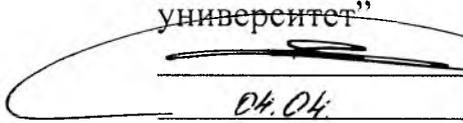


Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения  
образования «Белорусский  
государственный экономический  
университет»

 Е. Ф. Киреева

04.04 2023 г.

Регистрационный № УД 5371-23 /уч.

**Социальная ответственность бизнеса  
(на английском языке)**

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности 1-25 80 01 Экономика

Учебная программа составлена на основе учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 80 01 «Экономика», профилизация «Экономическая психология», регистрационный № 96МГР-22 от 24.06.2022

**СОСТАВИТЕЛИ:**

**В.А. Симхович**, профессор кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор социологических наук, профессор

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

**Нехорошева Л.Н.**, заведующий кафедрой экономики промышленных предприятий учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

**Сосновская Н.А.**, ученый секретарь ГНУ «Институт социологии НАН Беларуси», кандидат социологических наук.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 6 от 31.01. 2023 г.).

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 5 от 01.03 2023 г.).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данная учебная программа предназначена для преподавания учебной дисциплины «Социальная ответственность бизнеса», которая является учебной дисциплиной модуля «Экономическая психология» учебного плана магистратуры по специальности «Экономика» (профилизация «Экономическая психология»). Учебная дисциплина «Социальная ответственность бизнеса» читается на английском языке.

**Цель** преподавания учебной дисциплины заключается в получении систематизированных знаний в области социальной ответственности деловых организаций для решения проблем устойчивого развития общества (экономических, экологических и социальных).

**Задачи** учебной дисциплины:

- формирование системы знаний о социальной ответственности бизнеса;
- изучение современных подходов к управлению социально-ориентированной деятельностью организации, функционирующей в глобальном окружении;
- формирование представлений о роли современного бизнеса в обеспечении устойчивого развития социума;
- формирование компетенций, релевантных сфере социальной ответственности бизнеса.

**Связь с другими дисциплинами.** Дисциплина «Социальная ответственность бизнеса» опирается на знания, полученные в ходе изучения дисциплин «Социология управления», «Психология», «Экономика организации», «Регулирование устойчивого социально-экономического развития», «Экологический менеджмент», «Социальное партнерство», «Деловая этика», а также на владение английским языком продвинутого уровня.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

*знать:*

- основы генезиса концепции социальной ответственности бизнеса;
- роль и место этики бизнеса в системе корпоративной социальной ответственности;
- основные направления интегрирования корпоративной социальной ответственности в практику стратегического управления деловой организацией;
- уровни, мотивы и формы корпоративной социальной ответственности;
- основные модели корпоративной социальной ответственности и формы нефинансовой отчетности;

*уметь:*

- использовать теоретический материал дисциплины при изучении и объяснении социально-экономических процессов и явлений устойчивого развития деловой организации и социума;

- идентифицировать мотивы и ожидания, как с позиций стейкхолдеров деловой организации, так и с позиций ее устойчивого развития;
- использовать инструменты управления стейкхолдерами и повышения их лояльности и вовлеченности;
- диагностировать этические проблемы в деловой организации;
- применять основные модели принятия этических управленческих решений;

*владеть:*

- методом критического анализа результатов корпоративной социальной деятельности организации;
- навыками диагностики мотивов и ожиданий стейкхолдеров с целью повышения их лояльности и вовлеченности;
- навыками применения инструментов управления стейкхолдерами для разрешения проблем агентов;
- навыками диагностирования этических проблем в организации и принятия этических управленческих решений.

Освоение учебной дисциплины «Социальная ответственность бизнеса» должно обеспечить формирование следующей социальной компетенции:

СК-2. Реализовывать методологию управления клиентским опытом, пользоваться инструментами повышения лояльности и вовлеченности клиентов, управлять партнерскими отношениями с клиентами.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине магистрант должен приобрести не только теоретические знания и компетенции практического их применения для решения проблем устойчивого развития деловой организации, но и развить свой ценностно-личностный потенциал, сформировать качества гражданина, готового к активному участию в экономической, социально-культурной и общественной жизни страны.

Форма получения высшего образования – дневная.

Всего часов по учебной дисциплине 102, из них всего часов аудиторных 44, в том числе лекции – 22 часа, семинарские занятия – 22 часа. Форма текущей аттестации – зачет.

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **Тема 1. Социальная ответственность бизнеса как социальный феномен современного общества**

Причины актуализации проблематики социальной ответственности бизнеса (корпоративной социальной ответственности) в современном обществе.

Ответственность и ее виды. Социальная ответственность бизнеса (СОБ) и корпоративная социальная ответственность (КСО). Многообразие определений корпоративной социальной ответственности. Субъекты КСО.

Этика бизнеса и моральный статус корпорации. Содержание этики бизнеса: взаимоотношения между корпоративной и универсальной этикой, проблема социальной ответственности бизнеса, вопросы приложения общих этических принципов к конкретным ситуациям принятия решений, влияние религиозных и культурных ценностей на экономическое поведение и др.

Основные подходы к пониманию проблем социальной ответственности бизнеса и этики управленческих решений.

### **Тема 2. Социальная ответственность бизнеса в контексте Глобального договора ООН**

Международная инициатива ООН в области корпоративной ответственности в интересах устойчивого развития «Глобальный договор» (2000 г.) как платформа для диалога и совместных действий. Характер, основные задачи и принципы Глобального договора. Формы и преимущества участия организации в международной инициативе «Глобальный договор».

Корпоративная социальная ответственность как подход к современному ведению бизнеса. Критические подходы к реализации социальной ответственности бизнеса в рамках Глобального договора (П. ДиМаджио, У. Пауэлл, Р.Н. Абрамов).

Практика корпоративной социальной ответственности в обществах постсоветских стран – России, Украины, Беларуси: институционализация социальной ответственности и присоединение к Глобальному договору.

### **Тема 3. Эволюция концепций корпоративной социальной ответственности**

Первые попытки осмысления социальной ответственности бизнеса (Д. Карнеги, Г. Форд, российские меценаты и др.). Основные этапы развития концепции КСО как теоретического ядра и периферии. Теоретическое обоснование взаимосвязи между корпорациями и обществом (связь экономики с духовными и моральными ценностями) Г. Боуэном (1953). Критика концепции КСО Т. Левитом и М. Фридманом.

Нормативный смысл КСО как соответствие корпоративного поведения доминирующим в обществе нормам, ценностям и ожиданиям (Дж. МакГуир, С. Сети и др.).

Парадигма 1970-х гг. – смещение акцентов с нормативного на позитивный характер КСО. Согласованность КСО с долгосрочными интересами акционеров

социально ориентированных корпораций (Г. Уоллич и Дж. МакГоун). Концептуальная модель А. Кэрролла (1979 г.) и полисубъектный характер КСО. Учет ожиданий заинтересованных групп как основание для институционализации отношений корпорации и общества.

Дискуссия 1970-1980-х гг. о реализации социальной ответственности на уровне отдельной организации. Инструментальный характер КСО: корпоративная социальная восприимчивость как специфическая функция менеджмента (В. Фредерик). Комплексная трехмерная модель корпоративной социальной деятельности (С. Сети, А. Кэрролл, С. Вартик и Ф. Кохрен, Д. Вуд).

Синтетические «альтернативные» концепции 1990-х гг. Интегрирование концепции КСО в теорию стратегического управления (П. Друкер, М. Портер). Концепция стейкхолдеров, или заинтересованных сторон (Е. Фриман). Вклад М. Кларксона, Т. Джоунза, Т. Дональдсона в превращение концепции заинтересованных сторон в научную теорию.

Подход к управлению корпорацией как части социальной структуры общества. Взгляд на организацию как на открытую систему (И. Ансофф, Ф. Котлер, Н. Ли, М. Портер, Р.М. Кантер, С. Харт). Альтернативная концепция корпоративного гражданства (Д. Лонгдон и Д. Вуд). Концепция корпоративной устойчивости (2000-х гг.).

Новый подход к КСО: КО-филантропия, КО-интеграция и КО-инновация (М. Хальме и Дж. Лаурилла) как отражение реальных изменений в ожиданиях заинтересованных сторон.

#### **Тема 4. Объекты, направления и мотивы социальной ответственности бизнеса**

Заинтересованные стороны (стейкхолдеры), оказывающие влияние на решения, принимаемые компанией, и/или находящиеся под воздействием этих решений как объекты КСО. Двухсторонняя модель объектов корпоративной социальной ответственности.

Внутренняя и внешняя корпоративная социальная ответственность. Три уровня КСО в контексте ПРООН. Парадигма четырех уровней и видов корпоративной социальной ответственности (пирамида КСО А. Кэрролла).

Основные направления корпоративной социальной деятельности: экономика, экология и социальная политика как триединый итог. Особенности составляющих КСО.

Основные мотивы реализации социальной ответственности и выгоды КСО для деловой организации.

#### **Тема 5. Формы социальной ответственности бизнеса**

Основные формы КСО и их классификации. Классификация Ф. Котлера и Н. Ли: продвижение социально значимой проблемы, корпоративный социальный маркетинг, благотворительный маркетинг, корпоративная филантропия, волонтерская работа, социально ответственный подход к ведению бизнеса.

Классификация Программы развития ООН: благотворительные пожертвования и спонсорская помощь, делегирование сотрудников компании, денежные гранты, корпоративное спонсорство, корпоративный фонд, социальные инвестиции, социально значимый маркетинг, спонсорство.

Стратегическая благотворительность и социальное партнерство как формы КСО. Комплексный характер социальных инициатив.

Особенности реализации форм КСО: мировой и постсоветский опыт.

## **Тема 6. Интеграция корпоративной социальной ответственности в корпоративное управление**

Эволюция корпоративной социальной ответственности как понятия менеджмента. Различия в управленческих приоритетах как результат разделения собственности и управления. Причины усиления негативного отношения к бизнесу. Снижение влияния национальных правительств на поведение больших корпораций и кризис управления 1990-х гг.

Корпоративная социальная ответственность как составная часть корпоративного управления и механизм согласования интересов при разработке стратегических ориентиров компании и его выражение на формальном уровне.

Этапы внедрения КСО в корпоративное управление.

КСО как стратегия и философия управления: основные принципы и инструментарий ее реализации в корпоративном управлении, взаимосвязь социальных инициатив со стратегическими целями компании.

Модель «3К-СО» Дж. Мигана, К. Миган, А. Ричардса и возможности ее реализации.

## **Тема 7. Основные модели корпоративной социальной ответственности**

Многообразие устоявшихся моделей КСО, отражающих исторически сложившийся общественно-экономический уклад страны. Открытые и скрытые модели корпоративной социальной ответственности, их специфика.

Американская, западноевропейская, британская и скандинавская модели КСО и их отличительные особенности. Особенности российской модели КСО. Специфика белорусской практики КСО: конструктивный диалог между бизнесом, государством и обществом.

Особенности практики корпоративной социальной ответственности в условиях мирового финансово-экономического кризиса.

## **Тема 8. Стейкхолдер-менеджмент**

Понятие стейкхолдеров / заинтересованных сторон / групп влияния / групп коалиции (Е. Фриман).

Классификация стейкхолдеров. Модель/матрица Менделоу (1991): дифференциация стейкхолдеров в зависимости от их интересов и их власти. Степень влияния стейкхолдера на организационное поведение.

Приоритеты внешних стейкхолдеров. Методы управления внешними стейкхолдерами: партнерский метод и метод защиты.

Внутренние стейкхолдеры как конкурентные ресурсы.

Стейкхолдер-менеджмент как сфера ответственности топ-менеджеров. Способы влияния менеджеров на организацию. Индивидуальная этика и принятие решений руководством.

Сетевые организации как метод управления внутренними и внешними стейкхолдерами.

Разнообразие интересов стейкхолдеров. Конфликты ожиданий стейкхолдеров в условиях ограниченности организационных ресурсов. Проблема агентов. Способы разрешения конфликтов интересов стейкхолдеров.

### **Тема 9. Социальная (нефинансовая) отчетность деловой организации**

Социальная (нефинансовая) отчетность как способ информирования общества и государственных органов о реализации принципов КСО. Понятие социального аудита как эффективного инструмента для менеджмента и средства влияния заинтересованных групп на политику компании.

Причины внедрения нефинансовой отчетности (1970-е гг.). Международные стандарты социальной отчетности как инструменты оценки деятельности социально ответственных компаний. Классификация международных стандартов социальной отчетности в зависимости от сферы и целей использования.

Специфика основных международных стандартов в области социальной и экологической ответственности компаний: GRI, AA 1000, SA 8000, DJSI, ISO 14000, ISO 26000 и UN GC. Основания для выбора конкретного стандарта отчета.

Постсоветская практика использования международных стандартов в области социальной и экологической ответственности и разработки национальных стандартов социальной отчетности.

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Социальная ответственность бизнеса»  
для дневной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП				
						Л	Пз			Лаб
1	Социальная ответственность бизнеса как социальный феномен современного общества	2		2					РРТ презентация	Устный опрос, выполнение практических заданий
2	Социальная ответственность бизнеса в контексте Глобального договора ООН	2		2					РРТ презентация	Круглый стол, тест 1
3	Эволюция концепций корпоративной социальной ответственности	4		4					РРТ презентация	Научная конференция с РРТ-докладами
4	Объекты, направления и мотивы социальной ответственности бизнеса	2		2					РРТ презентация	Презентация анализа направлений и мотивов КСО одной из компаний (по выбору магистрантов)
5	Формы социальной ответственности бизнеса	2		2					РРТ презентация	Презентация анализа форм КСО одной из компаний (по выбору магистранта), Тест 2
6	Интеграция корпоративной социальной ответственности в корпоративное управление	2		2					РРТ презентация	РРТ-доклады, выполнение практических заданий
7	Основные модели корпоративной социальной ответственности	2		2					РРТ презентация	Дебаты, выполнение практических заданий
8	Стейкхолдер-менеджмент	4		4					РРТ презентация	Устный опрос, выполнение практических заданий, Тест 3

9	Социальная (нефинансовая) отчетность деловой организации	2		2					РРТ презентация	Презентация – анализ результатов КСД одной из компаний (по выбору магистранта)
	<b>Всего часов</b>	<b>22</b>		<b>22</b>						

# ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная

1. Воронина, Л. И. Социальное партнерство. Взаимодействие власти, бизнеса и наемного персонала : учебное пособие для вузов : для студентов, обучающихся по программе магистратуры по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление» / Л. И. Воронина ; Уральский федерал. ун-т им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. - Москва : Юрайт ; Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 245, [1] с.

2. Симхович, В. А. Корпоративная социальная ответственность: философско-управленческие аспекты современного бизнеса / В. А. Симхович. – Минск : Мисанта, 2011. – 199 с.

3. Финансово-аналитические инструменты устойчивого развития экономических субъектов : учебник для направления магистратуры «Экономика и управление» / [О. В. Ефимова и др.] ; под ред. О. В. Ефимовой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : КНОРУС, 2021. - 177 с.

4. Corporate Social Responsibility / R. I. Zinurova, A. R. Tuzikov, S. S. Berman [и др.] ; The Ministry of Education and Science of the Russian Federation, Kazan National Research Technological University. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2017. – 208 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500624> (дата обращения: 17.01.2023). – ISBN 978-5-7882-2333-9. – Текст : электронный.

5. Stefańska, M. Sustainability and Sustainable Development / Magdalena Stefańska. – Poznań : University of Economics and Business, 2021. – 268 p. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e001mww&AN=3322465&lang=ru> (дата обращения: 20.01.2023). – Текст : электронный.

### Дополнительная

1. Altenburger, R. Innovative Management and Corporate Social Responsibility: Social Responsibility as Competitive Advantage [Electronic resource] / R. Altenburger. –Springer International Publishing AG, 2018. 362 p. – URL: <https://www.pdfdrive.com/innovation-management-and-corporate-social-responsibility-social-responsibility-as-competitive-advantage-d189302695.html>. – Date of access: 13/01/2023.

2. Camilleri, M. A. Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management: An Introduction to Theory and Practice with Case Studies [Electronic resource] / M. A. Camilleri. – Springer International Publishing AG, 2017. – 207 p. – URL: <https://www.pdfdrive.com/corporate-sustainability->

[social-responsibility-and-environmental-management-an-introduction-to-theory-and-practice-with-case-studies-e167668110.html](#). – Date of access: 13/01/2023.

3. Carroll, A. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance / A. A. Carroll // *Academy of Management Review*, 1979. 4(4):497-505.

4. Jimenez, G. C., Pulos, E. Good Corporation, Bad Corporation: Corporate Social Responsibility in the Global Economy [Electronic resource] / G. C. Jimenez, E. Pulos. – SUNY Fashion Institute of Technology, 2016. – 235 p. – URL: <https://milnepublishing.geneseo.edu/good-corporation-bad-corporation/>. – Date of access: 13/01/2023.

5. Kotler, Ph., Lee, N. Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for Your Company and Your Cause [Electronic resource] / Ph. Kotler, N. Lee. – John Wiley & Sons, Inc., 2004. – 320 p. – URL: <https://www.wiley.com/en-us/Corporate+Social+Responsibility%3A+Doing+the+Most+Good+for+Your+Company+and+Your+Cause-p-9780471476115>. – Date of access: 30/09/2020.

6. Lee, P. Theory of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and the Road Ahead / P. Lee // *International Journal of Management Reviews*, 2008. 10(1):53-73. DOI:10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x.

7. The Global Reporting Initiative (GRI). – URL: <http://www.globalreporting.org>.

8. UN Global compact. – URL: <http://www.globalcompact.org>.

9. World Business Council for Sustainable Development. – URL: <http://www.wbcSD.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?MenuID=1>.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1. Инновационное развитие организации (предприятия)	Экономики промышленных предприятий		протокол № <u>6</u> от <u>31.01</u> 2023 г.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО  
на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 202\_ г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия)