

## **АННОТАЦИЯ**

### **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Корпоративное управление»**

Учебный курс «Корпоративное управление» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина «Корпоративное управление» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (Б1В10)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 часов), практические работы (36 часов), самостоятельная работа студентов (54 часа, в том числе на подготовку к экзамену 54 часа). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Корпоративная социальная» основывается на знания, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Управление изменениями и рисками», «Экономическое мышление», «Правоведение», «Основы менеджмента», «Теория организации и организационное поведение», «Основы управления персоналом», «Предпринимательство» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Инновационный менеджмент», «Технологическое и интернет-предпринимательство», «Производственный менеджмент», «Инструменты и методы эффективного управления», а также к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины состоит из пяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Понятие, сущность и содержание корпоративной и социальной ответственности. Особенности развития корпоративной и социальной ответственности в России и за рубежом. Функции и принципы корпоративной и социальной ответственности. Основные концепции и подходы к КСО. Социальная бизнеса – экономические, политические, экологические, социальные аспекты. Теории корпоративной социальной

ответственности: теория корпоративного эгоизма (М. Фридмен), теория корпоративного альтруизма, теория разумного эгоизма, теория социально-ответственного поведения.

Социально-ответственное поведение как основа развития современной компании. Человеческий капитал (Г.Беккер), инвестиции в человеческий капитал, человеческие ресурсы. Основная и периферийная рабочая сила — доступ к социальным гарантиям. Социальное доверие (Ф.Фукуяма). Социальный капитал. Нематериальные активы предприятия. Теория заинтересованных сторон (стейкхолдеров). Понятие социального менеджмента. Неоклассические, менеджералистские и государственноческие интерпретации социальной ответственности. Социальное партнёрство.

2. Основы теории принятия корпоративных и социальных решений. Социальная значимость принимаемых решений. Расчёт экономических и социально – экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на основе типовых методик и действующей нормативно – правовой базы. Диверсификация ответственности. Зоны риска ответственности. Распределение рисков ответственности.

3. Анализ, инструменты и направления развития корпоративной и социальной ответственности. Построение системы корпоративной социальной ответственности. Регуляторы корпоративного и социального развития предприятий. Качественный анализ и отчетность, и независимое подтверждение. Оценка корпоративной и социальной ответственности.

4. Корпоративная социальная и социально-трудовые отношения. Социальное партнерство и международное регулирование социально-трудовых отношений. Корпоративная социальная и социальная защита занятого населения. Влияние государства на объем и направленность социальных инвестиций предприятий.

Этические стандарты и поведение в организации. Технологии разработки этических стандартов: содержание, виды и основные этапы. Кодексы корпоративной социальной ответственности. Принципы разработки

и механизмы формирования приверженности. Проблемы этики бизнеса на международном уровне в условиях глобализации.

5. Компетентность руководителей в сфере формирования и развития корпоративной социальной ответственности. Личная социальная и корпоративная социальная ответственности. Технологии управления персоналом в контексте повышения корпоративной социальной ответственности. Способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий

Природа корпоративного имиджа. Внутренний и внешний имидж. Процесс создания имиджа. Позиционирование организации в социальном пространстве. Имидж организации. Доверие, репутация, солидарность. Формирование специфической корпоративной культуры.

**Цель** – Получение студентами теоретических знаний в области корпоративной и социальной ответственности и аспектов практического использования в процессе управления компанией, а также для построения эффективного взаимодействия бизнеса и общества.

**Задачи:**

- усвоение современных теоретических представлений о корпоративной социальной ответственности бизнеса, факторах и условиях, обеспечивающих эффективное формирование и управление корпоративной социальной ю;
- овладение основами методологии и методики в области корпоративного социального учета, аудита и отчетности;
- приобретение базовых навыков практической работы в области развития и управления корпоративной социальной ю.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает	сущность и основные понятия операционного менеджмента
	Умеет	проектировать оперирующую (производственную) подсистему организации, разрабатывать операционную стратегию и тактику организации, оценивать эффективность их реализации
	Владеет	методами планирования и организации производственных процессов (операций) во времени и пространстве
ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знает	модели поведения экономических агентов и рынков; основные элементы процесса стратегического управления; альтернативы стратегий развития, современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации; методы анализа внешней и внутренней среды организации.
	Умеет	осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; выбирать модель поведения организации, адекватную целям составу внешней среды.
	Владеет	навыками разработки стратегического управленческого решения в условиях изменяющейся внешней и внутренней среды организации; методами стратегического анализа организации и ее окружения; методами разработки и реализации стратегии; методами оценки эффективности стратегического развития
ПК-7 способностью комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации	Знает	основные методики решения стратегических и тактических задач управления организации
	Умеет	комплексно использовать инструменты проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации
	Владеет	практическими навыками проектного и процессного менеджмента

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Корпоративная и социальная» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: анализ конкретных учебных ситуаций (метод кейсов), семинары-дискуссии, групповые упражнения в форме индивидуальной

работы студентов или работы студентов в малых группах.