

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кафедра філософії



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан ФЕУ

Владислав КОРОЛЬКОВ

« 30 » серпня 2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК1 Соціальна відповідальність

(код і назва навчальної дисципліни)

підготовки магістрів

галузь знань 07 – Управління та адміністрування

(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 075 – Маркетинг

(код і назва спеціальності)

освітня програма (спеціалізація) Маркетинг

(назва освітньої програми /спеціалізації)

факультет економіки та управління

(назва факультету)

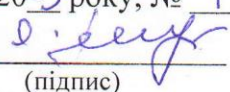
мова навчання державна

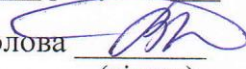
Робоча програма Соціальна відповідальність для студентів спеціальності
(назва навчальної дисципліни)

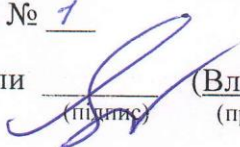
075 – Маркетинг, освітня програма Маркетинг.
(код і назва спеціальності) (назва освітньої програми / спеціалізації)

«28» 08, 2023 року. – 13 с.

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)

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри філософії
Протокол від 28.08, 2023 року, № 1
Завідувач кафедри  (Ольга БОНДАРЕНКО)
(підпис) (прізвище та ініціали)
«28» 08, 2023 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки та управління
Протокол від «30» 08, 2023 року, № 43
«30» 08, 2023 року Голова  (Владислав КОРОЛЬКОВ)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Узгоджено групою забезпечення освітньої програми Маркетинг
Протокол від «30» 08, 2023 року, № 1
«30» 08, 2023 року Керівник групи  (Владислава ЛИФАР)
(підпис) (прізвище та ініціали)

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань <u>07 Управління та адміністрування</u> (шифр і назва)	Обов’язкова	
Модулів – 1	Спеціальність (освітня програма, спеціалізація) <u>075 – Маркетинг (Маркетинг)</u> (код і назва)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2.		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 90 год.		1-й	1-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 год., самостійної роботи студента – 4,5 год.	Освітній ступінь: магістр	26 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		12 год.	2 год.
		Лабораторні	
		–	–
		Самостійна робота	
		52 год.	52 год.
		Індивідуальні завдання:	
		не передбачені	Контрольна робота: 30 год.
		Вид контролю: <i>екзамен</i>	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:
для денної форми навчання – 31% до 69%,
для заочної форми навчання – 1% до 99%.

2. Мета навчальної дисципліни

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

Завдання 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.

У результаті вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність» студент повинен отримати:

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	ЗК	СК
7	2, 3	4, 5, 6, 8
8	2, 5	4
10	1, 2	6, 7, 8

3. Програма 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 соціальної відповідальної поведінки у ринковому середовищі. Особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку: соціальна відповідальність людини, держави, суспільства. Правова та позаправова соціальна відповідальність.

Тема 1.2. Корпоративна соціальна відповідальність як нова філософія бізнесу.

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. Механізми управління КСВ. Внутрішня та зовнішня соціальна відповідальність організації. 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. Соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності.

Соціальні аспекти соціальної відповідальності. Економічні аспекти соціальної відповідальності. Ставлення до навколишнього середовища як форма вияву соціальної відповідальності; 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. 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.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів й тем	Кількість годин											
	<i>денна форма</i>						<i>заочна форма</i>					
	ра- зом	у тому числі					ра- 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
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку.												
Тема 1.1. Соціальна відповідаль- ність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання.	10	2	2	-	-	2	12	1	-	-		4
Тема 1.2. Корпоративна соціальна відповідальність як нова філософія бізнесу.	10	2	2	-	-	2	11	1	-	-		4
Тема 1.3. Місце соціальної відпо- відальності в управлінні організацією.	10	4	-	-	-	4	10	1	1	-		4
Тема 1.4. Соціальні, економічні, екологічні аспекти соці- альної відповідальності.	12	4	2	-	-	2	12	-	-	-		4
Разом за змістовим модулем 1	42	12	6	-	-	10	45	3	1	-		16
Модуль 2												
Змістовий модуль 2. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності.												
Тема 2.1. Моніторинг корпоратив- ної соціальної відпові- дальності.	14	4	2	-	-	4	12	2	-	-		4
Тема 2.2. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відпові- дальності.	10	4	-	-	-	2	10		-	-		4
Тема 2.3. Міжнародні стандарти та ініціативи у сфері соці- альної відповідальності.	14	4	2	-	-	4	11	1	-	-		4
Тема 2.4. Стратегічні напрями розвитку соціальної від- повідальності 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

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Соціальна відповідальність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання.	2
2	Корпоративна соціальна відповідальність сучасного світового бізнесу.	2
3.	Соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності..	2
4	Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності	2
5	Міжнародні стандарти та ініціативи у сфері соціальної відповідальності.	2
6	Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.	2
	Разом:	12

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	—	

7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	—	

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1.1. Соціальна відповідальність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання.	2
2	Тема 1.2. Корпоративна соціальна відповідальність як нова філософія бізнесу.	2
3	Тема 1.3. Місце соціальної відповідальності в управлінні організацією.	4
4	Тема 1.4. Соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності.	2
5	Тема 2.1. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.	4
6	Тема 2.2. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності.	2
7	Тема 2.3. Міжнародні стандарти та ініціативи у сфері соціальної відповідальності.	4
8	Тема 2.4. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні.	2
	Разом:	52

9. Індивідуальні завдання

Для студентів денної форми навчання – не передбачені.

Для студентів заочної форми навчання – контрольна робота.

10. Методи навчання

Під час викладання курсу використовуються наступні методи навчання:

- розповідь – для оповідної, описової форми розкриття навчального матеріалу;
- пояснення – для розкриття сутності певного явища, закону, процесу;
- бесіда – для усвідомлення за допомогою діалогу нових явищ, понять;
- ілюстрація – для розкриття предметів і процесів через їх символічне зображення (малюнки, схеми, графіки);
- практична робота – для використання набутих знань у розв’язанні практичних завдань;
- аналітичний метод – мисленнєвого або практичного розкладу цілого на частини з метою вивчення їх суттєвих ознак;
- індуктивний метод – для вивчення явищ від одиничного до загального;
- дедуктивний метод – для вивчення навчального матеріалу від загального до окремого, одиничного;
- проблемний виклад матеріалу – для створення й розв’язання проблемної ситуації.

11. Очікувані результати навчання з дисципліни

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.

12. Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання можуть бути: екзамени; стандартизовані тести; наскрізні проекти соціально-економічного спрямування; реферати, есе; аналітичні та аналітично-графічні роботи; презентації результатів виконаних завдань та аналітичних розвідок; студентські презентації та виступи на наукових заходах; інші види індивідуальних та групових завдань.

Для студентів денної форми навчання: письмове опитування на лекціях, усне опитування на семінарських заняттях, захист завдання з СРС, аудиторна контрольна робота, аудиторне тестування, проведення двох підсумкових рубіжних контролів.

Для студентів заочної форми навчання: захист контрольної роботи, усне опитування на консультаціях.

13. Критерії оцінювання

Кожний змістовний модуль оцінюється за 100-бальною системою.

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

	Лекції	Семінарські (практичні) заняття	Самостійна робота студента	Підсумкове рубіжне опитування	Разом
Найменування завдань	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 Самостійна робота студента Підсумкове рубіжне опитування	15	40	25	20	100

Підсумкова оцінка за семестр визначається як середня двох підсумкових рубіжних контролів за перший та другий змістовні модулі.

Екзамен проводиться за наявності незадовільної підсумкової оцінки або за вибором студента, та містить: /разом 12 запитань/ чотири теоретичних запитання, вісім тестових запитань.

Отже, екзамен оцінюється за такою шкалою:

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				30	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		
9	9	9	8	9	9	9	8		

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

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
60 – 100	60 – 100	зараховано
1-59	незадовільно	не зараховано

14. Методичне забезпечення

1. Тексти (конспект) лекцій з навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність» (для студентів-магістрантів спеціальностей ФЕУ НУ "Запорізька політехніка") [Текст]: Навчально-методичне видання / Укл.: О.В. Бондаренко, Є.О. Ємельяненко. Запоріжжя: НУ "Запорізька політехніка", 2023. 76 с.

2. Методичні рекомендації до семінарських занять з курсу «Соціальна відповідальність» (для студентів-магістрантів спец. 075 Маркетинг всіх форм навчання) / Укл.: Бондаренко О.В., Ємельяненко Є.О. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 14 с.

3. Методичні рекомендації з вивчення змістовних модулів, що виносяться на СРС з курсу «Соціальна відповідальність» (для студентів-магістрантів спец. 075 Маркетинг всіх форм навчання) / Укл.: Бондаренко О.В., Ємельяненко Є.О. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 38 с.

15. Рекомендована література

Базова

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

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. Гогуля 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.І.С., 2017. 170 с.
9. Європейська модель соціальної відповідальності URL: 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 анг. 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
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
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 СВБ в Україні до 2020 року URL: http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_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.

Допоміжна

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. Грішнова, О.А. Екологічний вектор соціальної відповідальності / О.А. Грішнова, В.П. Думанська. Економіка и управление. 2001. № 3. С. 32-41.
- 10.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.
- 11.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.
- 12.Дерлоу, Д. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень. Пер. з англ. [Текст] / Д. Дерлоу. К.: Всесвіт, 2001.
- 13.Джеймс, А.Ф. Вступ у бізнес [Текст] / А.Ф. Джеймс, Едвін Г. Долан Стонер. К.: 2000.
- 14.Жаліло, Я.А. Економічний діалог: партнерство заради прогресу [Текст] / Я.А. Жаліло, І.М. Акімова, Д.В.Ляпін. К.: МСД, 2007. 123 с.
- 15.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.
- 16.Іщенко, М.П. Людинознавча компетентність керівника, менеджера, спеціаліста: Монографія [Текст] / М.П. Іщенко, І.І. Руденко. Черкаси: Відлуння-Плюс, 2003.
- 17.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.
- 18.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.
- 19.Мельник, С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В.Мельник // Економіка та держава. 2007. № 5. С. 72.
- 20.Осовська, Г.В. Стратегічний менеджмент [Текст] / Г.В. Осовська, О.Л. Фіщук, І.В. Жалінська. К.: Кондор, 2003.
- 21.Петроє, О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: [монографія] [Текст] / О.М. Петроє. К.: Центр учбової літератури, 2008. 152 с.
- 22.Система стандартів екологічного менеджменту. Режим доступу: <http://www.iso14000-iso14001-environmental-management.com/>.
- 23.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.
- 24.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.

16. Інформаційні ресурси

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. Корпоративная социальная ответственность. Общие понятия. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://un.by/print/ru/undp/gcompact/res/csr.html>.
6. Соціальна відповідальність бізнесу. Режим доступу: <http://knowledge.allbest.ru/economy/>.
7. Соціальна відповідальність бізнесу: Центр перспективних соціальних досліджень НАНУ. Режим доступу: <http://cpsr.org.ua/index.php>.
8. Соціально відповідальний бізнес в Україні. Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.