

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финансовый университет)

**Департамент корпоративных финансов и корпоративного управления**

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной  
и методической работе

\_\_\_\_\_  
Е.А. Каменева  
22.10.2022г.

**Измайлова М.А., Щербаченко П.С.**

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И СОЦИАЛЬНАЯ  
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
40.03.01 «Юриспруденция», ОП "Юриспруденция",  
профиль «Экономическое право»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета экономики и бизнеса,  
протокол № 23 от 18.10.2022г.*

*Одобрено Советом учебно-научного департамента корпоративных финансов  
и корпоративного управления  
протокол № 34 от 10.10.2022г.*

Москва 2022

**Рецензенты:** **Беляева И.Ю.**, д.э.н., профессор, научный руководитель департамента корпоративных финансов и корпоративного управления Финансового университета

**М.А. Измайлова, П.С. Щербаченко**

**Корпоративная культура и социальная ответственность бизнеса:** Рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению подготовки 40.03.01 «Юриспруденция», ОП "Юриспруденция", профиль «Экономическое право». - М.: Финансовый университет, департамент корпоративных финансов и корпоративного управления Факультета экономики и бизнеса, 2022. – 40 с.

В программе представлен перечень компетенций, формирование которых обеспечивает данная дисциплина, учебно-тематический план изучения дисциплины, содержание тем дисциплины, содержание семинарских занятий, формы внеаудиторной самостоятельной работы, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации, учебно-методическое и программное обеспечение.

*Учебное издание*

**Измайлова Марина Алексеевна  
Щербаченко Петр Сергеевич**

**Корпоративная культура и социальная ответственность бизнеса**

© М.А. Измайлова, П.С. Щербаченко, 2022  
© Финансовый университет, 2022

## Содержание

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию).....	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	5
5.1. Содержание дисциплины.....	5
5.2. Учебно-тематический план.....	10
5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....	11
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	17
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	17
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю....	18
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	21
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	32
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "интернет", необходимых для освоения дисциплины.....	33
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	32
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	39
11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:.....	39
11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:.....	39
11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.....	39
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	39

## 1. Наименование дисциплины

Корпоративная культура и социальная ответственность бизнеса

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКП-1	Способность использовать фундаментальные знания в области частного права и публичного права в современных условиях и оказывать помощь в реализации правовых норм субъектами гражданского оборота	1. Демонстрирует знания нормативных правовых актов, а также прогнозирует результат экономической деятельности для решения практических задач.	<b>Знать</b> – действующие нормативные юридические, организационные и распорядительные документы, используемые в решении вопросов корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса <b>Уметь</b> - прогнозировать результат экономической деятельности для решения практических задач, в том числе в области корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса
		2. Использует фундаментальные знания в области частного и публичного права в современных условиях.	<b>Знать</b> – нормы частного и публичного права, необходимые для решения практических задач, в том числе в области корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса <b>Уметь</b> - осуществлять консультирование в области правовых вопросов, связанных с корпоративной культурой и социальной ответственностью бизнеса
		3. Оказывает помощь в реализации правовых норм субъектами гражданского оборота.	<b>Знать</b> – правовые нормы субъектов гражданского оборота. <b>Уметь</b> - оказывать помощь в реализации правовых норм субъектами гражданского оборота.
ПКП-2	Способность действовать с учетом кризисных ситуаций в экономике, вызываемых рисками правового и экономического характера, анализировать проблемные ситуации на рынке товаров, работ, услуг, а также	1. Действует с учетом кризисных ситуаций в экономике, вызываемых рисками правового и экономического характера	<b>Знать</b> – характеристику рисков правового и экономического характера в кризисных ситуациях экономики и их влияние на принятие решений в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса <b>Уметь</b> – управлять рисками правового и экономического характера в кризисных ситуациях экономики и учитывать их при принятии решений в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса
		2. Выявляет	<b>Знать</b> – механизм выявления

выявлять правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности и давать юридически обоснованные предложения по их преодолению и устранению	правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности	правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности <b>Уметь</b> – выявлять правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности, в том числе в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса
	3. Дает юридически обоснованные предложения по преодолению и устранению правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности	<b>Знать</b> – юридические способы преодоления и устранения правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности, в том числе в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса <b>Уметь</b> – разрабатывать юридически обоснованные предложения по преодолению и устранению правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности, в том числе в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Корпоративная культура и социальная ответственность бизнеса» относится к элективному модулю дисциплин образовательной программы «Юриспруденция», профиль «Экономическое право» по направлению подготовки 40.03.01 «Юриспруденция».

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

*для очной формы обучения*

Вид учебной работы по дисциплине	Всего в з/е и часах	Семестр 6 (в часах)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	3/108	108
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	34	34
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18
<b>Самостоятельная работа</b>	74	74
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

*для очно-заочной формы обучения*

<b>Вид учебной работы по дисциплине</b>	<b>Всего в з/е и часах</b>	<b>Семестр 7 (в часах)</b>
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	3/108	108
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	16	16
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Семинары, практические занятия</i>	8	8
<b>Самостоятельная работа</b>	92	92
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

## **5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий**

### **5.1. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Структура, типы и виды корпоративной культуры**

Понятие и составляющие корпоративной культуры. Различные взгляды на элементы системы корпоративной культуры.

Критерии типологий культур. Типология С. Ханди – культура власти, роли, задачи, личности. Культура «оранжереи», «собирателей колосьев», «огорода», «французского сада», «крупных плантаций», «лианы», «косяка рыб», «кочующей орхидеи» (М. Бурке). Корпоративный тип культуры, консультативный, «партизанский», предпринимательский (Р. Акофф). Культура высокого риска и быстрой обратной связи, культура низкого риска и быстрой обратной связи, культура высокого риска и медленной обратной связи, культура низкого риска и медленной обратной связи (А.А. Кеннеди). Культура индивидуализма и коллективизма (Г. Ховстед). Культуры, основанные на различных ценностных ориентациях (Ф. Клухона, Ф.Л. Штротбека). Корпоративные культуры, выделяемые в России (органическая, бюрократическая, предпринимательская, партисипативная).

Виды корпоративных культур: сильные и слабые культуры; бесспорные и небесспорные культуры; открытые и закрытые культуры; обезличенные и персонализированные культуры. Корпоративная культура как совокупность

поведенческих норм, ритуалов, символов и мифов, которые соответствуют разделяемым ценностям, присущим предприятию.

Интерактивный аспект корпоративной культуры. Фактор «взаимного обмена вознаграждения и наказания» в контексте взаимодействия. Функции референтной группы: нормативная и сравнительно-оценочная. Теория коммуникативных актов. Теория когнитивного диссонанса. Теория феномена межличностных отношений совместимости. Теория привязанности и концепция «внутренней рабочей модели». Измерения привязанности к организации – эмоциональная, нормативная и текущая привязанность.

## **Тема 2. Формирование и изменение корпоративной культуры, методы ее диагностики и анализа**

Основные методы формирования корпоративной культуры: разработка и принятие документов, таких как Миссия, Корпоративный кодекс, Философия компании; формирование и регулярная демонстрация нужного поведения лидерами компании: формальными и неформальными; обучение навыкам, которые особенно важны для новой культуры.

Жизненный цикл корпоративной культуры. Зарождение корпоративной культуры. Стабилизация корпоративной культуры. История корпоративной культуры.

Взаимосвязь корпоративной культуры, междо-корпоративной культуры и культуры бизнеса. Перспективы компаний с различным уровнем корпоративной культуры. Корпоративные стандарты.

Изменение корпоративной культуры. Тенденции и условия изменения корпоративной культуры. Проблемы управления корпоративной культурой.

Диагностика корпоративной культуры. Изучение внешних факторов, технологий, архитектуры, образцов поведения, глубинных ценностей. Сбор информации о ценностях и поведенческих нормах. Исследование базовых составляющих: отношение к персоналу, отношение к работе.

Основные методы анализа и оценки корпоративной культуры: анкетирование сотрудников, анализ собеседований, наблюдение за

участниками корпоративных мероприятий, исследование мифов и историй компании, анализ документов и речей, осмотр рабочих и общественных помещений, наблюдение за общением сотрудников и т. д.

### **Тема 3. Роль сильной корпоративной культуры в успехе компании.**

#### **Специфика российских и зарубежных корпоративных культур**

Характеристики сильной корпоративной культуры. Концепция сильной организационной культуры.

Понимание сильной корпоративной культуры в интерпретации Т. Дила и А. Кеннеди.

Баланс интересов как основа корпоративной культуры. Общие черты эффективной корпоративной культуры.

Корпоративный кодекс фирмы и характеристика его основных элементов. Практика создания и система исполнения этических кодексов. Принципы трансляции этических норм. Инфраструктура деловой этики. Этические программы.

Особенности корпоративной культуры в зарубежных странах. Американская, японская, европейская корпоративная культура. Возможности применения зарубежного опыта корпоративной культуры в России.

Специфика корпоративной культуры в российских компаниях.

Современные тенденции культурной глобализации как следствия экономической активности стран. Концепция конвергенции глобальной культуры. Актуальность межкультурной корпоративной коммуникации.

### **Тема 4. Основные ценности корпоративной культуры**

Понятия и категории, идеалы и ценности корпоративной культуры. Корпоративность – качественная характеристика корпорации. Корпоративные отношения – особые отношения сотрудников предприятия между собой и их руководством.

Корпоративные ценности – эталоны и критерии оценки деятельности предприятия. Миссия компании – высшее предназначение, философия компании. Корпоративный кодекс предприятия. Корпоративный дух – особый



общий настрой руководства и сотрудников компании. Фирменный стиль – один из регуляторов поведения корпорации и ее сотрудников. Имидж корпорации – наличие или отсутствие «доброго имени». Имидж и брэнд. Корпоративные ритуалы и корпоративные праздники. Отрицательные характеристики корпоративизма – корпоративный эгоизм, высокомерие, замкнутость, застойность.

Основные принципы взаимоотношения компании с заинтересованными сторонами.

Управление формированием ценностей персонала.

Практическая реализация теорий мотивации: повышение заработной платы, изучение и учет индивидуальных потребностей сотрудников; организация труда: обогащение труда, перепроектирование рабочих мест (модель характеристик работы Р. Хэкмана и Г. Олдхэма); целевой метод, производственная ротация, изменение условий труда, качество жизни и социотехническое проектирование.

Новые тенденции в области вознаграждения работников. "Дорогой" и "дешевый" труд. Мотивационные функции оплаты труда.

Социально-психологические принципы мотивации и стимулирования труда. Сочетание стимулов и мотиваторов. Проблема стимулов и антистимулов трудовой деятельности.

## **Тема 5. Деловая репутация компании и социальная ответственность бизнеса**

Содержание понятий «социальная ответственность бизнеса», «корпоративный имидж», «деловая репутация», «корпоративный бренд», «корпоративная индивидуальность». Роль корпоративной социальной ответственности в создании положительного имиджа и деловой репутации компаний. Проблемы взаимодействия корпорации со стейкхолдерами. Факторы прямого и косвенного воздействия на деятельность корпорации. Деловая репутация как фактор конкурентоспособности компании. Составляющие деловой репутации. Деловая репутация компании как ценный актив. Проблема

сохранения деловой репутации в кризисных ситуациях в экономике и геополитике.

## **Тема 6. Корпоративная социальная ответственность как условие успешной деятельности компании**

Корпоративная социальная ответственность: понятие, подходы и этапы становления. Концепция корпоративной ответственности как результат эволюции представлений о роли корпорации в современном обществе. Эволюция концепции КСО. Модель пирамиды корпоративной социальной ответственности А. Керолла. Корпоративная социальная восприимчивость. Корпоративная социальная деятельность. Корпоративное гражданство. Корпоративная устойчивость. Современные подходы к корпоративной социальной ответственности. Составляющие компоненты корпоративной социальной ответственности: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития. Принципы концепции устойчивого развития. ESG-факторы и их учет в деятельности компании. Обеспечение на практике социально ответственного поведения компании. Основные заинтересованные стороны в деятельности компании. Формирование социальных программ корпораций. Инструменты реализации социальных программ. Экологическая составляющая корпоративной социальной ответственности.

## **Тема 7. Реализация концепции КСО: зарубежный и российский опыт**

Модели корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах: американская, европейская, британская, канадская и азиатская. Особенности развития концепции корпоративной социальной ответственности в России: исторические, географические, социальные, политические и др. Уровни нормативного регулирования отношений в сфере корпоративной социальной ответственности. Опыт внедрения концепции корпоративной социальной ответственности отечественными компаниями. Причины различия отечественной и российской модели социальной ответственности бизнеса.

Сущность социальных инвестиций. Понятие «социальное инвестирование». Принципы корпоративного социального инвестирования. Классификация корпоративных социальных инвестиций. Основные проблемы, затрудняющие реализацию принципов корпоративной социальной ответственности в России.

## **Тема 8. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий**

Роль спонсорства и благотворительности в формировании деловой репутации компании. Содержание понятий «благотворительность» и «спонсорство». Особенности благотворительной деятельности зарубежных компаний. Сравнительная характеристика благотворительной деятельности в западных странах и России. Проблемы ведения благотворительной деятельности отечественными компаниями. Благотворительность как инструмент социально управленческих технологий. Спонсорство и развитие коммуникаций с корпоративной аудиторией. Преимущества спонсорства. Использование спонсорства в создании положительного имиджа компании. Зарубежный и российский опыт спонсорской деятельности. Проблемы развития спонсорской деятельности в России.

### **5.2. Учебно-тематический план**

*для очной формы обучения*

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа-Аудиторная работа			Самостояте льная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практическ ие занятия		
1.	Структура, типы и виды корпоративной культуры	13	4	2	2	9	дискуссия, решение кейсов
2.	Формирование и изменение корпоративной культуры, методы ее диагностики и анализа	14	4	2	2	10	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач, аналитические задания
3.	Роль сильной корпоративной культуры в успехе	14	4	2	2	10	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и

	компании. Специфика российских и зарубежных корпоративных культур						ситуационных задач, аналитические задания
4.	Основные ценности корпоративной культуры	13	4	2	2	9	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
5.	Деловая репутация компаний и социальная ответственность бизнеса	13	4	2	2	9	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
6.	Корпоративная социальная ответственность как условие успешной деятельности компаний	15	6	2	4	9	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
7.	Реализация концепции КСО: зарубежный и российский опыт	13	4	2	2	9	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
8.	Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	13	4	2	2	9	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
	В целом по дисциплине	108	34	16	18	74	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого в %		31	47	53	69	

*для очно-заочной формы обучения*

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа-Аудиторная 				

	изменение корпоративной культуры, методы ее диагностики и анализа						тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач, аналитические задания
3.	Роль сильной корпоративной культуры в успехе компании. Специфика российских и зарубежных корпоративных культур	14	2	1	1	12	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач, аналитические задания
4.	Основные ценности корпоративной культуры	14	2	1	1	12	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
5.	Деловая репутация компании и социальная ответственность бизнеса	14	2	1	1	12	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
6.	Корпоративная социальная ответственность как условие успешной деятельности компании	13	2	1	1	11	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
7.	Реализация концепции КСО: зарубежный и российский опыт	13	2	1	1	11	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
8.	Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	13	2	1	1	11	опрос, решение тестовых заданий, решение кейсов и ситуационных задач
	В целом по дисциплине	108	16	8	8	92	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого в %		15	50	50	85	

### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Структура, типы и виды корпоративной культуры	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Корпоративная культура, ее сущность.</li> <li>2. Связь корпоративной и организационной культуры.</li> <li>3. Культура как контроль, как нормативный порядок.</li> <li>4. Структурные элементы корпоративной культуры (материальные, духовные, знаково-символические).</li> <li>5. Значимые характеристики корпоративной культуры.</li> <li>6. Факторы, определяющие корпоративные культуры.</li> <li>7. Критерии типологий культур.</li> <li>8. Типология С. Ханди – культура власти, роли, задачи, личности.</li> <li>9. Культура «оранжереи», «собирателей колосьев», «огорода», «французского сада», «крупных плантаций», «лианы», «косяка рыб», «кочующей орхидеи» (М. Бурке).</li> <li>10. Корпоративный тип культуры, консультативный, «партизанский», предпринимательский (Р. Акофф).</li> <li>11. Культура высокого риска и быстрой обратной связи, культура низкого риска и быстрой обратной связи, культура высокого риска и медленной обратной связи, культура низкого риска и медленной обратной связи (А.А. Кеннеди).</li> <li>12. Культура индивидуализма и коллективизма (Г. Ховстед).</li> <li>13. Культуры, основанные на различных ценностных ориентациях (Ф. Кluckhohn, Ф.Л. Штротбека).</li> <li>14. Корпоративные культуры, выделяемые в России (органическая, бюрократическая, предпринимательская, партисипативная).</li> <li>15. Виды корпоративных культур и их характеристика.</li> </ol> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1-4, 11, 12, 17 из раздела 9: 1, 2, 4, 5</p>	обсуждение вопросов семинарского занятия, решение кейсов и ситуационных заданий по теме занятия и обсуждение полученных результатов.
Формирование и изменение корпоративной культуры, методы ее диагностики и	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные методы формирования корпоративной культуры.</li> <li>2. Жизненный цикл корпоративной культуры.</li> <li>3. Взаимосвязь корпоративной культуры, межкурпоративной культуры и культуры</li> </ol>	обсуждение вопросов семинарского занятия, решение кейсов и

анализа	<p>бизнеса.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Перспективы компаний с различным уровнем корпоративной культуры.</li> <li>Корпоративные стандарты.</li> <li>Тенденции и условия изменения корпоративной культуры.</li> <li>Проблемы управления корпоративной культурой.</li> <li>Диагностика корпоративной культуры.</li> <li>Изучение внешних факторов, технологий, архитектуры, образцов поведения, глубинных ценностей.</li> <li>Сбор информации о ценностях и поведенческих нормах.</li> <li>Исследование базовых составляющих компании, лежащих в основе корпоративной культуры.</li> <li>Основные методы анализа и оценки корпоративной культуры.</li> </ol> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1-4, 11, 12, 17 из раздела 9: 1, 2, 4, 5</p>	<p>ситуационных заданий по теме занятия и обсуждение полученных результатов, деловые игры</p>
<p>Роль сильной корпоративной культуры в успехе компании.</p> <p>Специфика российских и зарубежных корпоративных культур</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Характеристики сильной корпоративной культуры.</li> <li>Концепция сильной организационной культуры.</li> <li>Баланс интересов как основа корпоративной культуры.</li> <li>Общие черты эффективной корпоративной культуры.</li> <li>Корпоративный кодекс фирмы и характеристика его основных элементов.</li> <li>Практика создания и система исполнения этических кодексов.</li> <li>Принципы трансляции этических норм.</li> <li>Инфраструктура деловой этики. Этические программы.</li> <li>Особенности корпоративной культуры в зарубежных странах.</li> <li>Возможности применения зарубежного опыта корпоративной культуры в России.</li> <li>Специфика корпоративной культуры в российских компаниях.</li> </ol> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1-4, 11, 12, 17 из раздела 9: 1, 2, 4, 5</p>	<p>обсуждение вопросов семинарского занятия, решение кейсов и ситуационных заданий по теме занятия и обсуждение полученных результатов, деловые игры</p>
<p>Основные ценности корпоративной культуры</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Понятия и категории, идеалы и ценности корпоративной культуры.</li> <li>Корпоративные ценности как эталоны и критерии оценки деятельности предприятия.</li> <li>Миссия компании как высшее предназначение, философия компании.</li> <li>Корпоративный кодекс предприятия.</li> <li>Фирменный стиль как один из регуляторов поведения корпорации и ее сотрудников.</li> </ol>	<p>обсуждение вопросов семинарского занятия, решение кейсов и ситуационных заданий по теме занятия и обсуждение</p>

	6. Имидж корпорации и бренд. 7. Корпоративные ритуалы и корпоративные праздники. 8. Основные принципы взаимоотношения компании с заинтересованными сторонами. 9. Управление формированием ценностей персонала. 10. Социально-психологические принципы мотивации и стимулирования труда. Рекомендуемые источники из раздела 8: 11,15,16; из раздела 9: 4,7-11	полученных результатов, деловые игры
Деловая репутация компании и социальная ответственность бизнеса	1. Содержание понятий «социальная ответственность бизнеса», «корпоративный имидж», «деловая репутация», «корпоративный бренд», «корпоративная индивидуальность». 2. Роль корпоративной социальной ответственности в создании положительного корпоративного имиджа и деловой репутации компаний. 3. Основные проблемы взаимодействия корпорации со стейкхолдерами в российской практике. 4. Лучший опыт взаимодействия корпорации со стейкхолдерами в зарубежной практике 5. Деловая репутация как фактор конкурентоспособности компании. 6. Составляющие деловой репутации. 7. Деловая репутация компании как ценный актив. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1-10, 13,14, 15, 17; из раздела 9: 1-11	обсуждение вопросов семинарского занятия, решение кейсов и ситуационных заданий по теме занятия и обсуждение полученных результатов, деловые игры
Корпоративная социальная ответственность как условие успешной деятельности компании	1. Интерпретация подходов к толкованию «корпоративной социальной ответственности». 2. Эволюция корпоративной социальной ответственности. 3. Характеристика элементов модели пирамиды корпоративной социальной ответственности А. Керолла и ее модификация. 4. Современные теории корпоративной социальной ответственности 5. Анализ современных концепций социальной ответственности бизнеса 6. Понятие стейкхолдеров и их роль в деятельности компании. 7. Характеристика составляющих компонентов корпоративной социальной ответственности: социальные обязательства, социальное реагирование, социальная ответственность 8. Концепция устойчивого развития. 9. ESG-факторы и их учет в деятельности компании. 10. Экологическая составляющая корпоративной	обсуждение вопросов семинарского занятия, решение кейсов и ситуационных заданий по теме занятия и обсуждение полученных результатов, деловые игры



