

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
міжнародних економічних відносин
та безпеки бізнесу
Протокол № 10 від 07.02.2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО



**КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ЗВ'ЯЗКИ З
ГРОМАДСЬКІСТЮ**

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань	усі
Спеціальність	усі
Освітній рівень	третій (освітньо-науковий)
Освітня програма	усі

Статус дисципліни

Мова викладання, навчання та оцінювання

вибіркова

українська

Розробник(и):

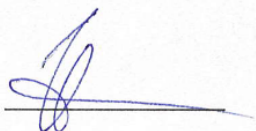
к.е.н., доцент



Олександра ГРОНЬ

Завідувач кафедри

міжнародних економічних
відносин та безпеки бізнесу



Ірина ОТЕНКО

Харків
2025

ВСТУП

Сучасне суспільство очікує від бізнесу соціально відповідальних дій та активної участі у вирішенні проблем суспільства. Зміна місця і ролі суб'єктів господарювання в економічних відносинах, процеси глобалізації та формування єдиного комунікаційного простору актуалізували необхідність формування нової парадигми сталого розвитку. Найбільш ефективно в рамках підприємства вона може бути реалізована на основі стратегії соціально-відповідального маркетингу - маркетингової філософії, яка передбачає діяльність компанії у спосіб, який найкращим чином відповідає інтересам суспільства у сьогоденній і довгостроковій перспективі та є добровільною ініціативою організацій щодо дотримання етичних норм у сфері соціальної взаємодії та прийняття на себе відповідальності за вплив на навколишнє середовище, партнерів, споживачів, працівників, громади тощо.

Метою навчальної дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність та зв'язки з громадськістю» є формування знань щодо сутності та принципів корпоративної соціальної відповідальності та навичок впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльності міжнародних компаній; навичок формування іміджу соціально-відповідальної компанії із застосуванням технологій паблік рілейшнз.

Завданнями навчальної дисципліни є формування у здобувачів:

цілісної системи знань щодо моделей корпоративної соціальної відповідальності, розуміння теорії стейкхолдерів, принципів соціальної відповідальності бізнесу, взаємовідносин компанії із зовнішніми організаціями на засадах корпоративної соціальної відповідальності;

навичок оцінки результативності корпоративної соціальної відповідальності; планування розвитку корпоративної соціальної відповідальності як чинника підвищення конкурентоспроможності компанії на міжнародному ринку; впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику компанії; використання в діяльності компанії технологій паблік рілейшнз, які сприяють формуванню іміджу соціально-відповідальної компанії; реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу; обґрунтування найбільш важливих на даному етапі розвитку компанії напрямків здійснення соціально-відповідальної діяльності.

Об'єктом вивчення навчальної дисципліни є корпоративна соціальна відповідальність міжнародних компаній.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні підходи, концептуальні моделі, методи впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльності міжнародних компаній та технології комунікації зі стейкхолдерами для формування іміджу соціально-відповідальної компанії на міжнародному ринку.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
Розробляти та приймати ефективні управлінські рішення із застосуванням принципів корпоративної соціальної відповідальності, на основі сучасних міжнародних стандартів соціальної відповідальності бізнесу та особливостей діяльності вітчизняних підприємств	Застосовувати принципи соціальної відповідальності в процесі управління підприємством
	Аналізувати соціально важливі проблеми і процеси, що можуть загрожувати стійкості підприємства
	Здатність розв'язувати комплексні проблеми на основі системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору.
	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
Формувати та підтримувати позитивний імідж підприємства	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
	Визначати інформаційні потреби стейкхолдерів підприємства з урахуванням принципів корпоративної соціальної відповідальності
	Здатність будувати стійкі відносини зі стейкхолдерами із застосуванням технологій та інструментів зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади корпоративної соціальної відповідальності.

Тема 1. Концептуальні основи розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Моделі корпоративної соціальної відповідальності. Принципи соціальної відповідальності.

Тема 2. Корпоративна соціальна відповідальність в системі управління компанії. Організація діяльності з корпоративної соціальної відповідальності в компанії.

Тема 3. Оцінка результативності корпоративної соціальної відповідальності. Методи оцінювання ефективності програм корпоративної соціальної відповідальності.

Тема 4. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні та світі. Міжнародні ініціативи як чинник розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Змістовий модуль 2. Зв'язки з громадськістю як необхідний інструмент корпоративної соціальної відповідальності.

Тема 5. Взаємовідносини зі стейкхолдерами компанії.

Тема 6. Політика соціально відповідального ведення бізнесу в ринковому середовищі. Соціально відповідальний маркетинг. Принципи добросовісної конкуренції. Співпраця з неурядовими організаціями.

Тема 7. Корпоративна соціальна відповідальність та формування корпоративної культури компанії. Стандарти у сфері праці. Практики внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Професійна етика.

Тема 8. Соціальна звітність та інформаційна політика щодо корпоративної соціальної відповідальності. Міжнародні стандарти звітності зі сталого розвитку. Побудова системи комунікацій щодо корпоративної соціальної відповідальності.

Зміст практичних занять

Під час проведення практичних занять здобувачі аналізують, систематизують, узагальнюють, закріплюють, поглиблюють теоретичні знання за обраною тематикою наукового дослідження та практичні навички, вміння формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази.

Перелік практичних (семінарських) завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Практичне заняття 1	Завдання 1. Дослідження глобальних тенденцій щодо розвитку КСВ. Аналіз впливу на тему дослідження.
Практичне заняття 2	Завдання 2. Аналіз моделей КСВ в різних країнах. Попередній аналіз об'єкту дослідження та складання переліку завдань дослідження.
Практичні заняття 3-4	Завдання 3. Оцінка програм КСВ. Інформаційно-аналітичне забезпечення дослідження. Глобальна ініціатива ООН. Цілі сталого розвитку.
Практичні заняття 5-6	Завдання 4. Концепція зацікавлених сторін, складання мапи стейкхолдерів. Оцінка взаємодії компанії зі стейкхолдерами.
Практичне заняття 7-8	Завдання 5. Зв'язки з громадськістю. План побудови системи комунікації.
Практичне заняття 9	Завдання 6. Нефінансова звітність, аналіз та формування звіту.
Практичне заняття 10	Обговорення та презентація результатів дослідження

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Завдання 1. Підготовка до лекцій та практичних занять	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, робота з науковою літературою
Завдання 2. Робота з літературними джерелами	Пошук наукової інформації. Відбір та систематизація літературних джерел. Оформлення завдання щодо обґрунтування актуальності теми дослідження
Завдання 3. Збір, обробка та систематизація первинної інформації	Робота із спеціальною літературою, електронний пошук наукової інформації, обробка та систематизація інформації
Завдання 4. Написання тез та підготовка презентації до виступу на конференції	Написання тез за темою наукового дослідження з урахуванням впливу КСВ.
Завдання 5. Презентація результатів дослідження	Підготовка презентації результатів дослідження. Підготовка виступу на конференції.

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Теми 1 – 8), міні-лекції (Теми 4), проблемні лекції (Теми 8)).

Наочні (демонстрація (Теми 1 – 8)).

Практичні (практична робота (Теми 1 – 8), кейс-стаді (Теми 4, 6), семінари-дискусії (Тема 1).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту), диференційованого заліку або заліку.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік – сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (60 балів), написання тез конференції (40 балів).

Семестровий контроль: Залік.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посібник. Вінниця : ВНАУ, 2020. - 228 с.

2. Гусєва О.Ю., Воскобоєва О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ. Державний університет телекомунікацій, 2020. - 222 с.

3. Hancock, John. "Investing in corporate social responsibility : a guide to best practice, business planning and the UK's leading companies." (2005). Kogan Page Business Books. – 320 p.

4. Отенко І.П. Формування інформаційного простору підприємств в міжнародному бізнес-середовищі / І.П.Отенко, М.І. Чепелюк// Бізнес інформ. – 2016. – №9. – С. 236-240. Режим доступу: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-9_0-pages-236_240.pdf

5. Саприкіна М. Навіщо бізнесу звіти зі сталого розвитку <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/10/31/653160/>

6. 10 ключових відмінностей між КСВ та благодійністю <https://mind.ua/publications/20232331-10-klyuchovih-vidminnostej-mizh-ksv-ta-blagodijnistyu#one>

Додаткова

7. Гронь О. В. Концепція зацікавлених сторін в міжнародному бізнесі // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2021. - №5. Режим доступу: <http://www.inter-nauka.com/issues/economic2021/5/>

8. Іпполітова, І. Я. Соціальна відповідальність бізнесу: стратегічний та інвестиційний аспекти [Електронний ресурс] / І. Я. Іпполітова, О. В. Ревенко // Інфраструктура ринку. – 2020. – Вип. 42. – Режим доступу : <http://www.market-infr.od.ua/uk/42-2020>.
<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/23087>

9. Ozdora-Aksak, Emel & Ferguson, Mary Ann & Duman, Sirin. (2015). Corporate social responsibility and CSR fit as predictors of corporate reputation: A global perspective. Public Relations Review. 42. 10.1016/j.pubrev.2015.11.004. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811115001411#preview-section-introduction>

10. Отенко І.П., Чепелюк М.І. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 243 с. Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20079>
11. Crowther, David and Seifi, Shahla [Editors] (2023a), Corporate Social Responsibility in Difficult Times, Singapore, Springer Verlag and Springer Online <https://link.springer.com/book/10.1007/978-981-99-2591-9>

Інформаційні ресурси

12. Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності : ISO 26000:2010. URL <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm>
13. Мережа Глобального договору в Україні : сайт. URL : <http://www.globalcompact.org.ua>
14. Зелена книга Європейського Союзу. http://www.rsppenergy.ru/main/static.asp?art_id=15524
15. Декларація фундаментальних принципів і прав на робочому місці Міжнародної організації праці : Декларація [Електроний ресурс]. - Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_260
15. Організація економічного співробітництва та розвитку ОЕСР : сайт. URL: <http://www.oecd.org>
16. Центр Розвиток корпоративної соціальної відповідальності : сайт. URL: <http://csr-ukraine.org>
- 17 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>