

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Корпоративная и социальная ответственность»

ООП 43.03.02– «Туризм»

Цель изучения дисциплины

Формирование и развитие корпоративной социальной ответственности является одной из основных управленческих задач. Как показывает практика, высокая корпоративная социальная ответственность позволяет сформировать положительный имидж организации. Понятие «корпоративная социальная ответственность» подразумевает добровольный вклад компании в развитие государства и общества, ее активную деятельность в экономической, социальной и экологической сфере. В процессе изучения дисциплины «Корпоративная и социальная ответственность» студентам предоставляется возможность исследовать феномен корпоративной социальной ответственности, овладеть навыками ее формирования и развития.

Целями дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является: освоение концептуальных и практических основ формирования корпоративной социальной ответственности как необходимого элемента устойчивого развития организации и инструмента корпоративной безопасности.

Задачи изучения дисциплины

Задачи изучения дисциплины «Корпоративная и социальная ответственность» определяются целью и состоят в следующем:

- усвоение теоретико-методологических подходов к определению сущности корпоративной социальной ответственности;
- определение корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа и репутации организации;
- исследование ключевых элементов корпоративной социальной ответственности;
- усвоение методических и технологических основ формирования и развития корпоративной социальной ответственности;
- развитие навыков проектирования и разработки социальных программ и проектов в организации.

Сформировать умения по выбору и оценке различных логистических схем

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 2 зачетные единицы (72 часа), в том числе:

для студентов очной формы обучения: лекции – 14 часов, практические занятия – 18 часов, самостоятельная работа, включая подготовку к экзамену – 40 часов;

для студентов заочной формы обучения: лекции – 4 часа, практические занятия – 6 часов, самостоятельная работа, включая подготовку к экзамену, – 62 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

Общекультурные компетенции:

способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК-1);

способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5);

способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права (ОК-6);

Профессиональные компетенции:

способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-4).

В результате изучения курса студенты должны

Знать:

- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами
- типы организационной культуры и методы ее формирования
- роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации
- причины многовариантности практики управления персоналом в современных условиях
- связующие процессы в организации и основные школы и направления в управленческой науке
- методы и модели принятия решений в управлении деятельностью организации
- бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом

Уметь:

- оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по формированию корпоративной социальной ответственности, улучшению имиджа организации как работодателя
- разрабатывать программы обучения сотрудников и оценивать их эффективность

- разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации
- идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО
- диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений
- анализировать и оценивать воздействие факторов микро - и макросреды на функционирование организации, а также прогнозировать собственные возможности фирмы и ее конкурентоспособность
- анализировать обзор средств массовой информации, пресс-релизы компаний, опубликованные финансовые отчеты, рынки потребительских товаров, правительственную статистику, электронные издания
- использовать в практической деятельности информацию, полученную в результате маркетинговых исследований рынка, потребителей, конкурентов при разработке стратегий организации

Владеть:

- методами формирования и поддержания этического климата в организации и навыками деловых коммуникаций
- современным инструментарием управления человеческими ресурсами навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей организации ;
- основными методами, способами и средствами получения информации в ходе маркетинговых исследований для принятия стратегических решений в сфере формирования и развития корпоративной социальной ответственности ;
- практическими навыками построения экономических, стратегических и организационно-управленческих моделей принятия решений.

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Теоретико-методологические основания формирования и развития корпоративной социальной ответственности

Теоретико-методологические подходы к определению сущности корпоративной социальной ответственности. Виды и уровни корпоративной социальной ответственности. Внутренняя и внешняя корпоративная социальная ответственность. Концептуальные принципы формирования корпоративной социальной ответственности. Направления развития корпоративной социальной ответственности.

2. Социальная активность организации. Приоритеты социальной политики в организации.

Понятие социальной активности организации. Виды и формы социальной активности. Социальная политика. Модели социальной политики организации. Принципы формирования социальной политики в организации. Механизмы реализации социальной политики в организации.

3. Кодексы корпоративной социальной ответственности

Основные теории и концепции для моделирования организационного поведения. Три подхода к объяснению поведения человека в организации. Подход, основанный на психоанализе. Бихевиористский подход. Школа гуманистической психологии. Практическое значение основных положений теорий и концепций личности. Управление организационным поведением. Этические стандарты и поведение в организации. Технологии разработки этических стандартов: содержание, виды и основные этапы. Кодексы корпоративной социальной ответственности. Принципы разработки и механизмы формирования приверженности.

4. Имидж-технологии, технологии репутационного контроля в повышении корпоративной социальной ответственности

Природа корпоративного имиджа. Внутренний и внешний имидж. Процесс создания имиджа. Позиционирование организации в социальном пространстве. Имидж организации. Доверие, репутация, солидарность. Формирование специфической корпоративной культуры. Имиджелогия и паблик рилейшинз (ПР). Поиск наиболее эффективных методов воздействия на аудиторию. Позиционирование организации в благоприятную информационную среду. Манипулирование. Мифологизация. Эмоционализация. Создание выгодных для организации как коммуникаторов контекстов (форматизация). Акцентирование информации. Дистанцирование. Визуализация. Инструментарий формирования имиджа. Ключевые характеристики и составляющие имиджа, оптимизация воздействия внутренней и внешней среды на формирование имиджа.

Природа репутации и репутационного контроля. Формирование репутации. Технологии репутационного контроля в повышении корпоративной социальной ответственности.

5. Социальные программы и проекты в организации. Типы социальных программ

Роль социальных программ и проектов в организации. Типологические основания и виды социальных программ. Принципы разработки и реализации социальных программ на организационном уровне. Оценка эффективности программ.

6. Управление корпоративными социальными программами

Сущность управления программами. Параметры эффективности программ. Принципы разработки программ. Механизмы реализации программ. Технологии контроля и оценки эффективности программ.

7. Компетентность руководителей в сфере формирования и развития корпоративной социальной ответственности. Личная социальная ответственность и корпоративная социальная ответственности.

Оценка эффективности организационных систем. Организационное проектирование, методы повышения эффективности организации. Связь проблемы организационного проектирования и жизненного цикла организации. Этапы проектирования. Методология исследования деятельности организации. Критерии эффективности в зависимости от задач организации. Корректировка организационных структур. Роль руководства в обеспечении эффективности организаций. Компетенции и компетентность руководителя. Личная социальная ответственность и корпоративная социальная ответственности.

8. Технологии управления персоналом в контексте повышения корпоративной социальной ответственности.

Управление персоналом организации: сущность и принципы. Кадровая политика в формировании корпоративной социальной ответственности. Принципы управления персоналом в контексте организационного развития. Кадровые технологии и технологии формирования корпоративной социальной ответственности.