



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Казанский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Казанский ГАУ)

Институт экономики

Кафедра управления сельскохозяйственным производством



Фонд оценочных средств для проведения
КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

по направлению подготовки
38.03.02 «Производственный менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки
«Производственный менеджмент»

Уровень
бакалавриата

Форма обучения
Очная, заочная

Год поступления обучающихся:
2020

Казань – 2020

Составитель: Сафиуллин Нияз Азатович, ст. преподаватель

Фонд оценочных средств обсужден и одобрен на заседании кафедры управления сельскохозяйственным производством 28 апреля 2020 года (протокол №9)

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент  Савушкина Л.Н.

Рассмотрен и одобрен на заседании методической комиссии Института экономики
«12» мая 2020 года (протокол №11)

Пред. метод. комиссии, к.э.н., доцент  Гатина Ф.Ф.

Согласовано:
Директор Института экономики,
к.э.н., доцент  Низамутдинов М.М.

Протокол ученого совета Института экономики «12» мая 2020 года (протокол №9)

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ООП бакалавриата по направлению обучения 38.03.02 Производственный менеджмент, обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Маркетинг»:

Таблица 1.1 – Требования к результатам освоения дисциплины

Содержание компетенций (в соответствии с ФГОС ВО)	Результаты освоения образовательной программы	Содержание компетенций (в соответствии с ФГОС ВПО)
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Знать: принципы социальной ответственности в деятельности субъекта; типовой процесс принятия решений, виды решений и методы их принятия; основные понятия теории и практики социальной ответственности
		Уметь: использовать управленческие знания с целью углубления понимания содержания, смысла, основных целей, социальной значимости профессии; идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции социальной ответственности
		Владеть: основными приемами принятия управленческих решений и оценки их последствий; методами разработки, принятия и реализации решений; приемами нейтрализации негативных последствий принятых и реализованных решений
ПК-1	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику	Знать: основные теории мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; особенности организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; этапы аудита человеческих ресурсов, осуществлять процедуру диагностики организационной культуры
		Уметь: использовать основные теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды;

	организационной культуры	проводить аудит человеческих ресурсов; осуществлять диагностику организационной культуры
		Владеть: навыками использования основных теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; навыками проведения аудита человеческих ресурсов; методиками диагностики организационной культуры

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Таблица 2.1 – Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций

Этапы освоения компетенций	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения				Дисциплина (раздел) учебного плана
Первый этап	Знать: принципы социальной ответственности в деятельности субъекта; типовой процесс принятия решений, виды решений и методы их принятия; основные понятия теории и практики социальной ответственности	Отсутствуют представления об основных понятиях теории и практики социальной ответственности	Неполные представления об основных понятиях теории и практики социальной ответственности	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о типовом процессе принятия решений; об основных понятиях теории и практики социальной ответственности	Сформированные систематические представления о принципах социальной ответственности в деятельности субъекта; о типовом процессе принятия решений; об основных понятиях теории и практики социальной ответственности	КСО
	Уметь: использовать управленческие знания с целью углубления понимания содержания, смысла, основных целей, социальной значимости профессии; идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции социальной ответственности	Не умеет использовать управленческие знания с целью углубления понимания содержания, смысла, основных целей, социальной значимости профессии; идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции социальной ответственности	Фрагментарное, но не систематическое умение использовать управленческие знания с целью углубления понимания содержания, смысла, основных целей, социальной значимости профессии; идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции социальной ответственности	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение использовать управленческие знания с целью углубления понимания содержания, смысла, основных целей, социальной значимости профессии; идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции социальной ответственности	Сформированное умение использовать управленческие знания с целью углубления понимания содержания, смысла, основных целей, социальной значимости профессии; идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции социальной ответственности	

	Владеть: основными приемами принятия управленческих решений и оценки их последствий; методами разработки, принятия и реализации решений; приемами нейтрализации негативных последствий принятых и реализованных решений	Не владеет основными приемами принятия управленческих решений и оценки их последствий; методами разработки, принятия и реализации решений; приемами нейтрализации негативных последствий принятых и реализованных решений	Владеет отдельными методами принятия управленческих решений и оценки их последствий; методами разработки, принятия и реализации решений; приемами нейтрализации негативных последствий принятых и реализованных решений	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы принятия управленческих решений и оценки их последствий; методами разработки, принятия и реализации решений; приемами нейтрализации негативных последствий принятых и реализованных решений	Успешное и систематическое использование методов принятия управленческих решений и оценки их последствий; методами разработки, принятия и реализации решений; приемами нейтрализации негативных последствий принятых и реализованных решений	
ПК-1 владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры						
Первый этап	Знать: основные теории мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; особенности организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; этапы аудита человеческих ресурсов, осуществлять процедуру диагностики организационной культуры	Отсутствуют представления по основам мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; по особенностям организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; этапов аудита человеческих ресурсов, осуществления процедур диагностики организационной культуры	В целом успешное, но не систематическое представления по основам мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; по особенностям организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; этапов аудита человеческих ресурсов, осуществления процедур диагностики организационной культуры	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы представления по основам мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; по особенностям организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; этапов аудита человеческих ресурсов, осуществления процедур диагностики организационной культуры	Успешное и систематическое представления по основам мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; по особенностям организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; этапов аудита человеческих ресурсов, осуществления процедур диагностики организационной культуры	КСО
	Уметь: использовать основные теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных	Не умеет использовать основные теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных	В целом успешное, но не систематическое умение использовать основные теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение использовать основные теорий мотивации, лидерства, власти для	Сформированное умение использовать основные теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных	

	управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; проводить аудит человеческих ресурсов; осуществлять диагностику организационной культуры	управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; проводить аудит человеческих ресурсов; осуществлять диагностику организационной культуры	и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; проводить аудит человеческих ресурсов; осуществлять диагностику организационной культуры	решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; проводить аудит человеческих ресурсов; осуществлять диагностику организационной культуры	управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; проводить аудит человеческих ресурсов; осуществлять диагностику организационной культуры	
	Владеть: навыками использования основных теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; навыками проведения аудита человеческих ресурсов; методиками диагностики организационной культуры	Не владеет навыками использования основных теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; навыками проведения аудита человеческих ресурсов; методиками диагностики организационной культуры	В целом успешное, но не систематическое применение навыков использования основных теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; навыков проведения аудита человеческих ресурсов; методик диагностики организационной культуры	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применения навыков использования основных теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; навыков проведения аудита человеческих ресурсов; методик диагностики организационной культуры	Успешное и систематическое применение навыков использования основных теорий мотивации, лидерства, власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики принципов формирования команды; навыков проведения аудита человеческих ресурсов; методик диагностики организационной культуры	

Описание шкалы оценивания

1. Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, не овладевшему ни одним из элементов компетенции, т.е. обнаружившему существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине, допустившему принципиальные ошибки при

применении теоретических знаний, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данной дисциплине.

2. Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, овладевшему элементами компетенции «знать», т.е. проявившему знания основного программного материала по дисциплине в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допустившему неточности в ответе на экзамене, но в основном обладающему необходимыми знаниями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора.

3. Оценка «хорошо» ставится студенту, овладевшему элементами компетенции «знать» и «уметь», проявившему полное знание программного материала по дисциплине, освоившему основную рекомендованную литературу, обнаружившему стабильный характер знаний и умений и способному к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности.

4. Оценка «отлично» ставится студенту, овладевшему элементами компетенции «знать», «уметь» и «владеть», проявившему всесторонние и глубокие знания программного материала по дисциплине, освоившему основную и дополнительную литературу, обнаружившему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний.

5. Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «отлично» до «удовлетворительно». 6. Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «неудовлетворительно»

**3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ,
НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ
КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

**Вопросы к экзамену в тестовой форме
(демонстрационная версия)**

1. Что понимается под корпоративной социальной ответственностью бизнеса?
2. Что не включает в себя понятие социальная ответственность?
3. Деятельность в области корпоративной социальной ответственности не позволяет:
4. Выделите три уровня социальной ответственности:
5. К какому уровню социальной ответственности относится теория, основной целью которой является увеличение прибыли для своих акционеров?
6. К какому уровню социальной ответственности относится теория, основной целью которой является то, что корпорации обязаны вносить вклад в улучшение качества жизни?
7. К какому уровню социальной ответственности относится теория, основной целью которой является то, что «хороший бизнес» сокращает долгосрочные потери прибыли?
8. Выделите уровни социальной ответственности предпринимательства:
9. К какому уровню социальной ответственности предпринимательства относится своевременная выплата заработной платы:
10. К какому уровню социальной ответственности предпринимательства относится благоустройство территории:
11. К какому уровню социальной ответственности предпринимательства относятся инвестиции в человеческий капитал:
12. В каком году была принята "Хартия бизнеса в России"?
13. "Хартия бизнеса в России" декларирует принципы, исключаящие:
14. Какие вопросы положены в основу принципов "Социальной хартии российского бизнеса", принятой в 2004 г.?
15. Какая модель социальной ответственности господствует в России, согласно которой бизнес самостоятельно определяет меру своей ответственности за социальное развитие общества?
16. Что не относится к социальным программам, развиваемым бизнесом?
17. Что не относится к основным инструментам реализации социальных программ компании?
18. Форма адресной финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию социальных программ в области образования и на цели проведения прикладных исследований?
19. Форма адресной помощи, выделяемой компанией для проведения социальных программ как в денежной, так и в натуральной форме?
20. Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества?
21. Добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы внешней направленности через безвозмездное предоставление получателям времени, знаний, навыков, связей сотрудников:
22. Финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ:
23. Перечислите 3 основные составляющие социального пакета:
24. Публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров и общества в целом о темпах реализации заложенных в стратегических планах развития