	<p>социальной ответственности. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1-10, 13,14, 15, 17; из раздела 9: 1-11</p>	
<p>Реализация концепции КСО: зарубежный и российский опыт</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика американской модели КСО</li> <li>2. Характеристика европейской модели КСО</li> <li>3. Основные черты британской модели КСО</li> <li>4. Специфика азиатской модели КСО</li> <li>5. Особенности реализации концепции КСО в России</li> <li>6. Новые социальные технологии в отечественных компаниях</li> <li>7. Основные проблемы, препятствующие распространению принципов корпоративной социальной ответственности в России.</li> <li>8. Проблема сохранения социальной ответственной практики российских и зарубежных компаний в современный период истории.</li> <li>9. КСО и устойчивое развитие: зарубежный опыт.</li> <li>10. КСО и устойчивое развитие: российский опыт.</li> </ol> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1-10,13, 14, 15, 17; из раздела 9: 1-11</p>	<p>обсуждение вопросов семинарского занятия, решение кейсов и ситуационных заданий по теме занятия и обсуждение полученных результатов, деловые игры</p>
<p>Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль спонсорства и благотворительности в формировании деловой репутации компании.</li> <li>2. Характеристика понятий «спонсорство» и «благотворительность», их сравнительный анализ.</li> <li>3. Благотворительность как инструмент социально управленческих технологий.</li> <li>4. Основные проблемы ведения благотворительной деятельности в отечественной практике.</li> <li>5. Использование спонсорства в создании положительного имиджа компании.</li> <li>6. Зарубежный опыт спонсорской деятельности</li> <li>7. Возможности использования зарубежного опыта благотворительной деятельности в России</li> <li>8. Роль спонсорства в развитии коммуникаций</li> <li>9. Сравнительная характеристика спонсорской деятельности в России и за рубежом.</li> <li>10. Проблемы реализации спонсорских проектов в отечественной практике.</li> </ol> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8: 1-10,13, 14, 15, 17; из раздела 9: 1-11</p>	<p>обсуждение вопросов семинарского занятия, решение кейсов и ситуационных заданий по теме занятия и обсуждение полученных результатов</p>

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Структура, типы и виды корпоративной культуры	Интерактивный аспект корпоративной культуры. Фактор «взаимного обмена вознаграждения и наказания» в контексте взаимодействия. Функции референтной группы: нормативная и сравнительно-оценочная. Теория коммуникативных актов. Теория когнитивного диссонанса. Теория феномена межличностных отношений совместимости. Теория привязанности и концепция «внутренней рабочей модели». Измерения привязанности к организации – эмоциональная, нормативная и текущая привязанность.	Подбор и изучение литературы; подготовка кейсов и информационных сообщений
Формирование и изменение корпоративной культуры, методы ее диагностики и анализа	Сбор информации о ценностях и поведенческих нормах. Исследование базовых составляющих: отношение к персоналу, отношение к работе. Основные методы анализа и оценки корпоративной культуры: анкетирование сотрудников, анализ собеседований, наблюдение за участниками корпоративных мероприятий, исследование мифов и историй компании, анализ документов и речей, осмотр рабочих и общественных помещений, наблюдение за общением сотрудников и т. д.	Подбор и изучение литературы; подготовка кейсов и информационных сообщений; изучение корпоративных документов
Роль сильной корпоративной культуры в успехе компании. Специфика российских и зарубежных корпоративных культур	Современные тенденции культурной глобализации как следствия экономической активности стран. Концепция конвергенции глобальной культуры. Актуальность межкультурной корпоративной коммуникации.	Подбор и изучение литературы; подготовка кейсов и информационных сообщений; изучение корпоративных документов

Основные ценности корпоративной культуры	Практическая реализация теорий мотивации. Новые тенденции в области вознаграждения работников. Мотивационные функции оплаты труда. Проблема стимулов и антистимулов трудовой деятельности.	Подбор и изучение литературы; подготовка кейсов и информационных сообщений; изучение корпоративных документов
Деловая репутация компании и социальная ответственность бизнеса	Взаимосвязь корпоративной культуры, деловой репутации и социальной ответственности. Факторы прямого и косвенного воздействия на деятельность корпорации, детерминирующие социальную ответственность бизнеса. Проблема сохранения деловой репутации в кризисных ситуациях в экономике и геополитике.	Подбор и изучение литературы; подготовка кейсов и информационных сообщений; изучение корпоративных документов
Корпоративная социальная ответственность как условие успешной деятельности компании	Обеспечение на практике социально ответственного поведения компании. Основные заинтересованные стороны в деятельности компании. Формирование социальных программ корпораций. Инструменты реализации социальных программ.	Подбор и изучение литературы; подготовка кейсов и информационных сообщений; изучение корпоративных документов
Реализация концепции КСО: зарубежный и российский опыт	Понятие «социальное инвестирование». Принципы корпоративного социального инвестирования. Классификация корпоративных социальных инвестиций.	Подбор и изучение литературы; подготовка кейсов и информационных сообщений; изучение корпоративных документов
Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных технологий	Сравнительная характеристика благотворительной деятельности в западных странах и России. Проблемы ведения благотворительной деятельности отечественными компаниями. Проблемы развития спонсорской деятельности в России.	Подбор и изучение литературы; подготовка кейсов и информационных сообщений; изучение корпоративных документов

## **6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю**

### **Задания для контрольной работы**

#### **Задание № 1**

Представьте, что Вы являетесь менеджером по развитию компании (выбрать любой вид деятельности). Вам необходимо разработать

корпоративный кодекс, включающий в себя: цели; миссию; девиз; главные корпоративные принципы; основные следствия.

### **Задание № 2**

Напишите эссе на тему: «Влияние корпоративной культуры на повышение эффективности работы компании».

### **Задание № 3**

Шестой по величине японский производитель автомобилей Mitsubishi Motors признал, что занижал расходы топлива в своих автомобилях с 1991 года. Выявленные нарушения касаются 4 моделей: eK Wagon и eK Space, которые выпускаются и продаются под маркой Mitsubishi, Dayz и Dayz Rooh с июня 2013 г., производятся для Nissan Motor. Это автомобили специфического для Японии класса кейкаров с объемом двигателя до 660 куб. см, которые практически не поставляются на экспорт. Всего было продано 625 000 микролитражек, из которых 157 000 – под маркой Mitsubishi и 468 000 – Nissan. Сейчас их продажи остановлены. Топливная эффективность моделей завышена на 5–10%, сообщила компания. Она отдельно заявила, что использовала не соответствующий японским стандартам метод тестирования с 2002 г.

Несоответствие расхода топлива сертифицированным показателям было обнаружено менеджерами Nissan в процессе разработки следующего поколения мини-автомобилей, пояснила Mitsubishi. Компании обсуждают условия компенсации. Метод тестирования, который отличается от требуемого законами Японии, применялся и к другим моделям, выпускаемым Mitsubishi для внутреннего рынка, сообщила компания.

#### *Формулировка задачи*

1. Дайте аргументированную оценку действиям компании «Mitsubishi» с позиции ее социальной ответственности.
2. Назовите стейкхолдеров, чьи интересы нарушены в данной ситуации.
3. Какие факторы привели к экологическому скандалу, и каковы его последствия для стейкхолдеров компании?

### **Задание № 4**

Корпорация «Nestlé» известна достаточно агрессивным продвижением заменителей грудного молока в развивающихся странах в 1980-е годы.

Пропаганда замены естественного вскармливания могла привести к гибели многих детей из-за недостатка питательных веществ, которые они могут получить исключительно из материнского молока. «Nestlé» до сих пор остается одной из самых бойкотируемых корпораций в мире, а производимые смеси для малышей вызывают нарекания. Так, в 2005 г. в Италии полиция конфисковала свыше 2 млн. литров заменителей грудного молока производства «Nestlé» по причине обнаружения в них химического вещества ИТХ, которое является одним из компонентов типографской краски упаковочных материалов. Удивительным оказалось то, что компания длительное время знала о загрязнении, но не приостанавливала реализацию населению некачественного и даже опасного продукта.

Кроме того, по данным правозащитников, в компании «Nestlé» при производстве шоколада чаще всего используется детский труд. По данным Госдепартамента США, в Береге Слоновой Кости (Африка), где произрастают свыше 40 % какао-бобов, на плантациях в ужасающих условиях трудится около 109 тысяч детей.

#### *Формулировка задачи*

1. Дайте аргументированную оценку действиям компании «Nestlé» с позиции ее социальной ответственности.
2. Аргументируйте, какие нарушены принципы Глобального договора ООН.
3. Какие социальные проблемы являются следствием деятельности компании «Nestlé»?

#### **Пример варианта контрольной работы**

##### **Задание № 1**

Создайте памятку «Корпоративный имидж сотрудника». Памятка должна раскрывать аспекты делового имиджа, делового этикета, деловой коммуникации.

##### **Задание № 2**

##### **Описание ситуаций**

1. Книжная сеть - «Буквоед» - организовала целую кампанию «Подари ребенку книгу», в рамках которой книги собирали для детей, находящихся в детских домах. В самом «Буквоеде» отмечают, что были собраны не только

книги, принесенные из дома покупателями, но и издания, приобретенные непосредственно в самих магазинах посетителями, узнавшими об акции, но не имевшими с собой детских книг.

2. В каждом магазине московской торговой сети «Седьмой континент» установлены ящики для сбора средств, которые идут на нужды детских домов. Компания осуществляет благотворительную помощь трем Домам ребенка, двум интернатам для больных детей, детскому дому и детскому санаторию. Не остаются без внимания школы, детские сады и муниципальные учреждения системы воспитания и образования. Дети получают книги, игрушки, инвентарь.

3. Транспортная компания ООО «Автокомфорт-2001» осуществляет по низким тарифам обслуживание инвалидов в рамках службы «Социальное такси». Инвалиды оплачивают 50% действующих тарифов. Оставшаяся часть компенсируется за счет средств бюджета города.

4. Руководство компании «Бриз» планирует опросить выборку потребителей об их реакциях на товар и услуги конкурента. Предлагается провести эти интервью якобы от имени некоего несуществующего безобидного Института по исследованию маркетинга.

#### Формулировка задачи

Дайте аргументированную оценку поведения каждой из выше приведенных компаний на соответствие принципам корпоративной социальной ответственности.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента корпоративных финансов и корпоративного управления.

#### **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций умений и знаний**

**Примерный перечень вопросов к зачету:**

1. Сущность корпоративной культуры и ее толкование как контроля и нормативного порядка.
2. Характеристика структурных элементов корпоративной культуры (материальные, духовные, знаково-символические).
3. Факторы, определяющие корпоративные культуры.
4. Типология С. Ханди – культура власти, роли, задачи, личности.
5. Культура «оранжереи», «собирателей колосьев», «огорода», «французского сада», «крупных плантаций», «лианы», «косяка рыб», «кочующей орхидеи» (М. Бурке).
6. Корпоративный тип культуры, консультативный, «партизанский», предпринимательский (Р. Акофф).
7. Культура высокого риска и быстрой обратной связи, культура низкого риска и быстрой обратной связи, культура высокого риска и медленной обратной связи, культура низкого риска и медленной обратной связи (А.А. Кеннеди).
8. Культура индивидуализма и коллективизма (Г. Ховстед).
9. Культуры, основанные на различных ценностных ориентациях (Ф. Кluckhohn, Ф.Л. Шротбека).
10. Корпоративные культуры, выделяемые в России (органическая, бюрократическая, предпринимательская, партисипативная).
11. Виды корпоративных культур и их характеристика
12. Основные методы формирования корпоративной культуры.
13. Жизненный цикл корпоративной культуры и его характеристика.
14. Перспективы компаний с различным уровнем корпоративной культуры.
15. Тенденции и условия изменения корпоративной культуры.
16. Проблемы управления корпоративной культурой.
17. Диагностика корпоративной культуры.
18. Основные методы анализа и оценки корпоративной культуры

19. Характеристики сильной корпоративной культуры.
20. Корпоративный кодекс фирмы и характеристика его основных элементов.
21. Практика создания и система исполнения этических кодексов.
22. Принципы трансляции этических норм. Инфраструктура деловой этики. Этические программы.
23. Особенности корпоративной культуры в зарубежных странах, возможности применения зарубежного опыта корпоративной культуры в России.
24. Специфика корпоративной культуры в российских компаниях.
25. Корпоративные ценности как эталоны и критерии оценки деятельности предприятия.
26. Миссия компании как высшее предназначение, философия компании.
27. Корпоративный кодекс предприятия.
28. Фирменный стиль как один из регуляторов поведения корпорации и ее сотрудников.
29. Имидж корпорации и бренд.
30. Корпоративные ритуалы и корпоративные праздники.
31. Основные принципы взаимоотношения компании с заинтересованными сторонами.
32. Управление формированием ценностей персонала.
33. Социально-психологические принципы мотивации и стимулирования труда
34. Интерпретации концепции социальной ответственности: классический подход, теория корпоративного альтруизма, теория «разумного эгоизма», интегрированный подход.
35. Этапы развития концепции социальной ответственности.
36. Модель пирамиды корпоративной социальной ответственности А. Керолла.
37. Современные подходы к корпоративной социальной ответственности.
38. Характеристика основных групп заинтересованных сторон (стейкхолдеров) и их роль в деятельности компании.



39. Американская модель корпоративной социальной ответственности.
40. Европейская модель корпоративной социальной ответственности.
41. Канадская модель корпоративной социальной ответственности.
42. Азиатская модель корпоративной социальной ответственности
43. Особенности развития концепции корпоративной социальной ответственности в России: исторические, географические, социальные, политические и др.
44. Опыт внедрения концепции корпоративной социальной ответственности отечественными компаниями.
45. Роль социальных программ в формировании положительной деловой репутации корпораций: зарубежная и отечественная практика.
46. Основные проблемы, затрудняющие реализацию принципов корпоративной социальной ответственности в России.
47. Использование спонсорства в создании положительного имиджа компании.
48. Сравнительная характеристика благотворительной деятельности в западных странах и России.
49. Особенности ведения благотворительной деятельности отечественными компаниями.
50. Сущность и роль социальных инвестиций в деятельности компании. Классификация корпоративных социальных инвестиций.
51. Принципы корпоративного социального инвестирования.
52. Особенности взаимоотношения корпорации с социальной средой. Факторы внутренней и внешней среды, влияющие на деятельность компании.

## Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
Способность использовать фундаментальные знания в области частного права и публичного права в современных условиях и оказывать помощь в реализации правовых норм субъектами гражданского оборота (ПКП-1)	1. Демонстрирует знания нормативных правовых актов, а также прогнозирует результат экономической деятельности для решения практических задач.	<b>Знать</b> – действующие нормативные юридические, организационные и распорядительные документы, используемые в решении вопросов корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса <b>Уметь</b> - прогнозировать результат экономической деятельности для решения практических задач, в том числе в области корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса	<b>Задание 1.</b> Проведите анализ документов, в которых отражены принципы, нормы и ценности корпоративной культуры компании, и на основе результатов анализа разработайте практические рекомендации по развитию корпоративной культуры компании. <b>Задание 2.</b> На основе открытых данных компании (на выбор) определите, какой концепции корпоративной социальной ответственности она придерживается. Охарактеризуйте данную концепцию и спрогнозируйте ожидаемые результаты от ее реализации для компании, государства и общества.
	2. Использует фундаментальные знания в области частного и публичного права в современных условиях.	<b>Знать</b> – нормы частного и публичного права, необходимые для решения практических задач, в том числе в области корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса <b>Уметь</b> - осуществлять консультирование в области правовых вопросов, связанных с корпоративной культурой и социальной ответственностью бизнеса	<b>Задание 1.</b> Проведите анализ корпоративной культуры компании (на выбор) и составьте аналитическую записку, в которой следует раскрыть понимание руководством и сотрудниками компании ее ценностей и их значимости, перечислить ценности и нормы компании, расположив их в порядке убывания значимости, описать действия руководства, направленные на развитие корпоративной культуры. <b>Задание 2.</b> В крупной компании с госучастием отсутствует департамент/рабочая группа по КСО и устойчивому развитию. Обоснуйте необходимость ее создания. Сформулируйте требования к квалификации и должностные обязанности ее сотрудников.
	3. Оказывает помощь в реализации правовых	<b>Знать</b> – правовые нормы субъектов гражданского оборота.	<b>Задание 1.</b> Разработайте корпоративный кодекс для компании (на выбор), включающий в себя: цели;

	норм субъектами гражданского оборота.	<b>Уметь</b> - оказывать помощь в реализации правовых норм субъектами гражданского оборота.	<p>миссию; девиз; главные корпоративные принципы.</p> <p><b>Задание 2.</b> Фармацевтическая компания X производит лекарственный препарат, ослабляющий головную боль при мигрени. Он продается 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 X продолжает там продавать этот препарат. Он продается без рецепта, а информация о возможности его опасных побочных эффектов отсутствует.</p> <p><i>Формулировка задачи</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте аргументированную оценку социальной ответственности компаний, используя пирамиду А. Кэрролла.</li> <li>2. Опишите свои действия в статусе руководителя данной компании.</li> </ol>
Способность действовать с учетом кризисных ситуаций в экономике,	1. Действует с учетом кризисных ситуаций в экономике, вызываемых рисками правового	<b>Знать</b> – характеристику рисков правового и экономического характера в кризисных ситуациях экономики и их влияние на принятие решений в сфере корпоративной	<p><b>Задание 1.</b> Ознакомьтесь с кейсом. Врач компании, стала замечать возрастающее число случаев заболевания эмфиземой легких у рабочих, длительное время работающих на заводе компании.</p>

<p>вызываемых рисками правового и экономического характера, анализировать проблемные ситуации на рынке товаров, работ, услуг, а также выявлять правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности и давать юридически обоснованные предложения по их преодолению и устранению (ПКП-2)</p>	<p>экономического характера</p>	<p>культуры и социальной ответственности бизнеса <b>Уметь</b> – управлять рисками правового и экономического характера в кризисных ситуациях экономики и учитывать их при принятии решений в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса</p>	<p>Она сообщает об этом руководству, и ей предлагают продолжать регистрировать число подобных случаев, но никому об этом не сообщать. В следующем году, с увеличением числа заболевших, она приходит к выводу о наличии связи между устарелой вентиляционной системой на различных участках завода и числом заболевших. Она ставит в известность об этом руководство фирмы, и ей снова предлагают продолжать наблюдение, но не проводить анализов и ничего никому не говорить, чтобы не встревожить рабочих. <i>Формулировка задания:</i> 1. Сформулируйте проблему, описанную в кейсе, и определите круг заинтересованных в ее решении сторон. 2. Дайте оценку действиям руководства и врача компании с позиции корпоративной культуры и КСО. 3. Опишите свои действия в статусе руководителя компании. <b>Задание 2.</b> В компании отсутствует прибыль по результатам финансового года. Следует ли компании продолжать финансирование социальных программ? Обоснуйте свое предложение.</p>
	<p>2. Выявляет правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности</p>	<p><b>Знать</b> – механизм выявления правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности <b>Уметь</b> – выявлять правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности, в том числе в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса</p>	<p><b>Задание 1.</b> Ознакомьтесь с кейсом. Топ-менеджмент шестого по величине японского производителя автомобилей Mitsubishi Motors признал, что занижал расходы топлива в своих автомобилях с 1991 года. Выявленные нарушения касаются 4 моделей: eK Wagon и eK Space, которые выпускаются и продаются под маркой Mitsubishi, Dayz и Dayz Rooh с июня 2013 г., производятся для Nissan Motor. Это автомобили специфического для Японии класса кейкаров с объемом двигателя до 660 куб. см, которые практически не поставляются на</p>

		<p>экспорт. Всего было продано 625 000 микролитражек, из которых 157 000 – под маркой Mitsubishi и 468 000 – Nissan. Сейчас их продажи остановлены. Топливная эффективность моделей завышена на 5–10%, сообщила компания. Она отдельно заявила, что использовала не соответствующий японским стандартам метод тестирования с 2002 г.</p> <p>Несоответствие расхода топлива сертифицированным показателям было обнаружено менеджерами Nissan в процессе разработки следующего поколения мини-автомобилей, пояснила Mitsubishi. Компании обсуждают условия компенсации. Метод тестирования, который отличается от требуемого законами Японии, применялся и к другим моделям, выпускаемым Mitsubishi для внутреннего рынка, сообщила компания.</p> <p><i>Формулировка задачи</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте аргументированную оценку действиям компании «Mitsubishi» с позиции корпоративной культуры и корпоративной социальной ответственности.</li> <li>2. Назовите стейкхолдеров, чьи интересы пострадали в данной ситуации.</li> <li>3. Какие факторы привели к экологическому скандалу и каковы его последствия для компании и ее стейкхолдеров?</li> </ol> <p><b>Задание 2.</b> Ознакомьтесь с кейсом.</p> <p>Все началось в Хьюстоне. Когда в октябре прошлого года Enron обнародовал свой отчет о деятельности в третьем квартале, оказалось, что в нем зияет огромная черная дыра. Акции гиганта тут же обрушились. Финансовый надзоритель Соединенных Штатов - Федеральная комиссия по ценным бумагам (ФКЦБ) - возбудила расследование. Руководство Enron</p>
--	--	--

			<p>призналось в том, что завышало прибыли, и акции упали еще ниже. Когда стало ясно, что успехи фирмы на рынке были на самом деле тщательно спланированным мошенничеством, целый хор разъяренных инвесторов, сотрудников, владельцев пенсионных полисов и политиков потребовал выяснить, почему афера не была выявлена раньше.</p> <p><i>Формулировка задачи</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Сформулируйте проблему, изложенную в кейсе.</li><li>2. Дайте аргументированную оценку с позиции КСО действиям руководства компании Enron.</li><li>3. Какое влияние оказала данная ситуация на деловую репутацию компании?</li></ol> <p>Какие действия следует предпринять в области корпоративной социальной ответственности в компаниях для предупреждения подобных ситуаций?</p>
3. Дает юридически обоснованные предложения по преодолению и устранению правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности	<p><b>Знать</b> – юридические способы преодоления и устранения правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности, в том числе в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса</p> <p><b>Уметь</b> – разрабатывать юридически обоснованные предложения по преодолению и устранению правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности, в том числе в сфере корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса</p>	<p><b>Задание 1.</b> Ознакомьтесь с кейсом.</p> <p>19 ноября 2018г. в Японии был арестован Карлос Гон, бывший президент и генеральный директор компаний Renault и Nissan. Он, а также член совета директоров Nissan Грег Келли в течение многих лет занижали сумму вознаграждений Гона в отчетах для Токийской фондовой биржи, говорится в заявлении Nissan. Автокомпания также сообщила, что узнала о нарушениях Гона от информатора, несколько месяцев вела внутреннее расследование и поделилась его результатами с японской прокуратурой. По сообщению государственной телерадиокомпании NHK, доходы Гона были занижены примерно на 5 млрд иен (\$44 млн).</p> <p>Гон и Келли также искажали сведения о расходовании средств компании и использовали ее средства в личных целях, сообщил гендиректор</p>	

			<p>Nissan Хирото Сайкава. Гендиректор собирает совет директоров, чтобы исключить Гона и Келли.</p> <p>«Реакция рынка акций показывает, насколько это серьезное событие» для компании, отметил Раджав Гупта-Чодхари, аналитик Citigroup. Акции Renault падали на 14%, Nissan на открытии торгов в Нью-Йорке – подешевели на 9,3% (информация об аресте появилась после завершения торгов в Токио).</p> <p><i>Формулировка задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сформулируйте проблему, изложенную в кейсе.</li> <li>2. Дайте оценку действиям Карлоса Гона и Грегга Келли с позиции корпоративной культуры и корпоративной социальной ответственности, исполнения принципов Глобального договора ООН.</li> <li>3. С вашей точки зрения, какие факторы способствовали возможности совершения правонарушений?</li> <li>4. Каковы последствия изложенной в кейсе ситуации лично для К. Гона и Г. Келли, компании и ее стейкхолдеров?</li> <li>5. Предложите меры, которые должны быть приняты на уровне компании, государства, делового сообщества для предупреждения ситуаций, подобных изложенной в кейсе.</li> </ol> <p><b>Задание 2.</b> Ознакомьтесь с кейсом.</p> <p>«Брукфилд Корпорейшн» управляет одним из заводов, параметры которого полностью соответствуют местным требованиям к уровню выброса токсических веществ, установленным десять лет тому назад. Оборудование завода проверяется ежегодно, и выбросы токсических веществ всегда были и остаются ниже допустимого уровня. Опираясь на недавно опубликованное исследование, один из</p>
--	--	--	--

			<p>инспекторов отдела контроля качества компании доказывает, что кумулятивный эффект загрязнения среды выбросами завода представляет опасность для здоровья населения. Он считает, что местные власти и представители общественности согласились бы с ним, если бы им стало известно об этих исследованиях в тот момент, когда устанавливались первоначальные нормы. Хотя кто-то в компании и поддерживает его точку зрения, большинство инспекторов из отдела контроля качества с ним не согласны. Изменять технологический процесс было бы слишком накладно — это неизбежно вызвало бы существенное сокращение рабочих мест, а завод является крупнейшим работодателем в этом небольшом городе.</p> <p><i>Формулировка задачи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сформулируйте проблему и назовите причины, которые привели к ее возникновению.</li> <li>2. Подумайте, что следует сделать руководству компании, и обоснуйте свой ответ: <ol style="list-style-type: none"> <li>а) изменить технологический процесс, чтобы добиться более низкого уровня выброса токсических веществ;</li> <li>б) обсудить новые данные с официальными представителями местных органов здравоохранения и ужесточить нормы, если они признают данные убедительными;</li> <li>в) оставить все как есть;</li> <li>г) Ваши предложения_____.</li> </ol> </li> </ol>
--	--	--	---



## **8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Нормативные правовые акты**

1. Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.) (с поправками).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть I от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (принята ГД ФС РФ 21.10.1994 г., действующая редакция).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть IV от 18.12.2006 г. № 230-ФЗ (принята ГД ФС РФ 24.11.2006 г., действующая редакция).
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N197-ФЗ (действующая редакция).
5. Закон РФ «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности». – М.,1996.
6. Федеральный закон "Об акционерных обществах" от 26.12.1995 N208-ФЗ (ред. от 15.04.2019)
7. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» от 11.08.1995 N135-ФЗ.
8. Федеральный закон «О меценатской деятельности» от 04.11.2014 N327-ФЗ.
9. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N38-ФЗ.

### **Основная литература:**

10. Корпоративная социальная ответственность: учебник для студ. вузов, обуч. по напр. "Менеджмент" (квалиф. (степень) "Бакалавр") / М.А. Эскиндаров, И.Ю. Беляева, Б.С. Батаева [и др.] Финуниверситет ; под ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. - Москва: Кнорус, 2016. - 316 с. - (Бакалавриат). - Текст: непосредственный. - То же. - 2018. - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://www.book.ru/book/927771> (дата обращения: 21.09.2022). — Текст : электронный.
11. Персикова, Т. Н. Корпоративная культура : учебник / Т. Н. Персикова. - Москва : Логос, 2020. - 288 с. - (Новая университетская библиотека). – ЭБС

ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1212400> (дата обращения: 21.09.2022). - Текст : электронный.

12. Семенов, Ю. Г. Организационная культура : учебное пособие / Ю. Г. Семенов. - Москва : Университетская книга, 2020. - 256 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1213074> (дата обращения: 21.09.2022). – Текст : электронный.

### **Дополнительная литература:**

13. Корпоративные стратегии и технологии в условиях глобальных вызовов : монография / коллектив авторов ; под ред. И. Ю. Беляевой и О. В. Даниловой. — Москва : КноРус, 2021. — 511 с. — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/939821> (дата обращения: 05.09.2022). — Текст : электронный.

14. Григорян Е. С. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. — 2-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 248 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091190> (дата обращения: 21.09.2022) - Текст: электронный.

15. Корпоративная культура : практическое руководство / пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 216 с. - (Серия «Harvard Business Review: 10 лучших статей»). - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1841888> (дата обращения: 21.09.2022). – Текст : электронный.

16. Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учебное пособие / Т. Н. Персикова. - Москва : Логос, 2020. - 224 с. — ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1212426> (дата обращения: 12.04.2022). - Текст : электронный.

17. Тихомирова, О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка : учебное пособие / О.Г. Тихомирова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 151 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072287> (дата обращения: 21.09.2022). - Текст : электронный.

#### **9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины**

1. База данных Гарант. - <http://www.garant.ru/>
2. База данных Консультант плюс. - <http://www.consultant.ru/>
3. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
4. Официальный сайт Ассоциации Менеджеров России <http://www.amr.ru>
5. Официальный сайт «Рейтинговое агентство «ЭКСПЕРТ РА» <http://www.raexpert.ru/>
6. Официальный сайт Национального совета по корпоративному управлению <http://www.nccg.ru>
7. Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг <http://www.rbc.ru/>
8. Официальный сайт ресурса «Корпоративное управление в России» <http://www.corp-gov.ru>
9. Официальный сайт ресурса «Социальная ответственность бизнеса» <http://www.soc-otvet.ru>
10. Официальный сайт «Российский институт директоров» -<http://www.rid.ru>
- 11.Электронные ресурсы БИК:
  - Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
  - Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
  - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
  - Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>

- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»  
<https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект  
<http://ebs.prospekt.org/books>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»  
<https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Финансовая справочная система «Финансовый директор»  
<http://www.1fd.ru/>
- Ресурсы информационно-аналитического агентства по финансовым рынкам Cbonds.ru <https://cbonds.ru/>
- СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
- Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира  
<http://search.ebscohost.com>
- Электронные продукты издательства Elsevier  
<http://www.sciencedirect.com>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Информационно-аналитическая база данных EMIS Global  
<https://www.emis.com/php/companies/overview/index>
- Henry Stewart Talks: Библиотека Онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу <https://hstalks.com/business/>
- Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press  
<https://academic.oup.com/journals/>
- Scopus <https://www.scopus.com>

- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks  
<http://link.springer.com/>
- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления»  
<http://eduvideo.online/>
- База данных научных журналов издательства Wiley  
<https://onlinelibrary.wiley.com/>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Изучение дисциплины предполагает сочетание аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и семинарских занятий.

Курс лекций сопровождается наглядной презентацией, включающей базовые понятия, практические примеры, схемы, графики, табличный материал.

При подготовке к семинарским занятиям студентам следует:

- до очередного практического занятия по материалам лекции и рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей теме занятия;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе.

Семинарские занятия предполагают:

- обсуждение в интерактивной форме вопросов в области корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса (дискуссия и пр.);
- подготовку докладов, выступление и участие в групповом обсуждении студенческих презентаций, выполненных на определенную тему в рамках самостоятельной работы;
- решение практико-ориентированных, ситуационных, тестовых,

аналитических заданий и кейсов на применение различных подходов и методов к оценке силы корпоративной культуры компаний и степени их приверженности принципам социально ответственного поведения.

Для эффективного участия в работе семинарского занятия студентам рекомендуется пользоваться периодической литературой, электронными библиотечными системами, аналитическими информационными системами, а также информацией интернет-сайтов, приведенных в соответствующем разделе.

Самостоятельная работа предполагает выполнение специальных аналитических заданий по отдельным темам, подготовки доклада и кейсов с использованием презентации, выполнения контрольной работы.

Цель выполнения контрольной работы состоит в развитии самостоятельности творческого мышления, аналитических способностей, умения письменного изложения собственных мыслей и решений проблемных вопросов в области развития корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса.

Контрольная работа включает два практикоориентированных задания (творческое задание, аналитическое задание, решение кейса) из предложенного преподавателем списка: одно задание по проблематике корпоративной культуры, второе – по социальной ответственности бизнеса. Допускается включение в список практикоориентированных заданий кейсов, предложенных обучающимися. Консультирование по выполнению контрольной проводится преподавателем, ведущим семинарские занятия.

**Требования к выполнению контрольной работы:**

- самостоятельность, обоснованность и оригинальность решения;
- аргументированность, четкость и лаконичность изложения собственных мыслей;
- соблюдение структуры решения (применительно к кейсам);
- соблюдение требований к оформлению;
- объем контрольной работы не должен превышать 8 страниц;

- наличие правильно оформленного списка источников.

**Оценивание контрольной работы:**

- максимальная оценка всей работы – 10 баллов (отлично), в том числе:

содержание задания – 7 баллов;

правильное оформление работы, соблюдение сроков сдачи – 3 балла.

- работа засчитывается, если студент набрал за нее не менее 6 б.

Основной формой семинарского занятия, проводимого в интерактивной форме, является дискуссия. Дискуссия состоит из трех этапов:

На первой стадии вырабатывается определенная установка на решение поставленной проблемы. При этом перед студентом стоит задача уяснить проблему и цель дискуссии. Главное правило дискуссии – выступить должен каждый. Кроме того, необходимо: внимательно выслушивать выступающего, не перебивать, аргументировано подтверждать свою позицию, не повторяться, не допускать личной конфронтации, сохранять беспристрастность, не оценивать выступающих, не выслушав до конца и не поняв позицию.

Вторая стадия – стадия оценки – предполагает ситуацию сравнения, сопоставления, конфликта идей, методов решения задачи. На этой стадии студент может сразу внести свои предложения, а может сначала просто выступить, а позже сформулировать свои предложения. При этом он должен:

- не уходить от темы;
- оперативно проводить анализ высказанных идей, мнений, позиций.

В конце дискуссии у студентов есть право самим оценить свою работу (рефлексия).

Третья стадия – стадия консолидации – предполагает выработку определенных единых или компромиссных мнений, позиций, решений. На этом этапе осуществляется контролирующая функция. Студенты анализируют и оценивают проведенную дискуссию, подводят итоги, результаты.

Подготовка к дискуссии включает в себя изучение материала, полученного на лекции и дополнительного материала, рекомендованного преподавателем.

При подготовке к зачету студентам рекомендуется параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

Kaspersky

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс»: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
2. Справочная правовая система «Гарант».
3. Информационная аналитическая система Bloomberg.

**11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не используются.

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, которой располагает Финансовый университет: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.; ПК, информационные базы данных; интернет, справочники, профессиональные программные продукты.