

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»
Кафедра менеджмента

«Утверждаю»

Проректор по учебно-
методической работе

Ю.А. Устименко
«21» июня 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.03 Корпоративная социальная ответственность

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы: Производственный менеджмент

Форма обучения: заочная

Курс – 4

Семестр – 7

Всего зачетных единиц – 3, часов – 108

Лекции – 6 часов

Практические занятия – 6 часов

Самостоятельная работа – 96 часа

Форма отчетности: зачет – 7 семестр

Программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02
Менеджмент

Программу разработал доктор педагогических наук, профессор Сергеев Е.А.

Одобрена на заседании кафедры менеджмента
«14» июня 2022 г., протокол № 14

Смоленск
2022

Место дисциплины в структуре ОП

Рабочая программа по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и учебным планом направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень высшего образования – бакалавриат), профиль «Производственный менеджмент».

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части дисциплин учебного плана. Изучается студентами 4 курса в 7 семестре и опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Социология», «Бизнес-планирование» «Организационно-управленческие основы бизнеса» и др.

Изучение данной дисциплины способствует приобретению знаний по теории корпоративной социальной ответственности; ознакомлению с опытом социального участия бизнеса в России и за рубежом; освоению подходов, позволяющих оценить эффективность корпоративных социальных программ; приобретению умений анализировать типовые нефинансовые отчеты предприятий и знакомству с их структурой.

Полученные студентами знания способствуют усвоению таких курсов как «Исследование систем управления», «Лидерство», «Производственный менеджмент», а также успешному прохождению преддипломной практики.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: способы нахождения организационно-управленческих решений, оценки результатов и последствий принятого управленческого решения и готов нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений; взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

уметь: находить организационно-управленческих решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готов нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений; анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

владеть: навыками нахождения организационно-управленческих решений: оценивания результатов и последствий принятого управленческого решения и готов нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений; технологией разработки функциональных стратегий и методами формирования сбалансированных управленческих решений.

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и принципы корпоративной социальной ответственности.
Сущность корпоративной социальной ответственности. Виды КСО Принципы формирования корпоративной социальной политики.

Тема 2. Содержание организационной культуры.

Изменения в организационной культуре. Характеристики организационной культуры. Сущность организационной культуры.

Тема 3. История становления социальной ответственности бизнеса за рубежом.

Истоки становления корпоративной социальной ответственности. Концепции современной зарубежной корпоративной социальной ответственности. Содержание социальных программ за рубежом.

Тема 4. Роль государства в развитии и поддержании корпоративной социальной ответственности.

Государственный подход как макрорегулятор развития КСО. Интеграция социальной отчетности в деятельность корпораций. Стандартизированные формы отчетности.

Тема 5. Взаимодействие государства и корпораций.

Корпоративная социальная стратегия. Содержание социальной стратегии на предприятии. Социальная инфраструктура предприятия. Социальные структуры организации. Направления реализации социальной стратегии организации. Взаимосвязь социальной стратегии и экономической деятельности организации. 21

Тема 6. Основные теории лидерства и власти.

Теория лидерских качеств. Баланс и формы власти. Концепция ситуационного лидерства. Власть и стили руководства.

Тема 7. Групповая динамика.

Типы групп. Команды – особая разновидность групп. Структурная динамика рабочей группы.

Тема 8. Кадровая политика корпораций.

Цель кадровой социальной политики. Персонал как ключевой стейкхолдер. Мотивация и стимулирование наемного работника как аспект социальной кадровой политики.

Тема 9. Этические стандарты корпорации.

Этика в формировании корпоративной культуры организаций. Проблемы социально ответственного поведения руководства корпораций. Характеристики этического поведения.

Тема 10. Социальная отчетность корпораций.

Социальная отчетность и социальные балансы Основные стандарты отчетности. Рейтинги деловой репутации.

4. Тематический план

Наименование раздела, темы	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
Тема 1. Сущность и принципы корпоративной социальной ответственности.	12	-	2	10
Тема 2 Содержание организационной культуры.	10	-	-	10
Тема 3 История становления социальной ответственности бизнеса за рубежом.	12	-	2	9
Тема 4 Роль государства в развитии и поддержании корпоративной социальной ответственности.	12	2	-	9
Тема 5 Взаимодействие государства и	10	2	-	9

корпораций				
Тема 6. Основные теории лидерства и власти.	12	-	-	9
Тема 7 Групповая динамика.	10	-	-	9
Тема 8 Кадровая политика корпораций.	12	-	-	9
Тема 9 Этические стандарты корпорации.	10	-	2	9
Тема 10 Социальная отчетность корпораций.	8	2	-	9
Подготовка к зачету	4			4
ИТОГО	108	6	6	96

5. Виды учебной деятельности

Лекции

План

Лекция 1. Роль государства в развитии и поддержании корпоративной социальной ответственности.

План

1. Государственный подход как макрорегулятор развития КСО.
2. Интеграция социальной отчетности в деятельность корпораций.
3. Стандартизированные формы отчетности.

Лекция 2. Взаимодействие государства и корпораций. Корпоративная социальная стратегия.

План

1. Содержание социальной стратегии на предприятии.
2. Социальная инфраструктура предприятия.
3. Социальные структуры организации.
4. Направления реализации социальной стратегии организации.
5. Взаимосвязь социальной стратегии и экономической деятельности организации.

Лекция 3. Социальная отчетность корпораций.

План

1. Социальная отчетность и социальные балансы
2. Основные стандарты отчетности.
3. Рейтинги деловой репутации.

Практические занятия

Практическое занятие 1. Сущность и принципы корпоративной социальной ответственности.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие социальной ответственности, её смысл и значение для общества.
2. Характеристика социальной ответственности как категории этики и психологии.
3. Смысл социальной ответственности при любых преобразованиях общества.
4. Необходимые качества личности для реализации социальной ответственности в обществе. О чувстве ответственности.
5. Культурное наследие.
6. Структуры, несущие социальную ответственность.

7. Власть, организации бизнеса и социальной сферы, СМИ, население. Их обязанности и обязательства.

