

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кафедра філософії

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Декан факультету бізнес-технологій  
та економіки  
Олена ВАСИЛЬЄВА  
«20» 2024 року



ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток  
(шифр за відповідною освітньою програмою та назва навчальної дисципліни)

освітня програма Маркетинг  
(назва освітньої програми)  
спеціальність 075 Маркетинг  
(код і назва спеціальності)  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
(шифр і назва)  
ступінь вищої освіти магістр  
(назва ступеня вищої освіти)

2024 р.

Програма з дисципліни \_\_\_\_\_ «Соціальна відповідальність та сталий розвиток» \_\_\_\_\_

спеціальності \_\_\_\_\_ 075 – Маркетинг \_\_\_\_\_  
(код і найменування спеціальності)

освітня програма (спеціалізація) \_\_\_\_\_ Маркетинг \_\_\_\_\_  
(назва освітньої програми (спеціалізації))

Розробники: д-р філос. наук, проф. Бондаренко О.В., канд. філос. наук,  
доц. Ємельяненко Є.О.  
(вказати авторів, їх посади, наукові ступені та вчені звання)

Програма погоджена:

Завідувач кафедри філософії



(Ольга БОНДАРЕНКО)  
(ім'я прізвище)

«27» 08 2024 року

Гарант освітньої програми



(Владислава ЛИФАР)  
(ім'я прізвище)

«27» 08 2024 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету бізнес-економіки та управління \_\_\_\_\_

Протокол від «29» серпня 2024 року, № 2 \_\_\_\_\_

Голова науково-методичної комісії

 (Олена ВАСИЛЬЄВА)  
(ім'я прізвище)

«29» серпня 2024 року

## 1.Опис навчальної дисципліни

### Загальна характеристика

| <b>Обов'язковий освітній компонент</b> |                                  |
|----------------------------------------|----------------------------------|
| Рівень вищої освіти                    | Другий (магістерський) рівень    |
| Ступінь вищої освіти                   | магістр                          |
| Галузь знань                           | 07 Управління та адміністрування |
| Спеціальність                          | 075 Маркетинг                    |
| Обмеження щодо форм навчання           | Без обмежень                     |

| Найменування показників                      | Характеристика навчальної дисципліни |                       |
|----------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
|                                              | денна форма навчання                 | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів                           | 3                                    |                       |
| Модулів                                      | 2                                    | -                     |
| Змістових модулів                            | 2                                    | -                     |
| Семестр                                      | 1                                    | 1                     |
| Загальна кількість годин                     | 90                                   |                       |
| з них аудиторних:                            | 30                                   | 6                     |
| <i>лекції</i>                                | 26                                   | 6                     |
| <i>практичні</i>                             | -                                    | -                     |
| <i>лабораторні</i>                           | -                                    | -                     |
| <i>семінарські</i>                           | 12                                   | 2                     |
| з них самостійної роботи:                    | 52                                   | 82                    |
| Занять на тиждень                            | 1,5                                  | 6                     |
| Індивідуальні завдання                       |                                      |                       |
| Форма контролю                               | екзамен                              |                       |
| Курсова робота (проект)<br>(загальний обсяг) | -                                    |                       |

## 2. Мета навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів фундаментальних знань теорії та практики соціальної відповідальності і відповідних професійних компетенцій.

### 3. Завдання вивчення дисципліни

Основне завдання навчальної дисципліни вивчення теоретичних положень та організаційно-практичних аспектів формування й розвитку соціальної відповідальності як сучасного суспільного феномену зі взаємодії держави, бізнесу, суспільства і людини задля сталого розвитку суспільства; вивчення дисципліни передбачає ознайомлення студентів-магістрів із основними теоріями й розмаїттям проблем сучасних світової економіки і бізнесу в аспекті їх відповідальності перед людиною та суспільством.

### 4. Пререквізити і постреквізити навчальної дисципліни

Пререквізити: вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність та сталий розвиток» спирається та є продовженням, перш за все, дисциплін соціально-гуманітарного циклу, що вивчаються студентами першого освітнього ступеня вищої освіти (бакалаврату), а також спирається на знання з менеджменту та економіки підприємства.

Постреквізити: дисципліна необхідна для вивчення дисциплін «Міжнародний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Стратегічний маркетинг».

