Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.07.2023 13:26:41
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования**
**«Международный Институт Дизайна и Сервиса»**
**(ЧОУВО МИДиС)**
Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ М.В. Усынин
«30» мая 2022 г.

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

# КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль) Управление в гостиничном бизнесе
Квалификация выпускника: Бакалавр
Год набора - 2021

Автор-составитель: Львов Л. В.

Челябинск 2022

# СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы ..... 3

2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания ..... 4

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы ..... 5

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы ..... 19

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» направлен на формирование следующих компетенций:

| Код и наименование компетенций выпускника | Код и наименование индикатора достижения компетенций |
|---|---|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1. Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия |
| | УК-3.2. Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды |
| | УК-3.3. Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем |
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни |
| | УК-6.2. Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения |
| | УК-6.3. Владеет методами управления собственным временем; технологиями освоения профессиональных знаний, умений, и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни |
| ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности | ОПК 3.1. Определяет показатели качества услуг в избранной профессиональной деятельности |
| | ОПК 3.2. Оценивает качество оказания услуг организаций в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных лиц |
| | ОПК 3.3 Обеспечивает требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания |

| № п/п | Код компетенции | Наименование компетенции | Этапы формирования компетенций |
|---|---|---|---|
| 1. | УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | *1 Этап – Знать:*<br>УК-3.1. Типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия |
| | | | *2 Этап – Уметь:*<br>УК-3.2. Действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | *3 Этап–Владеть:*<br>УК-3.3. Навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем |
| 2. | УК-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | *1 Этап–знать:*<br>УК-6.1. Основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни |
| | | | *2 Этап – Уметь:*<br>УК-6.2. Эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения |
| | | | *3 Этап–Владеть:*<br>УК-6.3. Методами управления собственным временем; технологиями освоения профессиональных знаний, умений, и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни |
| 3. | ОПК-3 | Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности | *1 Этап–знать:*<br>ОПК 3.1. Показатели качества услуг в избранной профессиональной деятельности |
| | | | *2 Этап – Уметь*<br>ОПК-3.2 Осуществлять оценку качества оказания услуг организаций в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных лиц |
| | | | *3 Этап–Владеть:*<br>ОПК 3.3 Отечественными и международными стандартами качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания. |

## 2. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

| № п/п | Код компетенции | Наименование компетенции | Критерии оценивания компетенций на различных этапах формирования | Шкала оценивания |
|---|---|---|---|---|
| 1. | УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | *1 Этап – Знать:*<br>УК-3.1. Типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия | Критерии оценивания знаний на зачете в разделе 4 данного документа (стр. 23) |
| | | | *2 Этап – Уметь:*<br>УК-3.2. Действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды | |
| | | | *3 Этап–Владеть:*<br>УК-3.3. Навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2. | УК-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | *1 Этап–знать:*<br>УК-6.1. Основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни | |
| | | | *2 Этап – Уметь:*<br>УК-6.2. Эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения | |
| | | | *3 Этап–Владеть:*<br>УК-6.3. Методами управления собственным временем; технологиями освоения профессиональных знаний, умений, и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни | |
| 3. | ОПК-3 | Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности | *1 Этап–знать:*<br>ОПК 3.1. Показатели качества услуг в избранной профессиональной деятельности | |
| | | | *2 Этап – Уметь*<br>ОПК-3.2 Осуществлять оценку качества оказания услуг организаций в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом мнения потребителей и заинтересованных лиц | |
| | | | *3 Этап–Владеть:*<br>ОПК 3.3 Отечественными и международными стандартами качества процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания. | |

## 3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 1 ЭТАП – ЗНАТЬ

**Раздел 1. Теория и методология корпоративной социальной ответственности.**
**Тема 1.1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности**.

**Устный опрос по вопросам:**

1. Сущность и содержание корпоративной социальной ответственности.
2. Уровни корпоративной социальной ответственности.
3. Комплексная модель корпоративной социальной ответственности.
4. Модель корпоративной социальной деятельности.
5. Российские исследования в сфере корпоративной социальной ответственности.

**Темы рефератов:**

1. Концепции стейкхолдеров.
2. Концепция корпоративного гражданства.
3. Концепция и корпоративной устойчивости.

**Тема 1.2. Основы регулирования корпоративной социальной ответственности**.

**Устный опрос по вопросам:**

1. Стандарты в сфере корпоративной социальной ответственности.
2. Отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности.
3. Структура и содержание стандарта социальной ответственности ИСО 26000:2010.

**Темы рефератов:**

1. Принципы корпоративной социальной ответственности.
2. Проблематика корпоративной социальной ответственности.
3. Приоритеты корпоративной социальной ответственности.
4. Международные стандарты социальной ответственности.
5. Добросовестные деловые практики.

## Раздел 2. Ответственность и развитие организации.

### Тема 2.1. Внутренняя корпоративная социальная ответственность.

**Устный опрос по вопросам:**

1. Основные черты внутренней корпоративной социальной ответственности.
2. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
3. Результаты и критерии эффективности реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.

**Темы рефератов:**

1. Подходы и принципы составления социального пакета.
2. Тенденции развития внутренней социальной ответственности в России.
3. Тенденции развития внутренней социальной ответственности за рубежом.

### Тема 2.2. Внешняя корпоративная социальная ответственность.

**Устный опрос по вопросам:**

1. Внешняя корпоративная социальная ответственность.
2. Принципы реализации внешних социальных программ.
3. Образование и корпоративная социальная ответственность.
4. Здравоохранение и корпоративная социальная ответственность.

**Темы рефератов:**

**докладов:**

1. Экология и корпоративная социальная ответственность.
2. Культура и корпоративная социальная ответственность.
3. Главная социальная проблема в регионе
4. Корпоративное волонтерство.

**Тема 2.3. К**орпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации.

**Устный опрос по вопросам:**

1. Факторы устойчивого развития организации.
2. Принципы устойчивого развития для организации.
3. Оценка корпоративной социальной ответственности стекхолдерами.

**Темы рефератов:**

1. Повышение деловой репутации.

Принципы корпоративной социальной ответственности.

2. Процесс формирования корпоративного имиджа.
3. Этика и **к**орпоративная социальная ответственность.

### Тема 2.4. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации.

**Устный опрос по вопросам:**

1. Источники конкурентных преимуществ организации.

2. Корпоративная социальная ответственность как фактор проявления конкурентных преимуществ организации.

3. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации.

**Темы рефератов:**

1. Взаимосвязь внешней среды прямого воздействия и конкурентных преимуществ организации.

2. Взаимосвязь внешней среды косвенного воздействия и конкурентных преимуществ организации.

**Тема 2.5. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности.**

Сущность и содержание эффективности корпоративной социальной ответственности. Социальный отчет организации. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности: результативность, экономичность, целесообразность. Оценка корпоративной социальной активности.

**Устный опрос по вопросам:**

1. Сущность эффективности корпоративной социальной ответственности.
2. Содержание эффективности корпоративной социальной ответственности.
3. Структура и содержание социального отчета организации.

**Темы рефератов:**

1. Оценка результативности корпоративной социальной ответственности.
2. Оценка экономичности корпоративной социальной ответственности.
3. Оценка рациональности и оптимальности корпоративной социальной ответственности.
4. Оценка корпоративной социальной активности.

**2 ЭТАП – УМЕТЬ**

**Раздел 1. Теория и методология корпоративной социальной ответственности.**

**Тема 1.1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности.**

**Задание 1.** Покажите сущность и выделите этапы развития корпоративной социальной ответственности

Проанализируйте три довода в пользу принятия международных трудовых норм, выдвинутые Оуэном в обращении к правительствам европейских стран с предложениями принять международные законы об условиях труда на заводах и фабриках, рудниках и шахтах.

**Задание 2.** Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире.

Как вы понимаете каждое из данных высказываний, есть ли среди них такой тезис, с которым бы Вы согласились, а с которым категорически нет, обоснуйте Ваш ответ.

«Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнес-решение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать, а потому, что это хорошо для нашего бизнеса»

(Н. Фицджеральд, Президент, Unilever);

«С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы»

(Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell);

«Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности»

(Андерс Далвиг, Президент IKEA).

**Тема 1.2. Основы регулирования корпоративной социальной ответственности.**

**Задание 3.** На практике покажите ключевые аспекты корпоративного управления.

Проанализируйте, что гласят принципы структуры управления исходя из того, что интересам корпорации отвечает признание интересов заинтересованных лиц и их вклада в долгосрочный успех корпорации.

**Задание 4.** Рассмотрите основные методики определения уровня корпоративной социальной ответственности

Три группы критериев качественной оценки социальных инвестиций.

Структура отчета GRI на примере корпоративной структуры организации

Основные показатели практики в области использования рабочей силы и обеспечения достойных условий труда на примере корпоративной структуры организации

**Дискуссия в группе**

– «За и против корпоративной социальной ответственности».

– Различия между благотворительностью и социальными инвестициями.

**Раздел 2. Ответственность и развитие организации.**

**Тема 2.1. Внутренняя корпоративная социальная ответственность.**

**Задание 5.** Механизм повышения корпоративной социальной ответственности как фактор эффективности корпоративного управления

Проанализировать возможности проявления социальной ответственности и последствия, к которым она ведет.

Проанализировать развитие социальной ответственности бизнеса в России

Выделить влияние на деятельности компаний социально ответственного бизнеса.

**Тема 2.2. Внешняя корпоративная социальная ответственность.**

**Задание 6.** Программа корпорации Avon«Вместе против рака груди» реализуется на территории нескольких стран мира. Часть средств от продажи косметики и парфюмерии марки Avon перечисляется в фонд, который финансирует медицинские исследования рака груди, а также диагностику и лечение женщин, страдающих этим заболеванием. Какой из принципов внедрения корпоративной социальной ответственности в маркетинговые стратегии прослеживается в вышеописанном примере:

1) реклама должна быть честной и не преувеличивать свойства товаров или услуг;

2) маркетинговые материалы должны быть прозрачны и правдивы;

3) предлагайте специальные этические продукты или услуги;

4) осваивайте производство «зеленых» продуктов.

**Тема 2.3. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации.**

**Задание 7.** Прокомментируйте письменно подход к созданию положительного имиджа, использованный организацией (для одного из нижеследующих примеров). Какого рода преимущества получила компания (например, в продвижении товара на рынок, в увеличении продажи товаров и т.д.)?