Задания

Задание 1.

Как можно более честно ответьте на приведенные ниже вопросы. Выберите значения на шкале, которые лучше всего представляют ваши убеждения о бизнесе (где 1 означает, что вы не можете согласиться с данным утверждением, а 5 — что вы полностью его поддерживаете). Подумайте над причинами ваших ответов.

Утверждения	1	2	3	4	5
1. Финансовая выгода – это все, что имеет значение в бизнесе					
2. Этические стандарты должны нарушаться в бизнес-практике.					
3. Чем больше финансово успешен бизнесмен, тем более неэтично его поведение					
4. Моральные ценности не имеют никакого значения в бизнесе					
5. В мире бизнеса есть свои собственные правила					
6. Бизнесменов заботит только получение прибыли					
7. Бизнес – это как игра, в которой каждый стремится выиграть					
8. В бизнесе люди делают все возможное, чтобы реализовать свои интересы					
9. Конкуренция заставляет менеджеров прибегать к сомнительной практике					
10. Мотив получения прибыли оказывает давление на менеджеров и заставляет поступаться своими этическими ценностями					
Общая сумма баллов					

Задание 2

Посмотрите на приведенный ниже список и в порядке убывания значимости перечислите от трех до шести ценностей, которые наиболее важны **лично для вас** в принятии решений. Вы можете дополнить список одной или несколькими ценностями. Подумайте над тем, что будет, если две или более ваших ценностей окажутся в конфликте?

-ориентация на действия	-инициативность	-благополучие семьи
-авторитет	-инновационность	-гибкость/адаптивность
-сострадание	-умеренность	-свобода
-компетентность	-новизна	-готовность помочь/полезность
-конформизм	-послушание	-честность
-креативность	-порядок	-честь
-удовлетворенность клиентов	-власть	-скромность
-разнообразие	-выполнение обещаний	-статусность
-равенство	-уважение	-командная работа
-возбуждение	-ответственность	-материальная ценности
-экспериментирование	-принятие риска	-победа
-справедливость	-безопасность	-самодисциплина

Подумайте о ценностях организации, в которой вы были на практике. Существует ли серьезный конфликт между вашими ценностями и ценностями вашей организации?

Какие ценности вы бы выбрали в качестве базовых для бизнеса в идеальном обществе?

Задание 3. Кейс «Бизнес-клятва Гиппократа»

Автор теории множественного интеллекта Г. Гарднер убежден, что бизнесу необходим этический кодекс и каждый руководитель при вступлении на ответственный пост должен произносить деловой аналог клятвы Гиппократа. По мнению автора, бизнес от этого станет только успешнее и сильнее, да и имидж предпринимателей и менеджеров много выиграет. В бизнес-среде данная точка зрения подверглась критике. Ее оппоненты считают, что ограничение сознания бизнесмена — особенно предпринимателя—рамками этичности и социальной ответственности значительно сузит его способность генерировать новые идеи и начинать новые проекты. Если просчитывать последствия принятых решений для всех и каждого, ни одна идея не будет воплощена в жизнь, говорят скептики. Бизнес потерпит крах, если не расширит свое сознание и не станет социально ответственным, возражает Г. Гарднер. Ведь потребители, талантливые сотрудники, а со временем и акционеры отвернутся от неэтичной компании. Талантливые будут выбирать организации с высокими стандартами корпоративной культуры, оставляя работодателей, менее разборчивых в средствах ведения бизнеса, с заурядными, менее мотивированными и не столь эффективными сотрудниками. Что думаете вы по этому поводу?

3. Рассмотрите следующие три гипотетических примера с различных позиций¹.

Пример 1. Фармацевтическая компания XYZ производит лекарственный препарат, ослабляющий головную боль при мигрени. Он продавался в США и сначала считался достаточно безопасным для продажи без рецепта. Однако после его широкого распространения выясняется, что его побочным эффектом у значительного числа пациентов оказывается острая депрессия, иногда служащая причиной самоубийств. Поэтому препарат признан слишком опасным для продажи его в США без рецептов и разрешен к употреблению только под контролем врача. Врачей предупредили об опасном побочном эффекте препарата и рекомендовали строго следить за симптомами возникновения депрессии у их пациентов. Кроме США препарат продается и во многих других странах. После принятого в США решения об ограничении условий его продажи аналогичные решения были приняты еще в ряде стран. Но в некоторых странах такие решения не были приняты. Фармацевтическая компания XYZ продолжает там продавать этот препарат. Он продается без рецепта, а информация о возможности его опасных побочных эффектов отсутствует.

Пример 2. Фармацевтическая компания MNO разрабатывает и испытывает препарат для диабетиков, который несколько более эффективен, чем инсулин. После некоторого периода его употребления выясняется, что он вызывает раковое заболевание. В Соединенных Штатах его к продаже запрещают.

Фармацевтическая компания MNO продолжает сбывать его в странах, где он к продаже не запрещен.

Пример 3. Фармацевтическая компания ABC разрабатывает препарат, способствующий лечению глаукомы. На рынке нет другого эффективного препарата для лечения этой болезни. После довольно широкого его употребления выясняется, что в значительном числе случаев препарат приводит к раковому заболеванию. В Соединенных Штатах препарат снимается с продажи. Но фармацевтическая компания продолжает продавать его в странах, где он не запрещен.

Приведенные три примера поднимают ряд разных вопросов. Оправданно ли морально действие компаний, а если нет, то почему? Пытаясь ответить на этот вопрос, рассмотрите два существенных принципа, которые здесь применимы.

Принцип 1: фармацевтическая компания не должна продавать никакого лекарства, о котором ей известно, что оно может причинить какой бы то ни было вред.

Принцип 2: фармацевтическая компания не должна продавать никакого лекарства, о котором ей известно, что оно вредно, не уведомив покупателя о его вредном воздействии.

Задание 4 . Составить глоссарии по темам:

- Корпоративная социальная ответственность: понятие и его сущность (*известно, что не существует единого общемирового определения Корпоративной социальной ответственности. Изучите различные определения корпоративной социальной ответственности, сведите полученную информацию в таблицу*).

В качестве вывода, после таблицы, приведите то определение, которые Вы лично считаете наиболее ёмким.

- Концепция ответственности в менеджменте
- Корпоративная социальная ответственность: структура, методы, инструменты и принципы
- Внутренняя корпоративная социальная ответственность
- Внешняя корпоративная социальная ответственность
- Ответственность
- Ответственность в менеджменте
- Устойчивое развитие организации и его факторы
- Оценка эффективности КСО

По каждой теме – не менее 10 терминов

Литература

Основная 1.,2, 3, 4, 5, 6.

Практическое занятие 3. История становления социальной ответственности бизнеса за рубежом.

Вопросы для обсуждения:

1. Исторические этапы осмысления социальной ответственности бизнеса.
2. Концепции зарубежной корпоративной социальной ответственности.
3. Направления социальных программ зарубежных корпораций. Филантропия
4. Европейская промышленная революция и трансформация промышленного производства.
5. Занятость детей, женщин, законы о труде.
6. Британские законы о бедных, деятельность рабочих домов.
7. Роль профсоюзного движения в Европе.
8. Реализация КСО зарубежных корпораций.

Задания

Задание 1

Используя пример конкретной российской компании, определите основные группы заинтересованных сторон, их ключевые интересы и цели. Проведите классификацию стейкхолдеров, расставьте приоритеты их значимости и степени влияния, используя представленный в тексте инструментарий (матрица «интерес — влияние», матрица «сила — влияние» и т. д.). Предложите свои рекомендации по совершенствованию организации диалога с ними (формы, каналы коммуникации и т. д.). Рекомендуем для выполнения данного стандарта ознакомиться с основными положениями и рекомендациями стандарта взаимодействия с заинтересованными сторонами AA 1000 SES.

Задание 2 Кейс «Анализ заинтересованных сторон ФГУП «Почта России».

ФГУП «Почта России» — российская государственная компания, оператор российской государственной почтовой сети. Является членом Всемирного почтового союза. Почта России включает в себя 86 филиалов, около 42 000 объектов почтовой связи, оказывающих услуги на всей территории Российской Федерации, включая все города и сельские населенные пункты. Имеет один из самых больших трудовых коллективов почтовых работников — около 380 000 сотрудников. Ежегодно почтовые работники принимают, обрабатывают и доставляют более 1,5 млрд писем, 48 млн.

посылок и 113 млн ед. денежных переводов. Всего Почта России предлагает своим клиентам свыше 80 почтовых, финансовых, инфокоммуникационных и прочих услуг.

В адрес Почты России весьма часто высказываются жалобы из-за медленной работы. В начале 2016 года срок доставки Почтой России международных отправок, адресованных в Россию, увеличился с двух недель до двух месяцев. Это повлекло за собой так называемый посылочный кризис, ряд трудностей в совершении покупок на зарубежных интернет-ресурсах и массу нелицезнующих отзывов. Ситуация с посылками была исправлена только в апреле 2016 года. По данным Минкомсвязи, до 20% почтовых отправок доставляются Почтой России с нарушением установленных сроков доставки. 19 февраля 2017 года ФОМ провел опрос, согласно которому 31% клиентов Почты России указывают на то, что почтовые отправления идут медленно. Максимальное недовольство скоростью доставки почты зафиксировано в Москве — 56%, хотя основным недостатком Почты России, по мнению опрошенных, является не скорость доставки, а уровень обслуживания (отношение персонала, внешний вид помещений, оперативность). В целом качество работы Почты России не устраивает 19% опрошенных.

Задание. Определите ключевых стейкхолдеров компании и их основные интересы, выделите наиболее влиятельных из них. Проведите анализ заинтересованных сторон с использованием матрицы «сила—интерес». Определите основную стратегию взаимодействия компании со стейкхолдерами и подберите наиболее адекватные инструменты, с учетом указанных в кейсе проблем.

Литература

Основная 1., 2, 3, 4, 5, 6.

Практическое занятие 9. Этические стандарты корпорации.

Вопросы для обсуждения:

1. Значение корпоративной этики
2. Международная практика применения этических стандартов а) общепризнанные стандарты; б) этические кодексы компаний; в) российская практика применения этических стандартов.
3. Механизмы и типы поведения работника в социально-трудовой сфере.
4. Подходы к разрешению конфликтов между внутренними стейкхолдерами. Трудовые конфликты и способы их урегулирования.
5. Корпоративная власть и социальная политика в условиях глобализации.
6. Социальная отчетность, социальные балансы и регуляторы — интернет присутствие, социальный кодекс корпорации.
7. Рейтинги деловой репутации
8. Внутренняя социальная политика корпораций.
9. Вклад в человеческий капитал.

Задания

Задание 1

Определите основные информационные потребности ключевых групп заинтересованных сторон в качестве пользователей социальной отчетности и те цели, для которых они ее используют. Ответ оформите в виде таблицы.

Задание 2

Подготовьте заключения по исследованиям в области анализа современной практики разработки нефинансовой отчетности, требований и тенденций ее развития.

№	Название исследования	Источник
1	Прозрачный бизнес: за и против. Совместное исследование BDO и ассоциации менеджеров России	http://www.bdo.ru
2	Будущее корпоративной отчетности: стремление к единому видению	http://www.kpmg.com

3	The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2016	
4	Преимущества отчетности в области устойчивого развития. Исследования компании EY и Центра корпоративного гражданства Бостонского колледжа	http://www.csr-review.net
5	Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчетности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов 2008-2015гг.	http://pcsp.pф
6	На один шаг ближе к интегрированной отчетности. Новый подход в 21 веке. International Integrated Reporting Committee	http://ir.org.ru
7	Adding Value Through Sustainability Reporting//Corporate Citizenship	http://www.corporate-citizenship.com

Примерный перечень вопросов для обсуждения

— Каким образом можно избежать обвинений в том, что социальный отчет компании — всего лишь PR-инструмент? Имеет ли значение то, какие побуждения (альтруистические или меркантильные) лежат в основе его подготовки?

— Почему одну информацию компании раскрывают в отчете охотнее, чем другую? Почему одни компании являются более прозрачными, чем другие?

— Какие выгоды получает и какие издержки несет компания от повышения прозрачности и почему?

— С какими трудностями может столкнуться компания при составлении нефинансового отчета?

— Каковы динамика и основные тенденции развития практики социальной отчетности в России и за рубежом?

— Как вы думаете, почему российские компании менее открыты, чем западные?

— Что такое интегрированная отчетность и почему она необходима? В чем ее преимущества относительно других видов корпоративных отчетов?

Задание 3

Проанализируйте социальную отчетность одной из российских компаний. Сформулируйте позиции, по которым составлены ее отчеты: формат, концепция, опыт и регулярность публикации, охват основных сфер, используемые стандарты и рекомендации, верификация, стратегия, наличие обратной связи, диалог со стейкхолдерами в рамках подготовки, доступность, навигация, награды и т. д. Приготовьте презентацию выводов.

Задание 4

Определите первоначальные рекомендации к составлению нефинансового отчета для представленных ниже компаний. Алгоритм подготовки должен описывать критерии выбора видов и форм информации, входящей в отчет, и ее источники. Каким образом необходимо организовать работу по составлению нефинансовой отчетности? Как составить план мероприятий по подготовке и распространению отчета? Обозначьте возможности и проблемы.

Концепция должна включать следующие элементы: список стейкхолдеров (заинтересованных сторон) компании; концепцию содержания и структуру отчета; проект обращения руководителя компании; концепцию наполнения каждого из блоков стандарта *GRI* (каким аспектам должно быть уделено приоритетное внимание?). Составьте вариант презентации нефинансовой отчетности заинтересованным сторонам.

Литература

Основная 1., 2, 3, 4, 5, 6.

В процессе освоения дисциплины каждый студент должен представить реферат и сообщение в виде презентации по одной из предложенных тем.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Разделы и темы	Часы самостоятельной работы	Виды самостоятельной работы
Тема 1. Сущность и принципы корпоративной социальной ответственности.	10	<i>Текущая проработка теоретического материала к практическому занятию (изучение учебного материала по конспектам лекций, литературным источникам и составление конспекта, развернутого плана).</i>
Тема 2 Содержание организационной культуры.	10	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Выбор темы реферата и разработка программы исследования.</i>
Тема 3 История становления социальной ответственности бизнеса за рубежом.	9	<i>Текущая проработка теоретического материала к практическому занятию (изучение учебного материала по конспектам лекций, литературным источникам и составление конспекта, развернутого плана). Поиск теоретической и эмпирической информации по избранной теме реферата (работа с каталогами, составление списка литературы, работа с книгой) разработка программы исследования.</i>
Тема 4 Роль государства в развитии и поддержании корпоративной социальной ответственности.	9	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию. Продолжение поиска теоретической и эмпирической информации по теме реферата (выписки из найденных источников, тезисы, конспектирование, ксерокопирование важного и интересного материала). разработка программы исследования.</i>
Тема 5 Взаимодействие государства и корпораций	9	<i>Текущая проработка теоретического материала к практическому занятию (изучение учебного материала по конспектам лекций, литературным источникам и составление конспекта, развернутого плана). Завершение работы над текстом реферата и подготовка его к публичной защите</i>
Тема 6. Основные теории лидерства и власти.	9	<i>Текущая проработка теоретического материала к практическому занятию (изучение учебного материала по конспектам лекций, литературным источникам и составление конспекта,</i>

		<i>развернутого плана). Выбор темы сообщения и поиск теоретической и эмпирической информации</i>
Тема 7 Групповая динамика.	9	<i>Текущая проработка теоретического материала к практическому занятию (изучение учебного материала по конспектам лекций, литературным источникам и составление конспекта, развернутого плана). Работа над текстом сообщения и презентацией к нему</i>
Тема 8 Кадровая политика корпораций.	9	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Продолжение работы над текстом сообщения и презентацией к нему.</i>
Тема 9 Этические стандарты корпорации.	9	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Завершение работы над текстом сообщения и презентацией к нему.</i>
Тема 10 Социальная отчетность корпораций.	9	<i>Текущая проработка теоретического материала к практическому занятию (изучение учебного материала по конспектам лекций, литературным источникам и составление конспекта, развернутого плана).</i>
Подготовка к зачету	4	<i>Вопросы для самоконтроля при подготовке к зачету</i>
ИТОГО	96	96=92+4

Вопросы для самоконтроля при подготовке к зачету

1. Понятие ответственности и ее ограничительная и мотивационная роль в деятельности человека.
2. Социально-психологическая основа ответственности и концепции ее развития.
3. Ответственность и функции менеджмента.
4. Организация ответственности как фактор эффективности менеджмента.
5. Предвидение последствий деятельности человека.
6. Интересы и ценности в формировании ответственности.
7. Влияние образовательного уровня человека на реализацию ответственности.
8. Чувство долга как один из источников ответственности.
9. Типологическое разнообразие ответственности.
10. Особенности экономической, социально-психологической и организационной ответственности.
11. Понятие корпоративной социальной ответственности.
12. Основные характеристики ответственности.
13. Взаимодействие и интеграция типов ответственности в организации.
14. Построение системы ответственности в процессах менеджмента.
15. Связь полномочий, обязанностей и ответственности.
16. Средства обеспечения ответственности в механизме менеджмента.
17. Корпорация как объект корпоративного менеджмента.
18. Структура управления корпорацией.

19. Особенности механизма менеджмента корпорации.
20. Российская модель корпоративного менеджмента в ракурсе социальной ответственности.
21. Формирование комплексной модели корпоративной социальной ответственности.
22. Внешние и внутренние источники корпоративной социальной ответственности.
23. Понимание и реализация корпоративной социальной ответственности.
24. Концепция стейкхолдеров и корпоративного гражданства.
25. Социальная ответственность предпринимательства в развитии экономики и общества.
26. Появление и проявление необходимости корпоративной социальной ответственности.
27. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентного преимущества.
28. Корпоративная социальная ответственность и процессы социализации экономики.
29. Типология системных представлений.
30. Основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности.
31. Виды взаимодействий в системе корпоративной социальной ответственности.
32. Принципы построения системы корпоративной социальной ответственности.
33. Интеллектуальный потенциал организации в системе корпоративной социальной ответственности.
34. Поддержка образовательного уровня в организации.
35. Управление знаниями в организации в ракурсе корпоративной социальной ответственности.
36. Изменение мышления как фактор внутренней социальной ответственности в организации.
37. Основные черты и особенности внутренней корпоративной социальной ответственности.
38. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
39. Анализ результатов реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.
40. Социальные программы в стратегии развития внутренней корпоративной социальной ответственности.
41. Становление внутренней корпоративной социальной ответственности.
42. Современные особенности ответственности российского бизнеса.
43. Подходы и принципы составления социального пакета.
44. Организация и тенденции развития внутренней социальной ответственности.
45. Связь стиля менеджмента и корпоративной социальной ответственности.
46. Согласование корпоративных интересов в процессах реализации корпоративной социальной ответственности.
47. Условия выбора стиля менеджмента с учетом корпоративной социальной ответственности.
48. Проявление лидерства в процессах реализации корпоративной социальной ответственности.
49. Внешняя среда ответственности менеджмента в бизнесе.
50. Гранты и льготные займы как формы поддержки внешней среды бизнеса.
51. Поддержка развития науки.
52. Поддержка развития образования.
53. Особенности здравоохранения как объекта корпоративной социальной ответственности.
54. Необходимость формирования здорового образа жизни.
55. Регулирование стрессовых ситуаций в организации.
56. Роль культуры в развитии экономики и общества.
57. Государственное управление социокультурной сферой.
58. Частные и корпоративные формы поддержки культуры (зарубежный опыт).

59. Благотворительная деятельность бизнеса в области поддержки культуры.
60. Международные стандарты корпоративной социальной ответственности.
61. Структура и содержание стандарта социальной ответственности.
62. Принципы, проблематика и приоритеты социальной ответственности.
63. Корпоративное волонтерство в России и за рубежом.
64. Концепция устойчивого развития.
65. Основные факторы устойчивого развития организации.
66. Корпоративная социальная ответственность в обеспечении устойчивого развития организации.
67. Принципы устойчивого развития организации при реализации корпоративной социальной ответственности.
68. Деловая репутация – результат корпоративной социальной ответственности организации.
69. Формирование деловой репутации, ее оценка контактными группами.
70. Виды деловой репутации, ее проявление в гудвилле.
71. Деловая репутация как фактор устойчивого развития организации.
72. Роль корпоративной социальной ответственности в антикризисном развитии организации.
73. “Реагирующая” и “стратегическая” корпоративная социальная ответственность.
74. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития организации.
75. Разнообразие типов социальной ответственности.
76. Источники конкурентных преимуществ.
77. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации.
78. Среда проявления корпоративной социальной ответственности и взаимосвязь конкурентных преимуществ.
79. Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ организации.
80. Этика и организационная культура в реализации корпоративной социальной ответственности.
81. Этические принципы менеджмента.
82. Этические нормы реализации ответственности.
83. Этический кодекс – регулятор реализации ответственности.
84. Понятие “эффективности” корпоративной социальной ответственности.
85. Социальный отчет организации.
86. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности.
87. Оценка корпоративной социальной активности.
88. Интеллектуальный капитал организации.
89. Фактор образования в формировании интеллектуального потенциала.
90. Социальная ответственность и эффективность организации.
91. Эффективность ответственности.
92. Развитие некоммерческих организаций в России.
93. Особенности фандрайзинга в российских некоммерческих организациях.
94. Социальное предпринимательство – новый подход к социальной ответственности бизнеса.
95. Мотивация социальной ответственности.
96. Социальные проблемы экономики в российских условиях.
97. Социальная обусловленность корпоративизма.
98. Самооценка по показателям социальной ответственности.
99. Эволюционные преобразования в социальном партнерстве.

Примерные темы сообщений в виде презентаций

1. Понятие социальной ответственности, её смысл при любых преобразованиях общества;
2. Роль чувства ответственности и других качеств гражданина в реализации социальной ответственности как аспекта жизни общества;
3. Структуры, несущие социальную ответственность;
4. Обязанности и обязательства структур, несущих социальную ответственность;
5. Принципы социальной ответственности;
6. Условия восприятия принципов корпоративной социальной ответственности в России;
7. Понятие осознанной социальной ответственности;
8. Осознанная социальная ответственность как инструмент укрепления и распространения моральных ценностей в обществе;
9. Критерии выполнения социальных обязательств в области социальных гарантий персонала;
10. Критерии выполнения социальных обязательств в области охраны труда и здоровья;
11. Критерии выполнения социальных обязательств в области охраны окружающей среды и ресурсосбережения;
12. Критерии выполнения социальных обязательств в области поддержки местного сообщества;
13. Виды затрат на деятельность в области осознанной КСО;
14. Структура отраслевых социальных инвестиций;
15. Выгоды и окупаемость затрат организации при реализации программ социальной ответственности;
16. Культура производства и возможные противоречия между социальными обязательствами и коммерческой целесообразностью;
17. Самооценка выполнения социальных обязательств;
18. Внешняя оценка выполнения социальных обязательств;
19. Предпосылки для развития движения в области социальной ответственности;
20. Причины появления стандарта «Социальной ответственности»;
21. Стратегические цели стандарта «Социальной ответственности»;
22. Область применения стандарта «Социальной ответственности»;
23. Основные требования стандарта «Социальной ответственности»;
24. Социальные права персонала;
25. Охрана окружающей среды;
26. Экономное расходование ресурсов;
27. Поддержка местного сообщества;
28. Менеджмент в области социальной ответственности;
29. Роль стандарта КСО в развитии движения социальной ответственности;
30. Стороны организации, заинтересованные в реализации социальных программ;
31. Система ценностей организации;
32. Формирование механизмов реализации системы ценностей организации;
33. Принципы формирования системы менеджмента социальной ответственности организации;
34. Этапы разработки и внедрения системы менеджмента социальной ответственности организации;
35. Инструменты реализации программ корпоративной социальной ответственности;

36. Интеграция социально-значимых аспектов с другими системами менеджмента;
37. Отрасли и рынки, участникам которых нет смысла участвовать в реализации движения по социальной ответственности;
38. Критика концепции социальной ответственности;
39. Перспективы развития движения в области социальной ответственности;
40. Проблемы участия организаций среднего и малого бизнеса в развитии движения социальной ответственности;
41. Развитие движения в области социальной ответственности – инструмент повышения качества жизни;
42. Идеология социоцентризма и пост-рациональной экономики;
43. Роль органов власти и общественности в развитии движения в области социальной ответственности;
44. Рекомендации по развитию движения в области социальной ответственности для России;
45. Существенные требования стандарта «Социальная ответственность». Сущность современного менеджмента, его роль в социально-экономическом развитии. Влияние глобализации на развитие менеджмента.