### 5. Характеристика навчальної дисципліни

*загальні компетентності:*

здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК 1)

здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК 2)

здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт (ЗК 3)

навички міжособистісної взаємодії (ЗК 5)

*спеціальні (фахові) компетентності:*

здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом (СК4);

здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування (СК 5);

здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі (СК6);

здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків (СК 7);

здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування (СК8)

*Програмні результати навчання:*

РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

РН 16. Знати та розуміти важливість соціальної відповідальності за прийняті рішення, вміти оцінювати соціальну відповідальність фахівців з маркетингу

| РН | ЗК   | СК         |
|----|------|------------|
| 7  | 2, 3 | 4, 5, 6, 8 |
| 8  | 2, 5 | 4          |
| 10 | 1, 2 | 6, 7, 8    |
| 16 | 1, 3 | 8, 10      |

| Програмні результати навчання                                                                                                                           | Очікувані результати навчання з дисципліни                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.                                                                           | Розуміти перспективи та вміти застосувати соціальну відповідальність як концепцію корпоративного управління у процесі формування та вдосконалення системи маркетингу ринкового суб'єкта. Знати концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності, розуміти сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності та вміти формувати стратегію соціально відповідальної поведінки ринкового суб'єкта у ринковому середовищі. Вміти складати соціальні програми компанії, розуміти їх сутність та напрямки.                                                                                                                                                                                                                                                        |
| РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. | Усвідомлювати соціальні та економічні аспекти соціальної відповідальності та володіти основами запровадження системи корпоративної соціальної відповідальності як основи налагодження відносин зі стейкхолдерами. Знати концепцію зацікавлених сторін: ідеї, історію, сутність та вміти використовувати ці знання в організації комунікації та взаємодії, ведення переговорів та дискусій. Розуміти сутність, складові та пріоритети розвитку соціальної відповідальності політики управління персоналом та сукупності методів налагодження міжособистісної взаємодії в колективі компанії; вміти реалізовувати формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності, вміти формувати відносини роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності. |
| РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.  | Розуміти організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю як механізму формування та обґрунтування маркетингових рішень та стратегій. Знати складові та механізми внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності організації, фінансовий та нефінансовий сектори КСВ як систему сучасних управлінських принципів, підходів та прийомів задля застосування їх у процесі прийняття маркетингових рішень. Вміти впроваджувати у практику ставлення до навколишнього середовища як форму вияву соціальної                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                       | відповідальності.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| РН 16. Знати та розуміти важливість соціальної відповідальності за прийняті рішення, вміти оцінювати соціальну відповідальність фахівців з маркетингу | Знати сутність та зміст соціальної відповідальності як концепції бізнесу та стратегії стратегічного корпоративного управління, розуміти структуру та специфіку основних компонент соціальної відповідальності: екологічної, економічної, соціальної та інших, знати структуру цілей сталого розвитку відповідно до резолюції Генеральної Асамблеї ООН до 2030 року та розуміти їх взаємозв'язки з реалізацією соціальної відповідальності у професійній діяльності фахівця-маркетолога. |

## 6. Зміст навчальної дисципліни

### Змістовний модуль 1. Соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку.

**Тема 1.1.** Соціальна відповідальність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання.

«Соціальна відповідальність» як категорія сучасного соціального знання. Концепція стійкого розвитку та концепція корпоративної стійкості. Сутність суспільного руху за соціальну відповідальність. Концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності. Сутність, види, категорії, еволюція, концепції, моделі та рівні соціальної відповідальності. Стратегія соціально відповідальної поведінки у ринковому середовищі. Особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку (соціальна відповідальність людини, держави, суспільства) в діяльності майбутніх фахівців-маркетологів. Правова та позаправова соціальна відповідальність в діяльності майбутніх фахівців-маркетологів.

**Тема 1.2.** Корпоративна соціальна відповідальність як нова філософія сталого розвитку.

Історія розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та визначення КСВ. Розмаїття підходів щодо змісту КСВ. КСВ у системі соціальних функцій підприємництва. Концепція КСВ. Види КСВ. Рівні застосування КСВ. Основні напрямки КСВ. Основні принципи КСВ. Переваги КСВ для бізнесу. Моделі КСВ бізнесу і становлення різних типів корпоративної культури. Соціальна відповідальність корпорацій як інструмент конкурентної боротьби. Форми та сфери участі організацій в КСВ. Принципи чесної конкуренції, етичної поведінки компаній щодо партнерів та соціально відповідального маркетингу.

