

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль "Цифровой маркетинг и цифровая логистика"

Отделения социально-экономических наук (О)

Цель дисциплины: приобретение слушателями комплексных знаний о современных концепциях управления компанией с позиции социально-ориентированного менеджмента, о методах анализа и оценки корпоративной социальной ответственности компании и ее влияние на имидж и конкурентоспособность.

Задачи дисциплины:

- дать теоретические представления о корпоративной социальной ответственности бизнеса,
- рассказать о факторах и условиях, обеспечивающих эффективное формирование и управление корпоративной социальной ответственностью;
- изучить основы методологии и методики в области корпоративного социального учета, аудита и отчетности;
- приобрести навыки практической работы в области развития и управления корпоративной социальной ответственностью.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

дисциплина реализуется в рамках обязательной части, изучается на 4 курсе в 7 семестре

Общая трудоемкость дисциплины:

2 зачётных единицы

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

ОПК-3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

Индикаторы достижения компетенций:

З-ОПК-3 Знать: основные методики разработки и принятия управленческих решений

У-ОПК-3 Уметь: выбирать методы и средства разработки и принятия коллективных и индивидуальных организационно-управленческих решений, с учетом ответственности за предложенное решение с позиции его социальной и экономической значимости

В-ОПК-3 Владеть: оценкой ожидаемых социально-экономических эффектов от принятия управленческих решений

Формы итогового контроля:

Зачёт.