1. Nike

Американские подростки стали совершать преступления, чтобы достать денег на кроссовки Nike. Хотя сама компания не была в этом виновата, Nike приняла эту беду близко к сердцу и инициировала партнерство с Boys Clubs of America (BCA). В ходе их совместной кампании Nike жертвовала BCA по 1 тыс. долл. за каждое очко, добытое Майклом Джорда-

ном в игре всех звезд NBA. Деньги пошли на финансирование антикриминальных молодежных программ в городах Америки.

2. Gillette

В поисках новых путей продвижения линии дезодорантов Natural Plus компания GiПette вступила в партнерство с Международным фондом дикой природы (WWF). Компания выделила WWF 100 тыс. фунтов. GiПette предложила своим покупателям помочь делу защиты животных. К каждой упаковке Natural Plus предлагалась майка WWF, приобретая которую, покупатель добавлял WWF 1 фунт. Gillette укрепила свою репутацию заботящейся об экологии компании, к тому же добилась невиданного роста продаж нового продукта.

**Тема 2.4. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации.**

**Задание 8.** Сеть ресторанов быстрого питания McDonalds перешла на упаковочные материалы из небеленой бумаги вторичного производства и тем самым на 30% снизила объем своих твердых отходов.

Какая из составляющих концепции корпоративной социальной ответственности бизнеса реализуется в вышеописанном примере наиболее ярко?

1) милосердие;
2) экология;
3) экономика;
4) социальная сфера;
5) благотворительность.

**Тема 2.5. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности.**

**Задание 9.** Рассмотрите пример проекта социально значимого маркетинга, реализованного дочерней компанией ОАО «Интерсвязь» - ЗАО «Челябинская сотовая связь» в Челябинской области весной 2016 г.

Проект «Областной дом ребенка - «Поможем вместе» по сбору средств для областного Дома ребенка.

Проект реализовывался в течение двух месяцев, при этом любой абонент мог использовать альтернативное подключение по тарифу «Джинс» на 0,5 долларов. К этому вкладу МТС добавляла такую же сумму. В результате Дом ребенка получал с каждого альтернативного подключения 1 доллару.

Другой вариант участия в проекте заключался в том, что участник мог отправить SMS-сообщение на выделенный короткий номер, при этом с его лицевого счета списывалась сумма 0,5 доллара. Такой вариант позволил подключить к проекту уже имеющихся у компании клиентов. Этот вариант оказался более продуктивным, и по этой схеме было собрано больше денег, чем по первой.

По оценкам компании, в проекте приняли участие около 5 тыс. абонентов и было собрано почти 100 тыс. руб. С учетом взноса МТС областной Дом ребенка получил более 120 тыс.руб.

Какие факторы обеспечили успех данного проекта? Выделите минимум три цели, которых добилась компания при реализации данного проекта.

**3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ**

***Вопросы к зачету***

1. Корпоративная социальная ответственность как наука.
2. Уровни социальной ответственности и корпоративной социальной ответственности.
3. Этапы развития концепции корпоративной социальной ответственности.
4. Комплексная модель КСО.

5. Концепции стейкхолдеров.
6. Концепция корпоративного гражданства.
7. Концепция и корпоративной устойчивости.
8. Виды деловой коммуникации.
9. Стандарты и отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности.
10. Современные международные стандарты социальной ответственности.
11. Структура и содержание стандарта социальной ответственности ИСО 26000:2010.
12. Принципы, проблемы и современные приоритеты социальной ответственности.
13. Особенности внутренней корпоративной социальной ответственности.
14. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
15. Результаты реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.
16. Социальный пакет: подходы и принципы составления.
17. Современные тенденции развития внутренней социальной ответственности.
18. Принципы реализации внешних социальных программ.
19. Бизнес и главная социальная проблема современной России.
20. Поддержка образования и науки.
21. Поддержка здравоохранения.
22. Поддержка культуры.
23. Корпоративное волонтерство.
24. Принципы устойчивого развития при реализации корпоративной социальной ответственности для организации.
25. Управление временем.
26. Поглотители времени.
27. Планирование работ с учетом приоритетов.
28. Процесс формирования корпоративного имиджа.
29. Оценка деловой репутации компании со стороны контактных групп.
30. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность.
31. Этика и корпоративная социальная ответственность.
32. Социальный отчет организации.
33. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности.
34. Оценка корпоративной социальной активности.
35. Критерии оценки эффективности корпоративной социальной ответственности.

**Тест для самоконтроля (примерные вопросы итогового тестирования)**
**Тест *(итоговый)***

**1. Социальные инвестиции способствуют:**

а) консолидации общества, гармонизации интересов участников социально-экономического, политического и культурного развития;

б) реализации интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива;

в) улучшению ситуации в социальной сфере и одновременно – росту капитализации бизнеса;

**2. Корпоративная социальная ответственность (КСО) –** это:

а) обеспечение социального развития общества;

б) реализация интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и участия в развитии общества;

в) реализация интересов общества посредством обеспечения социального развития коллектива;

г) развитие потенциала компании (корпорации) посредством участия в развитии общества.

**3. Стейкхолдеры –** это:

а) юридические лица, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения или также оказывающиеся под воздействием этих решений;

б) физические лица, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения;

в) группы влияния, оказывающие существенное влияние на принимаемые решения или оказывающиеся под воздействием этих решений;

**4. Механизм реализации ответственности – это:**

а) совокупность средств обеспечения ответственности в деятельности человека и коллектива;

б) методы обеспечения ответственности в деятельности человека;

в) совокупность форм развития корпорации.

**5. Социальная отчетность –** это:

а) предоставление информации социуму о деятельности компании и верификацию показателей;

б) предоставление информации о социальной деятельности компании, предполагающая верификацию показателей внешним социальным аудитом;

в) формализованная процедура предоставления информации о производственной и социальной деятельности компании.

**6. Социальный аудит –** это:

а) оценка группами влияния результатов социальной политики, социальных программ и проектов корпорации, в соответствии с международными стандартами КСО;

б) оценка группами влияния результатов корпоративной политики компании, выраженная в результатах обсуждения финансовых отчетов;

в) оценка группами влияния результатов деятельности корпорации.

**7. Социальное партнерство способствует:**

а) предоставлению информации социуму о деятельности компании и верификацию показателей;

б) реализации интересов компании (корпорации) посредством обеспечения социального развития ее коллектива и участия в развитии общества;

в) консолидации общества, гармонизации интересов участников социально-экономического, политического и культурного развития.

**8. Корпоративное гражданство –** это:

а) социальное развитие коллектива организации;

б) форма социально ответственного поведения бизнеса;

в) формирование и развитие гражданского общества.

**9. К социальным индикаторам КСО относятся:**

а) медицинское страхование и уровень травматизма на производстве;

б) взаимодействие с органами власти в области общественно значимых задач;

в) все перечисленное.

**10. К видам социального маркетинга относятся:**

а) стимулирование продаж;

б) распродажи;

в) рекламные акции.

**11. Этический кодекс – это:**

а) совокупность моральных принципов;

б) правила поведения, соответствующие корпоративной культуре;

г) свод нравственных норм, предписываемых к исполнению работниками.

**12. Эффективность социальных инвестиций – это:**

а) степень реализации бизнеса;

б) степень реализации финансовых программ;

в) степень решения реальных социальных проблем, в максимально реализующая ожидания персонала, общества и бизнеса.

**13. Отличительные черты корпоративной формы управления:**

а) ограниченная ответственность акционеров за результаты деятельности и обособленное управление корпорацией от ее владельцев;

б) зависимое управление корпорацией от ее владельцев;

в) полная ответственность акционеров за результаты деятельности.

**14. В типологию ответственности (типы ответственности) входят:**

а) этическая; философская;

б) экономическая; социально-психологическая; организационная;

в) моральная, иерархическая;

**15. К принципам реализации системы КСО относятся:**

а) дифференциация, закрытость, статика;

б) скрытость, одноуровневость;

в) системность, интегрированность, подотчетность, открытость, многоуровневость.

**16. Субъект КСО –** это:

а) организация, выполняющая различные корпоративные обязательства;

б) социально ориентированная организация;

в) организация, выполняющая различные социальные роли.

**17. Корпоративный имидж – это:**

а) устойчивые символически выраженные представления о компании у различных групп общественности;

б) устойчивые символически выраженные представления о компании, и ее деятельности у руководства;

в) устойчивые символически выраженные представления о компании, и ее деятельности у членов организации.

**18. Социальная ответственность в системе управления корпорацией возрастает по мере:**

а) роста авторитета и уровня квалификации;

б) уровня развития моральных представлений менеджмента;

в) административного роста и уровня компетенции персонала.

**19. Группы компаний, реализующих свою социальную ответственность:**

а) в рамках своей основной деятельности, в ближайшем окружении (со стейкхолдерами), в рамках всего общества;

б) в рамках своей основной деятельности и в ближайшем окружении (со стейкхолдерами);

в) в рамках благотворительной деятельности и социального партнерства.

**20. Взаимовыгодное сотрудничество, построенное на реализации совместных проектов, поддержка на возмездной основе — это:**

а) корпоративный имидж;

б) спонсорство;

в) социальное партнерство.

**21. Нулевая деловая репутация (гудвилл) свойственна:**

а) стоимость компании выше стоимости активов;

б) компании, только вышедшей на рынок;

в) стоимость компании ниже стоимости активов.

**22. Обязательным условием формирования социальной ответственности в системе управления корпорацией является:**

а) самоокупаемость всех социальных мероприятий организацией внутри ее;

б) самоокупаемость всех социальных мероприятий организацией вне ее;

в) самоокупаемость всех социальных мероприятий организацией как внутри, так и вне ее;

**23. К группам стимулирования добровольчества относятся:**

а) информационное, последовательное;

б) теоретическое;

в) практическое, информационное, привилегированное.

**24. Если добровольцам предоставляется возможность участвовать в образовательных программах организации на бесплатной или льготной основе, то – это:**

а) практическое стимулирование социальной ответственности;

б) социальное партнерство;

в) корпоративный имидж;

**25. В систему показателей оценки КСО входят следующие группы:**

а) стратегия организации, особенности деятельности, спонсорский имидж;

б) текущее состояние организации, устойчивое развитие системы, специфика деятельности в социальной сфере;

в) взаимодействие с государством.

**26. Набор программных, творческих, юридических и финансовых документов, демонстрирующих эффект спонсируемого мероприятия – это:**

а) спонсорский имидж;

б) спонсорский пакет;

в) спонсорская реклама;

**27. Физические лица, оказывающие регулярную организационную и материальную поддержку на безвозмездной и долгосрочной основе в общеполезных целях – это:**

а) благотворители;

б) спонсоры;

в) попечители;

**28. Стандарт оценки отчетности организации по показателям ее устойчивого развития, оценки лежащих в его основе процессов, систем, и уровня компетентности – это:**

а) стандарт верификации AA1000;

б) стандарт МОТ (международной организации труда).

в) стандарт ISO 26000.

**29. Набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующий этический кодекс для каждого сотрудника – это:**

а) карта этики;

б) этическая экспертиза;

в) правила делового общения.

**30. Организация, которая не рассматривает получение прибыли как первостепенную цель своей деятельности – это:**

а) некоммерческая организация;

б) благотворители;

в) спонсоры;

**31. Источники конкурентных преимуществ организации включают:**

а) явления и процессы внешнего окружения организации, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации;

б) явления и процессы внутренней среды организации и ее внешнего окружения, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации;

в) явления и процессы внутренней среды организации, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации.

**32. Долгосрочная антикризисная стратегия, позволяющая сформировать конкурентное преимущество на основе социально ответственного поведения – это:**

а) полноценная стратегия устойчивого роста;

б) полноценная стратегия интеграции;

в) полноценная стратегия устойчивого развития.

**33. К типам взаимодействий в системе КСО относятся:**

а) иерархическое сотрудничество, корпоративное, конкурентное;

б) функциональное иерархическое, конкурентное, избирательное, рациональное;

в) равноправное сотрудничество, корпоративное, функциональное иерархическое и конкурентное.

**34. Стандарт по составлению корпоративных отчетов для стейкхолдеров – это:**

а) саншайн;

б) GRI (глобальная инициатива по отчетности);

в) AA 1000 (отчетность для прозрачности – стандарт верификации);

**35. Физические и юридические лица, оказывающие добровольную бескорыстную поддержку организации – это:**

а) волонтеры;

б) спонсоры;

в) благотворители;

**36. Фандрайзинг – это:**

а) направление менеджмента, нацеленное на привлечение внутренних источников финансирования для развития преимущественно коммерческой деятельности;

б) направление менеджмента, нацеленное на привлечение внешних источников финансирования для развития преимущественно некоммерческой деятельности;

в) направление менеджмента, нацеленное на привлечение внешних источников финансирования для развития преимущественно коммерческой деятельности.

**37. Социально ответственная деятельность, направленная одновременно на получение положительных эффектов во внешней среде и в самой организации – это:**

а) третий уровень социальной ответственности;

б) второй уровень социальной ответственности благотворители;

в) первый уровень социальной ответственности попечители.

**38. Если в каждой области корпоративной социальной ответственности менеджеры, обязаны использовать имеющуюся у них свободу выбора для достижения социально-ответственных результатов, то это:**

а) институциональный принцип легитимности КСО;

б) организационный принцип публично-правовой ответственности КСО;

в) индивидуальный принцип свободы управленческого выбора КСО.

**39. Направления внутренней социальной ответственности:**

а) меры социальной защиты сотрудников; развитие человеческого капитала; выявление и учет интересов работников; проведение социально ответственной реструктуризации;

б) привлечение внешних источников финансирования для развития преимущественно коммерческой деятельности;

в) оценка группами влияния результатов деятельности корпорации.

**40. Граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда – это:**

а) спонсоры;

б) благотворители;

в) волонтеры.

**41. Социальный пакет – это:**

а) вознаграждение за труд, которое получает работник компании;

б) вознаграждение за труд, которое получает работник компании помимо зарплаты;

в) вознаграждение за труд, которое получает работник компании вместо зарплаты.

**42. Денежные выплаты, выделяемые на реализацию конкретных проектов с обязательной последующей отчетностью в установленные сроки – это:**

а) премия;

б) зараплата;

в) грант;

**43. Корпоративный кодекс – это:**

а) формальное изложение ценностей и принципов деловых отношений компкний, поставщиков и бизнес-партнеров;

б) устойчивые символически выраженные представления о компании, и ее деятельности у различных групп общественности;

в) правила поведения, соответствующие общей культуре.

**44. Символически выраженный комплекс информации о товаре, компании. Нематериальный актив, рыночная стоимость которого обусловлена соответствующими имиджем и репутацией – это:**

а) имидж;

б) презентация;

в) бренд.

**45. Добровольно осуществляемая компанией деятельность по охране природы, развитию персонала, созданию благоприятных условий труда, поддержке местного сообщества, благотворительная, спонсорская деятельность и добросовестная деловая практика – это:**

а) социальный пакет;

б) социальная программа;

в) социальный аудит;

**46. Частный фонд – это:**

а) это благотворительный фонд, основанный по желанию и на средства частного лица, выделившего свое состояние (часть) на благотворительные цели;

б) направление менеджмента, нацеленное на привлечение внешних источников финансирования для развития преимущественно некоммерческой деятельности;

*в) д*енежные выплаты, выделяемые на реализацию конкретных проектов с обязательной последующей отчетностью в установленные сроки.

**47. Стандарт ISO 26000:2010 определят основные направления деятельности для социальной ответственности:**

а) нематериальный актив, рыночная стоимость которого обусловлена соответствующими имиджем и репутацией;

б) ценности и принципы деловых отношений компаний, поставщиков и бизнес-партнеров;

в) социальный пакет; организационное управление; права человека; трудовые практики; окружающая среда; добросовестные деловые практики; проблемы, связанные с потребителями; участие в жизни сообществ и их развитие.

**48. Устойчивое развитие – это:**

а) такие преобразования, которые удовлетворяют потребности настоящего времени;

б) преобразования, удовлетворяющие потребности настоящего времени и не ставящие под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности;

в) такие преобразования, которые не ставят под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности.

**49. Укажите правильную последовательность процесса формирования корпоративного имиджа:**

а) корпоративная миссия, корпоративная индивидуальность, корпоративная идентичность, корпоративный имидж;

б) корпоративная индивидуальность, корпоративная миссия, корпоративная идентичность, корпоративный имидж;

в) корпоративная идентичность, корпоративная миссия, корпоративная индивидуальность, корпоративный имидж;

**50. Количественная мера стоимости компании – стоимостная оценка набора активов, которая может быть определена только в результате продажи всей совокупности активов в виде разницы между рыночной ценой компании и балансовой стоимостью ее активов – это:**

а) балансовая стоимость;

б) оценочная стоимость;

в) гудвилл.

**51. Управление временем (тайм-менеджмент) – это:**

а) определение приоритетов;

б) целенаправленное воздействие на использование временного ресурса;

в) организация учета временных затрат.

**52. Планирование – это:**

а) распределение ресурсов по задачам для достижения целей организации;

б) прогноз результатов работы;

в) целенаправленное воздействие на использование ресурсов.

**53. Приоритет – это:**

а) определение и ранжирование событий по важности;

б) последовательность событий;

в) организация учета временных затрат.

**54. Преобразования, удовлетворяющие потребности настоящего времени и способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности – это:**

а) устойчивое развитие;

б) функционирование;

в) кризис производства.

**55. Социально ответственная деятельность, направленная одновременно на получение положительных эффектов во внешней среде и в самой организации – это:**

а) первый уровень социальной ответственности;

б) второй уровень социальной ответственности;

в) третий уровень социальной ответственности.

**56. КСО, реализуемая с помощью инвестиций, которые направлены внутрь организации — это:**

а) внешняя корпоративная социальная ответственность;

б) внутренняя корпоративная социальная ответственность;

в) комбинированная корпоративная социальная ответственность.

**57. Концепция устойчивого — это взаимосвязанные, взаимозависимые и взаимоподчиненные области единого целого:**

а) этическая, производственная, управленческая;

б) экономическая, социальная и экологическая;

в) организационная, маркетинговая, транспортная.

**58. Если ответственность базируется на социально-психологических нормах деятельности человека и коллектива: этике взаимоотношений, чувстве долга, патриотизме, взаимоуважении, дисциплине, то — это:**

**а)** социально-психологическая ответственность;

б) экономическая ответственность;

в) организационная ответственность.

**59. Функция, заключающаяся в правильном распределении задач, полномочий, ответственности и ресурсов между исполнителями и обеспечение их совместной работы – это:**

а) планирование;

б) целеполагание;

в) организация.

**60. Устойчивость развития организации** — ***это*:**

а) способность сохранить позитивные тенденции изменений в условиях неустойчивости внешней среды, обостряющейся конкуренции и неопределенности ситуаций;

б) способность сохранить позитивные тенденции изменений в условиях устойчивости внешней среды;

в) способность сохранить позитивные тенденции изменений в условиях отсутствия конкуренции.

**61. Время от момента зарождения организации до ее ликвидации — это:**

а) создание организации;

б) кризис организации;

в) жизненный цикл организации.

**62. Если ответственность выражается в определенной организационной форме: выговор, отстранение от должности, изменение организационного статуса, увольнение, то — это:**

**а)** социально-психологическая ответственность;

б) организационная ответственность;

в) экономическая ответственность.

**63. Обеспечение согласованности действий всех звеньев управления и поддержание устойчивого режима работы организации — это:**

а) координация;

б) целеполагание;

в) планирование.

**64. Тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном сочетании различных источников власти и направленный на побуждение людей к достижению целей — это:**

а) власть;

б) лидерство;

в) управление.

**65. Факторы устойчивого развития — это:**

а) управляемые силы, которые оказывают воздействие на устойчивость организации во внешней и внутренней среде;

б) управляемые силы, которые оказывают воздействие на устойчивость организации во внутренней среде;

в) управляемые силы, которые оказывают воздействие на устойчивость организации во внешней среде.

**66. А*ктивизация деятельности персонала и побуждение его к эффективному труду для достижения целей организации* — это:**

а) мотивация;

б) целеполагание;

в) организация.

**67. Способность, право и возможность распоряжаться кем-либо, оказывать влияние на поведение других людей для достижения целей организации — это:**

а) власть;

б) организация;

в) лидерство.

**68. Совокупность людей, которые воспринимают себя членов с некоторой общей целью, организационно оформлены в ней — это:**

а) система;

б) организация;

в) рабочая группа.

**69. Если ответственность выражается в убытках, упущенной выгоде, нецелевом использовании экономических средств, низкой экономической эффективности, высоких издержках, то — это:**

**а)** социально-психологическая ответственность;

б) экономическая ответственность;

в) организационная ответственность.

**70. Принцип системности мышления в концепции устойчивого развития означает:**

а) раздельное решение социальной, экономической и экологической проблем;

б) решение социальной, экономической и экологической проблем в комплексе с учетом их взаимодействия;

в) решение социальной, экономической и экологической проблем последовательно.

**71. Оценивание результатов труда в организации и формирование на их основе соответствующих выводов и решений – это:**

а) мотивация;

б) целеполагание;

в) контроль.

**72. В концепции устойчивого развития организация рассматривается как:**

а) морально-производственно-управленческая система;

б) организационно-транспортно-маркетинговая система;

в) социо-эколого-экономическая система.

**73. Главная социальная проблема России по мнению бизнеса:**

а) высокий уровень бедности населения;

б) экология;

в) проблемы молодежи.

**74. Волонтеры — это:**

а) граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме возмездного труда;

б) граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда;

в) граждане, осуществляющие трудовую деятельность.

**75. КСО, реализуемая с помощью инвестиций, которые направлены во внешнюю среду организации — это:**

а) внешняя корпоративная социальная ответственность;

б) внутренняя корпоративная социальная ответственность;

в) комплексная корпоративная социальная ответственность.

# 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## 1 ЭТАП – ЗНАТЬ

**Задание на реферативное изложение материала по теме**

***Подготовка рефератов:***

Написание реферата является обязательным элементом самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины «Корпоративной социальной ответственности».

Реферат – это письменный текст, значительный по объёму, представляющий собой публичное развёрнутое, глубокое изложение определённой темы. Это самостоятельная исследовательская работа, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды не нее. Содержание доклада должно быть логичным; изложение материала носит проблемно-тематический характер.

Цель написания реферата:

- продемонстрировать необходимые компетенции по дисциплине «Корпоративной социальной ответственности».
- продемонстрировать общий уровень владения основами исследовательской деятельности, устного и письменного общения;
- продемонстрировать сформированность операций мышления.

Этапы подготовки реферата:

1. Определение цели и составление плана реферата.
2. Подбор необходимого материала содержания реферата.
4. Композиционное оформление реферата.
5. Подготовка тезисов выступления.
6. «Розыгрыш доклада», т.е. произнесение доклада с соответствующей интонацией, мимикой, жестами.

Структура реферата:

1. Ключевые слова.
1. Аннотация содержания (2-3 предложения).
2. Введение (не более 2 страниц). Во введении необходимо обосновать актуальность темы, очертить область исследования (объект и предмет), основные цели и задачи исследования, сформулировать гипотезу, методологическую и методическую основу.
3. Основная часть состоит из 2-3 разделов. В них раскрывается суть исследуемой проблемы, проводится обзор литературы, дается характеристика степени разработанности проблемы и авторская аналитическая оценка основных теоретических подходов и авторская идея к ее решению.
4. Заключение (1-2 страницы). В заключении кратко излагаются выводы, а также предполагаемые научные результаты и прогнозы.
5. Библиографический список (от 5 до 10 источников) в алфавитном порядке. В данный список рекомендуется включать работы отечественных и зарубежных авторов, в том числе статьи, опубликованные в научных журналах в течение последних 3-х лет.
6. Приложение (при необходимости).

Реферат должен сопровождаться мультимедийной презентацией наглядно демонстрирующей визуальные (аудио, видео, графические) материалы, освоенные в ходе самостоятельной работы.

*Требования к оформлению реферата:*

- текст на формате А4, с одной стороны листа;
- шрифт Times New Roman;

- кегль шрифта 14;
- межстрочное расстояние 1,5;
- поля: сверху 2 см, снизу - 2 см, слева - 3 см, справа 1,5 см;
- реферат должен быть представлен в сброшюрованном виде;
- формат абзаца текста должен быть выровнен «по ширине» положения на странице. Абзацный отступ первой строки каждого абзаца должен быть равен 1,25 см;
- номер страницы проставляется арабскими цифрами в центре верхней части листа без точки, начиная с введения (3 страница). На титульном листе и на Содержании страница не ставится;
- •титульный лист оформляется в соответствии с образцом оформления реферата, курсовой работы, выпускной квалификационной работы, принятым в ЧОУВО МИДиС (http://portal.rbiu.ru/company/personal/user/7795/files/lib/).

*Критерии оценивания работы реферата*

| Оценка | Правильность (ошибочность) выполнения задания |
|---|---|
| «зачтено» | Содержание реферата соответствует теме;<br>Правильное использования источников литературы;<br>Соответствие оформления реферата стандартом;<br>Знание учащимся изложенного в реферате материала (для ответа на устные вопросы);<br>Умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы в тексте и устно;<br>Тезисы и предположения аргументированы, сделаны выводы и умозаключения;<br>В тексте отражено умение анализировать фактический материал и исторические и культурные факты. |
| «не зачтено» | Тема реферата раскрыта недостаточно полно;<br>Отсутствует библиографический список;<br>Тезисы и предположения не аргументированы, не сделаны выводы и умозаключения;<br>В тексте отсутствует фактологический анализ;<br>Ответы на устные вопросы не отражают умение грамотно и аргументировано изложить суть реферата. |

**Создание презентаций на заданную тему**

*Общие требования к презентации:*

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый слайд – титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, автора, номер учебной группы;

Второй слайд – содержание, где представлены основные вопросы, разобранные в ходе изучения темы. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

В структуре презентации необходимо использовать: графическую и анимационную информацию: видео и аудио фрагменты, таблицы, диаграммы и т.д.

Последний слайд демонстрирует список ссылок на используемые информационные ресурсы.

