



Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій,
менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Соціальна відповідальність бізнесу
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	Українська
Викладач	Панюк Тетяна Петрівна
CV викладача на сайті кафедри	https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmtf/kafedra-etub/sklad-ketub/121-personalii/1248-paniuk-tetiana-petrivna
E-mail	tetiana.paniuk@rshu.edu.ua
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання є формування у студентів фундаментальних знань теорії та практики соціальної відповідальності з позиції сучасних стандартів соціальної політики, соціальної звітності, етики бізнесу й прав людини в умовах інтеграції концепції сталого розвитку і набуття ними відповідних професійних компетенцій, що забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки.

Завдання курсу:

– ознайомити здобувачів вищої освіти з теоретичними положеннями і практикою взаємодії держави, бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови сталого розвитку суспільства;

– навчити здобувачів вищої освіти визначати можливості використання зарубіжного досвіду та аналізувати можливості використання елементів зарубіжних моделей соціальної відповідальності в національній економіці;

– сформувати у здобувачів вищої освіти розуміння значення соціальної відповідальності держави, бізнесу, суспільства та людини;

– проаналізувати роль держави у забезпеченні практики ефективної системи соціальної відповідальності.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ, дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

- ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

- ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

- ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Очікувані результати навчання:

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні:

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

- P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи соціальної відповідальності бізнесу

Тема 1. Соціальна відповідальність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання.

Тема 2. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки.

Тема 3. Місце соціальної відповідальності в управлінні організацією.

Тема 4. Соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності високотехнологічних підприємств.

Тема 5. Моніторинг та оцінювання корпоративної соціальної відповідальності.

Змістовий модуль 2. Прикладні засади формування і реалізації соціальної відповідальності бізнесу

Тема 6. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.

Тема 7. Діалог зі стейкхолдерами як основний напрямок соціальної відповідальності бізнесу.

Тема 8. Зарубіжний досвід становлення соціальної відповідальності бізнесу.

Тема 9. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.