целей компании в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности:

25. Выделите два базовых подхода к составлению отчетности:
26. Выделите три базовых направления стандартизации социальной отчетности:
27. К группе стейкхолдеров не относятся:
28. К прямым стейкхолдерам относятся:
29. К косвенным стейкхолдерам относятся:
30. Как трактуется понятие «корпорация» в отечественной практике?
31. Из предложенных вариантов выберите более точный синоним понятия «корпорация»?
32. Какие разновидности акционерного общества, известные европейскому законодательству, могут быть отнесены к корпорации?
33. В какой стране коммандитное товарищество с участием общества с ограниченной ответственностью является организационно-правовой формой объединения капиталов?
34. В зависимости от преследуемых целей корпорации подразделяются на виды:
35. Что представляет собой корпоративная среда?
36. Кто из участников корпоративной среды может требовать от корпорации справедливой оплаты труда?
37. Каким образом может быть достигнут баланс в отношениях между всеми участниками корпоративной среды?
38. По какой причине корпоративность в нашей стране вызывала противоречивое отношение начинающих предпринимателей до 1987 года?
39. Какие условия необходимы для эффективной реализации корпоративного управления в нашей стране?
40. Какие организации могут быть в статусе головной корпорации финансово-промышленной группы?
41. Какой(-ие) фактор(-ы) определяет(-ют) структуру управления корпорацией в каждой конкретной стране?
42. Что наиболее характерно для японской модели управления акционерным обществом?
43. По каким признакам отличаются между собой три разные модели управления акционерными обществами на развитых рынках капитала?
44. Укажите правильное определение консорциума среди предложенных вариантов:
45. При каком условии кросс-культурный аспект отношений между компаниями разных стран обеспечивает эффективную кооперационную интеграцию в рамках международного разделения труда?
46. Укажите характерный признак феодальной культуры корпорации:
47. При каком типе корпоративной культуры культура рассматривается как часть общего процесса превращения компании в самую конкурентоспособную в данной отрасли и привлекательную для инвесторов?
48. Какая из предложенных формул наиболее точно определяет корпоративную культуру?
49. Что находится в центре внимания организации, которая придерживается модели корпоративной культуры, ориентированной на задачу?
50. Какое название носит теория, которая гласит, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни людей?
51. Какой из вариантов является примером наступления социальной ответственности бизнеса?
52. Концепция социально ответственного бизнеса в конце 60-х - начале 70-х годов XX в. стала формироваться в:
53. Социальная ответственность - это:

54. Что объединяет концепция социально ответственного бизнеса?
55. Социальная ответственность бизнеса проявляется путем:
56. Что выступает внутренним мотивом компании, занимающейся благотворительностью?
57. Социальная ответственность корпораций проявляется в отношении к:
58. Что является внешним стимулом для бизнеса компании, занимающейся меценатством?
59. Как называется форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества?
60. Какую цель преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции?
61. Какие элементы, по рекомендации ООН, включает в себя понятие "уровень жизни"?
62. Субъектами социальных инвестиций являются:
63. Что в России является определяющим фактором уровня жизни?
64. Какие элементы включает в себя понятие «качество жизни»?
65. Какая технология внедрения социальных инвестиционных проектов предусматривает создание специальных экспериментальных объектов с режимом наибольшего благоприятствования для реализации данного проекта?
66. Госрегулирование социальной сферы проявляется в виде:
67. Назовите социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства:
68. Какой из основных показателей эффективности социального инвестирования характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни?
69. конкретные количественные показатели являются примером социальной эффективности?
70. Какие страны придерживаются такой разновидности социального партнерства, которая предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия?
71. В чем сущность немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л.Эрхард?
72. Какие основные принципы работы биржевых маклеров были особенно выделены и зафиксированы в "Банковской энциклопедии", изданной в России в 1916 г?
73. Что явилось причиной упразднения и существенного урезания программ социальной защиты США в 1996г.?
74. Из предложенных вариантов выберите наиболее ёмкое и современное определение социальной ответственности бизнеса?
75. Какой документ был принят главами 15 государств на саммите Евросоюза в марте 2000г. (Лиссабон), посвященном вопросам социальной сплоченности, экономического развития и занятости?
76. Какое проявление социальной ответственности уже в XIX веке практиковалось предпринимателями Германии, воспитанными на христианских ценностях?
77. Какой результат корпоративного поведения компании предусматривает модель корпоративной социальной деятельности А. Керолла?
78. Согласно модели А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме:
79. Какая из релевантных концепций, разработанных, начиная с 1950-х гг., в мировой управленческой литературе, была наиболее распространена в США?
80. Кто концептуально исследовал в своих работах понятие и содержание социальной ответственности?

81. Какая теория или концепция получила распространение после 1980 года вплоть до начала XXI в?

82. Какой временной период развития корпоративной социальной ответственности в России характеризовался стабилизацией социальной инфраструктуры, когда предприятия стали применять долгосрочный горизонт планирования и выгоды применения социальной политики в перспективе?

83. Что делают организации в стратегической стадии организационного обучения корпоративной социальной ответственности?

84. Что делают компании, чтобы увеличить свою стоимость в долгосрочной перспективе и получать прибыль, благодаря коллективным действиям (гражданская стадия организационного обучения)?

85. Что положено в основу концепции рациональности и выгоды компании от вложений в социальную сферу?

86. На какой стадии организационного обучения корпоративной социальной ответственности организации отрицают свою вину за конкретные нарушения и не признают своей ответственности за их негативные последствия?

87. Какие негативные последствия имеют недоработки и ошибки в развитии корпоративной социальной ответственности в современной России?

88. Какие проблемы приводит современные российские компании к непоследовательным действиям в области инвестиций и снижению эффективности их социальных программ?

89. С чем может быть связано возможное падение коэффициента отношения социальных инвестиций к балансовой прибыли в современных российских компаниях?

90. В каком секторе российской экономики периода 2003-2007гг. наблюдалось однозначное увеличение социальных инвестиций?

91. Согласно модели корпоративной социальной ответственности для ее применения в отечественных условиях необходима дополнительная сила для баланса социальных интересов, то есть:

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

93. Каким образом такая компания, как, например, корпоративный медицинский центр, может способствовать снижению трудопотерь работающих из-за высокой заболеваемости?

94. За чей счет и каким путем осуществляется негосударственное пенсионное обеспечение?

95. Какая важная тенденция целевого развития персонала современных компаний потребует серьезного увеличения затрат?

96. Какой инструмент может быть использован для повышения эффективности благотворительной деятельности компаний?

97. В экономическом аспекте корпоративная социальная ответственность изучает:

98. Основные экономические составляющие маркетинговой концепции корпоративной социальной ответственности:

99. Какой результат дает реализация политики социальной ответственности, взаимоувязанной с финансовой эффективностью компании?

100. Компании, которые не внедряют принципы и стратегии корпоративной социальной ответственности:

101. Какой подход к изучению корпоративной социальной ответственности устанавливает взаимосвязь между социально ответственным поведением компании и ее финансовыми показателями?

102. Какова основная причина лидерства именно европейских компаний в общемировых списках лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию?

103. Какой международный стандарт, действующий по принципу «триединого итога», лежит в основе индекса Доу-Джонса?

104. Каким образом государственные органы власти, в том числе профильные федеральные министерства, законодательные органы, исполнительные органы на местах могут способствовать внедрению российскими компаниями корпоративной отчетности в соответствии с международными стандартами?

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

106. Какое условие необходимо для того, чтобы российские компании имели возможность использовать отчетность по международным стандартам?

107. Какая из этических категорий в правовой системе России, в англо-американском праве получила название «фидуциарной обязанности»?

108. Что является критерием правовых норм (правил поведения)?

109. Каким образом можно придать этическим правилам внутри компании юридически обязательный характер?

110. В чем основное различие корпоративно/социально ответственных сборов от налоговых сборов?

111. В США содержание понятия «деловая этика»:

112. Какое конкурентное преимущество обеспечивает компании в странах с развитым гражданским обществом выполнение этических правил?

113. Какова общая черта в трактовке понятия «деловая этика» в США и Европе?

114. Наличие этических норм отражено в:

115. Применение этических формулировок в судебной практике позволит:

116. Какова особенность российской трактовки понятия «деловой этики»?

Задачи

для проверки знаний по практическим занятиям по дисциплине «Маркетинг»

Кейс 1

Оказывается, даже на сверхконкурентном пивном рынке социальная активность брэнда может повысить продажи и дать мощное паблисити. Так случилось в Новосибирске с пивной маркой «Товарищ Бендер».

Этот брэнд — активный участник рынка, имеет от двадцати процентов объема рынка в своем низкоценовом сегменте (8руб. за бутылку 0,5 литра). Производитель марки — новосибирский алкогольный гигант «Винап». Завод является вторым по объемам поступлений в казну налогоплательщиком города. То есть «Винап» — это мощное производство, которое может себе позволить призадуматься о социальном эффекте от своей деятельности.

Маркетинговая ситуация этим летом для брэнда сложилась следующая. Во-первых, лето выдалось холодное, и пивники (и даже прохладительные напитки) не добились ожидаемого роста продаж. Во-вторых, местные пивные производства вынуждены сдерживать натиск общероссийских пивных компаний (за которыми, в свою очередь, стоят иностранные), рекламные бюджеты которых несоизмеримо выше. Таким образом, необходимо было мгновенно отстроиться от конкурентов и избежать дальнейшей стагнации спроса. Назрел момент для необычной, малобюджетной, эффективной акции. А когда, скажите, этого момента нет?

И тогда член маркетингового совета «Винап» Лада Юрченко предложил устроить... автопробег по самой раздолбанной улице Новосибирска.

Социальной целью акции явилось привлечение внимания властей и ГАИ к проблеме плохих дорог в Новосибирске. Почему был выбран именно этот информационный повод? Потому что с другими острыми проблемами (наркомания, зарплаты бюджетникам, безработица) город более-менее справляется, а с этой нет. И Новосибирск —будучи важным транспортным узлом —в прямом смысле слова набивает себе шишки на плохих

дорогах. Горожанам (читай—потенциальным потребителям) в этом случае предоставлялась возможность высказать гражданское несогласие (мол, доколе), получить приз в десять тысяч рублей за самый быстрый проезд по колдобинам, а также потом повеселиться на празднике, в который плавно перетекал автопробег.

Благодаря лояльности и прогрессивности отдельных руководителей завода, а также предрасположенности к самому информационному поводу генерального директора (он автолюбитель), руководство восприняло эту смелую идею благосклонно. Хотя имелось опасение: вдруг власть расценит акцию как «наезд». Однако население так активно приняло участие в акции, что власть в лице ГАИ даже поблагодарила организаторов за «привлечение внимания к отдельным недоработкам».

Далее определились с целевыми аудиториями кампании. Ими явились автолюбители со средними и ниже среднего доходами, владельцы дешевых отечественных автомобилей. Кстати, успех этой акции разрушает еще один стереотип—мол, апелляция к социальной ответственности работает только по отношению к рафинированным премиум-потребителям. Правда же в том, что если потребителя действительно достает Нечто, он будет активно бороться за решение проблемы — а поможет ему в этом любимый брэнд. В ходе разработки медиастратегии было выбрано «Авторадио-Новосибирск», чья аудитория совпадает с ЦА брэнда. Общались со слушателями посредством передачи «народная пробка». В ней каждый час дозвонившийся сообщает в прямом эфире, где в городе пробка. В течение недели перед акцией слушателям было предложено выяснить также, где самая ужасная дорога. Так был составлен реальный «хит-парад». Самый сильный гнев народа вызвала улица революционера Халтурина на левом берегу Оби —там, где расположены непрестижные рабочие районы.

Акцию было решено начать у Публичной библиотеки на правом берегу. Таким образом, шествие становилось визуально заметнее, и превратилось в передвижную наружную рекламу. Перед Публичной библиотекой выступал Остап Бендер со своим фирменным призывом «ударить автопробегом по бездорожью и разгильдяйству». Колонну возглавляли раритетные автомобили автоклуба «Ретро», за ними следовали машины участников (кстати, к участию принимались владельцы отечественных автомобилей не моложе двадцати лет). Интересно, что пришло множество «пеших участников» целыми семьями, а также понаехала незапланированная куча Харлеев и Мерседесов — просто потому, что народу понравилась идея.

В итоге добрались до выдающейся улицы и начали пробег. Сумма приза в десять тысяч рублей и гордый титул «Адам Козлевич 2002» с лихвой компенсировала физический ущерб, нанесенный машине-победительнице ее хозяином. Героем оказался Павел Ситников на ВАЗ-2106, прошедший дистанцию в 200 метров, состоящую из 25 ям и 17 ухабов быстрее всех. Основные участники гонок (21 машина) получили за смелость по ящику пива. Титул «Антилопа Гну-2002» и денежный приз получил также владелец ГАЗ-67 1948 (!) года Юрий Цобуташвили, чей «старый конь» лихо участвовал в гонках.

Примечательно, что автопробег перетек потом в обычный праздник с выступлениями, развлечениями и продажей пива, однако проводился он в том же самом непрестижном районе. Это также имело социальный смысл — пенсионеры, домохозяйки и другие не самые мобильные граждане не всегда имеют возможность выехать в центр для увеселения. Чего стоили только распиливание гирь, потрошение стульев и гонки с гусями! По силе впечатлений это могло сравниться только с пивом «для членов профсоюза», которое продавалось здесь же по... 1 рублю за пол-литра! РК-эффект был моментально выражен во внимании СМИ. Сюжет (непроплаченный!) вышел по всем местным телеканалам, а также

был дан в федеральный эфир НТВ. Кроме того, об акции написало множество местных газет. Социальный эффект также оказался внушительным — ГАИ поблагодарила горожан за обращение к проблеме и через неделю (!) власти начали ремонтировать улицу. Маркетинговый эффект вылился в 5% рост продаж. На каждый автопробег было потрачено 70 тыс. рублей. При этом «емкость» рекламных денег составила 2 млн. рублей — то есть на обычные спонсорские, рекламные, промоушн акции с прогнозируемым эффектом в 5% роста продаж по опыту «Винапа» в Новосибирске необходимо потратить 2 млн. рублей.

Какой из этой истории можно сделать вывод?

Кейс 2

Кроме ярких примеров, представленных на конкурс, можно рассмотреть два примера из опыта 2003—2004 года компании «Индекс Дизайн», реализовавшей несколько социально-маркетинговых проектов.

Первый пример — проект 2003 года «РНОТОРАКК.1Ш», реализованный издательством «Индекс Дизайн», выпускающим каталоги по графическому дизайну, рекламе и фотографии и Эколого-просветительским центром «Заповедники», некоммерческой организацией профессионалов заповедного дела, обеспечивающих общественную поддержку государственных природных заповедников и национальных парков России, учрежденную Всемирным фондом Дикой природы (C\У\УТ) в 1996 г.

Проект создан на базе уникального фото-архива Эколого-просветительского центра «Заповедники» с целью оказания поддержки российским заповедникам и национальным паркам. За семь лет работы Экоцентром «Заповедники» была собрана коллекция фотоизображений, состоящей из более чем 2000 слайдов и фотографий с видами заповедной природы, редких животных и растений. В нее включены работы как известных фотохудожников: Николая Шпиленка, Григория Шаульского, так и многих других талантливых и профессиональных энтузиастов-фотографов, работающих в заповедниках и национальных парках России. Коллекция неоднократно экспонировалась, но только в 2003 году было решено реализовать идею по привлечению дополнительного стабильного финансирования для поддержки фотографов национальных парков и заповедников. Формой для воплощения идеи стал специальный диск с редчайшими, и в то же время универсальными для использования в рекламе, дизайне и полиграфии фотоизображениями дикой природы — «Флора и фауна Российских заповедников. №1». Потребителями для этого диска стали издательства, журналы, творческие коллективы, занятые разработкой рекламной продукции, дизайном упаковки, интернет-студии, издатели открыток, календарей и других жанров «малой полиграфии», рекламные агентства, готовящие макеты наружной рекламы и агентства, имеющие собственные креативные подразделения. Продажа диска осуществляется издательством, а 50% от стоимости каждого диска направляется на поддержку заповедников и национальных парков России в Эколого-просветительский центр «Заповедники». Проект ярко иллюстрирует возможность успешного и гармоничного объединения коммерческих и социальных интересов, при которых удовлетворяются интересы, как многочисленных целевых аудиторий, так и организаторов проекта.

Второй пример — образовательный проект интернет-олимпиады для старшеклассников по рекламе и дизайну *тутт.ОИмрОезиш.т*, реализованный группой предприятий, куда вошли «Индекс Дизайн», Компания «ЕатЫег», КатЫег — Телесеть, Учительская газета, Московский художественно-промышленный институт, Институт телевидения, бизнеса и дизайна (Санкт-Петербург), студия «Артикул», компания 11cop BBBO §гоир сотрапу, дирекция выставки «Дизайн и реклама», учебный центр студии Артемия Лебедева и многие другие. Олимпиаду поддержали Министерство культуры РФ и Союз дизайнеров России.

С одной стороны проект реализовал идею по формированию известности профессиональных изданий и образовательных услуг, с другой стороны — поддержал

наиболее талантливых выпускников общеобразовательных школ, среднеспециальных заведений изучающих специальности «Дизайн» и «Реклама».

Стратегическая цель, стоящая перед организаторами Олимпиады — помочь выпускникам расширить их возможности в профессиональном выборе. С этой целью по итогам Олимпиады участники получают приглашение пройти бесплатное или со значительными скидками обучение в учебных центрах России, специализирующихся на дизайн и рекламе.

Проект стал значимым событием и для старшеклассников и для организаторов! по проведенному мониторингу публикаций в Интернете. Эффективность по количеству независимых упоминаний превзошла все остальные проекты издательства вместе с Плюс официальную информационную поддержку оказали КатЬег, КатЬег — Телесет] «Учительская газета», газета «@кция», издательский дом Гребенникова, портал зостг.л.п портал Ао!уегг.о!о{>у, портал Ак2!а.ги, журнал «Вез!§пег».

Уникальной стороной проекта стал принцип совместного решения задач всеми партнерами и объединение ресурсов с минимумом финансовых средств при многообразии форм вклада—от создания высококачественного сайта олимпиады, до размещения работы участников в рамках выставки «Дизайн и реклама» в Центральном доме художников; При этом проект не привлекал до сих пор финансовых партнеров и спонсоров, что оставляет большие перспективы на следующие годы.

Кейс 3

В петербургской сети книжных магазинов «Книгомир» собирают игрушки и книги для детей из психоневрологического Дома ребенка №2. Посреди торгового зала находятся специальные полки для книг и преимущественно мягких игрушек. А другая 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.

В Северодвинске в центральных городских магазинах «ЦУМ» и «Радуга» весной 2004 года прошла акция, в рамках которой посетители, желавшие помочь оснащению игротеки в Детской городской больнице №1, могли приобрести игрушки в магазинах и там же отдать их на благотворительные цели.

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.

Вопросы для коллоквиума

1. Какие аргументы в пользу КСО Вам кажутся наиболее весомыми? Какие аргументы против КСО Вы считаете наиболее логичными? М. Фридман утверждает: «В настоящее время мало какие тенденции в бизнес-среде могут принести настолько сильный ущерб деятельности компании, как реализация стратегии социальной ответственности в ущерб интересам акционеров». Дайте два аргумента за и два аргумента против такой позиции.

2. Какова роль государства в реализации деятельности компаний в области КСО?

3. Что нужно сделать российской компании, чтобы стать социально ответственной?

4. Каковы модели участия градообразующих (добывающих) предприятий в решении социальных проблем местного сообщества в России?

5. Каковы модели участия компаний, производящих товары и услуги для населения (торговые, сервисные компании), в решении социальных проблем.

6. Каковы модели участия финансовых и консалтинговых компаний в решении социальных проблем.
7. Как управлять портфелем социальных проектов?
8. Кто должен отвечать за КСО в структуре компании?
9. Обзор наиболее часто встречающихся трудностей в реализации корпоративных социальных программ.
10. PR благотворительных проектов бизнеса.
11. Обзор российского рынка консалтинговых и аудиторских услуг в области корпоративной социальной ответственности
12. Роль КСО в процессе привлечения финансовых ресурсов.
13. Социальный отчет – это требование российского рынка или необходимость, диктуемая международной конкуренцией?
14. Используя конкретный пример компании, опишите основные заинтересованные стороны и их ожидания, а также расставьте приоритеты важности ожиданий заинтересованных сторон. Какие критерии можно использовать для определения приоритетности той или иной группы заинтересованных сторон?
15. Почему важно рассматривать социальную ответственность бизнеса с точки зрения стратегии компании?
16. Какие существуют основные формы реализации социальной политики в компании? Поясните на конкретных примерах российских и зарубежных компаний. Какие факторы влияют на выбор той или иной формы реализации социальной политики в компании?
17. Почему для реализации стратегии КСО в компании важна поддержка топ-менеджмента? Какие элементы организационной культуры и структуры должны уже существовать или необходимо создать для реализации стратегии КСО в компании?
18. Каким образом избежать обвинений в том, что социальный отчет компании – это всего лишь имиджевый элемент внешней коммуникации компании? Имеет ли значение, альтруистические или меркантильные побуждения лежат в основе социальной политики компании, если конечный результат оказывается тем же?
19. Какие преимущества компания может получить, имея сертификат соответствия определенной норме или стандарту в области КСО?
20. Назовите основные нормы и стандарты в области КСО. Какие преимущества компания может получить, имея сертификат соответствия определенной норме или стандарту?
21. Нужно ли российскому бизнес-сообществу разрабатывать собственные стандарты или необходимо наоборот стремиться соответствовать западным стандартам?
22. В какой степени международные стандарты КСО применимы в России?
23. Каким образом осуществить проверку соблюдения компанией провозглашенных ею принципов? Формы и виды аудита.
24. Можно ли говорить о компании в понятиях «этичного» / «неэтичного» бизнеса?
25. Какими этическими принципами должна руководствоваться в своей деятельности компания? В чем заключается основная критика кодексов поведения?
26. Перечислите основные инициативы в сфере КСО и устойчивого развития. Укажите, какие из этих инициатив применяются или могут применяться в России, а какие нет.
27. Корпоративная социальная ответственность – как ее понимают в различных странах.
28. «Корпоративное управление» и «корпоративная социальная ответственность» – кто несет ответственность и перед кем?
29. Корпоративная ответственность небольшой компании – что можно выполнить?
30. Корпоративная ответственность – перед обществом или перед властью?
31. Почему бизнес должен отдать обществу больше, чем налоговые отчисления?

