

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету історії та
міжнародних відносин

/Віталій АНДРЕЙКО

«29» серпня 2026 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D 5 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова навчання	Українська

Ужгород 2026

Робоча програма навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» для здобувачів вищої освіти галузі знань **D «Бізнес, адміністрування та право»** спеціальності **D5 «Маркетинг»** освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів освітнього ступеня магістр маркетингу.

Розробник:

Зеліч Вікторія Вікторівна, доцент, к.е.н., доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

протокол №10 від «29» червня 2026 р.

Завідувач кафедри  Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин

протокол №7 від «29» червня 2026 р.

Голова науково-методичної комісії  Мишко С.А.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування Показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	1-й	1-й
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: 3 аудиторних – 46 самостійної роботи студента – 74	2-й	2-й
	Лекції:	
	24	8
	Практичні (семінарські):	
	22	4
Вид попереднього контролю: модуль	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового семестрового контролю: усне чи письмове опитування – екзамен	Самостійна робота:	
	74	108

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» є важливою складовою професійної підготовки сучасних фахівців, оскільки сприяє формуванню системного розуміння взаємозв'язку між бізнесом, суспільством і державою, а також усвідомленню ролі бізнесу у забезпеченні сталого розвитку. В умовах євроінтеграційних процесів, цифрової трансформації економіки, зростання вимог до прозорості діяльності підприємств, поширення ESG-підходів (Environmental, Social, Governance) та необхідності післявоєнного відновлення України особливого значення набуває впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у практику господарювання.

Соціальна відповідальність бізнесу розглядається як важливий інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств, формування їх позитивної репутації, зміцнення довіри з боку заінтересованих сторін та забезпечення довгострокового сталого розвитку. У зв'язку з цим дисципліна орієнтована на формування у здобувачів вищої освіти знань щодо концептуальних засад соціальної відповідальності бізнесу, механізмів її реалізації, міжнародних стандартів, інструментів оцінювання ефективності та особливостей впровадження соціально відповідальних практик в організаціях.

Мета вивчення дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо застосування принципів соціальної відповідальності бізнесу, етичного ведення підприємницької діяльності та концепції сталого розвитку, а також набуття професійних компетентностей, необхідних для прийняття соціально відповідальних управлінських рішень.

Основними завданнями дисципліни є:

- вивчення теоретичних засад та сучасних концепцій соціальної відповідальності бізнесу;
- формування розуміння ролі корпоративної соціальної відповідальності у системі управління організацією;
- засвоєння принципів взаємодії підприємства із заінтересованими сторонами (стейкхолдерами);
- набуття навичок аналізу та оцінювання соціально відповідальної діяльності підприємств;
- ознайомлення з міжнародними стандартами та практиками корпоративної соціальної відповідальності;
- формування навичок розроблення та реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу;
- оволодіння методами моніторингу та оцінювання ефективності соціально відповідальної діяльності;
- формування етичного світогляду та соціально відповідальної поведінки майбутніх фахівців.

Вивчення дисципліни спрямоване на формування у здобувачів вищої освіти здатності застосовувати принципи соціальної відповідальності, етичного ведення бізнесу та сталого розвитку у професійній діяльності, приймати обґрунтовані управлінські рішення з урахуванням інтересів суспільства, держави, бізнесу та інших заінтересованих сторін.

У результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен знати:

- концептуальні основи розвитку корпоративної соціальної відповідальності;
- зміст та принципи Глобального договору ООН;
- місце корпоративної соціальної відповідальності в системі управління організацією;
- особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку;
- принципи чесної конкуренції, етичної поведінки компаній щодо партнерів, працівників та споживачів;
- основи соціально відповідального маркетингу;

- екологічні аспекти соціальної відповідальності бізнесу;
- міжнародні стандарти соціальної та екологічної відповідальності (ISO 26000, ISO 14001, GRI Standards тощо);
- зміст, структуру та особливості підготовки соціальної та нефінансової звітності;
- методи моніторингу та оцінювання ефективності соціально відповідальної діяльності підприємств.

У результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен уміти:

- ідентифікувати, аналізувати та ранжувати очікування заінтересованих сторін організації;
- застосовувати принципи корпоративної соціальної відповідальності у професійній діяльності;
- формувати пропозиції щодо вдосконалення програм соціальної відповідальності бізнесу;
- приймати етичні управлінські рішення;
- збирати, аналізувати та оцінювати інформацію у сфері соціальної відповідальності для прийняття управлінських рішень;
- розробляти етичні кодекси та інші внутрішні документи організації у сфері соціальної відповідальності;
- здійснювати комунікацію із заінтересованими сторонами щодо соціально відповідальної діяльності підприємства;
- аналізувати соціальну та нефінансову звітність організацій;
- розробляти систему моніторингу ефективності діяльності організації у сфері соціальної відповідальності;
- оцінювати результативність програм корпоративної соціальної відповідальності;
- здійснювати соціальний аудит та аналізувати нефінансові ризики діяльності організації;
- розробляти заходи щодо підвищення рівня соціальної відповідальності підприємства та забезпечення його сталого розвитку.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

загальних:

- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Спеціальні компетентності:

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

Шифр ОК 3 за ОП Маркетинговий менеджмент

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Маркетинг» вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	ПРН 1.
Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	ПРН2.
Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	ПРН 3.
Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	ПРН8.
Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	ПРН10.
Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	ПРН13.
Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	ПРН14.

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Застосовувати принципи соціально відповідального маркетингу та концепції сталого розвитку у діяльності підприємств.	ПРН 1.
Використовувати сучасні інструменти корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та ESG-підходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства.	ПРН2.
Аналізувати соціальні, екологічні та етичні аспекти діяльності підприємств, оцінювати ефективність програм соціальної відповідальності та формувати рекомендації щодо їх удосконалення.	ПРН 3.
Здійснювати ефективну комунікацію із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами), брати участь у переговорах та обговоренні питань соціальної відповідальності бізнесу.	ПРН8.
Обґрунтовувати управлінські рішення з урахуванням принципів соціальної відповідальності, етики бізнесу та сталого розвитку.	ПРН10.
Формувати та оцінювати програми корпоративної соціальної відповідальності, визначати показники їх результативності та впливу на діяльність підприємства.	ПРН13.
Будувати довгострокові партнерські відносини із зацікавленими сторонами на засадах соціальної відповідальності, довіри та взаємної вигоди.	ПРН14.

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- 1) Застосування стандартних методів навчання:
 - лекції (інформаційні, аналітичні, проблемні, із застосуванням ігрових методів), в тому числі з використанням мультимедійного забезпечення та інших ТЗН;
 - семінарські заняття;
 - індивідуальні завдання;
 - самостійна робота студентів;
 - диспути, дискусії та інші форми навчання (стандартизовані тести, аналітичні звіти та доповіді, презентації та виступи на наукових заходах).
- 2) Застосування інтерактивних методів навчання:
 - інтерактивні стратегії навчання для заохочення мовлення: виступ, мозковий штурм, обговорення;
 - колективна участь: обмін партнерами, метод «викладач-студент», дебати, оптиміст/песиміст, експертна оцінка;
 - діяльність в групах: ротація, перегляд і аналіз фільмів.

Особливості використання засобів діагностики та контролю за умов дистанційного навчання

В умовах використання формату онлайн-навчання (дистанційного навчання) із застосуванням корпоративної мережі Google Meet названі засоби, методи і форми визначаються за домовленістю зі студентським колективом і, в залежності від зручного виду взаємодії, застосовуються з допомогою існуючих функцій групових чатів та відео-конференцій. Для ефективного засвоєння тематики є можливість демонстрації необхідних матеріалів на робочому столі комп'ютерного технічного засобу під час занять і семінарів. Зокрема, у разі потреби, під час онлайн-заняття можна надати доступ до свого екрану, щоб показати презентації або іншу тематичну інформацію на робочому столі. Планування лекційних і семінарських занять, модульних контрольних робіт, звітування за індивідуальну та іншу передбачену програмою роботу зі студентами, а також підсумкова перевірка знань у формі іспиту (заліку) здійснюється заздалегідь за допомогою прив'язки до гугл-календаря. Синхронізація запланованих заходів виконується автоматично на всіх зручних для їх проведення пристроях.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Формами контролю результатів знань здобувачів вищої освіти є поточний, модульний та підсумковий (семестровий) контроль.

Поточний контроль проводиться викладачем на всіх видах аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів до виконання конкретної роботи. Основна мета поточного контролю – забезпечення зворотного зв'язку між науково-педагогічним працівником та здобувачами освіти. Інформація, одержана при поточному контролі, використовується як науково-педагогічним працівникам – для коригування методів і засобів навчання, так і здобувачами освіти – для планування самостійної роботи. Формами проведення поточного контролю з дисципліни є: виступи на семінарських

заняттях; експрес опитування; поточне тестування; розв'язок ситуаційних задач; підготовка рефератів; підготовка презентації за темою; складання глосарію за темою; конспект на тему; анотація додатково вивченої літератури; підсумкове контрольне опитування за кожною темою або як форма неформального навчання – проходження онлайн-курсу за напрямом навчальної дисципліни. Форми проведення поточного контролю та критерії оцінювання результатів навчання визначаються робочою програмою навчальної дисципліни.

Поточне оцінювання включає в себе перевірку рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи на занятті (теоретичний компонент оцінки, який складається з сумарних результатів проведених викладачем опитувань студентів, контрольних робіт, отримання сертифікату за проходження онлайн курсу) та індивідуальної роботи студента (практичний компонент – реферат, есе, складання термінологічного словника тощо). Теоретична компонента оцінюється в 40 балів, а практична – 10 (за кожний змістовний модуль).

Оцінювання активності під час аудиторних занять здійснюється в межах 40 балів у кожному змістовому модулі:

- 31 – 40 балів - відвідано не менше 90% семінарських занять та отримано оцінки «добре», «відмінно»;
- 20-30 балів – відвідано не менше 75% семінарських занять та отримано оцінки «добре», «відмінно»;
- 10-19 балів – відвідано не менше 60% семінарських занять та отримано оцінки «задовільно», «добре», «відмінно»;
- 1-9 балів – відвідано не менше 50% семінарських занять та отримано оцінки «задовільно», «добре».

Оцінка за будь-який вид індивідуальної роботи (підготовка рефератів, есе, доповідей, поглиблене опрацювання першоджерел і наукових статей, виконання індивідуальних контрольних, практичних і ситуаційних завдань), встановлюється в межах 10 балів та включає в себе наступні складові: 1) актуальна тематика обраної теми, 2) впевнений захист, 3) виконання згідно встановлених вимог.

У відповідності до навчального плану, на вивчення дисципліни відведено 4 кредити, що передбачає проведення 2 модульних контролів.

Кожен модульний контроль складається з поточного контролю (ПК) та модульного контрольного оцінювання (МКО).

Модульне контрольне оцінювання – процедура визначення рівня засвоєння студентом навчального матеріалу відповідної дисципліни. МКО з дисципліни проводиться у письмовій (в разі дистанційного навчання – онлайн опитування) формі шляхом виконання контрольних робіт. Форма контрольних робіт: тести і завдання.

До модульного контрольного оцінювання допускаються всі студенти.

Виконання контрольної роботи здійснюється студентом індивідуально. Студент може звернутися до викладача за поясненням змісту контрольного завдання.

Під час проведення модульної контрольної роботи дозволяється користуватися довідковими матеріалами, які визначені кафедрою. Студентам забороняється у будь - якій формі обмінюватися інформацією та користуватися недозволеними матеріалами.

При порушенні студентом установлених правил проходження модульного контрольного оцінювання, викладач відсторонює його від виконання роботи, робить на ній відповідний запис і оцінює нулем балів. Результати контрольного заходу студента, який не з'явився на нього, також оцінюються нулем балів.

Результати перевірки письмових контрольних робіт доводяться до відома студентів не пізніше, ніж через три робочі дні після їх виконання. Студент, який не погоджується з оцінкою, має право звернутися до викладача і отримати ґрунтовне пояснення. У випадку незгоди з рішенням викладача, студент має право звернутися з письмовою апеляцією до завідувача кафедри не пізніше, ніж на наступний робочий день після оголошення результатів. Викладач і завідувач кафедри у присутності декана факультету та студента протягом трьох днів повинні розглянути апеляцію і прийняти остаточне рішення. У результаті апеляції оцінка студента не може бути знижена.

При визначенні модульної оцінки враховуються результати поточного контролю під час семінарських занять, самостійної та індивідуальної роботи.

Оцінка за модуль складає максимально 100 балів. Студент, який за результатами модульного контролю отримав оцінку «F» (0-34 бали), повинен перескласти цей модуль до проведення підсумкового (семестрового) контролю, згідно із затвердженим деканатом графіком або під час чергування викладачів на кафедрі. Без такого покращання він до підсумкового контролю не допускається.

Рейтингова оцінка з навчальної дисципліни визначається як середня арифметична сума балів, отриманих у результаті модульних контролів, та виставляється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється в порядку, встановленому у ДВНЗ «УжНУ» Положенням про організацію освітнього процесу, що приведені нижче в таблиці.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС

% від максимальної суми балів за всі форми навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

Форма підсумкового семестрового контролю.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання. Завданням підсумкового контролю є перевірка глибини засвоєння студентом програмного матеріалу дисципліни, логіки та взаємозв'язків між окремими її розділами, здатність творчого використання набутих знань, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми, що впливає зі змісту дисципліни тощо. Підсумковий контроль з дисципліни проводиться у формі екзамену (усне та письмове опитування, при дистанційному навчанні – онлайн-опитування, тестування).

До підсумкового контролю з навчальної дисципліни не допускаються студенти, які не виконали умов договору про навчання та усіх видів обов'язкових робіт (лабораторних, практичних, розрахунково-графічних та розрахункових робіт, рефератів тощо), передбачених робочою програмою, а також за результатами модульного контролю набрали менше 35 балів.

Якщо рейтингова оцінка за модульним контролем становить не менше 60 балів, то за згодою студента вона може бути зарахована як підсумкова семестрова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає екзамен.

Студенти, які під час підсумкового контролю отримали оцінку «незадовільно», мають

право на два перескладання: перший раз – викладачу, другий раз (у разі незадовільної оцінки при першому перескладанні) – комісії. Комісія створюється завідувачем кафедри. До складу комісії обов’язково входять лектор та завідувач кафедри. Екзаменаційна оцінка, виставлена комісією, є остаточною.

При порушенні студентом дисципліни під час проведення підсумкового контролю екзаменатор відсторонює його від складання екзамену та виставляє йому оцінку «незадовільно».

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (змістовий модуль 1).

Поточне оцінювання та самостійна робота							Модульна контрольна робота	Сума
Тема 1.	Тема 2.	Тема 3.	Тема 4.	Тема 5.		3 (СР)	50	100
8	8	8	8	8		10		

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (змістовий модуль 2).

Поточне оцінювання та самостійна робота							Модульна контрольна робота	Сума
Тема 6.	Тема 7.	Тема 8.	Тема 9.	Тема 10.		3 (СР)	50	100
8	8	8	8	8		10		

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	ЗМ 1		ЗМ 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Семінарські заняття	5	40	5	40
Індивідуальне завдання (СР)	1	10	1	10
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Контрольне модульне оцінювання з навчальної дисципліни відбувається виконанням контрольної роботи студентами за кожним змістовим модулем, яка враховує виконання завдань репродуктивного (відтворення вивченого) характеру у формі тестів та реконструктивного (застосування знань і вмінь у змінених ситуаціях) характеру у формі відповіді на запитання.

Виконання модульної контрольної роботи оцінюється в діапазоні від 0 до 50 балів. При цьому виконання різних типів завдань оцінюється так:

- виконання репродуктивного завдання – від 0 до 30 балів;
- виконання кожного реконструктивного завдання :
 - теоретичне запитання – від 0 до 10 балів.
 - ситуативне/практичне завдання – від 0 до 15 балів.

Контрольні роботи за обома змістовими модулями з дисципліни 3 питання (теоретичного або ситуативного/ практичного змісту) та 1 ситуативна вправа.

Критерії оцінювання виконання реконструктивних завдань студентами

Оцінка	Критерій
10 балів	Студент дає правильну вичерпну відповідь на поставлене запитання, при цьому показує високі знання понятійного апарату і літературних джерел, вміє аргументувати свої думки та ставлення до відповідної категорії
8 балів	Студент в цілому відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, показав недостатні знання літературних джерел.
4 бали	Студент дає правильну відповідь на запитання, але показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел.
0 балів	Студент дає неправильну відповідь на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел.

Неявка на модульну контрольну роботу – 0 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумковий контроль з дисципліни включає 3 питання з курсу дисципліни та 1 практичне завдання (розрахункове/або ситуаційне).

Загальні критерії підсумкового оцінювання приведені в таблиці.

Оцінка	Критерій
A	здобувачі вищої освіти повністю оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, можуть дати відповіді на всі питання курсу, опанували рекомендовану літературу, правильно дали відповіді на тести та розкрили суть питання в повному обсязі, правильно виконали практичне завдання
B	здобувачі вищої освіти оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте у відповідях допустили неточності, правильно дали відповіді на тести, правильно виконали практичне завдання
C	здобувачі вищої освіти в основному оволоділи програмою навчальної дисципліни на продуктивному рівні, проте у відповідях допускають несуттєві помилки, тестове завдання виконали на 75 %, практичне завдання – виконано на 80%
D	здобувачі вищої освіти показали задовільні результати оволодіння навчальною програмою дисципліни на репродуктивному рівні й при відповідях допускають помилки, виконання тесту – 70%., практичне завдання – виконано на 50%
E	здобувачі вищої освіти виявили мінімально достатній рівень знань з дисципліни, необхідний для продовження навчання, вивчили основні терміни курсу та орієнтуються в матеріалі базового підручника, відповідь на тестові завдання склали – 60%, практичне завдання – виконано в межах 30-45%
FX	здобувачі вищої освіти не виявили достатнього рівня знань з дисципліни, необхідного для продовження навчання, вивчили не всі основні терміни курсу та слабо орієнтуються в матеріалі базового підручника (оцінка передбачає виконання додаткових індивідуальних завдань для підвищення рівня знань та повторне складання підсумкового контролю), тест виконано менше ніж на 50%, практичне

	завдання не виконано
Ф	здобувачі вищої освіти не виявили мінімально достатнього рівня знань з дисципліни, необхідного для продовження навчання, не вивчили основних термінів курсу та не орієнтуються в матеріалі базового підручника (оцінка передбачає проходження повторного курсу навчальної дисципліни зі складанням підсумкового контролю), тест виконано менше ніж на 30%, практичне завдання не виконано

Неформальне навчання

Здобувач вищої освіти має право на неформальну освіту та можливість перезарахування результатів навчання набутих у неформальній освіті згідно відповідного «Положення про порядок визнання в ДВНЗ «УжНУ» результатів навчання, здобутих у неформальній освіті» (затверджено Наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» №160/01-04 від 03.03.2020 р.). Підсумками визнання результатів неформального навчання визнаються результати навчання, передбачених цим освітнім компонентом. За це заявнику зараховуються окремі види навчальної роботи за цим освітнім компонентом (написання тез доповідей, статей та отримання сертифікату з проходження курсів за тематикою дисципліни). Якщо зарахуванню підлягають окремі розділи чи теми – результати атестації з заходу неформальної освіти в обов’язковому порядку враховуються викладачем при визначенні підсумкової оцінки з навчальної дисципліни. У разі зарахування окремих складових освітнього компонента, здобувач отримує за них бали (max 10) відповідно до робочої програми навчальної дисципліни та звільняється від поточного контролю за ними. У випадку, якщо за підсумками визнання результатів неформального навчання визнається тільки частина результатів навчання, передбачених певним освітнім компонентом, заявнику зараховуються окремі види навчальної роботи за таким освітнім компонентом.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Сучасні підходи щодо змісту соціальної відповідальності бізнесу.

1. Поняття соціальної відповідальності бізнесу.
2. Переваги соціально – відповідальних компаній.
3. Історичні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Тема 2. Корпоративна практика реалізації соціальної відповідальності.

1. Особливості та перспективи розвитку соціального діалогу і соціальної відповідальності на підприємствах в Україні.
2. Стратегія розвитку соціальної відповідальності в період розбудови корпоративного громадянства.
3. Шляхи покращення результативності показників корпоративної соціальної політики підприємства.

Тема 3. Складові соціальної відповідальності бізнесу: внутрішня та зовнішня СВБ.

1. Негативні ефекти діяльності підприємства.
2. Складові соціальної відповідальності бізнесу.
3. 4 типи соціально відповідальних компаній.

Тема 4. Концептуальні основи розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

1. Історія розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

2. Суть та значення корпоративної соціальної відповідальності.
3. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності.
4. Переваги корпоративної соціальної відповідальності.
5. Регіональні розбіжності та підходи до корпоративної соціальної відповідальності.

Тема 5. Екологічні аспекти соціальної відповідальності.

1. Теоретичні підходи до визначення сутності екологічної відповідальності.
2. Нормативно-правова регламентація екологічної відповідальності.
3. Функції екологічної відповідальності.
4. Екологічна відповідальність бізнесу як вплив, вияв соціальної відповідальності.
5. Екологічний менеджмент як інструмент реалізації соціальної відповідальності.
6. Індивідуальна екологічна відповідальність.
7. Напрями активізації індивідуальної та корпоративної екологічної відповідальності.

Тема 6. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.

1. Підходи до трактування соціального партнерства.
2. Сутність міжсекторного соціального партнерства.
3. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності у соціально-трудових відносинах на основі соціального партнерства.

Тема 7. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.

1. Соціальне звітування: сутність, переваги та ризики.
2. Процес підготовки соціального звіту.
3. Форми соціальної звітності.

Тема 8. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.

1. Етапи оцінювання ефективності соціальної відповідальності.
2. Індекси як засіб оцінювання соціальної відповідальності.
3. Методи комплексної оцінки соціальної відповідальності.
4. Оцінювання корпоративної соціальної відповідальності у соціально-трудових відносинах.

Тема 9. Переваги та недоліки соціальної відповідальності бізнесу.

1. Переваги соціальної відповідальності бізнесу.
2. Недоліки соціальної відповідальності бізнесу.

Тема 10. Корпоративна культура та етика соціально відповідальної компанії.

1. Корпоративна культура соціально відповідальної компанії.
2. Етика у міжнародному бізнесі.
3. Особливості ведення переговорів соціально відповідальної компанії.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	Форма навчання: денна		Форма навчання: заочна	
		у тому числі		у тому числі

	Усь ого	Лек ції	Прак тичні (семін арські)	Сам ості йна роб ота	Усь ого	Лек ції	Прак тичні (семі нарсь кі)	Само стійн а рабо та
Змістовний модуль I. Теоретико-методологічні засади соціальної відповідальності бізнесу.								
Тема 1. Сучасні підходи щодо змісту соціальної відповідальності бізнесу.	12	3	3	8	60	2	2	10
Тема 2. Корпоративна практика реалізації соціальної відповідальності.	12	2	2	7				10
Тема 3. Складові соціальної відповідальності бізнесу: внутрішня та зовнішня СВБ.	12	3	2	8				10
Тема 4. Концептуальні основи розвитку корпоративної соціальної відповідальності.	12	2	2	7		2		12
Тема 5. Екологічні аспекти соціальної відповідальності.	12	2	2	7				12
Разом за модуль	60	12	11	37	60	4	2	54
Змістовний модуль II. Концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності та етики у бізнесі.								
Тема 6. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.	12	3	3	8	60	2	2	10
Тема 7. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.	12	2	2	7				12
Тема 8. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.	12	3	2	8		2		12
Тема 9. Переваги та недоліки соціальної відповідальності бізнесу.	12	2	2	7				10
Тема 10. Корпоративна культура та етика соціально відповідальної компанії.	12	2	2	7				10
Разом за модуль	60	12	11	37	60	4	2	54
Разом за семестр	120	24	22	74	120	8	4	108

Методичні вказівки по підготовці до практичних занять

Участь у практичних заняттях має бути спрямована не просто на набуття певної суми знань, а головним чином на вироблення умінь і навичок. За допомогою отриманих знань самостійно розбиратися у складних процесах суспільного розвитку. Одним з ефективних засобів активізації здобувачів вищої освіти на практичних заняттях є проблемне навчання, що сприяє розвитку творчої думки і процесу пізнання.

Практичні заняття можуть набувати різних організаційних форм: «круглий стіл», ділова гра, диспут, конкурс на кращі знання навчального матеріалу, підготовка доповідей. У їх основі – поглиблення якісної підготовки, підвищення ефективності практики, вироблення вміння відстоювати власні переконання, вести творчу дискусію.

Найбільш поширена форма практики – розгорнута бесіда. Вона вимагає знання фактичного матеріалу, уміння аргументовано викласти свої знання в усній формі. При підготовці до практичного заняття треба керуватися такими рекомендаціями:

- Докладно ознайомтесь з темою і планом практичного заняття, кожним із винесених на розгляд питань.
- Замовте у бібліотеці відповідні рекомендовані джерела й літературу, насамперед обов'язкову.
- Прочитайте джерела й основну літературу до кожного з питань практичного заняття, намагаючись осмислити прочитане.
- Законспектуйте необхідний матеріал, випишіть цитати.
- Складіть план і текст свого виступу на практичному занятті з кожного питання. Потренуйте свій виступ.

6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. Сучасні підходи щодо змісту соціальної відповідальності бізнесу.	3	2
2	Тема 2. Корпоративна практика реалізації соціальної відповідальності.	2	
3	Тема 3. Складові соціальної відповідальності бізнесу: внутрішня та зовнішня СВБ.	2	
4	Тема 4. Концептуальні основи розвитку корпоративної соціальної відповідальності.	2	
5	Тема 5. Екологічні аспекти соціальної відповідальності.	2	
6	Тема 6. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.	3	2
7	Тема 7. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.	2	
8	Тема 8. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.	2	
9	Тема 9. Переваги та недоліки соціальної відповідальності бізнесу.	2	
10	Тема 10. Корпоративна культура та етика соціально відповідальної компанії.	2	
Разом		22	4

Тема 1. Сучасні підходи щодо змісту соціальної відповідальності бізнесу.

Теми для презентацій:

1. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та основні характеристики.
2. Історія становлення концепції соціальної відповідальності бізнесу.
3. Сучасні моделі соціальної відповідальності бізнесу.
4. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах глобалізації.
5. Вплив соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства.
6. Роль соціальної відповідальності у забезпеченні сталого розвитку.
7. Міжнародні стандарти соціальної відповідальності бізнесу.
8. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку.
9. Соціально відповідальний бізнес в умовах воєнного стану.

10. ESG-підхід як сучасний напрям розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Творчі завдання по темі:

1. Розробити маніфест соціально відповідальної компанії.
2. Створити есе на тему «Яким має бути соціально відповідальний бізнес XXI століття».
3. Підготувати проєкт соціальної ініціативи для підприємства.
4. Розробити концепцію соціально відповідального стартапу.
5. Створити мотиваційний плакат «Чому бізнес має бути соціально відповідальним».
6. Написати відкритий лист керівника компанії щодо впровадження принципів соціальної відповідальності.
7. Розробити соціальну рекламу, спрямовану на популяризацію відповідального бізнесу.
8. Створити відеоконцепцію або сценарій відеоролика про соціально відповідальне підприємство.
9. Розробити кодекс цінностей сучасної соціально відповідальної компанії.
10. Підготувати порівняльний аналіз двох підприємств щодо рівня їх соціальної відповідальності у творчій формі (презентація, постер, буклет).

Завдання для створення інфографіки

1. Основні принципи соціальної відповідальності бізнесу.
2. Еволюція розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу.
3. Переваги соціальної відповідальності для підприємства.
4. Основні групи стейкхолдерів підприємства.
5. Відмінності між традиційним та соціально відповідальним бізнесом.
6. Взаємозв'язок соціальної відповідальності бізнесу та сталого розвитку.
7. Сучасні напрями реалізації соціальної відповідальності бізнесу.
8. Міжнародні стандарти у сфері соціальної відповідальності бізнесу.
9. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: основні тенденції.
10. ESG-компоненти (Environmental, Social, Governance) у діяльності сучасних компаній.

Тема 2. Корпоративна практика реалізації соціальної відповідальності.

Теми для презентацій:

1. Корпоративна соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку підприємства.
2. Організація корпоративної соціальної відповідальності на сучасному підприємстві.
3. Кращі практики корпоративної соціальної відповідальності українських компаній.
4. Досвід міжнародних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності.
5. Корпоративна соціальна відповідальність та конкурентоспроможність підприємства.
6. Соціальні програми підприємств: напрями та механізми реалізації.
7. Роль керівництва у впровадженні корпоративної соціальної відповідальності.
8. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент формування позитивного іміджу компанії.
9. Благодійна діяльність підприємств як складова корпоративної соціальної відповідальності.
10. Особливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні в умовах воєнного стану.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати корпоративну соціальну програму відомої української компанії та оцінити її ефективність.

2. Дослідити, як обрана компанія висвітлює свою соціальну відповідальність на офіційному сайті.
3. Провести порівняльний аналіз соціальних програм двох підприємств.
4. Визначити переваги та ризики впровадження корпоративної соціальної відповідальності для підприємства.
5. Проаналізувати вплив корпоративної соціальної відповідальності на репутацію компанії.
6. Дослідити приклади підтримки працівників підприємствами в умовах кризи або воєнного стану.
7. Проаналізувати участь підприємства у благодійних та соціальних проєктах.
8. Оцінити вплив соціально відповідальної діяльності на взаємовідносини підприємства зі споживачами.
9. Визначити основні напрями корпоративної соціальної відповідальності для підприємства певної галузі.
10. Підготувати SWOT-аналіз корпоративної соціальної відповідальності обраного підприємства.

Творчі завдання:

1. Розробити програму корпоративної соціальної відповідальності для умовного підприємства.
2. Створити концепцію благодійного проєкту від імені компанії.
3. Розробити план соціальної підтримки працівників підприємства.
4. Створити буклет або інформаційний лист про соціально відповідальну діяльність підприємства.
5. Підготувати проєкт корпоративної волонтерської програми.
6. Розробити соціальну акцію для підвищення позитивного іміджу компанії.
7. Написати звернення керівника компанії до працівників щодо впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності.
8. Розробити план співпраці підприємства з місцевою громадою.
9. Створити модель корпоративної соціальної відповідальності для малого бізнесу.
10. Підготувати проєкт щорічного звіту про соціально відповідальну діяльність підприємства.

Тема 3. Складові соціальної відповідальності бізнесу: внутрішня та зовнішня СВБ. Теми для презентацій:

1. Внутрішня та зовнішня соціальна відповідальність бізнесу: сутність та особливості.
2. Внутрішня соціальна відповідальність як чинник розвитку персоналу.
3. Соціальний захист працівників у системі внутрішньої соціальної відповідальності.
4. Охорона праці та безпечні умови праці як складова СВБ.
5. Корпоративна культура та її роль у формуванні внутрішньої соціальної відповідальності.
6. Зовнішня соціальна відповідальність бізнесу та взаємодія з місцевими громадами.
7. Відповідальність бізнесу перед споживачами.
8. Благодійність і волонтерство як форми зовнішньої соціальної відповідальності.
9. Взаємодія підприємства зі стейкхолдерами в межах соціальної відповідальності.
10. Особливості внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності українського бізнесу в умовах війни.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати заходи внутрішньої соціальної відповідальності на прикладі обраного підприємства.

2. Визначити форми зовнішньої соціальної відповідальності підприємства та оцінити їх ефективність.
3. Провести порівняльний аналіз внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності компанії.
4. Проаналізувати систему мотивації та соціального захисту працівників підприємства.
5. Дослідити практику взаємодії підприємства з місцевою громадою.
6. Проаналізувати соціальні проєкти компанії, спрямовані на підтримку суспільства.
7. Оцінити вплив соціально відповідальних заходів на лояльність працівників підприємства.
8. Дослідити діяльність підприємства щодо захисту прав споживачів.
9. Визначити основних стейкхолдерів підприємства та охарактеризувати взаємодію з ними.
10. Підготувати SWOT-аналіз внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності обраного підприємства.

Творчі завдання:

1. Розробити програму підвищення рівня внутрішньої соціальної відповідальності підприємства.
2. Створити проєкт соціальної підтримки працівників підприємства.
3. Розробити концепцію корпоративного волонтерського руху.
4. Створити план заходів щодо покращення умов праці персоналу.
5. Розробити проєкт співпраці підприємства з місцевою громадою.
6. Створити модель взаємодії підприємства зі стейкхолдерами.
7. Підготувати проєкт соціальної акції для підтримки вразливих категорій населення.
8. Розробити програму формування позитивного іміджу підприємства через соціально відповідальну діяльність.
9. Створити кодекс взаємодії підприємства зі споживачами та партнерами.
10. Підготувати проєкт соціальної ініціативи підприємства для підтримки громади в умовах воєнного стану.

Тема 4. Концептуальні основи розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Теми для презентацій:

1. Теоретичні засади корпоративної соціальної відповідальності.
2. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності.
3. Основні моделі корпоративної соціальної відповідальності у світовій практиці.
4. Піраміда соціальної відповідальності А. Керролла та її значення для сучасного бізнесу.
5. Теорія зацікавлених сторін (стейкхолдерів) у системі корпоративної соціальної відповідальності.
6. Концепція сталого розвитку та її взаємозв'язок із корпоративною соціальною відповідальністю.
7. Міжнародні стандарти та принципи корпоративної соціальної відповідальності.
8. Роль корпоративної соціальної відповідальності у розвитку сучасного суспільства.
9. Особливості становлення корпоративної соціальної відповідальності в Україні.
10. Сучасні тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності в умовах глобальних викликів.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати основні етапи розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності.
2. Дослідити застосування піраміди А. Керролла на прикладі конкретного підприємства.

3. Провести аналіз діяльності компанії з позиції теорії зацікавлених сторін.
4. Порівняти різні концепції корпоративної соціальної відповідальності та визначити їх переваги.
5. Проаналізувати вплив принципів сталого розвитку на діяльність сучасного підприємства.
6. Дослідити відповідність діяльності підприємства міжнародним принципам соціальної відповідальності.
7. Проаналізувати роль стейкхолдерів у формуванні соціальної політики підприємства.
8. Провести порівняльний аналіз підходів до корпоративної соціальної відповідальності в Україні та за кордоном.
9. Визначити фактори, що впливають на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в сучасних умовах.
10. Підготувати SWOT-аналіз впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Творчі завдання:

1. Розробити власну модель корпоративної соціальної відповідальності для сучасного підприємства.
2. Створити схему взаємодії підприємства із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами).
3. Розробити концепцію сталого розвитку для умовної компанії.
4. Підготувати проєкт упровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.
5. Створити карту цінностей соціально відповідальної компанії.
6. Розробити корпоративну місію та бачення з урахуванням принципів соціальної відповідальності.
7. Створити проєкт інформаційної кампанії з популяризації корпоративної соціальної відповідальності.
8. Розробити рекомендації щодо підвищення рівня соціальної відповідальності підприємства.
9. Створити модель взаємодії бізнесу, держави та громади в межах концепції соціальної відповідальності.
10. Підготувати творчий проєкт «Соціально відповідальна компанія майбутнього».

Тема 5. Екологічні аспекти соціальної відповідальності.

Теми для презентацій:

1. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності бізнесу.
2. Роль бізнесу у вирішенні сучасних екологічних проблем.
3. Принципи екологічно відповідального ведення бізнесу.
4. Екологічний менеджмент на підприємстві: сутність та основні завдання.
5. Міжнародні стандарти екологічного управління та їх застосування в діяльності підприємств.
6. Концепція «зеленої» економіки та її значення для розвитку бізнесу.
7. Рациональне використання природних ресурсів у діяльності підприємств.
8. Екологічні інновації як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства.
9. Екологічна політика українських підприємств в умовах сталого розвитку.
10. Відповідальність бізнесу за збереження навколишнього природного середовища в умовах воєнного стану.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати екологічну політику обраного підприємства.
2. Дослідити екологічні ризики діяльності підприємства певної галузі та запропонувати шляхи їх мінімізації.
3. Провести аналіз екологічних програм української або міжнародної компанії.
4. Оцінити вплив діяльності підприємства на навколишнє середовище.
5. Проаналізувати використання принципів «зеленої» економіки в діяльності підприємства.
6. Дослідити практику впровадження екологічного менеджменту на підприємствах.
7. Провести порівняльний аналіз екологічної відповідальності двох підприємств.
8. Проаналізувати екологічні заходи підприємства щодо раціонального використання ресурсів.
9. Оцінити роль екологічних інновацій у забезпеченні сталого розвитку підприємства.
10. Підготувати SWOT-аналіз екологічної відповідальності обраного підприємства.

Творчі завдання:

1. Розробити екологічну політику для умовного підприємства.
2. Створити проєкт екологічної програми зі зменшення негативного впливу підприємства на довкілля.
3. Розробити план заходів із впровадження принципів «зеленої» економіки на підприємстві.
4. Створити концепцію екологічної інформаційної кампанії для працівників підприємства.
5. Розробити проєкт сортування та переробки відходів на підприємстві.
6. Підготувати програму раціонального використання природних ресурсів для підприємства.
7. Створити проєкт корпоративної екологічної акції для місцевої громади.
8. Розробити рекомендації щодо підвищення екологічної відповідальності підприємства.
9. Створити модель екологічно відповідального підприємства майбутнього.
10. Підготувати творчий проєкт «Бізнес і довкілля: шляхи досягнення балансу між економічним розвитком та екологічною безпекою».

Тема 6. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.

Теми для презентацій:

1. Соціальне партнерство: сутність, принципи та основні форми.
2. Роль соціального партнерства у формуванні соціальної відповідальності бізнесу.
3. Соціальний діалог як основа ефективного соціального партнерства.
4. Взаємодія бізнесу, держави та громадськості в системі соціального партнерства.
5. Соціальне партнерство в умовах сталого розвитку.
6. Роль місцевих громад у розвитку соціально відповідального бізнесу.
7. Соціальне партнерство як інструмент вирішення соціальних проблем суспільства.
8. Досвід соціального партнерства в Україні та зарубіжних країнах.
9. Соціальне партнерство в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення України.
10. Перспективи розвитку соціального партнерства в сучасних економічних умовах.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати приклад успішного соціального партнерства між бізнесом та громадою.
2. Дослідити роль соціального партнерства у вирішенні соціальних проблем регіону.
3. Провести аналіз взаємодії підприємства з місцевими органами влади.
4. Проаналізувати форми співпраці бізнесу та громадських організацій.

5. Дослідити участь підприємства у соціальних проєктах громади.
6. Провести порівняльний аналіз моделей соціального партнерства в Україні та за кордоном.
7. Визначити основні переваги та ризики соціального партнерства для підприємства.
8. Проаналізувати вплив соціального партнерства на формування позитивного іміджу компанії.
9. Дослідити роль соціального діалогу у вирішенні конфліктних ситуацій між роботодавцем та працівниками.
10. Підготувати SWOT-аналіз соціального партнерства обраного підприємства.

Творчі завдання:

1. Розробити проєкт соціального партнерства між підприємством та місцевою громадою.
2. Створити програму співпраці підприємства з громадською організацією.
3. Розробити план соціальної підтримки громади за участю бізнесу.
4. Створити модель ефективної взаємодії бізнесу, влади та громадськості.
5. Розробити проєкт соціальної ініціативи для вирішення актуальної проблеми громади.
6. Підготувати сценарій проведення круглого столу з питань соціального партнерства.
7. Розробити програму корпоративного волонтерства як форми соціального партнерства.
8. Створити проєкт співпраці підприємства із закладами освіти щодо підготовки майбутніх фахівців.
9. Розробити концепцію соціального проєкту для підтримки вразливих категорій населення.
10. Підготувати творчий проєкт «Соціальне партнерство як основа розвитку сучасного суспільства».

Тема 7. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.

Теми для презентацій:

1. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності: сутність та значення.
2. Основні етапи моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.
3. Показники оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємства.
4. Методи моніторингу соціально відповідальної діяльності бізнесу.
5. Нефінансова звітність як інструмент моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.
6. Міжнародні стандарти та індекси оцінювання корпоративної соціальної відповідальності.
7. ESG-показники у системі моніторингу діяльності підприємства.
8. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності в українських компаніях.
9. Роль стейкхолдерів у процесі моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.
10. Сучасні цифрові інструменти моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати нефінансовий звіт обраного підприємства та визначити основні показники соціальної відповідальності.
2. Дослідити систему моніторингу корпоративної соціальної відповідальності конкретної компанії.
3. Провести аналіз ESG-показників підприємства та оцінити їх значення для бізнесу.
4. Порівняти підходи до моніторингу соціальної відповідальності двох підприємств.
5. Проаналізувати міжнародні стандарти звітності у сфері корпоративної соціальної відповідальності.
6. Дослідити інформацію про соціально відповідальну діяльність підприємства, представлену на його офіційному сайті.

7. Визначити ключові показники для моніторингу соціальної відповідальності підприємства певної галузі.
8. Проаналізувати роль зацікавлених сторін у процесі оцінювання соціальної відповідальності компанії.
9. Оцінити повноту та достовірність інформації про соціальну відповідальність, оприлюднену підприємством.
10. Підготувати SWOT-аналіз системи моніторингу корпоративної соціальної відповідальності обраного підприємства.

Творчі завдання:

1. Розробити систему показників для моніторингу корпоративної соціальної відповідальності підприємства.
2. Створити шаблон нефінансового звіту для умовної компанії.
3. Розробити анкету для оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємства працівниками або споживачами.
4. Створити модель моніторингу корпоративної соціальної відповідальності для малого бізнесу.
5. Розробити систему внутрішнього контролю соціально відповідальної діяльності підприємства.
6. Підготувати проєкт щорічного звіту про результати корпоративної соціальної відповідальності.
7. Створити концепцію електронної платформи для моніторингу соціальної відповідальності бізнесу.
8. Розробити систему оцінювання соціальних та екологічних результатів діяльності підприємства.
9. Створити інформаційну кампанію щодо важливості прозорості звітності у сфері корпоративної соціальної відповідальності.
10. Підготувати творчий проєкт «Ідеальна система моніторингу корпоративної соціальної відповідальності сучасного підприємства».

Тема 8. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.

Теми для презентацій:

1. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу: сутність та значення.
2. Методи оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємства.
3. Економічна ефективність програм соціальної відповідальності бізнесу.
4. Соціальний ефект від реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності.
5. Екологічна складова оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.
6. Система показників оцінювання соціальної відповідальності підприємства.
7. ESG-підходи до оцінювання ефективності діяльності компанії.
8. Вплив соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства.
9. Оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності в українських компаніях.
10. Перспективи вдосконалення систем оцінювання соціальної відповідальності бізнесу.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати ефективність соціальної програми обраного підприємства.
2. Оцінити вплив соціально відповідальних заходів на фінансові результати підприємства.
3. Провести аналіз соціального ефекту від реалізації корпоративних соціальних проєктів.
4. Дослідити вплив соціальної відповідальності на репутацію та імідж компанії.
5. Порівняти показники ефективності соціальної відповідальності двох підприємств.

6. Проаналізувати ESG-показники компанії та визначити їхній вплив на діяльність підприємства.
7. Визначити критерії оцінювання ефективності соціальної відповідальності для підприємства певної галузі.
8. Проаналізувати взаємозв'язок між рівнем соціальної відповідальності та конкурентоспроможністю підприємства.
9. Дослідити ефективність екологічних заходів, реалізованих підприємством.
10. Підготувати SWOT-аналіз ефективності соціально відповідальної діяльності обраного підприємства.

Творчі завдання:

1. Розробити систему критеріїв оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємства.
2. Створити модель оцінювання соціального ефекту корпоративних соціальних програм.
3. Розробити систему ключових показників ефективності (KPI) для оцінювання соціальної відповідальності підприємства.
4. Створити проєкт методики оцінювання соціальної відповідальності малого підприємства.
5. Розробити анкету для оцінювання сприйняття соціальної відповідальності компанії її працівниками.
6. Створити шаблон звіту про оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємства.
7. Розробити рекомендації щодо підвищення ефективності соціально відповідальної діяльності компанії.
8. Створити модель комплексного оцінювання економічних, соціальних та екологічних результатів діяльності підприємства.
9. Розробити проєкт системи оцінювання впливу соціальної відповідальності на розвиток громади.
10. Підготувати творчий проєкт «Ефективна соціальна відповідальність як фактор сталого розвитку підприємства».

Тема 9. Переваги та недоліки соціальної відповідальності бізнесу.

Теми для презентацій:

1. Переваги та недоліки соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах.
2. Вплив соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства.
3. Соціальна відповідальність як інструмент формування позитивної ділової репутації.
4. Економічні переваги впровадження соціальної відповідальності бізнесу.
5. Соціальна відповідальність та інвестиційна привабливість підприємства.
6. Ризики та обмеження впровадження соціальної відповідальності бізнесу.
7. Соціальна відповідальність як чинник підвищення лояльності працівників і споживачів.
8. Формальний та реальний підходи до соціальної відповідальності бізнесу.
9. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах воєнного стану: можливості та виклики.
10. Перспективи розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати переваги соціальної відповідальності на прикладі конкретного підприємства.
2. Дослідити вплив соціально відповідальної діяльності на репутацію компанії.
3. Провести аналіз витрат і вигод від реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу.

4. Порівняти результати діяльності підприємств із високим та низьким рівнем соціальної відповідальності.
5. Проаналізувати вплив соціальної відповідальності на залучення інвестицій.
6. Дослідити ризики, що можуть виникати під час реалізації соціально відповідальних програм.
7. Проаналізувати приклади формального впровадження соціальної відповідальності (greenwashing, social washing).
8. Оцінити вплив соціальної відповідальності на мотивацію та утримання персоналу.
9. Визначити переваги та недоліки соціальної відповідальності для підприємств малого та середнього бізнесу.
10. Підготувати SWOT-аналіз переваг і недоліків соціальної відповідальності обраного підприємства.

Творчі завдання:

1. Розробити аргументовану позицію щодо доцільності впровадження соціальної відповідальності на підприємстві.
2. Створити порівняльну характеристику соціально відповідального та соціально безвідповідального бізнесу.
3. Розробити рекомендації для підприємства щодо максимізації переваг соціальної відповідальності.
4. Створити проєкт інформаційної кампанії з популяризації соціальної відповідальності бізнесу.
5. Розробити план заходів для підвищення довіри до соціально відповідальної діяльності підприємства.
6. Створити модель управління ризиками у сфері соціальної відповідальності бізнесу.
7. Підготувати сценарій дебатов на тему «Соціальна відповідальність бізнесу: необхідність чи додаткові витрати?».
8. Розробити кодекс принципів ефективної соціально відповідальної діяльності підприємства.
9. Створити проєкт соціальної ініціативи, що поєднує економічні та суспільні інтереси.
10. Підготувати творчий проєкт «Соціальна відповідальність бізнесу: переваги для компанії, суспільства та держави».

Тема 10. Корпоративна культура та етика соціально відповідальної компанії.

Теми для презентацій:

1. Корпоративна культура як основа соціально відповідальної діяльності підприємства.
2. Сутність та складові корпоративної культури сучасної компанії.
3. Корпоративна етика в системі соціальної відповідальності бізнесу.
4. Кодекс корпоративної етики як інструмент управління організацією.
5. Роль корпоративних цінностей у формуванні соціально відповідальної компанії.
6. Етичне лідерство та його вплив на розвиток підприємства.
7. Корпоративна культура як чинник мотивації персоналу.
8. Формування етичної поведінки працівників у сучасній організації.
9. Особливості корпоративної культури соціально відповідальних компаній в Україні та світі.
10. Корпоративна культура та етика в умовах цифровізації та глобальних викликів.

Ситуаційні та аналітичні завдання:

1. Проаналізувати корпоративну культуру обраного підприємства та визначити її сильні й слабкі сторони.

2. Дослідити корпоративні цінності відомої компанії та оцінити їх вплив на діяльність організації.
3. Провести аналіз кодексу корпоративної етики конкретного підприємства.
4. Оцінити вплив корпоративної культури на мотивацію та продуктивність працівників.
5. Проаналізувати приклади етичних та неетичних рішень у діяльності компанії.
6. Дослідити роль керівництва у формуванні корпоративної культури організації.
7. Провести порівняльний аналіз корпоративної культури двох підприємств.
8. Проаналізувати вплив корпоративної культури на імідж та репутацію компанії.
9. Дослідити особливості взаємодії працівників у соціально відповідальній компанії.
10. Підготувати SWOT-аналіз корпоративної культури та етики обраного підприємства.

Творчі завдання:

1. Розробити кодекс корпоративної етики для умовного підприємства.
2. Створити систему корпоративних цінностей соціально відповідальної компанії.
3. Розробити програму формування позитивної корпоративної культури в організації.
4. Створити проєкт адаптації нових працівників відповідно до корпоративних цінностей підприємства.
5. Розробити план заходів щодо підвищення рівня корпоративної етики в компанії.
6. Створити модель ідеальної корпоративної культури для сучасного підприємства.
7. Розробити проєкт тренінгу з корпоративної етики для працівників організації.
8. Створити рекомендації щодо запобігання етичним конфліктам у трудовому колективі.
9. Розробити концепцію корпоративної культури для стартапу або малого бізнесу.
10. Підготувати творчий проєкт «Соціально відповідальна компанія: культура, цінності та етичні стандарти майбутнього».

6.4. Самостійна робота

Види самостійної роботи здобувачів:

1. Опрацювання лекційного матеріалу та рекомендованої літератури.
2. Підготовка до семінарських занять.
3. Підготовка доповідей та презентацій за темами дисципліни.
4. Аналіз практики соціальної відповідальності українських та зарубіжних компаній.
5. Аналіз офіційних сайтів підприємств щодо висвітлення корпоративної соціальної відповідальності.
6. Виконання ситуаційних та аналітичних завдань.
7. Підготовка творчих завдань і проєктів.
8. Вивчення міжнародних стандартів у сфері соціальної відповідальності бізнесу.
9. Аналіз нефінансової звітності підприємств.
10. Підготовка есе з актуальних проблем соціальної відповідальності бізнесу.
11. Проведення SWOT-аналізу соціально відповідальної діяльності підприємства.
12. Розробка пропозицій щодо вдосконалення соціально відповідальної діяльності підприємств.
13. Підготовка індивідуального науково-дослідного завдання.
14. Пошук та аналіз сучасних наукових публікацій з проблематики соціальної відповідальності бізнесу.
15. Підготовка до модульного контролю та підсумкового оцінювання.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна

1	Тема 1. Сучасні підходи щодо змісту соціальної відповідальності бізнесу.	8	10
2	Тема 2. Корпоративна практика реалізації соціальної відповідальності.	7	10
3	Тема 3. Складові соціальної відповідальності бізнесу: внутрішня та зовнішня СВБ.	8	10
4	Тема 4. Концептуальні основи розвитку корпоративної соціальної відповідальності.	7	12
5	Тема 5. Екологічні аспекти соціальної відповідальності.	7	12
6	Тема 6. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.	8	10
7	Тема 7. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.	7	12
8	Тема 8. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.	8	12
9.	Тема 9. Переваги та недоліки соціальної відповідальності бізнесу.	7	10
10.	Тема 10. Корпоративна культура та етика соціально відповідальної компанії.	7	10
		74	108

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «Соціальна відповідальність бізнесу»

I – модуль.

1. Розкрийте сутність поняття «соціальна відповідальність бізнесу».
2. Які основні підходи існують до трактування соціальної відповідальності бізнесу?
3. У чому полягає відмінність між традиційною та сучасною концепціями ведення бізнесу?
4. Назвіть основні принципи соціальної відповідальності бізнесу.
5. Які фактори впливають на розвиток соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах?
6. Яке значення має соціальна відповідальність для забезпечення сталого розвитку?
7. Охарактеризуйте міжнародні стандарти у сфері соціальної відповідальності.
8. Що таке корпоративна соціальна відповідальність та які її особливості?
9. Які етапи впровадження соціальної відповідальності на підприємстві?
10. Назвіть основні інструменти реалізації корпоративної соціальної відповідальності.
11. Яку роль відіграє керівництво підприємства у впровадженні соціально відповідальних практик?
12. Як формується корпоративна культура соціально відповідальної організації?
13. Які переваги отримує підприємство від впровадження принципів соціальної відповідальності?
14. Наведіть приклади успішних практик корпоративної соціальної відповідальності.
15. Охарактеризуйте внутрішню соціальну відповідальність бізнесу.
16. Які напрями внутрішньої соціальної відповідальності є найбільш поширеними?
17. У чому полягає зовнішня соціальна відповідальність бізнесу?
18. Назвіть основних зовнішніх стейкхолдерів підприємства.
19. Які форми взаємодії підприємства з місцевими громадами можуть використовуватися?
20. Як соціальна відповідальність впливає на відносини підприємства зі споживачами?
21. Порівняйте внутрішню та зовнішню соціальну відповідальність бізнесу.
22. Які передумови виникнення концепції корпоративної соціальної відповідальності?
23. Охарактеризуйте основні етапи розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

24. У чому полягає сутність теорії зацікавлених сторін (стейкхолдерів)?
25. Розкрийте зміст піраміди соціальної відповідальності А. Керролла.
26. Який зв'язок існує між корпоративною соціальною відповідальністю та концепцією сталого розвитку?
27. Які сучасні тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності спостерігаються у світі та в Україні?
28. Яке місце займає екологічна відповідальність у системі соціальної відповідальності бізнесу?
29. Які екологічні ризики можуть виникати в діяльності підприємств?
30. Назвіть основні напрями екологічно відповідальної діяльності підприємств.
31. Що таке екологічний менеджмент та які його функції?
32. Які міжнародні стандарти регулюють екологічну діяльність підприємств?
33. Як підприємства можуть сприяти раціональному використанню природних ресурсів?
34. Охарактеризуйте принципи «зеленої» економіки та їх зв'язок із соціальною відповідальністю бізнесу.
35. Яке значення має екологічна звітність для сучасного підприємства?

II – модуль.

36. Розкрийте сутність поняття «соціальне партнерство».
37. Яка роль соціального партнерства у формуванні соціальної відповідальності бізнесу?
38. Назвіть основних учасників соціального партнерства та охарактеризуйте їхні функції.
39. Які принципи лежать в основі соціального партнерства?
40. Охарактеризуйте основні форми соціального партнерства.
41. Які переваги отримують підприємства від розвитку соціального партнерства?
42. Яке значення має соціальний діалог для забезпечення соціальної відповідальності бізнесу?
43. Наведіть приклади ефективного соціального партнерства в діяльності підприємств.
44. Що таке моніторинг корпоративної соціальної відповідальності?
45. Які завдання виконує моніторинг корпоративної соціальної відповідальності?
46. Назвіть основні етапи проведення моніторингу соціальної відповідальності бізнесу.
47. Які показники використовуються для оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємства?
48. Які джерела інформації використовуються під час моніторингу корпоративної соціальної відповідальності?
49. Яку роль відіграє нефінансова звітність у моніторингу соціальної відповідальності?
50. Які міжнародні стандарти та індекси використовуються для оцінювання корпоративної соціальної відповідальності?
51. Які проблеми можуть виникати під час моніторингу соціальної відповідальності бізнесу?
52. Розкрийте сутність оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.
53. Які критерії використовуються для оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємства?
54. Які методи застосовуються для оцінювання соціальної відповідальності бізнесу?
55. У чому полягає економічна ефективність соціально відповідальних заходів?
56. Як оцінити соціальний ефект від реалізації програм соціальної відповідальності?
57. Які показники використовуються для оцінювання екологічної ефективності соціальної відповідальності?
58. Яке значення має оцінювання ефективності соціальної відповідальності для стратегічного розвитку підприємства?
59. Які труднощі виникають при визначенні ефективності соціальної відповідальності бізнесу?
60. Назвіть основні переваги впровадження соціальної відповідальності бізнесу.

61. Як соціальна відповідальність впливає на репутацію та конкурентоспроможність підприємства?
62. Які переваги отримують працівники від реалізації соціально відповідальних програм?
63. Як соціальна відповідальність сприяє розвитку місцевих громад?
64. Назвіть можливі недоліки та обмеження соціальної відповідальності бізнесу.
65. Які ризики можуть виникати під час реалізації соціально відповідальних програм?
66. У чому полягає проблема формального підходу до соціальної відповідальності бізнесу?
67. Що таке корпоративна культура та які її основні складові?
68. Який зв'язок існує між корпоративною культурою та соціальною відповідальністю бізнесу?
69. Розкрийте сутність корпоративної етики соціально відповідальної компанії.
70. Які принципи етичної поведінки повинні дотримуватися соціально відповідальні компанії?
71. Що таке корпоративний кодекс етики та яке його призначення?
72. Яку роль відіграє керівництво у формуванні етичної культури організації?
73. Як корпоративна культура впливає на мотивацію та поведінку працівників?
74. Які механізми сприяють підтриманню етичних стандартів у компанії?
75. Охарактеризуйте особливості корпоративної культури соціально відповідальної компанії в сучасних умовах.

ТЕМИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ

1. Сутність та сучасні підходи до розуміння соціальної відповідальності бізнесу.
2. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу в умовах глобалізації.
3. Міжнародний досвід впровадження соціальної відповідальності бізнесу.
4. Корпоративна соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку підприємства.
5. Особливості впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні.
6. Внутрішня соціальна відповідальність підприємства: напрями та механізми реалізації.
7. Зовнішня соціальна відповідальність бізнесу та її вплив на розвиток громад.
8. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах воєнного стану в Україні.
9. Теорія зацікавлених сторін (стейкхолдерів) у системі соціальної відповідальності бізнесу.
10. Піраміда соціальної відповідальності А. Керролла та можливості її застосування на сучасному підприємстві.
11. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент забезпечення сталого розвитку.
12. Екологічна відповідальність підприємств у контексті сталого розвитку.
13. Екологічні програми підприємств та їх вплив на формування позитивного іміджу компанії.
14. Роль екологічного менеджменту у забезпеченні соціальної відповідальності бізнесу.
15. Принципи «зеленої» економіки в діяльності сучасних підприємств.
16. Соціальне партнерство як механізм взаємодії бізнесу, держави та громадськості.
17. Соціальний діалог як інструмент розвитку соціальної відповідальності бізнесу.
18. Взаємодія бізнесу з місцевими громадами в межах програм соціальної відповідальності.
19. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності: методи та інструменти.
20. Нефінансова звітність як інструмент оцінювання соціальної відповідальності підприємства.
21. Міжнародні стандарти оцінювання корпоративної соціальної відповідальності.
22. Методи оцінювання ефективності соціальної відповідальності бізнесу.
23. Економічна ефективність соціально відповідальних програм підприємства.
24. Соціальний ефект від реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності.

25. Вплив соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства.
26. Репутаційні переваги соціально відповідального бізнесу.
27. Переваги та ризики впровадження соціальної відповідальності бізнесу.
28. Соціальна відповідальність як фактор підвищення інвестиційної привабливості підприємства.
29. Корпоративна культура як основа соціально відповідальної діяльності компанії.
30. Корпоративна етика та її роль у формуванні соціально відповідальної організації.
31. Кодекс корпоративної етики як інструмент управління поведінкою працівників.
32. Формування етичної культури в соціально відповідальній компанії.
33. Соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу: проблеми та перспективи розвитку.
34. Благодійність і волонтерство як складові соціальної відповідальності бізнесу.
35. Роль соціально відповідального бізнесу у відновленні України в післявоєнний період.

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

- Робоча програма навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу»;
- Електронний конспект лекцій з дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу»;
- Електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу»
- Індивідуальні теми для самостійного виконання (електронний варіант);
- Навчально - методичні вказівки з курсу «Соціальна відповідальність бізнесу» для студентів галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг» освітніх програм «Маркетинг» Ужгород: ДВНЗ «УжНУ».
- Програмне забезпечення: інформаційні технології та засоби електронного навчання: Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ.
- Інформаційне та навчально-методичне забезпечення: наукова бібліотека та читальні зали УжНУ; віртуальне навчальне середовище Moodle; Google Meet.
- Навчальні і робочі навчальні плани.
- Графіки навчального процесу.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Охріменко, О. О. Соціальна відповідальність [Електронний ресурс] : підруч. для здобувачів ступеня магістра за спец. 051 «Економіка» / О. О. Охріменко, Т. В. Іванова ; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Електрон. текст. дані (1 файл: 4,92 Мбайт). Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2025. 311 с. URL: <https://ela.kpi.ua/items/5bba37db-c52a-4b4a-b393-1e2df375fc0f>
2. Кульчицький, І. (2024). СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ. *Економіка та суспільство*, (69). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-8>
3. Татаринцева Ю. Л. Соціальна відповідальність бізнесу та бізнес соціальний аналіз [Електронний ресурс] : навч. посібник / Ю. Л. Татаринцева, І. А. Юр'єва ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2024. 206 с. URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/83549>
4. Соціальна відповідальність: навчальний посібник / Укладачі: Зибарева О.В, Вербівська Л.В. Чернівці: Технодрук, 2021. 148 с. URL:

<https://dspace.chnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0f4af6ff-5c85-4eb1-b2c8-ef42b7cd6d76/content>

5. Шевченко О.В. Корпоративна соціальна відповідальність в PR. Київ, ІМБ, 2023. 255 с. URL: <https://ir.library.knu.ua/server/api/core/bitstreams/e93c3ba8-2b96-4f0c-b85d-bd714412dff2/content>

Додаткова література

1. Бутенко Д.С., Сороченко Д.М. Формування програми корпоративної соціальної відповідальності бізнес-структур. Ефективна економіка. 2024. №1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.58>
2. Гусєва О.Ю. Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О.Ю. Гусєва, О.В. Воскобоева, Т.Б. Хлевицька. - Київ: Державний університет телекомунікацій, 2020. - 222 с. - режим доступу: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3769>
3. Зеліч В. В., Балко О. Ю. Корпоративна культура організації її роль та вплив на управління розвитком підприємства. *Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації* : зб. матер. XXIV наук. інтернет-конф. Переяслав-Хмельницький, 2017. Вип. 24. С. 394.
4. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / Саприкіна М.А.(гл. 1-14), Ляшенко О. (гл.4, гл. 10), Саєнсуєс М.А. і Місько Г.А. (гл.1, гл.9), Зінченко А.Г. (гл.8), (за науковою редакцією д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О.С.). К.: Вид-во «Фарбований лист», 2011. 480с. https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/book_2011-1.pdf
5. Таран-Лала О.М., Шевцов А.В. Теоретичні аспекти соціальної відповідальності підприємства як чинника його стійкого розвитку. Економіка та держава. 2022. № 6. С. 35–39. URI: <https://dspace.pdau.edu.ua/handle/123456789/13778>
6. Татаринцева, Ю., Юр'єва, І., & Назарова, Т. (2023). Вплив розвитку соціальної відповідальності та сталого цифрового маркетингу на фінансову складову бізнес-процесів в умовах цифрової економіки. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*, 1(4), 293-306. <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-293-306>

Законодавчі та нормативні акти України

1. Конституція України : Закон України від 28 черв. 1996 р. № 254к/96-ВР.
2. Кодекс законів про працю України : Закон України від 10 груд. 1971 р. № 322-VIII.
3. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України від 30.09.2019 № 722/2019. URL: rada.gov.ua
4. Про оплату праці : Закон України від 24 берез. 1995 р. № 108/95-ВР.
5. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України від 25 черв. 1991 р. № 1264-XII.
6. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 трав. 1991 р. № 1023-XII (та нова ред. від 2023 р.).
7. Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності : Закон України від 15 вер. 1999 р. № 1045-XIV.
8. Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності : Закон України від 22 черв. 2012 р. № 5026-VI.
9. Про зайнятість населення : Закон України від 05 лип. 2012 р. № 5067-VI.
10. Про благодійну діяльність та благодійні організації : Закон України від 05 лип. 2012 р. № 5073-VI.
11. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від 23 вер. 1999 р. № 1105-XIV (в ред. від 01.01.2023).
12. Про соціальний діалог в Україні : Закон України від 23 груд. 2010 р. № 2862-VI.

13. Глобальний договір ООН (UN Global Compact) : прийнятий у 2000 р. URL: <https://unglobalcompact.org/>
14. ISO 26000:2010. Настанови з соціальної відповідальності (Guidance on social responsibility) / Міжнародна організація зі стандартизації (ISO). 2010. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
15. Декларація МОП про основоположні принципи та права у світі праці / Міжнародна організація праці. 1998. URL: <https://www.ilo.org/international-labour-standards>

Інформаційні ресурси та вебсайти

1. Офіційний вебпортал парламенту України (Законодавство України) - <https://zakon.rada.gov.ua>
2. Офіційний сайт Мережі Глобального договору ООН в Україні- <https://globalcompact.org.ua>
3. Офіційний сайт Глобальної ініціативи зі звітності (GRI) -<https://www.globalreporting.org>
4. Офіційний сайт CSR Europe - <https://www.csreurope.org>
5. Центр «Резюме та розвиток КСВ» (CSR Ukraine) - <https://csr-ukraine.org>
6. Портал Дія.Бізнес (Розділ «Сталий бізнес та КСВ») - <https://business.diia.gov.ua>
7. Офіційний сайт Міжнародної організації праці (ILO) - <https://www.ilo.org>
8. Офіційний сайт ОЕСР (OECD) - <https://www.oecd.org>