 106, 134	4, 32, 60, 88, 116	14, 42, 70, 98, 126	24, 52, 80, 108, 136	6, 34, 62, 90, 118	16, 44, 72, 100, 128

4. ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

Вопросы к теоретической части

1. Модели корпоративной социальной ответственности: классическая; страновые; открытая и скрытая. Отличия американской модели корпоративной социальной ответственности от европейской. Британская модель корпоративной социальной ответственности.
2. Сравнительный анализ «регулирующей» и «стратегической» корпоративной социальной ответственности на примере конкретных предприятий.
3. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации на примере конкретных предприятий.
4. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие. Реализация корпоративной социальной ответственности на примере российского предприятия.
5. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие. Реализация корпоративной социальной ответственности на примере предприятия ЕС.
6. Разработка стратегии КСО в системе менеджмента предприятия. Последовательность практической реализации стратегии КСО на примере конкретного предприятия.
7. Основные инструменты реализации социальных программ: содержание, конкретные примеры.

8. Взаимосвязь корпоративной социальной ответственности и репутационного менеджмента: определение, сравнение, конкретные примеры.
9. Модель взаимодействия участников социальных отношений в регионе («тройственная модель» социальной ответственности).
10. Оценка эффективности работы системы корпоративной социальной ответственности: показатели оценки эффективности корпоративной социальной ответственности: методики оценки эффективности компаний в области корпоративной социальной ответственности.
11. Обучение корпоративной социальной ответственности. Зарубежный и отечественный опыт.
12. Социально ответственный маркетинг. Зарубежный и отечественный опыт.
13. Социальные программы компаний: основные направления. Сравнение отечественного и зарубежного опыта.
14. Корпоративная социальная отчетность: сущность, содержание, значение для компаний. Зарубежный и отечественный опыт.
15. Корпоративная социальная ответственность как элемент маркетинговой стратегии. Зарубежный и российский опыт. Корпоративная социальная ответственность и бизнес-стратегия ведущих отечественных предприятий.
16. Инновационная деятельность. Переход от социальных издержек к социальным инвестициям. Зарубежный и отечественный опыт.
17. Роль КСО-менеджера в компаниях. Зарубежный и отечественный опыт.
18. Корпоративная социальная ответственность: от европейского эталона к отечественной действительности.

19. Феномен корпоративной социальной ответственности: формы определяют содержание. Международные и отечественные практики корпоративной социальной ответственности: благотворительность.
20. Феномен корпоративной социальной ответственности: формы определяют содержание. Международные и отечественные практики корпоративной социальной ответственности: социальный маркетинг.
21. Международные и отечественные практики корпоративной социальной ответственности: корпоративное волонтерство.
22. Феномен корпоративной социальной ответственности: формы определяют содержание. Международные и отечественные практики корпоративной социальной ответственности: социальное спонсорство.
23. Феномен корпоративной социальной ответственности: формы определяют содержание. Международные и отечественные практики корпоративной социальной ответственности: социальное предпринимательство.
24. Феномен корпоративной социальной ответственности: формы определяют содержание. Международные и отечественные практики корпоративной социальной ответственности: социальные инвестиции.
25. Роль государства в формировании программ корпоративной социальной ответственности. Зарубежный и отечественный опыт.

Тестовая часть

1. Корпоративную социальную ответственность характеризуют:

- а) обеспечение устойчивого развития организации и производство качественной продукции;
- б) учет ожиданий заинтересованных сторон;
- в) подчинение требованиям законодательства;
- г) рост доходов.

2. Какова основная цель социально-ответственной организации:

- а) эффективное использование ресурсов;
- б) получение максимальной прибыли;
- в) уравнивание экономических интересов с социальными интересами и этическими нормами.

3. Первый этап развития КСО в США (1960 – середина 1970 гг.) характеризовался:

- а) становлением стратегической филантропии;
- б) готовностью получить оптимальную прибыль вместо максимальной и нацеленностью на решение социальной проблемы, а не борьбу с ее результатами;
- в) расцветом традиционной филантропии или благотворительности;
- г) развитием концепции социальных инвестиций.

4. Гуманизация труда предусматривает:

- а) безопасность;

- б) справедливость;
- в) самореализацию личности;
- г) полную свободу действий сотрудника.

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

- а) собственники;
- б) органы государственного управления;
- в) персонал;
- г) поставщики и бизнес-партнеры;
- д) некоммерческие и общественные организации.

6. Социально-ответственные практики, характеризующие реализацию КСО на предприятии по направлению «развитие персонала» (выберите один ответ):

- а) соблюдение баланса между рабочими обязанностями и личной жизнью сотрудников, прозрачные условия при приеме на работу;
- б) программы обучения и повышения квалификации персонала, управление карьерой работника;
- в) охрана окружающей среды, снижение всех видов загрязнений;
- г) охрана труда и обеспечение безопасности на рабочем месте.

7. Обязательная реализация корпоративной социальной ответственности предполагает:

- а) необходимость организации отвечать перед обществом за последствия своих решений и действий;
- б) составление законов;

- в) учет ожиданий общества;
- г) помощь социально незащищенным слоям населения.

8. К оценке качества трудовой жизни не имеет прямого отношения показатель:

- а) безопасности труда;
- б) использования рабочего времени;
- в) уровня организации труда;
- г) распределения заработка;
- д) распределения средств по направлениям материальной помощи;
- е) уровня технологии.

9. Социал-демократическая модель социальной политики отличается от либеральной:

- а) высокой ролью государства в обобществлении доходов и существенным значением общенациональных социальных механизмов управления;
- б) меньшей степенью государственного вмешательства в социально-экономические процессы;
- в) большой ролью профсоюзов в решении социальных проблем;
- г) большим значением частных систем страхования;
- д) приоритетным значением обязательного социального страхования.

10. В соответствии с существующей отечественной системой социального страхования страховые взносы и платежи осуществляет:

- а) работодатель;
- б) работник;

- в) государство;
- г) государство, работодатель и работник.

11. Напишите три цели, которые преследует региональная социальная политика:

12. Социальное партнерство – это:

- а) способ разрешения социальных, экономических и производственных конфликтов в целях и интересах как наемных работников, так и работодателей;
- б) умение объединить усилия работодателей и работников в давлении на правительство, чтобы добиться более благоприятных условий для развития производства;
- в) способ, позволяющий наемным работникам добиваться определенных социальных гарантий и льгот ценой отказа от забастовок.