32. Этические проблемы и противоречия социально ответственного поведения менеджера в компании.

33. Как организуется деятельности корпоративного благотворительного фонда?

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Приводятся виды текущего контроля и критерии оценивания учебной деятельности по каждому ее виду по семестрам, согласно которым происходит начисление соответствующих баллов.

Лекции оцениваются по посещаемости, активности, умению выделить главную мысль.

Лабораторные занятия оцениваются по самостоятельности выполнения работы, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Практические занятия оцениваются по самостоятельности выполнения работы, активности работы в аудитории, правильности выполнения заданий, уровня подготовки к занятиям.

Самостоятельная работа оценивается по качеству и количеству выполненных домашних работ, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета или экзамена.

Критерии оценки экзамена в тестовой форме: количество баллов или удовлетворительно, хорошо, отлично. Для получения соответствующей оценки на экзамене по курсу используется накопительная система балльно-рейтинговой работы студентов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов или оценок, полученных по всем разделам курса и суммы баллов полученной на экзамене.

Критерии оценки уровня знаний студентов с использованием теста на экзамене по учебной дисциплине

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	86-100 % правильных ответов
Хорошо	71-85 %
Удовлетворительно	51- 70%
Неудовлетворительно	Менее 51 %

Количество баллов и оценка неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично определяются программными средствами по количеству правильных ответов к количеству случайно выбранных вопросов.

Критерии оценивания компетенций следующие:

1. Ответы имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует об уверенных знаниях обучающегося и о его умении решать профессиональные задачи, оценивается в 5 баллов (отлично);
2. Более 71 % ответов имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует о достаточных знаниях обучающегося и его умении решать профессиональные задачи – 4 балла (хорошо);
3. Не менее 50 % ответов имеют полные решения (с правильным ответом) Их содержание свидетельствует об удовлетворительных знаниях обучающегося и о его ограниченном умении решать профессиональные задачи, соответствующие его будущей квалификации – 3 балла (удовлетворительно);
4. Менее 50 % ответов имеют решения с правильным ответом. Их содержание свидетельствует о слабых знаниях обучающегося и его неумении решать профессиональные задачи – 2 балла (неудовлетворительно).

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам экзамена в устной форме:

Оценка «отлично» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

Оценка «хорошо» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен. Ответы на дополнительные вопросы логичны, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент испытывает значительные трудности в ответе на экзаменационные вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает.

Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «отлично» до «удовлетворительно».

Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «неудовлетворительно».

Критерии оценки при решении задач: оценка «отлично» выставляется студенту, если он, решил задачу верно, пришел к верному знаменателю, показал умение логически и последовательно аргументировать решение задачи во взаимосвязи с практической действительностью. Оценка хорошо ставится в том случае если задача решена верно, но с незначительными погрешностями, неточностями. Оценка удовлетворительно ставится если соблюдена общая последовательность выполнения задания, но сделаны существенные ошибки в расчетах. Оценка неудовлетворительно ставится если задача не выполнена.

Критерии оценки текущих тестов: если студент выполняет правильно до 51% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «неудовлетворительно»; если студент выполняет правильно 51-70% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «удовлетворительно»; если студент выполняет правильно 71-85 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «хорошо»; если студент выполняет правильно 86-100% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «отлично».

Критерии оценки контрольных работ студентов заочного обучения:

«Зачтено» ставится если контрольная работа выполнена в срок, не требует дополнительного времени на завершение; контрольная работа выполнена полностью: решены все задачи, даны ответы на все вопросы, имеющиеся в контрольной работе; без дополнительных пояснений используются знания, полученные при изучении дисциплин; даны ссылки на источники информации и ресурсы сети Интернет, использованные в работе; контрольная работа аккуратно оформлена, соблюдены требования ГОСТов;

«Незачтено» ставится если контрольная работа не выполнена в установленный срок, продемонстрировано полное безразличие к работе, требуется постоянная консультация для выполнения задания; в контрольной работе присутствует большое число ошибок; не полностью или с ошибками решены задачи, даны неполные или неправильные ответы на поставленные вопросы; отсутствуют ссылки на источники информации и ресурсы сети Интернет, использованные в работе; контрольная работа выполнена с нарушениями требований ГОСТов; контрольная работа выполнена по неправильно выбранному варианту.