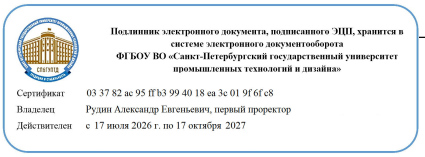
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР


Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3e 01 9f 6f e8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.04 Социальная ответственность бренда

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ЗАО №1-3-25.plx

Кафедра: 38 Рекламы

Направление подготовки: (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) PR в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	8		28		1	
	РПД	8		28		1	
5	УП		8	91	9	3	Экзамен
	РПД		8	91	9	3	
Итого	УП	8	8	119	9	4	
	РПД	8	8	119	9	4	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент _____ Ларина Анна Валерьевна

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы _____ Смирнов Алексей Викторович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____ Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:

_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающихся в сфере корпоративной социальной ответственности, изучить ее основные теоретические и практические аспекты

1.2 Задачи дисциплины:

- исследовать эволюцию концепций корпоративной социальной ответственности в России и мире;
- изучить взаимосвязь корпоративной социальной ответственности и процессов социализации экономики;
- обозначить специфику направлений и инструментов формирования корпоративной социальной ответственности предприятия;
- сформировать понимание принципов разработки, реализации и оценки эффективности программы корпоративной социальной ответственности компании.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Интегрированные коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен участвовать в организации мероприятий в рамках осуществления PR в медиаиндустрии
Знать: понятия, принципы и методы формирования корпоративной социальной ответственности
Уметь: оценить и проанализировать необходимость и направления деятельности по повышению уровня корпоративной социальной ответственности организации
Владеть: навыками подготовки и организации мероприятий по повышению открытости и уровня корпоративной социальной ответственности

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. Сущность и специфика корпоративной социальной ответственности	4			
Тема 1. Эволюция и содержание концепции КСО Понятие и основные характеристики корпоративной социальной ответственности (КСО) Формирование комплексной модели КСО Внешние и внутренние источники КСО Понимание и реализация КСО Концепция стейкхолдеров и корпоративного гражданства		1		4
Тема 2. Построение системы КСО Экономическая и общественная необходимость появления и проявления КСО Факторы конкурентного преимущества в системе КСО КСО и процессы социализации экономики Типология системных представлений и основные атрибуты системы КСО Виды взаимодействий и принципы построения системы КСО		1		4
Тема 3. Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности Виды и формы внутренней социальной ответственности Развитие системы социальной ответственности в организациях		1		4

Тема 4. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности Поддержка образования и науки как основа формирования интеллектуального и инновационного потенциала Поддержка здравоохранения как необходимость формирования здорового образа жизни и трудового потенциала Поддержка культуры как источник развития культурного потенциала общества Стандартизация и развитие внешних сообществ в системе корпоративной социальной ответственности		1		4
Раздел 2. Реализация корпоративной социальной ответственности				
Тема 5. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации Принципы устойчивого развития организации Повышение деловой репутации организации Корпоративная социальная ответственность и антикризисное развитие организации		1		4
Тема 6. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации Среда проявления корпоративной социальной ответственности и взаимосвязь конкурентных преимуществ Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ		1		4
Тема 7. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности Понятие эффективности корпоративной социальной ответственности, социальный отчет организации Оценка эффективности КСО Оценка корпоративной социальной активности		2		4
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8		28
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0		
Раздел 3. Практические занятия	5			
Тема 8. Эволюция и содержание концепции КСО			1	13
Тема 9. Построение системы КСО			1	13
Тема 10. Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности			1	13
Тема 11. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности			1	13
Тема 12. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации			2	13
Тема 13. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации			1	13
Тема 14. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности			1	13
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			8	91
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5
Всего контактная работа и СР по дисциплине		18,5		125,5

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	- характеризует концепции, принципы и методы формирования социальной ответственности; - оценивает эффективность реализации стратегии социальной ответственности; - разрабатывает и реализует программу социальной ответственности предприятия.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический,	
	оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	1. Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. 2. Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	1. Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. 2. Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	1. Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра 2. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. 3. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
	Курс 5
1	Принципы построения КСО.
2	Корпоративная культура в системе КСО.
3	PR-мероприятия по формированию КСО.
4	PR деятельность организации как инструмент КСО: функциональные задачи PR.
5	Стандарты КСО: мировая и отечественная практика.
6	Гранты и льготные займы как формы поддержки внешней среды бизнеса.
7	Внешняя среда ответственности менеджмента и бизнеса.
8	Частные и корпоративные формы поддержки культуры (зарубежный опыт).
9	Корпоративные формы поддержки культуры (российский опыт).
10	Роль культуры в развитии экономики и общества.
11	Подходы и принципы составления социального пакета.
12	Современные особенности ответственности российского бизнеса.
13	Основные атрибуты системы КСО организации.
14	Типология концептуальных и системных представлений о КСО.
15	Экономическая и общественная необходимость появления и проявления КСО.
16	Концепции стейкхолдеров и корпоративное гражданство.
17	Внешние и внутренние источники КСО.
18	Формирование комплексной модели КСО.
19	Актуальность КСО для российских организаций.
20	Понятие и основные характеристики КСО.
21	Оценка корпоративной социальной ответственности.
22	Социальный отчет организации.
23	Среда проявления корпоративной социальной активности и взаимосвязь конкурентных преимуще
24	Разнообразие типов корпоративной социальной активности.
25	Корпоративная социальная ответственность как элемент антикризисной стратегии организации.
26	Деловая репутация как фактор устойчивого развития организации.
27	Виды деловой репутации и ее проявления в гудвилле.
28	Формирование деловой репутации и ее оценка контактными группами.
29	Корпоративное волонтерство в России и за рубежом.
30	Принципы, проблематика и приоритеты социальной ответственности.
31	Внутренний имидж компании.
32	Принципы построения имиджа и репутации компании: понятие «гудвилл».
33	КСО и повышение деловой репутации компании.
34	Международные принципы устойчивого развития компании.
35	Инструменты КСО по реализации экологических программ.
36	Инструменты КСО по поддержке здравоохранения.
37	Инструменты КСО по поддержке науки и образования.
38	Благотворительность как инструмент КСО: особенности благотворительности в России.
39	Принципы управления корпоративными социальными программами.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Типовые тестовые задания не предусмотрены