13. В социальном партнерстве могут участвовать:

- а) три стороны;
- б) две;
- в) как две, так и три.

14. Объектом системы социального партнерства являются:

- а) работники;
- б) государство;
- в) социально-трудовые отношения;
- г) работодатели.

15. Бипартизм – это:

- а) форма партнерских отношений, в которой практикуется двухстороннее сотрудничество между объединениями работодателей и организациями трудящихся;
- б) форма партнерских отношений, в которой наряду с работодателями и наемными работниками активную роль в качестве социального партнера играет государство.

16. Действие коллективного договора распространяется:

- а) на всех работников предприятия;
- б) только на членов профсоюза, первичная организация которого заключила коллективный договор;
- в) членов профсоюза, а также на работников, не являющихся членами профсоюза, которые уполномочили профсоюзный орган заключить коллективный договор от их имени.

17. Основными целями социальной политики на предприятии являются:

- а) повышение производительности труда;
- б) обеспечение работникам достойного уровня и качества жизни, социальных прав, справедливого вознаграждения за трудовую деятельность, социальной защиты;

- в) увеличение размера заработной платы работникам.

18. К обязательным социальным выплатам в организации относится:

- а) оплачиваемые отпуска;
- б) дополнительное страхование жизни;
- в) медицинское обслуживание, включая членов семьи;
- г) оплата больничных.

19. Именно этот исследователь выделил в качестве заинтересованной стороны будущие поколения:

- а) Говард Ротман Боуард;
- б) Рассел Линкольн Акофф;
- в) Эндрю Карнеги;
- г) Гомер Джонсон.

20. Денежные выплаты являются компенсациями, которые могут быть прямыми или косвенными. К прямым денежным компенсациям относятся:

- а) заработная плата, денежное содержание, премии;
- б) участие в прибылях, право работников на покупку акций организации;
- в) страхование и обслуживание, осуществляемое за счет средств предприятия.

21. Социальные выплаты и льготы, входящие в состав компенсационного пакета, относятся:

- а) к базовой заработной плате;

- б) дополнительной оплате;
- в) бенефитам.

22. Поддерживая в рамках благотворительных программ социально незащищенные группы населения, компания:

- а) пропагандирует здоровый образ жизни;
- б) снижает риск бедности и социальной напряженности на территориях присутствия;
- в) улучшает статистику социальных инвестиций;
- г) создает себе имидж и повышает деловую репутацию.

23. К объектам социальной инфраструктуры организации относятся:

- а) объекты ЖКХ;
- б) объекты социально-культурной сферы;
- в) учебно-курсовые комбинаты;
- г) все вышеперечисленное.

24. Примером социальной эффективности являются следующие конкретные количественные показатели:

- а) возникновение дополнительных социальных услуг;
- б) изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем;
- в) уменьшение безработицы;
- г) увеличение рождаемости и снижение смертности;
- д) верны все ответы.

25. Стадия развития корпоративной социальной ответственности, при которой компания принимает на себя некоторые добровольные обязательства в области КСО, приносящие позитивный эффект в краткосрочной и среднесрочной перспективе:

- а) гражданская;
- б) оборонительная;
- в) функциональная;
- г) стратегическая.

26. Социальные инвестиции – это _____

27. Корпоративная социальная ответственность не является абсолютно новой для отечественного бизнеса, так как градообразующие предприятия еще в советское время создавали и поддерживали социальную сферу и соответствующую инфраструктуру следующим образом:

- а) работники получали практически одинаковую заработную плату, так как командными методами государство регулировало величины всех заработных плат;
- б) работники получали путевки в дома отдыха, пользовались поликлиниками при предприятиях, имели продолжительные оплачиваемые отпуска;
- в) предприятия вкладывали существенные средства в специальные проекты, обеспечивающие экологическую безопасность регионов;
- г) все перечисленные варианты.

28. Государственные органы власти могут способствовать внедрению отечественными компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами следующим образом:

- а) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность, развивать новые формы социального партнерства и проводить регулярные встречи для выработки соответствующих рекомендаций для бизнеса;
- б) активно поддерживать корпоративную социальную ответственность именно как комплексную систему, стимулирующую планомерные социальные инвестиции бизнеса;
- в) совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования корпоративной социальной ответственности бизнеса, включая корпоративную благотворительность;
- г) верны все ответы.

29. Под понятием «корпорация» в отечественной практике понимают:

- а) совокупность лиц, объединившихся для достижения какойлибо цели; является юридическим лицом;
- б) объединенная группа, круг лиц одной профессии, одного сословия;
- в) форма организационной предпринимательской деятельности, предусматривающая долевую собственность;
- г) данное понятие отсутствует в отечественной практике.

30. Вставьте недостающий термин:

_____ – это комплекс правил, культура, обеспечивающая такое управление компанией и контроль над ней, при которых она действует в интересах акционеров и других заинтересованных сторон.

31. Социальная ответственность бизнеса проявляется путем:

- а) уплаты налогов в фонд медицинского страхования;
- б) финансирования корпорацией мероприятий по охране окружающей среды;
- в) благотворительности;
- г) социально-ориентированной политики в отношении сотрудников корпорации.

32. Автором работы «Социальная ответственность бизнесмена» является:

- а) Т. Левит;
- б) Г. Боуэн;
- в) Д. Карнеги;
- г) Г. Форд.

33. Для американской модели корпоративной социальной ответственности характерно:

- а) минимальное вторжение государства в частный сектор;
- б) наличием государственного регулирования;
- в) профессиональное образование спонсируется частным сектором;

г) законодательно закреплены обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников, пенсионное регулирование и ряд других социально значимых вопросов;

д) ответственное перед обществом поведение корпораций поощряется соответствующими налоговыми льготами и зачетами, закрепленными на законодательном уровне.

34. Для европейской модели корпоративной социальной ответственности характерно:

- а) наличие государственного регулирования сферы социальной ответственности;
- б) минимальное вторжение государства в деятельность компаний, в том числе и в КСО;
- в) что общими целями социальной политики являются укрепление солидарности и увеличение равенства, бизнес должен успешно вести дела и исправно платить высокие налоги, а государство эффективно распределять эти налоги;
- г) пристальное внимание финансового сектора к проектам в области КСО, что выражается в постоянном росте количества социально ответственных инвестиционных фондов.

35. Скрытая модель КСО характеризуется тем, что:

- а) корпорации добровольно берут на себя ответственность за решение социальных вопросов, значимых для общественного развития;
- б) корпорации принимают обязательные требования по реализации социальных программ, предусмотренных законодательством;
- в) ни один из ответов не характеризует скрытую модель КСО.

36. Примером наступления социальной ответственности бизнеса является следующее:

- а) субъект бизнеса уделил недостаточно внимания требованиям общества;
- б) субъект бизнеса уделяет пристальное внимание запросам общества;
- в) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, являющихся ресурсной базой;
- г) происходит замедление воспроизводства трудовых ресурсов на территориях, не являющихся ресурсной.

37. Концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х – начале 70-х гг. XX в. стала формироваться:

- а) в США;
- б) Великобритании;
- в) Японии;
- г) Германии.

38. Концепция социально ответственного бизнеса объединяет:

- а) определенные ожидания общества по отношению к собственникам и менеджменту, производственным структурам;
- б) добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах;
- в) взаимодействие бизнеса, общества и государства в общем и целом;
- г) теории корпоративного альтруизма и корпоративного эгоизма.

39. Формой финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества, называется:

- а) корпоративный фонд;
- б) социальные инвестиции;
- в) спонсорство;
- г) денежные гранты;
- д) социально значимый маркетинг.

40. Понятие «уровень жизни», по рекомендации ООН, включает в себя следующие элементы:

- а) здоровье, пища;
- б) одежда, условия труда;
- в) занятость, образование;
- г) жилище, социальное обеспечение;
- д) совокупность всех ответов.

41. Стратегический социальный аудит оценивает:

- а) соответствие практических действий нормам, правилам, планам и предписаниям, существующим в организации, а также качество информационного обмена между его подразделениями;
- б) степень согласования политики управления персоналом с целями организации, его глобальной и социальной стратегиями, а также устанавливает степень связи социальной политики со спецификой организации и внешними условиями;
- в) соответствие методов внутреннего управления организацией его целям и возможность их совершенствования.

42. Разновидности социального партнерства, которая предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия, придерживаются страны:

- а) Австрия, Бельгия, Канада;
- б) Германия, Финляндия, Россия;
- г) Нидерланды, Швеция;
- д) США, Канада, Япония, страны Латинской Америки, англоязычные страны Африки.

43. Хартия бизнеса в России была принята:

- а) в 1993 г.;
- б) 2004 г.;
- в) 1995 г.;
- г) 2010 г.

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

- а) стадия «управленческая»;
- б) стадия «оборонительная»;
- в) стадия «стратегическая»;
- г) стадия «гражданская».

45. Недоработки и ошибки в развитии корпоративной социальной ответственности в современной отечественной практике имеют следующие негативные последствия:

- а) инвестированные средства расходуются неэффективно;
- б) консервируется устаревшая структура социальной сферы;
- в) возникает сомнение в способности властей представлять действительные интересы общества;
- г) обострение существующих проблем в условиях многочисленных моногородов.

46. Данный инструмент может быть использован для повышения эффективности социальной деятельности компаний:

- а) диалоги с различными группами заинтересованных сторон;
- б) оценка эффективности социальных программ;
- в) верны оба ответа.

47. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

- а) исследование корпоративной социальной ответственности в рыночных индексах, в которые включены бумаги социально ответственных компаний;
- б) исследование рынка ценных бумаг, проводимые фондами, отслеживающими социальную ответственность компаний – SRI-фонды;
- в) анализ взаимосвязи социальной ответственности компаний и финансовой эффективности, выражаемой через чистый денежный поток.

48. Назовите социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:

- а) расширение массовости занятий физической культурой и спортом всех слоев и возрастных категорий населения;
- б) создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе;
- в) развитие культурного образования детей и юношества;
- г) обеспечение занятости инвалидов.

49. Данное конкурентное преимущество обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение следующих этических правил:

- а) повышение темпа роста производительности;
- б) повышение ее инвестиционной привлекательности;
- в) увеличение доходности;
- г) улучшение качества товара и снижение его себестоимости.

50. Стандарт ISO 26000 распространяется:

- а) на бизнес, НКО и государственные организации в добровольном порядке;
- б) только на коммерческие организации в обязательном порядке;
- в) на бизнес, НКО и государственные организации в обязательном порядке;
- г) только на коммерческие организации в добровольном порядке.

51. Социальное страхование работников впервые появилось:

- а) в США;
- б) Германии;

- в) Великобритании;
- г) России.

52. Аргументы «за» реализацию КСО на предприятии:

- а) снижение максимизации прибыли, дополнительные расходы, недостаточный опыт решения социальных проблем;
- б) создание благоприятных долгосрочных перспектив бизнеса, привлечение инвестиционной привлекательности;
- в) все вышеперечисленное.

53. Теория, которая гласит, что корпорации не обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей, называется:

- а) теория корпоративного эгоизма;
- б) теория корпоративного альтруизма;
- в) теория ответственного поведения;
- г) теория благотворительности.

54. Этот документ должен быть составлен на подготовительном этапе разработки плана социального развития:

- а) проект плана социального развития;
- б) социальный паспорт;
- в) целевая программа социального развития.

55. В поисках новых путей продвижения линии дезодорантов Natural Plus компания Gillette вступила в партнерство с Международным фондом дикой природы (WWF). Компания выделила WWF 100 тыс. фунтов. Gillette предложила своим покупателям помочь делу защиты животных. К каждой упаковке

Natural Plus предлагалась майка WWF, приобретая которую, покупатель добавлял WWF 1 фунт. Эта кампания позволила Gillette:

- а) укрепить свою деловую репутацию;
- б) увеличить рост продаж;
- в) повысить прибыль;
- г) верны все ответы.

56. Укажите характерный признак феодальной культуры корпорации:

- а) отсутствие юридической защиты прав работников;
- б) акционерные права работников отождествляются с их служебными обязанностями;
- в) размер зарплаты устанавливается в зависимости от экономических результатов деятельности компаний;
- г) участие работников в инвестиционной деятельности компании является логичным и практическим способом признания их акционерных прав.

57. Чтобы увеличить свою стоимость и получать прибыль благодаря коллективным действиям (функциональная стадия), компании:

- а) способствуют широкому распространению норм корпоративной социальной ответственности в отрасли;
- б) принимают на себя некоторые добровольные обязательства в области КСО;
- в) не признают своей ответственности за негативные последствия и за конкретные нарушения;

- г) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса.

58. Генеральное соглашение заключается:

- а) на федеральном уровне;
- б) региональном;
- в) местном.

59. Из предложенных вариантов выберите наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса:

- а) добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума;
- б) участие компаний в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства;
- в) определенные ожидания общества по отношению к собственникам, производственным структурам;
- г) поддержка деятельности и формирование базы медицинских, образовательных и культурных учреждений.

60. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении:

- а) к потребителям;
- б) сотрудникам;
- в) обществу в целом;
- г) верны все ответы.

61. Корпоративная среда представляет собой:

- а) форму самоорганизации корпорации в достижении поставленной цели;
- б) местное население и общество в целом;
- в) малые предприятия, ожидающие от сотрудничества с крупными компаниями справедливых торговых отношений;
- г) область взаимодействия корпорации с теми, на кого она может в силу своих возможностей оказывать влияние.

62. Справедливой оплаты труда от корпорации могут требовать следующие участники корпоративной среды:

- а) потребители;
- б) поставщики;
- в) служащие;
- г) общество в целом.

63. «Борьба с бедностью – функция не частного бизнеса. Это дело государства. Наше дело зарабатывать деньги для акционеров и клиентов в рамках закона. Других обязанностей у нас нет. Мы платим налоги и больше ничего никому не должны» (М. Фридман).

Эта цитата характеризует:

- а) теорию «корпоративного альтруизма»;
- б) теорию «корпоративного эгоизма»;
- в) теорию «разумного эгоизма».

64. Степень удовлетворенности населения качеством жизни характеризует следующий показатель эффективности социального инвестирования:

Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»

- а) социальный эффект;
- б) социальная эффективность;
- в) социально-экономическая эффективность;
- г) экономическая эффективность.

65. Реализация политики социальной ответственности, взаимоувязанной с финансовой эффективностью компании, дает следующий результат:

- а) снижает уровень расходов и улучшает отношения с регулирующими органами;
- б) создает и поддерживает бренд компании;
- в) улучшает человеческие отношения и производительность работников;
- г) верны все ответы.

66. К внутренней социальной политике фирмы относится:

- а) «социальный пакет»;
- б) участие в «Дне города»;
- в) повышение квалификации персонала;
- г) ответы а и б.

67. Организация безопасности труда, поддержание социальнозначимой заработной платы, дополнительное медицинское и социальное страхование, развитие человеческих ресурсов через обучающие программы – это:

- а) внутренняя социальная ответственность бизнеса;
- б) внешняя социальная ответственность бизнеса.

68. Госрегулирование социальной сферы проявляется в виде:

- а) налоговых льгот;
- б) финансирования;
- в) юридической поддержки;
- г) все ответы верны.

69. Данная проблема приводит современные российские компании к непоследовательным действиям в области инвестиций и снижению эффективности их социальных программ:

- а) отсутствие прозрачной структуры и стратегии социальных инвестиций;
- б) ориентация компаний в первую очередь на краткосрочные программы;
- в) внутренние программы превалируют над внешними, в результате чего бизнес занимается в первую очередь развитием собственного персонала и не включен активно в общестрановые социальные программы;
- г) совокупность всех ответов.

70. Согласно модели корпоративной социальной ответственности, для ее применения необходима дополнительная сила в лице:

- а) стейкхолдеров;
- б) бизнеса;
- в) работников;
- г) местных властей.

71. Назовите две основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

- а) увеличение прибыли и снижение расходов;
- б) характер инфляции и состояние инвестиционных ресурсов;
- в) корпоративное развитие и формирование имиджа и деловой репутации;
- г) минимизация бизнес-рисков и превращение существующих проблем в возможности для бизнеса.

72. Компании, которые не внедряют принципы и стратегии корпоративной социальной ответственности (выберете один ответ, который отражает наиболее существенную проблему):

- а) не отслеживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду;
- б) не полностью реализуют свой экономический потенциал;
- в) упускают возможности в бизнесе;
- г) теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении.

73. Приведенная ниже компания демонстрирует тип корпоративной культуры, который в США называли бы «феодалская культура корпорации»:

- а) работники принимают активное участие в инвестиционной деятельности компании, они хорошо информированы о финансовых делах и принимают участие в управлении;
- б) заработная плата работников напрямую зависит от экономических результатов деятельности компании и может

быть выдана в виде акций, достаточно высок риск ее существенных колебаний;

- в) работники не принимают участия в инвестиционной деятельности компании, руководство самостоятельно определяет возможную долю собственности работника-акционера в капитале и строго контролирует его активность; достаточно весома разница в социальных статусах между администрацией и персоналом;
- г) работники образуют крупную коллективную силу (по типу профсоюза) и имеют своих представителей в Совете директоров, тем самым принимая непосредственное участие в решении важнейших дел компании.

74. Продолжите перечень основных направлений внутренней социальной политики (не менее 4):

Образовательная программа, молодежная программа, _____

_____.

75. Программа корпорации Avon «Вместе против рака груди» реализуется на территории нескольких стран мира. Часть средств от продажи косметики и парфюмерии марки Avon перечисляется в фонд, который финансирует медицинские исследования рака груди, а также диагностику и лечение женщин, страдающих этим заболеванием. В вышеописанном примере прослеживается следующий принцип внедрения КСО:

Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»

- а) «делайте то, что говорите» – базовый принцип бизнес-этики и демонстрация уважения к потребителю;
- б) реклама должна быть честной и не преувеличивать свойства товаров или услуг;
- в) предлагайте специальные этические продукты или услуги;
- г) осваивайте производство «зеленых» продуктов.

76. Чтобы увеличить свою стоимость в долгосрочной перспективе и получать прибыль благодаря коллективным действиям (гражданская стадия), компании:

- а) способствуют широкому распространению норм корпоративной социальной ответственности в отрасли;
- б) отрицают свою вину за конкретные нарушения организационного обучения корпоративной социальной ответственности;
- в) не признают своей ответственности за негативные последствия нарушений обеспечения организационного обучения корпоративной социальной ответственности;
- г) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса.

77. Стандартом, регламентирующим внедрение КСО в практику на предприятии, является:

- а) ISO 9001;
- б) ISO 2600;
- в) ISO 26000.

78. По мнению потребителей, «честная корпорация» не ведет себя следующим образом:

- а) нормирует объемы выброса ТБО;
- б) выдает зарплату «в конвертах»;
- в) проводит инструктажи по ТБ;
- г) регулярно и своевременно платит налоги.

79. Чтобы измерить эффективность внешней социальной политики фирмы, можно использовать:

- а) психологическое тестирование сотрудников;
- б) анализ публикаций в СМИ о социальной деятельности фирмы;
- в) опрос потребителей;
- г) анкетирование сотрудников относительно удовлетворенности работой.

80. Аргументы «против» реализации КСО на предприятии:

- а) снижение максимизации прибыли, дополнительные расходы, недостаточный опыт решения социальных проблем;
- б) создание благоприятных долгосрочных перспектив бизнеса, привлечение инвестиционной привлекательности;
- в) все вышеперечисленное.

81. Финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ:

- а) основной капитал;
- б) социальный бюджет;
- в) заемный капитал;
- г) государственные инвестиции.

82. КСО не предполагает управление деятельностью компании в сфере:

- а) работы с населением;
- б) продвижения товаров и услуг на рынке сбыта;
- в) оба варианта верны.

83. Ответственность бизнеса наступает в результате:

- а) отсутствия внедрения КСО по стандарту ISO 26000;
- б) снижения количества социальных программ;
- в) игнорирования требований и запросов общества;
- г) всего вышеперечисленного.

84. По временной нетрудоспособности предоставление пособий финансирует:

- а) Пенсионный фонд;
- б) Фонд обязательного медицинского страхования;
- в) Фонд социального страхования.

85. Укажите три конкретных направления в реализации социально ответственного поведения современных компаний:

- а) гражданское, государственное, корпоративное;
- б) экономическое, социальное, экологическое;
- в) налоговое, трудовое, законодательное.

86. Коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции, преследует цель:

- а) повышения национального дохода;

- б) повышения уровня (качества) жизни;
- в) получения прибыли;
- г) все ответы верны.

87. Для того чтобы российские компании имели возможность использовать отчетность по международным стандартам необходимо следующее условие:

- а) повышение роли частного сектора в инвестировании экономики;
- б) рационализация управления в российском бизнесе;
- в) повышение конкурентоспособности российских компаний;
- г) активизация выхода российского бизнеса на международные фондовые рынки.

88. Сеть ресторанов быстрого питания McDonalds перешла на упаковочные материалы из небеленой бумаги вторичного производства и тем самым на 30% снизила объем своих твердых отходов. В вышеописанном примере наиболее ярко реализуется одна из составляющих концепции корпоративной социальной ответственности бизнеса:

- а) милосердие;
- б) экология;
- в) экономика;
- г) социальная сфера;
- д) благотворительность.

89. Корпоративная социальная ответственность – это:

- а) ответственность предприятия за влияние на рынке;

- б) добровольная ответственность предприятия за влияние своей деятельности на общество;
- в) законодательно предусмотренная ответственность предприятия за влияние своей деятельности на общество;
- г) рекламная деятельность корпораций.

90. Социальная ответственность организации проявляется:

- а) в добровольном вкладе в развитие экономической, социальной, культурной и экологической сфер;
- б) предоставлении товаров и услуг гражданам по низким ценам;
- в) удовлетворении потребностей и интересов руководства;
- г) обеспечении безопасности труда.

91. Обязательная ответственность подразумевает:

- а) необходимость организации отвечать перед обществом за последствия своих решений и деяний;
- б) предполагает участие организации в любых социально значимых проектах, не касающихся непосредственно сферы ее действия;
- в) участие организации в социально значимых проектах, не имеющих отношения к результатам ее воздействия на эко- и социосреду.

92. Третий этап развития КСО в США и Западной Европе (с 1980 гг.) характеризовался:

- а) становлением стратегической филантропии;

- б) готовностью получить оптимальную прибыль вместо максимальной и нацеленностью на решение социальной проблемы, а не борьбу с ее результатами;
- в) расцветом традиционной филантропии или благотворительности;
- г) развитием концепции социальных инвестиций.

93. Организационное положение, обеспечивающее дисциплинированность и максимально эффективное отношение человека к его обязанностям:

- а) открытость;
- б) ответственность;
- в) безответственность;
- г) прозрачность.

94. Назовите аргументы «против» реализации КСО (не менее 3 причин): _____

_____.

95. Чтобы получать прибыль благодаря коллективным действиям (оборонительная стадия), компании:

- а) способствуют широкому распространению норм корпоративной социальной ответственности в отрасли;
- б) компания принимает на себя некоторые добровольные обязательства в области КСО;
- в) не признают своей ответственности за негативные последствия и за конкретные нарушения;

- г) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса.

96. Комплексный подход к корпоративной социальной ответственности крупного и среднего бизнеса осуществляется в соответствии с международными стандартами по трем группам показателей: экономика, экологическая политика и социальная политика. В данном контексте социальная политика включает в себя:

- а) мероприятия компаний по социальному развитию собственного персонала, а также благотворительные проекты местного и федерального значения;
- б) мероприятия компаний, направленные на снижение негативного воздействия производства на окружающую среду, а также благотворительные цели экологического характера местного и общенационального масштаба;
- в) капитальные вложения и мероприятия внедрения современных технологий, улучшающих потребительские свойства и социальную значимость производимых товаров и услуг;
- г) финансовые затраты на специальное оборудование по развитию экологии производства и его безопасности.

97. Стадия развития КСО, при которой компания интегрирует КСО в стратегию своего развития, ориентируясь при этом на долгосрочную перспективу:

- а) гражданская;
- б) оборонительная;
- в) функциональная;
- г) стратегическая.

98. К основным стандартам в области КСО относятся:

- а) Росстандарт;
- б) ISO 2600;
- в) GRI;
- г) SA 8000:2001.

99. Создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта предусматривает следующая технология внедрения социальных инвестиций:

- а) технология массового вида социального инвестирования;
- б) технология точечного вида социального инвестирования;
- в) технология рыночного вида социального инвестирования;
- г) технология агрессивного вида социального инвестирования.

100. Внутренняя корпоративная социальная ответственность – это:

- а) обеспечение высокого качества трудовой жизни;
- б) соблюдение трудового законодательства;
- в) развитие человеческого потенциала, через обучение персонала;
- г) лоббирование законов в интересах корпораций.

101. Выберите вариант, в котором приведен пример, указывающий на то, что организация использует технологию массового вида социального инвестирования:

- а) специально к праздникам фирма Puma выпустила специальную серию велосипедов. К каждому велосипеду прилагается

соответствующая по дизайну обувь, сумка и другие аксессуары (ремень, кошелек и т. д.). Такая предпринимательская идея способствовала резкому увеличению спроса на продукцию фирмы Puma;

- б) транспортная компания ООО «Автокомфорт-2000» осуществляет по низким тарифам обслуживание инвалидов в рамках службы «Социальное такси». Инвалиды оплачивают 50% действующих тарифов. Оставшаяся часть компенсируется за счет средств бюджета города;
- в) организация «Добро» осуществляет розничную продажу продуктов питания и сопутствующих товаров через магазин, который аккредитован при правительстве Москвы как социальный. Более половины оборота магазина приходится на льготные категории граждан – ветеранов Великой Отечественной войны, пенсионеров, инвалидов и многодетные семьи;
- г) «Совет ветеранов спорта» выделил средства на издание и распространение специального журнала и учебно-методической литературы о ветеранском спорте, а также на разработку и поддержание сайта «Ветеран спорта России»;
- д) компания «Ситимаркет» планирует расширение сети магазинов «шаговой» доступности и обеспечение населения товарами повседневной необходимости по низким ценам. В магазинах сети действует социальная карта москвича, предоставляющая социально незащищенным категориям гражданам 5-процентную скидку на весь ассортимент товаров.

102. К показателям экономической эффективности от социального инвестирования относятся:

- а) увеличение физического объема услуг и уменьшение их стоимости;
- б) возникновение дополнительных социальных услуг и изменение индекса потребительских цен;
- в) изменение соотношения бюджетов домохозяйств от потребления к сбережению, рост количества детей в семьях;
- г) разность между суммой капиталовложений и денежной оценкой его результатов.

103. Крупнейшей в мире базой данных корпоративной нефинансовой отчетности является Международный регистр нефинансовых отчетов Corporate Register. На начало 2014 г. регистр содержал более:

- а) 50 тысяч отчетов;
- б) 90 тысяч отчетов;
- в) 100 тысяч отчетов;
- г) более миллиона отчетов.

104. К принципам социальной Хартии российского бизнеса относятся:

- а) экономическая свобода и ответственность;
- б) права человека;
- в) участие в развитии местного сообщества;
- г) все перечисленное.

105. Этическим правилам внутри компании юридически обязательный характер можно придать:

- а) включив этические правила в учредительные и локальные документы компаний;
- б) применяя этические правила в процессе регулирования правоотношений внутри саморегулируемых организаций;
- г) наработав судебную практику по экономическим спорам;
- д) предприниматель должен уяснить содержание этических правил с целью соблюдения требований законодательства.

106. Именно он ввел понятие стейкхолдер в статус научной теории:

- а) Говард Боуард;
- б) Майкл Юджин Портер;
- в) Р. Эдвард Фримен;
- г) Марк Крамер.

107. Назовите преимущества реализации социальной ответственности компании:

- а) укрепление репутации компании;
- б) повышение рисков компании;
- в) повышение инвестиционной привлекательности бизнеса;
- г) повышение лояльности сотрудников.

108. Социальное развитие организации – это:

- а) наличие условий для самоактуализации человека в профессиональной деятельности;
- б) повышение эффективности деятельности организации;

- в) преобразование трудовой деятельности из средства существования в способ жизнедеятельности;
- г) достижение общественных целей при игнорировании личных.

109. В Великобритании около ____ % крупнейших национальных компаний включают социальную отчетность в ежегодные финансовые отчеты:

- а) 5;
- б) 30;
- в) 80
- г) 100.

110. Наибольшее значение и распространение имеют программы внешних социальных инвестиций:

- а) в моногородах;
- б) мегаполисах;
- в) рабочих поселках;
- г) селах.

111. Принцип корпоративной социальной ответственности «значимость» означает:

- а) актуальность;
- б) прозрачность;
- в) публичность;
- г) диалог.

112. Современная концепция КСО возникла как ответ бизнеса на давление со стороны растущих социальных требований и профсоюзного движения:

- а) верно;
- б) неверно.

113. Назовите социально ответственные компании в вашем городе: _____

_____.

114. Форма социальной ответственности, выражающаяся в добровольном осуществлении компанией деятельности по охране природы, развитию персонала, поддержке местного сообщества, спонсорской деятельности, – это:

- а) социальный бюджет;
- б) социальная активность;
- в) корпоративный кодекс;
- г) социальная программа.

115. Правовую основу проектов социальной ответственности организации составляют:

- а) законы и нормативно-правовые акты;
- б) внутрикорпоративные кодексы и правила;
- в) социальные проекты;
- г) устав предприятия.

116. Добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума, – это _____

117. Социальная ответственность – это обязательства организации приносить пользу:

- а) обществу;
- б) руководителям компании;
- в) развитию корпоративной сети.

118. Второй этап развития КСО в США и Западной Европе (середина 1970 – начало 1980 гг.) характеризовался:

- а) становлением стратегической филантропии;
- б) готовностью получить оптимальную прибыль вместо максимальной и нацеленностью на решение социальной проблемы, а не борьбу с ее результатами;
- в) расцветом традиционной филантропии или благотворительности;
- г) развитием концепции социальных инвестиций.

119. Назовите аргументы «за» реализацию КСО (не менее 3 причин): _____

120. Обязательная ответственность подразумевает:

- а) необходимость организации отвечать перед обществом за последствия своих решений и деяний;
- б) предполагает участие организации в любых социально значимых проектах, не касающихся непосредственно сферы ее действия;
- в) участие организации в социально значимых проектах, не имеющих отношения к результатам ее воздействия на эко- и социосреду.

121. Чтобы увеличить свою стоимость в долгосрочной перспективе и получать прибыль благодаря коллективным действиям (правовая стадия), компании:

- а) способствуют широкому распространению норм корпоративной социальной ответственности в отрасли;
- б) отрицают свою вину за конкретные нарушения организационного обучения корпоративной социальной ответственности;
- в) не признают своей ответственности за негативные последствия нарушений обеспечения организационного обучения корпоративной социальной ответственности;
- г) учитывают потребности общества в стратегии развития своего бизнеса.

122. Международный благотворительный Фонд «Дети Мира» и компания «Кимберли Кларк» провели совместную благотворительную акцию «Из добрых рук с любовью – Кимберли Кларк детям сиротам» в рамках широкомасштабного общероссийского проекта «Не оттолкни меня!» («Антибезразличие»).

Была осуществлена безвозмездная передача необходимых гигиенических средств детям из детских домов, школ-интернатов, приютов и больниц Москвы и Подмосковья. Укажите направление социальной программы Компании «Кимберли Кларк»:

- а) развитие местного общества;
- б) развитие персонала;
- в) социально ответственное инвестирование;
- г) природоохранная деятельность и ресурсосбережение;
- д) добросовестная деловая практика.

123. Чтобы измерить эффективность внутренней социальной политики фирмы, можно использовать методы:

- а) психологическое тестирование сотрудников;
- б) анализ публикаций в СМИ о социальной деятельности фирмы;
- в) опрос потребителей;
- г) анкетирование сотрудников относительно удовлетворенности работой.

124. Социально-ответственные практики, характеризующие реализацию КСО на предприятии по направлению «Охрана здоровья и безопасные условия труда» (выберите один ответ):

- а) соблюдение баланса между рабочими обязанностями и личной жизнью сотрудников, прозрачные условия при приеме на работу;
- б) программы обучения и повышения квалификации персонала, управление карьерой работника;
- в) охрана окружающей среды, снижение всех видов загрязнений;

- г) обеспечение безопасности на рабочем месте, учет экологических факторов при организации работы офиса.

125. Составляющими организации являются:

- а) местные общины, поставщики, потребители;
- б) СМИ, группы общественного давления;
- в) союзы и объединения;
- г) акционеры.

126. К основным стандартам в области КСО не относятся:

- а) Росстандарт;
- б) ISO 2600;
- в) GRI;
- г) SA 8000:2001.

127. К показателям социально-экономической эффективности от социального инвестирования относятся:

- а) увеличение физического объема услуг и уменьшение их стоимости;
- б) возникновение дополнительных социальных услуг и изменение индекса потребительских цен;
- в) изменение соотношения бюджетов домохозяйств от потребления к сбережению, рост количества детей в семьях;
- г) разность между суммой капиталовложений и денежной оценкой его результатов.

128. Качества трудовой жизни – это:

- а) ожидания условий труда работника, основанные на его личных предпочтениях;
- б) обеспеченности работников различными объектами социальной инфраструктуры;
- в) отношение руководителя предприятия к своим подчиненным.

129. Пронумеруйте этапы подготовки отчета по КСО в порядке очередности:

- а) корректировка содержания отчета на основании взаимодействия с заинтересованными сторонами;
- б) сбор и анализ замечаний, подготовка финальной версии отчета;
- в) сбор информации и подготовка предварительной версии отчета;
- г) подготовка отчета к публикации;
- д) публикация и распространение отчета;
- е) планирование процесса отчетности.

130. Факторы прямого воздействия внешней среды на корпорацию:

- а) глобализация
- в) нормативно-правовая база;
- г) потребители;
- д) все вышеперечисленное.

131. Социальные инвестиции – это различного рода средства, направляемые:

- а) на благотворительность;
- б) в фонды социального, медицинского, пенсионного страхования;
- в) решение только внутренних социальных проблем компании;

- г) решение внутренних и внешних социальных проблем.

132. Инвесторы, которые проверяют объекты инвестиций на социальное и экологическое соответствие, – это:

- а) внешние инвесторы;
- б) внутренние инвесторы;
- в) этические инвесторы;
- г) зарубежные инвесторы.

133. Корпоративная социальная ответственность подразумевает, что бизнес принимает на себя дополнительные обязательства в решении:

- а) социальных проблем;
- б) экологических проблем;
- в) экономических вопросов;
- г) политических вопросов.

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

- а) открытая;
- б) скрытая;
- в) легальная;
- г) криминальная.

135. Реализация КСО наиболее важна в компаниях, в состав которых входят предприятия:

- а) малые;

- б) непрофильные;
- в) градообразующие.

136. Принцип корпоративной социальной ответственности

«открытость» означает:

- а) достоверность;
- б) единство;
- в) регулярность;
- г) интегрированность.

137. К преимуществам в микросреде организации,

сформированным на основе КСО, можно отнести:

- а) рост доверия к компании за счет увеличения прозрачности и открытости;
- б) снижение финансовых и нефинансовых рисков;
- в) снижение операционных расходов.

138. Назовите социально ответственные компании в городе, в

котором вы проходите обучение: _____

_____.

139. Социально-ответственные практики, характеризующие

реализацию КСО на предприятии по направлению

«социально-трудовые отношения» (выберите один ответ):

- а) соблюдение баланса между рабочими обязанностями и личной жизнью сотрудников, прозрачные условия при приеме на работу;

- б) программы обучения и повышения квалификации персонала, управление карьерой работника;
- в) охрана окружающей среды, снижение всех видов загрязнений;
- г) охрана труда и обеспечение безопасности на рабочем месте

140. Социальная ответственность бизнеса в стандарте SA 8000 рассматривается:

- а) как защита прав работников;
- б) благотворительность;
- г) борьба с коррупцией;
- д) получение финансовой прибыли.

5. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Охарактеризовать сущность корпоративного имиджа, деловой репутации и социальной ответственности.
2. Привести и охарактеризовать основные концепции корпоративной социальной ответственности.
3. Охарактеризовать модель пирамиды корпоративной социальной ответственности (пирамида А. Керолла).
4. Роли, которые должна выполнять компания, использующая концепцию корпоративной социальной ответственности.
5. Привести и охарактеризовать три основных компонента корпоративной социальной ответственности по направленности действий.
6. Факторы, воздействующие на укрепление взаимосвязи частного бизнеса и общества.
7. Концепция заинтересованных сторон (стейкхолдеров).
8. Охарактеризовать три направления оценки эффективности компании согласно концепции заинтересованных сторон.
9. Основные преимущества социально ответственного поведения бизнеса согласно концепции заинтересованных сторон.
10. Охарактеризовать американскую модель корпоративной социальной ответственности.
11. Охарактеризовать европейскую модель корпоративной социальной ответственности.
12. Провести сравнительную характеристику американской и европейской модели корпоративной социальной ответственности.
13. Привести национальную модель корпоративной социальной

ответственности США.

14. Привести национальную модель корпоративной социальной ответственности Европы.
15. Привести национальную модель корпоративной социальной ответственности Великобритании.
16. Провести сравнительную характеристику национальных моделей корпоративной социальной ответственности.
17. Охарактеризовать три уровня нормативно-правовой базы регулирования отношений корпоративной социальной ответственности.
18. Стадии эволюции корпоративной социальной ответственности.
19. Охарактеризовать приоритеты корпоративной социальной ответственности согласно представлениям менеджмента.
20. Проблемы внедрения принципов корпоративной социальной ответственности в отечественной практике.
21. Благотворительность как одно из направлений корпоративной социальной ответственности.
22. Охарактеризовать сущность благотворительности. Привести основные формы благотворительности.
23. Охарактеризовать сущность благотворительности. Привести преимущества и недостатки благотворительности.
24. Охарактеризовать волонтерство как одно из основных направлений благотворительности.
25. Социально ответственные программы как одно из направлений корпоративной социальной ответственности.
26. Классификация социально-ответственных программ.
27. Социально ответственный маркетинг как одно из направлений корпоративной социальной ответственности.
28. Социальное предпринимательство как одно из направлений

корпоративной социальной ответственности.

29. Факторы, определяющие социальное предпринимательство.
30. Основное отличие социального предпринимательства от обычного предпринимательства.
31. Характерные особенности социального предприятия.
32. Компоненты социального предпринимательства.
33. Провести сравнение организаций по отношению к социальной ответственности.
34. Охарактеризовать некоммерческие организации, имеющие доходную деятельность.
35. Охарактеризовать социально ответственный бизнес.
36. Охарактеризовать компании, практикующие социальную ответственность.
37. Две группы гибридных организаций в зависимости от назначения.
38. Классификация социальных предприятий. Характеристика применяемых социальными предприятиями бизнес-моделей.
39. Организационно-правовые формы социальных предприятий в мировой практике.
40. Сущность, объекты и источники корпоративной социальной ответственности.
41. Классификация корпоративных социальных инвестиций.
42. Раскрыть сущность механизма корпоративной социальной ответственности и следующие его составляющие: функции и органы.
43. Внутренние и внешние факторы, влияющие на поведение компании в области корпоративной социальной ответственности.
44. Раскрыть сущность механизма корпоративной социальной ответственности и следующие его составляющие: методы,

инструменты и процедуры (механизм корпоративной социальной ответственности).

45. Региональный аспект корпоративной социальной ответственности.
46. Классификация социальной активности в местном сообществе.
47. Формы социальной активности в местном сообществе.
48. Модели взаимодействия бизнеса и власти в отечественной практике.
49. Классификация инструментов госрегулирования корпоративной социальной ответственности и проблемы их использования.
50. Сущность государственно-частного партнерства.
51. Критерии целей государственно-частного партнерства.
52. Условия государственно-частного партнерства.
53. Принципы государственно-частного партнерства.
54. Направления государственно-частного партнерства.
55. Кратко охарактеризовать основные формы государственно-частного партнерства в социальной сфере.
56. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера труда.
57. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера здравоохранения.
58. Охарактеризовать формы государственно-частного партнерства в следующем направлении социальной сферы: сфера образования и сфера культуры.
59. Преимущества государственно-частного партнерства для государства и для деловых кругов.
60. Охарактеризовать целевые программы как форму государственно-частного партнерства. Этапы разработки целевых

программ.

61. Достоинства и проблемы использования государственных программ.
62. Охарактеризовать государственные контракты как форму государственно-частного партнерства.
63. Охарактеризовать арендные отношения как форму государственно-частного партнерства.
64. Механизмы государственно-частного партнерства в форме концессий. Проблемы реализации государственно-частного партнерства в сфере экономики.
65. Сущность, функции и стандарты социальной отчетности.
66. Сущность социальной отчетности. Преимущества стандартов для компании и работников.
67. Основные тенденции в сфере нефинансовой отчетности. Информационная база для расчета индексов и оценки состояния корпоративной социальной ответственности.
68. Оценка управления корпоративной социальной ответственностью.
69. Определение уровня корпоративной социальной ответственности по результатам деятельности компании.
70. Профсоюзы Англии как основатели профсоюзного движения.
71. История развития профсоюзов в Европе и США.
72. Права профсоюзов в Европе.
73. Профсоюзы и их деятельность в современных условиях.
74. Три основных внешних фактора, противодействующих развитию профсоюзов в современную эпоху.
75. Основные факторы кризиса «континентальных» профсоюзов.

6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аблязова Н.О. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.О. Аблязова, М.Г. Аверкин и др.; Под ред. А.П. Егоршина. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 416 с.
2. Джобер, Д. Принципы и практика маркетинга: учеб. пособие / Д. Джобер. – пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 688 с.
3. Захаров Н.Л. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.Л. Захаров, А.Л. Кузнецов. – 2 изд., доп. и перераб. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 208 с.
4. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов. – М.: Издательство Юрайт 2013. – 445 с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг Менеджмент / Ф. Котлер. – СПб: Питер ком, 2011. – 896 с.
6. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность / Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. – М.: Дашков и К, 2008, 2-е изд. – 216 с.
7. Лукьянчиков, Н. Н. Экономика и организация природопользования: учеб. / Н. Н. Лукьянчиков, И. М. Потравный. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 687 с.
8. Матягина А.М. Экологически ответственный бизнес: Учебное пособие / А.М. Матягина, Е.В. Смирнова. – М.: Форум, 2012. – 192 с.

9. Нив Г. Организация как система: Принципы построения устойчивого бизнеса Эдвардса Деминга / Генри Нив; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 370 с.
10. Ферару, Г. С. Экологический менеджмент: учеб. для студентов бакалавриата и магистратуры / Г. С. Ферару. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 528 с.

ЭЛЕКТРОННОЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

Заглада Роман Юрьевич, Заглада Екатерина Александровна

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «КОРПОРАТИВНАЯ
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»
(ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОГОТОВКИ
38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)**

Подписано к выпуску г. Гарнитура Times New.
Усл. печ. Зак. № .

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкий национальный технический университет»
Автомобильно-дорожный институт
84646, г. Горловка, ул. Кирова, 51
E-mail: druknf@rambler.ru

Редакционно-издательский отдел

Свидетельство о внесении в Государственный реестр издателей, изготовителей и
распространителей издательской продукции ДК № 2982 от 21.09.2007г.