



## Силабус курсу

### Соціальна відповідальність бізнесу

Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма – «Маркетинг»

Рік навчання: II, Семестр: IV

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

### Керівник курсу

ПІП

к. е. н., доц. Мужевич Наталія Володимирівна

Контактна інформація

[muzhevych@ukr.net](mailto:muzhevych@ukr.net) +38(068)0144282

### Опис дисципліни

Дисципліна “Соціальна відповідальність бізнесу” спрямована на формування у студентів теоретико-практичних знань щодо формування соціально відповідальної поведінки організації, ідентифікації та аналізу очікувань стейкхолдерів, підготовки соціальної звітності організації за методикою GRI. Дисципліна орієнтує на пошук креативних підходів до соціально відповідальної поведінки організації в ринковому середовищі її функціонування.

### Структура курсу

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку	Знати сутність, об'єкти та суб'єкти соціальної відповідальності в умовах функціонування ринкової економіки. Знати принципи, завдання та концепції розвитку соціальної відповідальності. Вміти моделювати рівні соціальної відповідальності.	Поточне опитування
2	2. Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства.	Знати особливості соціальної відповідальності людини, держави, бізнесу. Вміти використовувати інструменти впливу регулюючої інфраструктури на соціальну відповідальність бізнесу.	Поточне опитування

3	3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.	Знати зарубіжний досвід управління КСВ та особливості його впровадження у вітчизнян економіку, принципи успішності КСВ. Вміти скласти алгоритм корпоративного кодексу організації, розробляти ідеї для створення соціальних підприємств	Поточне опитування
4	4. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.	Знати нормативно-правове регулювання взаємовідносин працівників та роботодавці щодо соціальної відповідальності. Володіти прийомами застосування соціальних ініціатив діяльності організації	Поточне опитування
5	5. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.	Володіти специфікою формування відносин підприємців із представниками зовнішніх організацій. Знати особливості відповідної поведінки підприємств щодо контрагентів по бізнесу. Володіти основними прийомами побудови соціально відповідальної поведінки організацій в ринковому середовищі їх функціонування	Тести, питання, ситуаційні задачі
6	6. Екологічна компонента соціальної відповідальності.	Вміння скласти програми контролю за дотриманням вимог законодавства щодо забруднення й захисту довкілля, збереження природних ресурсів, дотримання екологічних стандартів тощо.	Поточне опитування
7	7. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.	Вміти формувати механізми соціального партнерства в умовах сьогодення. Знати особливості соціальних відносин бізнес-організацій та територіальних громад. Вміти скласти програми щодо поліпшення соціальної відповідальності в компанії.	Тести, питання, ситуаційні задачі
8	8. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.	Вміти здійснювати моніторинг корпоративної соціальної відповідальності з метою підвищення її ефективності і впровадження проєктів соціальної відповідальності.	Поточне опитування
9	9. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.	Знати методи і процедури щодо оцінювання ефективності соціальної відповідальності. Вміти скласти соціальну звітність та проводити соціальний аудит.	Тести, питання, задачі
10	10. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.	Вміти розробляти стратегії розвитку соціальної відповідальності на основі використання зарубіжного досвіду.	Поточне опитування

## Літературні джерела

1. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ. Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.
2. Данильченко, Л. С. Соціальна відповідальність бізнесу : консп. лекцій. Тернопіль : THEU, 2016. 75 с.
3. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>
4. Колот А. М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : \*моногр.+за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. К. : КНЕУ, 2012. 501 с.
5. Кузьмін О., Пирог О., Чорнобай Л. Соціальна відповідальність. Практичний аспект. Навч. посібник. К.: КОНДОР. 2020. 222с.
6. Кузьмін О.Є., Пирог О. В., Чорнобай Л. І., Станасюк Н. С., Пасінович І. І. Основи корпоративної соціальної відповідальності: стратегії та ділові практики : навчальний посібник. К.: КОНДОР. 2021. 211с.
7. Поєдинок В. «Корпоративна соціальна відповідальність» та «бізнес і права людини»: співвідношення концепцій. Право України. 2019. № 8.С. 132-144.
8. Правдюк Н.Л. Соціальні аспекти бухгалтерського обліку. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. №12. С. 91-101.
9. Пушкар М. С. Соціальна відповідальність бізнесу : теорія і практика: монографія. Тернопіль : Картбланш, 2018. 215 с.
10. Руденко О.В., Кондратюк О. М. Екологічна та облікова політики в управлінні промисловим підприємством. Ефективна економіка. 2019. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7108>
11. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С.. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2020/104.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf)
12. Соціальна відповідальність бізнесу: опорн. консп. лекцій. Уклад. О. Ф. Овсянюк-Бердадіна. Тернопіль : THEU, 2016. 67 с.
13. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: <http://svb.ua/national-csr-strategy>
14. Crowther D. Corporate Social Responsibility / D. Crowther, G. Aras. - Ventus Publishing ApS. - 2018. p. 144 URL: <http://www.mdos.si/Files/defining-corporate-socialresponsibility.pdf>
15. Debbie Haski-Leventha. Strategic Corporate Social Responsibility: A Holistic Approach to Responsible and Sustainable Business / 2nd Edition, Kindle Edition. 2021. 480 p. URL:[https://www.amazon.com/gp/product/B0969ZYPQG/ref=db\\_s\\_a\\_def\\_rwt\\_hsch\\_vapi\\_tkin\\_p1\\_i0?asin=B0969ZYPQG&revisionId=&format=2&depth=1](https://www.amazon.com/gp/product/B0969ZYPQG/ref=db_s_a_def_rwt_hsch_vapi_tkin_p1_i0?asin=B0969ZYPQG&revisionId=&format=2&depth=1)
16. Lee S. and Yoon J. Does the authenticity of corporate social responsibility affect employee commitment? Social Behavior and Personality 46(4). 2018. p. 617-663. URL:<http://dx.doi.org/10.2224/sbp.6475>
17. Pompper, D. Public relations for social responsibility: Affirming DEI commitment with action. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited. 2021. 209 p. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-80043-167-620211015/full/pdf>
18. Pompper, D. Corporate social responsibility, sustainability, & ethical public relations: Strengthening synergies with human resources. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited. The Changing Context of Managing People series. 2018.
19. Tkalac Verčić, A. and Sinčić Ćorić, D. The relationship between reputation, employer branding and corporate social responsibility. Public Relations Review 44(4). 2018. p. 444-452. URL:<http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.06.005>
20. Vercic A. T. The relationship between corporate social responsibility, employer branding and

reputation. Institute for Public Relations. Accessed on July 7, 2017. URL: [http://www.instituteforpr.org/relationship-corporate-social-responsibilityemployer-branding-reputation/?utm\\_content=buffer403a7&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer](http://www.instituteforpr.org/relationship-corporate-social-responsibilityemployer-branding-reputation/?utm_content=buffer403a7&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer)

### Політика оцінювання

**Політика щодо дедлайнів і перескладання.** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

**Політика щодо академічної доброчесності.** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів заборонено.

**Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30 %	40 %	30 %
1. Усне опитування під час занять (5 тем по 5 балів) = 25 балів. 2. Письмова робота = 75 балів.	1. Усне опитування під час занять (5 тем по 5 балів) = 25 балів. 2. Письмова робота = 75 балів.	1. Написання та захист КПІЗ = 80 балів. 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів.

Оцінка рівня отриманих теоретичних знань та практичних навиків за шкалою Університету здійснюється на основі модульно-рейтингової системи контролю знань і передбачає стимулювання систематичної, ритмічної, самостійної роботи студентів, підвищення об'єктивності оцінки їхніх знань, визначення рейтингу студента, запровадження здорової конкуренції між студентами у навчанні і розвитку творчих їх здібностей. Модульно-рейтинговий контроль здійснюється на основі попередньо визначених змістових модулів, які є логічно завершеними частинами теоретичного та практичного навчального матеріалу за окремими етапами вивчення дисципліни. Отриманий рівень знань студента з усіх видів виконуваних робіт по дисципліні (теоретична підготовка, практична робота, КПІЗ) оцінюється як за національною шкалою, так і шкалою ECTS. Переведення оцінок за системою КМСОНП здійснюється за схемою, поданою в таблиці

Шкала оцінювання студентів:

<b>ECTS</b>	<b>Бали</b>	<b>Зміст</b>
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом