

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ Б.1.Б.15 КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

уровень высшего образования – бакалавриат
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
программа прикладного бакалавриата
профиль – менеджмент организации
форма обучения – заочная

Цели и задачи освоения дисциплины

Формирование и развитие корпоративной социальной ответственности является одной из основных управленческих задач. Как показывает практика, высокая корпоративная социальная ответственность позволяет сформировать положительный имидж организации. Понятие «корпоративная социальная ответственность» подразумевает добровольный вклад компании в развитие государства и общества, ее активную деятельность в экономической, социальной и экологической сфере. В процессе изучения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» студентам предоставляется возможность исследовать феномен корпоративной социальной ответственности, овладеть навыками ее формирования и развития.

Целями освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является освоение студентами концептуальных и практических основ формирования корпоративной социальной ответственности как необходимого элемента устойчивого развития организации и инструмента корпоративной безопасности.

Объектом изучения является корпоративная социальная ответственность.

Предметом изучения курса являются отношения, складывающиеся на микроуровне экономики в процессе формирования и развития корпоративной социальной ответственности.

Задачи:

- усвоение теоретико-методологических подходов к определению сущности корпоративной социальной ответственности,
- определение корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа и репутации организации;
- исследование ключевых элементов корпоративной социальной ответственности;
- усвоение методических и технологических основ формирования и развития корпоративной социальной ответственности;
- развитие навыков проектирования и разработки социальных программ и проектов в организации.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Данная учебная дисциплина относится к базовой части модуля 2 дисциплин, формирующих общепрофессиональные компетенции и предназначена для студентов 1 курса.

Знания и навыки, полученные при изучении дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» будут востребованы при изучении курсов «Управление человеческими ресурсами», «Стратегический менеджмент» и в научно-исследовательской работе.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (требования к результатам освоения содержания дисциплины)

Выпускник должен обладать:

общекультурными компетенциями (ОК):

способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-13);

учитывает последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);

профессиональными компетенциями (ПК):

способен оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);

владеет современными технологиями управления персоналом (ПК-14);

учитывает аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16)

имеет представление об экономическом образе мышления (ПК-26);

умеет применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);

способен оценивать экономические и социальные условия предпринимательской деятельности (ПК-50)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать

- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами
- типы организационной культуры и методы ее формирования
- роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации
- причины многовариантности практики управления персоналом в современных условиях
- связующие процессы в организации и основные школы и направления в управленческой науке
- методы и модели принятия решений в управлении деятельностью организации
- бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом

Уметь

- оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по формированию корпоративной социальной ответственности, улучшению имиджа организации как работодателя
- разрабатывать программы обучения сотрудников и оценивать их эффективность
- разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации
- идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО
- диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений
- анализировать и оценивать воздействие факторов микро- и макросреды на функционирование организации, а также прогнозировать собственные возможности фирмы и ее конкурентоспособность
- анализировать обзор средств массовой информации, пресс-релизы компаний, опубликованные финансовые отчеты, рынки потребительских товаров, правительственную статистику, электронные издания
- использовать в практической деятельности информацию, полученную в результате маркетинговых исследований рынка, потребителей, конкурентов при разработке стратегий организации

Владеть

- методами формирования и поддержания этического климата в организации и навыками деловых коммуникаций
- современным инструментарием управления человеческими ресурсами навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей организации ;

- основными методами, способами и средствами получения информации в ходе маркетинговых исследований для принятия стратегических решений в сфере формирования и развития корпоративной социальной ответственности ;
- практическими навыками построения экономических, стратегических и организационно-управленческих моделей принятия решений.

Содержание дисциплины (модуля).

Структурированное содержание дисциплины (модуля).

Тема 1. Теоретико-методологические основания формирования и развития корпоративной социальной ответственности.

Теоретико-методологические подходы к определению сущности корпоративной социальной ответственности. Виды и уровни корпоративной социальной ответственности. Внутренняя и внешняя корпоративная социальная ответственность. Концептуальные принципы формирования корпоративной социальной ответственности. Направления развития корпоративной социальной ответственности.

Тема 2. Социальная активность организации. Приоритеты социальной политики в организации.

Понятие социальной активности организации. Виды и формы социальной активности. Социальная политика. Модели социальной политики организации. Принципы формирования социальной политики в организации. Механизмы реализации социальной политики в организации.

Тема 3. Кодексы корпоративной социальной ответственности.

Основные теории и концепции для моделирования организационного поведения. Три подхода к объяснению поведения человека в организации. Подход, основанный на психоанализе. Бихевиористский подход. Школа гуманистической психологии. практическое значение основных положений теорий и концепций личности. Управление организационным поведением. Этические стандарты и поведение в организации. Технологии разработки этических стандартов: содержание, виды и основные этапы. Кодексы корпоративной социальной ответственности. Принципы разработки и механизмы формирования приверженности.

Тема 4. Имидж-технологии, технологии репутационного контроля в повышении корпоративной социальной ответственности.

Природа корпоративного имиджа. Внутренний и внешний имидж. Процесс создания имиджа. Позиционирование организации в социальном пространстве. Имидж организации. Доверие, репутация, солидарность. Формирование специфической корпоративной культуры. Имиджелогия и паблик рилейшинз (ПР). Поиск наиболее эффективных методов воздействия на аудиторию. Позиционирование организации в благоприятную информационную среду. Манипулирование. Мифологизация. Эмоционализация. Создание выгодных для организации как коммуникаторов контекстов (форматизация). Акцентирование информации. Дистанцирование. Визуализация. Инструментарий формирования имиджа. Ключевые характеристики и составляющие имиджа, оптимизация воздействия внутренней и внешней среды на формирования имиджа.

Природа репутации и репутационного контроля. Формирование репутации. Технологии репутационного контроля в повышении корпоративной социальной ответственности.

Тема 5. Социальные программы и проекты в организации. Типы социальных программ.

Роль социальных программ и проектов в организации. Типологические основания и виды социальных программ. Принципы разработки и реализации социальных программ на организационном уровне. Оценка эффективности программ.

Тема 6. Управление корпоративными социальными программами.

Сущность управления программами. Параметры эффективности программ. Принципы разработки программ. Механизмы реализации программ. Технологии контроля и оценки эффективности программ.

Тема 7. Компетентность руководителей в сфере формирования и развития корпоративной социальной ответственности. Личная социальная ответственность и корпоративная социальная ответственность.

Оценка эффективности организационных систем. Организационное проектирование, методы повышения эффективности организации. Связь проблемы организационного проектирования и жизненного цикла организации. Этапы проектирования. Методология исследования деятельности организации. Критерии эффективности в зависимости от задач организации. Корректировка организационных структур. Роль руководства в обеспечении эффективности организаций. Компетенции и компетентность руководителя. Личная социальная ответственность и корпоративная социальная ответственности.

Тема 8. Технологии управления персоналом в контексте повышения корпоративной социальной ответственности.

Управление персоналом организации: сущность и принципы. Кадровая политика в формировании корпоративной социальной ответственности. Принципы управления персоналом в контексте организационного развития. Кадровые технологии и технологии формирования корпоративной социальной ответственности.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень учебников и учебно-методических материалов, доступных для пользования студентами ЧУВО СИБТУ по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

- Г.Л.Тульчинский. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности.

Основная литература:

1. Уколов В. Ф., Богатырева Т. Г., Быстряков И.К. Пространство взаимодействия власти, бизнеса и общества. М., 2008.
2. Стрижов С.А. Механизмы корпоративной социальной ответственности. М., 2009.
3. Джонсон Д., Шоулз К., Уиттингтон Р.. Корпоративная стратегия. Учебник. 7-е изд. М./СПб., 2007.

Дополнительная литература

1. Андреева С.Г., Горская Т.А. Психологические основы управления персоналом. СПб, 1997.

2. Блинов А.О. Мотивация персонала корпоративных структур // Маркетинг. 2001. № 1.
3. Васильева О. Внутренний PR. Этот велосипед давно изобретен // Советник. 1999. № 6.
4. Уколов В. Ф., Лотин В. В., Быстряков А.Я. Государственно-частное партнерство и стратегические альянсы власти и бизнеса. М., 2009.
5. Евтюхов С. С., Кострюков В.А. Лоббирование в системе взаимодействия власти, бизнеса и общества. М., 2008
6. Гурков И. Б. Стратегический менеджмент организации: Учеб. Пособие. - М.: ТЕИС, 2004.
7. Дженстер П., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей: Пер. с англ. – Издательский дом «Вильямс», 2003.
8. Джонсон Д., Шоулз К., Уиттингтон Р.. Корпоративная стратегия. Учебник. 7-е изд. М./СПб., 2007.
9. Клаттербак Д. Командный коучинг на рабочем месте. Технология создания самообучающейся организации. – М.: Эксмо, 2008.
10. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М., Киев, 2000.
11. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Издательство "Питер", 2000.
12. Поселянина Исследование связи внутреннего и внешнего имиджа организации. М., 2000.
13. Поченцов Г.Г. Имиджеология. М., 2001.
14. Нессонов Г.Г. Управление персоналом коммерческой организации: учеб. пособие. М., 1997.
15. Организационное обучение. Классика Harvard Business Review. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007
16. Паблик рилейшнз. Связи с общественностью сфере бизнеса. М., 1999.
17. Психология и этика делового общения: учебник / Под ред. В.Н. Лавриненко. М., 1997.
18. Спивак В.А. Этика делового общения. СПб, 1996.
19. Торрингтон Д. Управление человеческими ресурсами: Учебник/ Д.Торрингтон, Л.Холл, С.Тейлор; Пер.с 5-го англ. изд.; Науч. ред. пер. А.Е.Хачатуров.- М.: Изд-во "Дело и сервис", 2004. - 752с.
20. Тульчинский Г.Л. Public relation: репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство. СПб, 1994.
21. Управление персоналом: учебник /Общ.ред.А.И.Турчинова. – М.:Изд-во РАГС, 2003. - 488с.
22. Чемяков В.П. Грейдинг: технология построения системы управления персоналом. – М.: Вершина, 2007.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. www.m-economy.ru
2. www.positivemanagement.ru
3. www.social.ru
4. www.strategy.bos.ru/

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения лекционных занятий: аудитория, оборудованная учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- Акустическая система (2 колонки + микшерный пульт + усилитель)
- Микрофон с фантомным питанием
- Ноутбук
- Мультимедийный проектор
- Выносной экран

- DVD-плеер

Для проведения практических занятий: лаборатория, оборудованная учебной мебелью и техническими средствами:

- Проектор
- Переносной экран
- ПК (10 шт)
- Сетевой коммутатор
- Принтер
- Доступ к сети Интернет.