*Критерии оценивания презентаций*

| Параметры оценивания презентации | Выставляемая оценка (балл) от 1 до 3 |
|---|---|
| Связь презентации с темой реферата. | |
| Содержание презентации выбранной теме | |
| Заключение презентации (выводы) | |

| | |
|---|---|
| Графическая информация (иллюстрации, графики, таблицы, диаграммы и т.д | |
| Анимационные эффекты (видео и аудио фрагменты, динамичная инфографика и | |
| Итого баллов: | |

На каждый представленный параметр заполняется таблица оценивания, где по каждому из критериев присваиваются баллы от 1 до 3, что соответствует определённым уровням развития компетентности: 1 балл – это низкий уровень; 2 балла – это средний уровень; 3 балла – высокий уровень. Определение уровня компетентности:

| Количество набранных баллов за представленную презентацию | Уровни | Оценка |
|---|---|---|
| от 12 до 15 | Высокий уровень | отлично |
| от 8 до 11 | Средний уровень | хорошо |
| от 5 до 8 | Низкий уровень | удовлетворительно |
| до 5 | - | Неудовлетворительно |

**Уровень сформированности компетенций на 1 этапе – Знать**

*Неудовлетворительный (Предпороговый)*

полнота и глубина знаний 00-29%;

*Удовлетворительный (Пороговый, минимальный)*

полнота и глубина знаний 30-59%;

*Хороший (Средний)*

полнота и глубина знаний 60-79%;

*Отличный (Высокий)*

полнота и глубина знаний более 80%;

**2 ЭТАП – УМЕТЬ**

При выполнении заданий (решение практических ситуаций) и их оценке следует учитывать три основных позиции:

1. Полнота формирования умения в соответствие с компетенцией.
2. Глубина формирования умения в соответствие с компетенцией.
3. Форма представления и обоснованность решения задания (решения практической ситуации).

*Критерии оценивания решения заданий (решение практических ситуаций)*

| Оценка | Правильность (ошибочность) выполнения задания |
|---|---|
| «Отлично» | Идентификация, анализ и ранжирование ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции корпоративной социальной ответственности выполнено с показателями: полнота и глубина умений более 80%.<br>Найденное организационно- управленческое решение и оценка его влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений более 80%. |
| «Хорошо» | Идентификация, анализ и ранжирование ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции корпоративной социальной ответственности выполнено с показателями: полнота и глубина умений 60-79%.<br>Найденное организационно- управленческое решение и оценка его |

| | |
|---|---|
| | влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений 60-79%.<br>Допущены незначительные ошибки, не приводящие к невыполнению задания. |
| «Удовлетворительно» | Идентификация, анализ и ранжирование ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции корпоративной социальной ответственности выполнено с показателями: полнота и глубина умений менее 29%.<br>Найденное организационно-управленческое решение и оценка его влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений 29%.<br>Допущены ошибки, позволяющие выполнить задание. |
| «Неудовлетворительно» | Идентификация, анализ и ранжирование ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции корпоративной социальной ответственности выполнено с показателями: полнота и глубина умений 30-59%.<br>Найденное организационно-управленческое решение и оценка его влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений 30-59%.<br>Допущены существенные ошибки, непозволяющие выполнить задание. |

**Уровень сформированности компетенций на 2 этапе – Уметь**

*Неудовлетворительный (Предпороговый)*
полнота и глубина умений 00-29%;
*Удовлетворительный (Пороговый)*
полнота и глубина умений 30-59%;
*Хороший (Средний)*
полнота и глубина умений 60-79%;
*Отличный (Высокий)*
полнота и глубина умений более 80%;

**3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ**

**Зачет по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»**

Критерии оценивания знаний на зачете
Оценка выставляется методом рейтинга на трех этапах

| Параметры оценки | Этап обучения | | |
|---|---|---|---|
| | 1 этап – Знать | 2 этап – Уметь | 3 этап – Владеть |
| Коэффициент | 1,0 | 1,5 | 2,0 |
| Формула оценивания этапа | Оц *1,0 | Оц *1,5 | Оц *2,0 |
| Формула оценивания по дисциплине | Оц (дисц)= $\frac{\text{Оц *1,0+ Оц *1,5+ Оц *2,0}}{3,5}$ | | |

**Уровень сформированности компетенций на 3 этапе – Владеть**
*Неудовлетворительный (Предпороговый)*

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля непозволяет репродуктивно самостоятельно, удовлетворительно выполнять деятельность по решению задач на 00-29%.

*Удовлетворительный (Пороговый, минимальный)*

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля позволяет репродуктивно самостоятельно, удовлетворительно выполнять деятельность по решению задач 30-59%.

*Хороший (Средний)*

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля позволяет репродуктивно самостоятельно, хорошо выполнять деятельность по решению задач 60-79%.

уровень самоконтроля позволяет самостоятельно, продуктивно выполнять деятельность.

*Отличный (Высокий)*

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля позволяет репродуктивно самостоятельно, отлично выполнять деятельность по решению задач более 80%.

**Тест для самоконтроля (примерные вопросы итогового тестирования)**

*Критерии оценивания теста*

Полная вервия тестовых вопросов содержится в электронно-информационной системе вуза. Студенты проходят тестирование компьютерном классе Оценка успешности прохождения теста отпределяется следующей сеткой: от 0% до 29% – «неудовлетворительно», от 30% до 59% – «удовлетворительно»; 60% – 79 % – «хорошо»; 80% -100% – «отлично».