**Тема 1.3.** Місце соціальної відповідальності в управлінні організацією.

Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю та роль фахівців-маркетологів у цьому процесі. Механізми управління КСВ. Внутрішня та зовнішня соціальна відповідальність організації в контексті професійної діяльності маркетолога. Фінансовий та нефінансовий сектори КСВ. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.

**Тема 1.4.** Цілі сталого розвитку: соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності.

Цілі сталого розвитку відповідно до резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» (англ. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development), від 25 вересня 2015 року. Соціальні аспекти соціальної відповідальності у маркетингу та рекламній діяльності. Економічні аспекти соціальної відповідальності у маркетингу та рекламній діяльності. Ставлення до

навколишнього середовища як форма вияву соціальної відповідальності фахівців-маркетологів; екологічна компонента соціальної відповідальності.

## **Змістовний модуль 2. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.**

### **Тема 2.1. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.**

Підзвітність як принцип соціально відповідального бізнесу. Соціальна підзвітність. Проблема вимірювання соціального внеску (соціального ефекту діяльності) організації. Інформаційна політика і соціальна звітність. Нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності. Критерії, показники та методика оцінювання соціальної відповідальності. Соціальний звіт як явище. Оцінка результативності корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративний соціальний звіт. Фінансова та нефінансова звітність. Цілі та історія розвитку нефінансової звітності. Відповідальність, повноваження, обмін інформацією.

### **Тема 2.2. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.**

Запровадження системи корпоративної соціальної відповідальності як механізм формування маркетингової політики. Концепція зацікавлених сторін: ідея, історія, сутність. Соціальні інвестиції як явище; сутність соціальних інвестицій як форми вияву корпоративної відповідальності роботодавців. Форми соціального інвестування. Соціальні програми компанії: сутність, напрямки. Сутність, складові та пріоритети розвитку соціальної відповідальності політики управління персоналом. Приклади соціально відповідальних практик.

### **Тема 2.3. Міжнародні стандарти та ініціативи у сфері соціальної відповідальності.**

Принципи й впровадження соціальної відповідальності Міжнародні стандарти як орієнтири складання соціальних звітів. Міжнародні стандарти соціальної звітності. Сутність, структура, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності. Зміст, структура і вимоги міжнародних стандартів звітності.

### **Тема 2.4. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.**

Особливості вияву соціальної відповідальності бізнесу в реаліях новітньої України. Приклади соціально відповідальних та соціально безвідповідальних практик. Особливості соціальної звітності в Україні.

## 7. Орієнтовний розподіл навчального часу

| Назви змістових модулів<br>й тем                                                                        | Кількість годин |              |    |     |     |      |              |              |    |     |     |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|----|-----|-----|------|--------------|--------------|----|-----|-----|------|
|                                                                                                         | денна форма     |              |    |     |     |      | заочна форма |              |    |     |     |      |
|                                                                                                         | ра-<br>зом      | у тому числі |    |     |     |      | ра-<br>зом   | у тому числі |    |     |     |      |
|                                                                                                         |                 | лк           | пр | лаб | інд | с.р. |              | лк           | пр | лаб | інд | с.р. |
| 1                                                                                                       | 2               | 3            | 4  | 5   | 6   | 7    | 8            | 9            | 10 | 11  | 12  | 13   |
| <b>Модуль 1</b>                                                                                         |                 |              |    |     |     |      |              |              |    |     |     |      |
| <b>Змістовий модуль 1. Соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку.</b>                       |                 |              |    |     |     |      |              |              |    |     |     |      |
| Тема 1.1.<br>Соціальна відповідальність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання.          | 10              | 2            | 2  | -   | -   | 2    | 12           | 1            | -  | -   |     | 4    |
| Тема 1.2.<br>Корпоративна соціальна відповідальність як нова філософія сталого розвитку.                | 10              | 2            | 2  | -   | -   | 2    | 11           | 1            | -  | -   |     | 4    |
| Тема 1.3.<br>Місце соціальної відповідальності в управлінні організацією.                               | 10              | 4            | -  | -   | -   | 4    | 10           | 1            | 1  | -   |     | 4    |
| Тема 1.4. Цілі сталого розвитку: соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності. | 12              | 4            | 2  | -   | -   | 2    | 12           | -            | -  | -   |     | 4    |
| Разом за змістовим модулем 1                                                                            | 42              | 12           | 6  | -   | -   | 10   | 45           | 3            | 1  | -   |     | 16   |
| <b>Модуль 2</b>                                                                                         |                 |              |    |     |     |      |              |              |    |     |     |      |
| <b>Змістовий модуль 2. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.</b>                         |                 |              |    |     |     |      |              |              |    |     |     |      |
| Тема 2.1.<br>Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.                                      | 14              | 4            | 2  | -   | -   | 4    | 12           | 2            | -  | -   |     | 4    |
| Тема 2.2.<br>Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.                | 10              | 4            | -  | -   | -   | 2    | 10           |              | -  | -   |     | 4    |
| Тема 2.3.<br>Міжнародні стандарти та ініціативи у сфері соціальної відповідальності.                    | 14              | 4            | 2  | -   | -   | 4    | 11           | 1            | -  | -   |     | 4    |
| Тема 2.4.<br>Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.                        | 10              | 2            | 2  | -   | -   | 2    | 12           | -            | 1  | -   |     | 4    |
| Разом за змістовим модулем 2                                                                            | 48              | 14           | 6  | -   | -   | 12   | 45           | 3            | 1  | -   |     | 16   |
| Контрольна робота                                                                                       |                 |              |    |     |     |      |              |              |    |     |     | 20   |
| ІНДЗ                                                                                                    |                 |              | -  | -   | 30  | -    |              |              | -  | -   | 30  |      |
| Усього годин                                                                                            | 90              | 26           | 12 | -   | 30  | 22   | 90           | 6            | 2  | -   | 30  | 52   |

### 8. Види навчальних занять та їх теоретичний зміст

| № з/п | Тема                                                                                          | Вид занять  | Кількість годин |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------|
| 1     | Соціальна відповідальність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання.             | семінарські | 2               |
| 2     | Корпоративна соціальна відповідальність як нова філософія сталого розвитку.                   | семінарські | 2               |
| 3     | Цілі сталого розвитку: соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності. | семінарські | 2               |
| ...   | Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності                                          | семінарські | 2               |
|       | Міжнародні стандарти та ініціативи у сфері соціальної відповідальності.                       | семінарські | 2               |
|       | Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.                           | семінарські | 2               |

### 9. Форми і методи контролю

Методами контролю є: усний контроль (усне опитування), письмовий (в тому числі тестовий), перевірка практичних завдань та завдань з самостійної роботи, а також методи самоконтролю і самооцінки.

Для студентів денної форми навчання: усне опитування на семінарських заняттях, написання рубіжного контролю, виконання самостійної роботи, презентація наукової доповіді по темі, публікація тез на загально-університетській конференції, екзамен. Для студентів заочної форми навчання: захист контрольної роботи, виконання індивідуального завдання, екзамен.

### 10. Критерії оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей враховує види занять, які передбачають лекційні, практичні (семінарські) заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною системою. Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення практичних (семінарських) занять та самостійної роботи оцінюється сумою набраних балів. Максимально можлива кількість балів за поточний та підсумковий контроль упродовж семестру – 100 та мінімально можлива кількість балів, – 60.

Екзамен виставляється як загальна сума балів, набраних за результатами поточного та рубіжного контролів.

Види контролю: поточний, рубіжний (проміжна атестація).

Форма підсумкового контролю – екзамен.

Кожний змістовний модуль оцінюється за 100-бальною системою.

Оцінювання академічних успіхів студента з дисципліни «Соціальна відповідальність та сталий розвиток» здійснюється за такими критеріями та у відповідності до такої методики:

|                               | Лекції                                         | Семінарські<br>(практичні)<br>заняття                        | Самостійна<br>робота<br>студента       | Підсумкове<br>рубіжне<br>опитування         | Разом |
|-------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------|-------|
| <i>Найменування завдань</i>   | Тестові письмові опитування на лекціях (5 мкр) | Різні види поточного опитування (згідно з тематикою заняття) | Виконання тематичних письмових завдань | 5 тестових завдань та 5 теоретичних завдань |       |
| Лекції                        |                                                |                                                              |                                        |                                             |       |
| Семінари                      |                                                | 30                                                           |                                        |                                             | 30    |
| Самостійна робота студента    |                                                |                                                              | 40                                     |                                             | 40    |
| Підсумкове рубіжне опитування |                                                |                                                              |                                        | 30                                          | 30    |
| Разом                         |                                                |                                                              |                                        |                                             | 100   |

Підсумкове оцінювання за семестр визначається як середня двох підсумкових рубіжних контролів за перший та другий змістовні модулі.

*Екзамен оцінюється за такою шкалою:*

| Поточне тестування та самостійна робота |       |       |       |                    |       |       |       | Підсумкова оцінка | Екзамен |
|-----------------------------------------|-------|-------|-------|--------------------|-------|-------|-------|-------------------|---------|
| Змістовий модуль 1                      |       |       |       | Змістовий модуль 2 |       |       |       | 100+100/2=<br>100 | 60-100  |
| Т 1.1                                   | Т 1.2 | Т 1.3 | Т 1.4 | Т 2.1              | Т 2.2 | Т 2.3 | Т 2.4 |                   |         |
| 25                                      | 25    | 25    | 25    | 25                 | 25    | 25    | 25    |                   |         |

Т 1.1, Т 1.2 ... Т 2.4 – теми змістових модулів.

До екзаменаційної відомості заносяться сумарні результати в балах за 100-бальною шкалою.

#### Шкала оцінювання

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка за національною шкалою |               |
|----------------------------------------------|-------------------------------|---------------|
|                                              | для екзамену                  | для заліку    |
| 60 – 100                                     | 60 – 100                      | зараховано    |
| 1-59                                         | незадовільно                  | не зараховано |

Контроль знань здобувачів вищої освіти *заочної форми навчання* здійснюється шляхом виконання та подальшого захисту контрольної роботи у вигляді відповідей на питання та виконання розрахункової частини контрольної роботи. Зміст завдань контрольної роботи можна знайти в системі дистанційного навчання НУ «Запорізька політехніка»: <https://moodle.zp.edu.ua> та у методичних вказівках до виконання контрольної роботи з дисципліни «Соціальна відповідальність та сталий розвиток». До екзаменаційної відомості заносяться результати в балах за 100-бальною шкалою.

#### 11. Політика курсу

При вивченні навчальної дисципліни від здобувача освіти очікуються – дотримання вимог до складання курсу, старанність, коректне і взаємно цікаве ділове спілкування студент/викладач, дотримання засад академічної доброчесності.

*Політика щодо дедлайнів та перескладання:*

- усі види робіт, передбачені курсом, усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін;
- самостійну роботу студент виконує відповідно до методичних вказівок та визначених викладачем завдань і термінів;
- ліквідація заборгованості відбувається під час проведення консультацій з дисципліни, за оприлюдненим графіком.

*Політика щодо академічної доброчесності:*

- всі здані роботи є результатом розумової праці та творчості конкретного студента; під час вивчення дисципліни студенти повинні дотримуватись основних принципів та цінностей академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин;
- Ви зобов'язані з повагою та толерантністю ставитися до всіх членів академічної спільноти; не допускати поведінку, яка ставить під сумнів чесність та сумлінність Вашого навчання; складати всі завдання самостійно без допомоги сторонніх осіб; надавати для оцінювання лише результати власної роботи; не вдаватися до кроків, які можуть нечесно покращити Ваші результати чи погіршити/покращити результати інших студентів;
- дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання; недопущення академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації й посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- порушення здобувачами освіти норм чинного законодавства про академічну доброчесність та етику взаємовідносин, може спричинити застосування заходів дисциплінарного характеру, і Ви будете нести академічну (повторне вивчення дисципліни, позбавлення академічної стипендії, відрядження з Університету та ін.) та/або інші види відповідальності.

При вивченні курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності НУ «Запорізька політехніка» ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N253\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf)).

## **12. Методичне забезпечення**

1. Тексти (конспект) лекцій з навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність та сталий розвиток» (для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спец. 075 Маркетинг всіх форм навчання НУ «Запорізька політехніка») [Текст]: Навчально-методичне видання / Укл.: О.В. Бондаренко, Є.О. Ємельяненко. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. 76 с.

2. Методичні рекомендації до семінарських занять з курсу «Соціальна відповідальність та сталий розвиток» (для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спец. 075 Маркетинг всіх форм навчання) / Укл.: Бондаренко О.В., Ємельяненко Є.О. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. 14 с.

3. Методичні рекомендації з вивчення змістовних модулів, що виносяться на СРС з курсу «Соціальна відповідальність та сталий розвиток» (для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спец. 075 Маркетинг всіх форм навчання) / Укл.: Бондаренко О.В., Ємельяненко Є.О. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. 38 с.

## **13. Перелік навчальної, наукової та довідкової літератури**

### **Основна**

1. Амомова О. Ю. Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу. В-цтво. ХарPI HADY «Магістр». 2010. URL: [http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2010/2010\\_03.pdf](http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2010/2010_03.pdf)

2. Антошко Т. Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах: монографія Нац. техн. ун-т України „Київ. політехн. ін-т”. К. : НТУУ „КПІ”, 2013. 275 с.

3. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні/ URL:: <https://www.srm-ukraine.org/ru/vprovadzhennya-korporativnoyi-socialnoyividpovidalnosti-v-ukrayini/>

4. Гирик О. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник Нац. банк України, Ун-т банк. справи. К., 2009. 258 с.
5. Гітіс Т. П. Дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу і можливості його адаптації до вітчизняних умов URL: [http://www.evdjournal.org/download/2017/3\(49\)/pdf/08-Gitis.pdf](http://www.evdjournal.org/download/2017/3(49)/pdf/08-Gitis.pdf)
6. Гоголю О.П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Ніжин, 2011. 175 с.
7. Дейч М.Є. Становлення та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: управлінський аспект: монографія. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2014. 352 с.
8. Довідник соціально-відповідальних компаній України. К.: К.I.C., 2017. 170 с.
9. Європейська модель соціальної відповідальності URL: [http://studopedia.com.ua/1\\_126834\\_yevropeyska-model-sotsialnoividpovidalnosti.html](http://studopedia.com.ua/1_126834_yevropeyska-model-sotsialnoividpovidalnosti.html)
10. Конспект лекцій з дисципліни Соціальна відповідальність /Уклад. І.А. Юр'єва. Харків: НТУ ХПІ, 2016. 118 с.
11. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник/ за заг.ред. д-ра екон.наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон.наук, проф.А.Я. Кузнецової. К.: УБС НБУ, 2009. 208 с.
12. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. С.405.
13. Лазоренко Л. В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64)
14. Методика визначення рейтингу корпоративної соціальної відповідальності URL: <http://um.co.ua/13/13-2/13-243.html>
15. Офіційна сторінка Глобального Договору ООН URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
16. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.
17. Рівень впровадження цілей сталого розвитку компаніями в Україні URL: [http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report\\_print.pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/01/SDG-Report_print.pdf)
18. Саприкіна М. А Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика. К. : ТОВ «Фарбований лист», 2011. 480 с.
19. Смовженко Т. С. Корпоративна соціальна відповідальність К.: УБС НБУ, 2010. 314 с.
20. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А. М. Колот та ін. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота; Держ. вищ. навч. закл. „Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”, Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. К.: КНЕУ, 2012. 501 с.
21. Стародубська М. Вісник доктрини приватної ініціативи. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. К., УНЦПД, 2005. 40 с.
22. Стратегія розвитку СББ в Україні до 2020 року URL: [http://svb.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf)
23. Тарнавська Н. П., Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Соціальна відповідальність бізнесу: навч. посіб. Тернопіль, 2012. 268 с.
24. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія / В. М. Шаповал; ДВНЗ „Нац. гірн. ун-т”. Д.: Держ. ВНЗ „НГУ”, 2011. 356 с.

#### Додаткова

1. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / [О. Лазоренко, Р. Колишко та ін.]. К.: Вид-во «Енергія», 2008. 96 с.
2. Белявська, К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К.С. Белявська // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. 2011. №1. С.228-234.
3. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку (за результатами соціологічного дослідження) [Текст] / Автори: [О.В. Безпалько, Ю.М. Галустян, А.В. Гулевська-Черниш, Г.М.Лактіонова, Л.Б.Магдюк, Д.В.Непочатова, Л.М.Паливода, Г.О.Притиск]; за заг. ред. А.В.Гулевської-Черниш. К.: Книга плюс, 2008. 120 с.

4. Богма, Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Текст] / Ю.К. Богма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. К.: 2006.
5. Бутко, М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // Економіка України. 2009. № 7 (572). С.74-85.
6. Воробей, В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В.Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. 2005. № 10. С. 25-36.
7. Галушка, З.І. Соціальна відповідальність як функція держави у сучасній економіці: необхідність, межі, завдання / З.І.Галушка // Вісник НБУ. 2008. № 3. С.31-36.
8. Герет, Т. М. Етика бізнесу: Пер. з англ. [Текст] / Т.М. Герет, Р.Дж. Клоноскі. К.: Основи, 1997. 214 с.
9. Грицина, Л.А. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств [Електронний ресурс] / Л.А. Грицина. Хмельницький національний університет. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/5.\\_NTSB\\_2007/Economics/20157.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20157.doc.htm).
- 10.Грицина, Л.А. Вибір системи оцінки стану корпоративної соціальної відповідальності для машинобудівних підприємств Хмельницької області / Л.А. Грицина // Наука й економіка. 2009. № 1 (13). С.93-97.
- 11.Дерлоу, Д. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень. Пер. з англ. [Текст] / Д. Дерлоу. К.: Всесвіт, 2001.
12. Джеймс, А.Ф. Вступ у бізнес [Текст] / А.Ф. Джеймс, Едвін Г. Долан Стонер. К.: 2000.
- 13.Жаліло, Я.А. Економічний діалог: партнерство заради прогресу [Текст] / Я.А. Жаліло, І.М. Акімова, Д.В.Ляпін. К.: МСД, 2007. 123 с.
- 14.Зінченко, А.Г. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різних стейкхолдерів. Регіон. аспект [Текст] / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. К.: Фонд «Східна Європа», 2008. 60 с.
- 15.Іщенко, М.П. Людинознавча компетентність керівника, менеджера, спеціаліста: Монографія [Текст] / М.П. Іщенко, І.І. Руденко. Черкаси: Відлуння-Плюс, 2003.
- 16.Коник, Д.Л. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: Матеріали експертного дослідження / НАН України; Ін-т соціології; Фонд «Інтелектуальна перспектива»; Представництво Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ) [Текст] / Д.Л. Коник, М.В. Олійник, Ю.О. Привалов; О. Ю.Саєнко (відп. ред.). К.: Батискаф, 2002. 72 с.
- 17.Котлер, Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Пер. з англ. [Текст] / Ф. Котлер, Н. Лі. К.: Стандарт, 2005. 302 с.
- 18.Мельник, С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В.Мельник // Економіка та держава. 2007. № 5. С. 72.
- 19.Осовська, Г.В. Стратегічний менеджмент [Текст] / Г.В. Осовська, О.Л. Фіщук, І.В. Жалінська. К.: Кондор, 2003.
- 20.Петроє, О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: [монографія] [Текст] / О.М. Петроє. К.: Центр учбової літератури, 2008. 152 с.
- 21.Система стандартів екологічного менеджменту. Режим доступу: <http://www.iso14000-iso14001-environmental-management.com/>.
- 22.Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: Національна доповідь [Текст] / За заг. ред. В.М. Гейця, А.І. Даниленка, М.Г. Жулинського, Е.М. Лібанової, О.С. Онищенко. К.: НВЦ НБУВ, 2009. 687 с.
- 23.Ткаченко, Л.Г. Соціальна відповідальність підприємця у вимірах масової свідомості [Текст] / Л.Г. Ткаченко // Соціальна перспектива і регіональний розвиток: зб. наук. пр. Запоріжжя: ЗНУ, 2006. С. 64-70.

#### **14. Рекомендовані інформаційні джерела**

1. Баб'як О.С. Екологічне право України: Навч. пос. для в.н.з. / О.С.Баб'як, П.Д.Біленчук, Ю.О.Чирва: [Електрон. ресурс]. К.: Атіка, 2000. 216 с. Режим доступу: <http://radnuk.info/pidrychnuku/ekolog-pravo/43-babuak/>.

2. Бізнес і соціальна відповідальність. Повні уроки. Режим доступу: <http://school.xvatit.com/index.php>.

3. Думки та погляди населення України щодо соціальних інвестицій бізнесу в українську громаду [Електронний ресурс]: за даними Всеукр. конференції «Фонди громад в Україні: стан та перспективи розвитку» 14.03.2008 р. / підготувала Любов Паливода. Режим доступу: <http://www.ufb.org.ua/library/321.html>.

4. Ініціативи соціальної відповідальності 2007 «Майкрософт Україна» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.microsoft.com/ukraine>.

5. Соціальна відповідальність бізнесу. Режим доступу: <http://knowledge.allbest.ru/economy/>.

6. Соціальна відповідальність бізнесу: Центр перспективних соціальних досліджень НАНУ. Режим доступу: <http://cpsr.org.ua/index.php>.

7. Соціально відповідальний бізнес в Україні. Режим доступу: [http://www.un.org.ua/files/SURVEY\\_UKR.pdf](http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf).