

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.04.2025 17:00:29  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

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

Кафедра экономики и управления

**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 международном гостиничном бизнесе  
Квалификация выпускника: Бакалавр

Автор-составитель: Львов Л. В.

## 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.....	18

## 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	<p><i>1 Этап – Знать:</i> УК-3.1. Типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия</p> <p><i>2 Этап – Уметь:</i> 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</p>

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

## 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	<p><i>1 Этап – Знать:</i> УК-3.1. Типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия</p>	Критерии оценивания знаний на зачете в разделе 4 данного документа (стр. 23)
			<p><i>2 Этап – Уметь:</i> 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</p>	
			<p><i>3 Этап–Владеть:</i> УК-3.3. Навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем</p>	

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

### 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. Здоровоохранение 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. Корпоративная 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 стейкхолдерами.

**Темы рефератов:**

1. Повышение деловой репутации.
- Принципы корпоративной социальной ответственности.
2. Процесс формирования корпоративного имиджа.
3. Этика и корпоративная 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 ИКЕА).

## **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 Джорданом 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 Gillette вступила в партнерство с Международным фондом дикой природы (WWF). Компания

выделила WWF 100 тыс. фунтов. Gillette 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) компаний, только вышедшей на рынок;
- в) стоимость компании ниже стоимости активов.

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

- а) самокупаемость всех социальных мероприятий организацией внутри ее;
- б) самокупаемость всех социальных мероприятий организацией вне ее;
- в) самокупаемость 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 общепользовательных 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 MOT (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) зарплата;
- в) грант;

**43. Корпоративный кодекс – это:**

- а) формальное изложение ценностей и принципов деловых отношений компаний, 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) денежные выплаты, выделяемые на реализацию конкретных проектов с обязательной последующей отчетностью в установленные сроки.

**47. Стандарт ISO 26000:2010 определяют 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. Активизация 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 на 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; Правильное использования источников литературы; Соответствие оформления реферата стандартом; Знание учащимся изложенного в реферате материала (для ответа на устные вопросы); Умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы в тексте и устно; Тезисы и предположения аргументированы, сделаны выводы и умозаключения; В тексте отражено умение анализировать фактический материал и исторические и культурные факты.

«не зачтено»	Тема реферата раскрыта недостаточно полно; Отсутствует библиографический список; Тезисы и предположения не аргументированы, не сделаны выводы и умозаключения; В тексте отсутствует фактологический анализ; 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 соответствии с компетенцией.
2. Глубина формирования умения в соответствии 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%. 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%. 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%. 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%. Найденное организационно-управленческое решение и оценка его влияния на организацию и корпоративную социальную ответственность обосновано и выполнено с показателями: полнота и глубина умений 29%. 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%. 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%. Допущены существенные ошибки, не позволяющие 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)= $\frac{\text{Оц} * 1,0 + \text{Оц} * 1,5 + \text{Оц} * 2,0}{3,5}$		

#### Уровень сформированности компетенций на 3 этапе – Владеть

*Неудовлетворительный (Предпороговый)*

уровень выполнения алгоритма и самоконтроля не позволяет 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 определяется следующей сеткой: от 0% до 29% – «неудовлетворительно», от 30% до 59% – «удовлетворительно»; 60% – 79 % – «хорошо»; 80% -100% – «отлично».