Темы рефератов

1. Анализ нефинансовых отчетов крупных зарубежных корпораций различных отраслей экономики (по выбору).
2. Анализ нефинансовых отчетов крупных отечественных корпораций различных отраслей экономики (по выбору).
3. Благотворительная деятельность российских предпринимателей (Третьяковых, Морозовых, Рябушинских, Абрикосовых, Бахрушиных, Демидовых и других).
4. Глобальный договор ООН: опыт участия российских предприятий.
5. Стандарт ISO 26000: стандартизация социальной ответственности.
6. Стандарт SA 8000: понимание социальной ответственности.
7. Экологическая сертификация в системе социальной ответственности бизнеса.
8. Серия стандартов Account Ability 1000.
9. Индекс социальной ответственности предприятий.
10. Российские общественные организации, изучающие корпоративную социальную ответственность (РСПП, Ассоциация менеджеров России и др.).
11. Бизнес как субъект социальной политики.
12. Благотворительность в современной России (на примере НКО по выбору).
13. Неформальная экономика и проблемы социальной ответственности бизнеса.
14. Этническая экономика и проблемы социальной ответственности бизнеса.
15. Социальная политика на градообразующих предприятиях в моногородах.
16. Социальные и политические интересы бизнеса в регионах России.
17. Взаимодействие бизнеса и власти на разных уровнях: основные проблемы и перспективы.
18. Эффективность программ КСО на предприятиях.
19. Социальное партнерство бизнеса, государства и общества (страна – на выбор).
20. История социального участия бизнеса (страна – по выбору).
21. Модели социального государства и социальной ответственности бизнеса.
22. Эволюция представлений о корпоративной социальной ответственности.

<p>ПК-5 – способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	<p>7</p>	<p>Б1.В.03 Корпоративная социальная ответственность</p>	<p>Знаниевый</p> <p>Деятельностный</p>	<p>значимости принимаемых решений. <i>Не владеет</i> навыками нахождения организационно-управленческих решений: оценивания результатов и последствий принятого управленческого решения и готов нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p> <p>Зачтено» <i>Знает</i> взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений «Не зачтено» <i>Не знает</i> взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.</p> <p>«Зачтено» <i>Умеет</i> анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений <i>Владеет</i> технологией разработки функциональных стратегий и методами формирования сбалансированных управленческих решений. «Не зачтено» <i>Не умеет</i> анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений <i>Не владеет</i> технологией разработки функциональных стратегий и методами формирования сбалансированных управленческих решений.</p>
--	----------	---	--	--

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА (ПРИМЕРЫ)

I. Требования к реферату и критерии оценки

1. В качестве темы реферата студент по своему усмотрению выбирает одну из предложенных в перечне тем или совместно с преподавателем формулирует свою, но соответствующую программному материалу курса.

2. Структура реферата должна включать титульный лист (на титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, год написания работы); содержание; введение, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы; основную часть, содержащую суть проблемы и пути ее решения; заключение, где формулируются выводы и предложения; библиографический список.

3. Реферат выполняется студентом самостоятельно. Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять термины, свойственные данной науке, избегать непривычных понятий и символов, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста. Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем реферата. Приводимые в тексте цитаты должны быть точными, их необходимо давать в кавычках с обязательным указанием источника (автора, названия работы, издательства, года издания и номера страницы).

4. Объем реферата – не менее 10 страниц печатного текста. Требования к оформлению: шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, интервал – полуторный; поля: верхнее и нижнее – 2, правое – 3, левое – 1 или 1,5; сноски подстрочные. Страницы должны быть пронумерованы.

5. Реферат оценивается преподавателем по пятибалльной шкале. При получении отрицательной оценки работа отдается студенту на доработку и с учетом замечаний возвращается для повторной проверки.

Показатели и критерии оценки:

полнота раскрытия темы;

соблюдение требований к структуре;

соблюдение требований к изложению материала;

соблюдение требований к оформлению и объёму реферата.

«зачтено» - от 75 до 100% правильно выполненного задания;

«не зачтено» - менее 75% правильно выполненного задания.

II. Требования к подготовке сообщений в виде презентаций и критерии оценки

Работа по подготовке устного выступления начинается с формулировки или выбора темы. Само выступление должно состоять из трех частей: вступления (10-15% общего времени), основной части (60-70%) и заключения (20-25%). После выступления нужно быть готовым к ответам на возникшие у аудитории вопросы. Регламент устного публичного выступления – не более 10 минут.

Создание материалов-презентаций — это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко

отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint.

Задачи:

- изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
- установить логическую связь между элементами темы;
- представить характеристику элементов в краткой форме;
- выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы;
- оформить работу и предоставить к установленному сроку.

Не рекомендуется:

- перегружать слайд текстовой информацией;
- использовать блоки сплошного текста;
- использовать переносы слов;
- текст слайда не должен повторять текст, который выступающий произносит вслух (зрители прочитают его быстрее, чем расскажет выступающий, и потеряют интерес к его словам).

Рекомендуется:

- сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста: короткие тезисы, даты, имена, термины — главные моменты опорного конспекта;
- использование коротких слов и предложений, минимум предлогов, наречий, прилагательных;
- использование табличного (матричного) формата предъявления материала, который позволяет представить материал в компактной форме и наглядно показать связи между различными понятиями;
- тщательное выравнивание текста, букв, маркеров списков;
- каждому положению, идее должен быть отведен отдельный абзац текста;
- идеально, если на слайде только заголовок, изображение (фотография, рисунок, диаграмма, схема, таблица и т.п.) и подпись к ней.

Показатели и критерии оценки:

полнота раскрытия темы;

структурированность;

свободное владение материалом;

соблюдение требований к оформлению и объёму сообщения.

- «зачтено» - от 75 до 100% правильно выполненного задания;
- «не зачтено» - менее 75% правильно выполненного задания.

III. Примерные тестовые задания и критерии оценки итогового теста по дисциплине

Тест содержит вопросы закрытой формы, правильных вариантов ответа может быть несколько.

1. Верны ли утверждения? А) В 2003 году российское деловое сообщество публично заявило о своем стремлении быть социально ответственным Б) "Дело ЮКОСа" привлекло большое общественное внимание к ответственности компаний

• А — да, Б — да

2. Верны ли утверждения? А) В западных странах тема социальной ответственности бизнеса стала ответом на обострившиеся социальные противоречия Б) Социальное направление в деятельности бизнеса было призвано смягчить возникшие противоречия и поднять общественный престиж бизнеса

- *A — да, B — да*

3. Верны ли определения? А) Внутренняя корпоративная социальная политика — социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании Б) Внешняя корпоративная социальная политика — социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании

- *A — да, B — нет*

4. Большинство социальных проблем относятся европейскими компаниями к сфере _____ ответственности.

- *этической*

5. Верны ли утверждения? А) Российский вариант корпоративной социальной ответственности представляет собой смесь бразильской и французской схемы Б) В России широко применяется КСО

- *A — нет, B — нет*

6. В нашей стране обсуждение социальной ответственности бизнеса стало реакцией на особенности переходного периода от социалистической к _____ экономике.

- *рыночной*

7. _____ важная составляющая социально-ответственного бизнеса.

- *Корпоративная благотворительность*

8. Социально ответственные инициативы бизнеса имеют глубокую традицию в _____ мире.

- *западном*

9. Растущая социальная вовлеченность бизнеса в России связана и с развитием ...

- *некоммерческого сектора*

10. Верны ли утверждения? А) С началом рыночных реформ в России социальная политика предприятий осталась на прежнем уровне понимания Б) В России все предприятия активно внедряют политику КСО

- *A — нет, B — нет*

11. Понятие «ответственность» рассматривается в теории _____ с различных позиций.

- *менеджмента*

12. В ноябре _____ года в Москве на XIV съезде Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей) одобрена социальная хартия российского бизнеса.

- *2004*

13. Верны ли определения? А) В 1998 году вследствие дефолта российские компании резко сократили вложения в социальную сферу Б) В 1998 году вследствие дефолта российские компании резко увеличили вложения в социальную сферу

- *A — да, B — нет*

14. Верны ли утверждения? А) С началом рыночных реформ в России социальная политика предприятий подверглась радикальному пересмотру Б) В России с началом экономического подъема и переходом предприятий от выживания к развитию часть из них приступила к реструктуризации социальной инфраструктуры

- *A — да, B — да*

15. Согласно традиционной философии главная цель предпринимательства — максимизация ...

- *прибыли*

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

- *стейкхолдеров*

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

- *Открытая*

18. Организационные _____ — замечание, наказание (множество видов), поощрение, накопление.

- *статусы*

19. При _____ был создан Технический комитет по стандартизации «Социальная ответственность».

- *Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии*

20. Верны ли утверждения? А) В 1993 г. только учтенные статистикой социальные расходы предприятий составляли 3,3% ВВП Б) В 1993 г. только учтенные статистикой социальные расходы предприятий составляли 3,3% национального дохода

- *А — да, Б — нет*

Ключ: правильные ответы выделены курсивом.

Критерии оценки теста

Тест состоит из 20 вопросов, охватывающих все темы курса.

Оценка (уровень)	Характеристики ответа студента
Зачтено	75–100% правильных ответов
Не зачтено	Менее 75% правильных ответов

Оценка «зачтено» выставляется при выполнении на оценку «зачтено» всех видов самостоятельной работы, определённых данной программой

7. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Основная литература

1. Божук, С. Г. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / С. Г. Божук, В. В. Кулибанова, Т. Р. Тэор. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09589-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490419>

2. Завьялова, Е. Б. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / Е. Б. Завьялова, Ю. К. Зайцев, Н. В. Студеникин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08409-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489994>

3. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под редакцией В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 490 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14561-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489129>

4. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-

4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488973>

Дополнительная

11. Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность : учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022 ; Тюмень : Издательство Тюменского государственного университета. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12389-0 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-400-01453-6 (Издательство Тюменского государственного университета). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496276>

13. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности : учебник и практикум для вузов / Г. Л. Тульчинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03469-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489144>

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Университетская библиотека <http://www.biblioclub.ru/>

Российский институт директоров www.rid.ru

Институт корпоративного права и управления www.iclg.ru

Ассоциация менеджеров России www.amr.ru

Центр международного частного предпринимательства (CIPE) www.corpgov.ru

ФКЦБ. Программа раскрытия информации www.disclosure.fcsm.ru

Веб-сайты по КСО и устойчивому развитию (CSR and Sustainability web — sites):

<http://www.globalreporting.org>

<http://www.csreurope.org>

<http://www.sustainability-indexes.com/html/news/pressreleases.html>

http://europa.eu.int/comm/employment_social/socdial/csr/greenpaper_en.pdf

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по подготовке презентаций

Создание презентации

Презентация представляет собой документ, созданный в каком-либо конструкторе для создания мультимедийных презентаций (в нашем случае это PowerPoint), и состоящий из определенной последовательности страниц, содержащих текстовую, графическую, видео и аудио информацию.

Страницы презентаций PowerPoint называются слайдами. Каждая презентация состоит из множества слайдов, находящихся в одном файле.

Презентация – помощник в проведении доклада, защиты, выступления, презентации проекта.

Презентация – краткое содержание вашего выступления в схемах, рисунках, картинках, коротких названиях, ключевых словах.

Вначале подготовьте устную защиту вашего проекта, согласно требованиям, включая основные этапы (цели, задачи, этапы, результаты и др.). Потом подберите иллюстрации к своему тексту, сформируйте презентацию

Процесс создания презентации состоит из трех этапов:

1. Планирование презентации – это многошаговая процедура, включающая определение целей, изучение аудитории, формирование структуры и логики подачи материала.

2. Разработка презентации – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

3. Репетиция презентации – это проверка и отладка созданной презентации.

Требования к формированию компьютерной презентации

1. Компьютерная презентация должна содержать начальный и конечный слайды;

2. Структура компьютерной презентации должна включать оглавление, основную и резюмирующую части;

3. Каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим и последующим;

4. Слайды должны содержать минимум текста (на каждом не более 10 строк);

5. Необходимо использовать графический материал (включая картинки), сопровождающий текст (это позволит разнообразить представляемый материал и обогатить доклад выступающего студента);

6. Компьютерная презентация может сопровождаться анимацией, что позволит повысить эффект от представления доклада (но акцент только на анимацию недопустим, т.к. злоупотребление им на слайдах может привести к потере зрительного и смыслового контакта со слушателями);

7. Время выступления должно быть соотнесено с количеством слайдов из расчета, что компьютерная презентация, включающая 10— 15 слайдов, требует для выступления около 7—10 минут.

Подготовленные для представления доклады должны отвечать следующим требованиям:

1. Цель доклада должна быть сформулирована в начале выступления;

2. Выступающий должен хорошо знать материал по теме своего выступления, быстро и свободно ориентироваться в нем;

3. Недопустимо читать текст со слайдов или повторять наизусть то, что показано на слайде;

4. Речь докладчика должна быть четкой, умеренного темпа;

5. Докладчик должен иметь зрительный контакт с аудиторией;

6. После выступления докладчик должен оперативно и по существу отвечать на все вопросы аудитории (если вопрос задан не по теме, то преподаватель должен снять его).

Требования к оформлению презентаций

1. Продумайте план презентации заранее. Не забывайте об обязательных разделах:

– Титульная страница (первый слайд);

– Введение;

– Основная часть презентации (обычно содержит несколько подразделов);

– Заключение.

2. Оформление презентации

Соблюдайте единый стиль оформления. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. Если выбрали для заголовков синий цвет и шрифт «Cambria», на всех слайдах заголовки должны быть синими и Камбрия. Выбрали для основного текста шрифт «Calibri», то всех слайдах придётся использовать его.

3. Цвет фона презентации

На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста. Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после

использования). Следите за тем, чтобы текст не сливался с фоном, учитывайте, что на проекторе контрастность будет меньше, чем у вас на мониторе.

Лучший фон – белый (или близкий к нему), а лучший цвет текста – черный (или очень темный нужного оттенка). Имейте в виду что, черный цвет фона имеет негативный (мрачный) подтекст. Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

4. Содержание и расположение текстовой информации, шрифт

Используйте короткие слова и предложения.

Размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;

Тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем. Всегда указывайте заголовок слайда (каждого слайда презентации). Отвлёкшийся слушатель в любой момент должен понимать, о чём сейчас речь в вашем докладе!

Курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Если на слайде имеется картинка, надпись должна располагаться под ней. Избегайте сплошной текст. Лучше использовать маркированный и нумерованный списки.

Помните, что экран, на котором вы будете показывать презентацию, скорее всего, будет достаточно далеко от зрителей. Презентация будет выглядеть меньше, чем на вашем экране во время создания.

Отойдите от экрана компьютера на 2–3 метра и попытайтесь прочесть текст в презентации. Если слайды читаются с трудом, увеличивайте шрифт. Если текст не вмещается на один слайд, разбейте его на 2, 3 и более слайдов (главное, чтобы презентация была удобной для просмотра).

5. Объем информации

Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Не полностью заполненный слайд лучше, чем переполненный.

Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Делайте слайд проще. У аудитории всего около минуты на его восприятие.

Общие рекомендации

ОФОРМЛЕНИЕ СЛАЙДОВ	
Стиль	Соблюдайте единый стиль оформления. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунки).
Фон	Для фона выбирайте более холодные тона (синий, зеленый).
Использование цвета	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета. Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).
Анимационные эффекты	Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. Анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.
ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ	

Содержание информации	Используйте короткие слова и предложения. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. Заголовки должны привлекать внимание аудитории.
Расположение информации на странице	Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.
Шрифты	Для заголовка – не менее 24. Для информации – не менее 18. Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния. Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. Прописные буквы читаются хуже строчных.
Способы выделения информации	Следует использовать: рамки, границы, заливку; разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки; рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом; с таблицами; с диаграммами.

9. Перечень информационных технологий

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный АО «Лаборатория Касперского».

Microsoft Open License в составе:

- Microsoft Windows Professional XP, 7, 8, Server Russian;
- Microsoft Office 2003-2016 Russian.

10. Материально-техническая база

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус № 2, ауд. 510.

Стандартная учебная мебель (60 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт.

Кафедра для лектора – 1 шт.

Доска настенная трехэлементная – 1 шт.

Проекционный экран LUMA – 1 шт.

Мультимедиапроектор Acer – 1 шт.

Ноутбук HP 530 – 1шт.

Колонки Genius – 1 шт.

Помещение для самостоятельной работы: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус №2, ауд. 520 (компьютерная лаборатория с выходом в Интернет)

Компьютерный студенческий стол – 15 шт.

Компьютерный стол для преподавателя – 1 шт.

Интерактивная доска IQBoard

Мультимедиа проектор Optima PX 329 DLP

16 персональных компьютеров с выходом в Интернет

Стандартная учебная мебель (16 учебных посадочных мест).

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 6314D932A1EC8352F4BBFDEFD0AA3F30

Владелец: Артеменков Михаил Николаевич

Действителен: с 21.09.2022 до 15.12.2023