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания в Приложении к РПД

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устный экзамен.
Время на подготовку – 30 мин.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Кузнецова Н.А.	Корпоративные коммуникации	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202539
Леонова Л. А.	Внутренние коммуникации и основы корпоративной культуры	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20249509
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Каз, Е. М., Краковецкая, И. В., Нехода, Е. В., Редчикова, Н. А., Неходы, Е. В.	Бизнес-модели компаний и устойчивое развитие	Томск: Издательство Томского государственного университета	2020	https://www.iprbookshop.ru/116853.html
Студеникин, Н.	PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: Практикум победителя	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82977.html
Лайкер, Джеффри, Хосеус, Майкл, Самсонова, М.	Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82908.html
Горяйнова, Н. М.	Корпоративная культура	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/81480.html
Бабич, А. М., Попков, А. А., Слоботчиков, О. Н.	Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий	Москва: Институт мировых цивилизаций	2018	http://www.iprbookshop.ru/80644.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс].
URL: https://www.restko.ru/
Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].
URL: http://www.iprbookshop.ru/

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины **Социальная ответственность**

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
наименование ОП (профиля): PR в медиаиндустрии

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)
	Задание 1.
1	Разработать программу КСО блока «Спорт» (бренд РФ по выбору, согласовывается с преподавателем дисциплины)
2	Разработать программу КСО блока «Здоровье» (бренд РФ по выбору, согласовывается с преподавателем дисциплины)
3	Разработать программу КСО блока «Образование» (бренд РФ по выбору, согласовывается с преподавателем дисциплины)
4	Разработать программу КСО блока «Культура» (бренд РФ по выбору, согласовывается с преподавателем дисциплины)
5	Разработать программу КСО блока «Экология» (бренд РФ по выбору, согласовывается с преподавателем дисциплины)
6	Разработать программу КСО блока «Поддержка детства» (бренд РФ по выбору, согласовывается с преподавателем дисциплины)
7	Разработать программу КСО блока «Спорт» (бренд РФ по выбору, согласовывается с преподавателем дисциплины)
	Чек-лист для разработки программы КСО: - анализ проблемы в стратегии КСО бренда; - продукт бренда; - цель, задачи разработки программы КСО выбранного блока; - целевые группы (не менее 3х); - мероприятия (3-5 шт) программы КСО выбранного блока, алгоритм реализации мероприятий; - информационные ресурсы программы КСО выбранного блока (собственные, внешние); - календарный график, бюджет мероприятий; - оценка эффективности предложенных мероприятий программы КСО выбранного блока.
	Задание 2.
1.	Кейс 1. «Уровни социальной ответственности бизнеса». Заработная плата всех работников компании «Рост» находится в определенной зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы. «Рост» своевременно оплачивает налоги, также делает отчисления в негосударственные социальные фонды по своей инициативе. Администрация данной компании ставит целью выход на новые рынки, улучшение качественных характеристик посредством материального стимулирования работников и расширение рабочего штата в ближайшей перспективе. Сотрудники компании очень дорожат своими рабочими местами при таких условиях работы. Задание. 1. Определите уровень корпоративной социальной ответственности данной компании. 2.Что необходимо сделать руководству этой компании, чтобы подняться на новые уровни социальной ответственности?
2.	Кейс 2. «Корпоративный социальный кодекс». Социальный кодекс ОАО «ЛУКойл» - объемный и детальный документ, который состоит из следующих разделов: Часть 1. Корпоративные социальные гарантии работникам и неработающим пенсионерам • Социально ответственное регулирование вопросов труда, занятости и производственных отношений • Качество условий труда и жизни работников и членов их семей • Корпоративное социальное обеспечение и страхование • Социальная поддержка инвалидов и неработающих пенсионеров Часть 2. Социально ответственное участие компании в жизни общества • Развитие монопроизводственных населенных пунктов • Природоохранная деятельность • Развитие науки, образования, технологии и инноваций • Сохранение национально-культурной самобытности • Поддержка культуры и спорта • Благотворительная деятельность Часть 3. Экономическая основа социальных инициатив • Осуществление непрерывного контроля над социальными расходами • Оптимизация содержания социальной инфраструктуры • Повышение эффективности производства социальных услуг • Реализация принципов совместного финансирования • Умножение не материальных активов

	Задание. 1. Перечислите «плюсы» и «минусы» представленного социального кодекса. Интересы каких групп стейкхолдеров представлены слабо или не представлены вообще? 2.Какова современная роль государства в формировании корпоративных социальных кодексов российских компаний?
3.	Кейс 3. «Корпоративные социальные программы» Внутрикорпоративная благотворительная программа РОСБАНКА «Право помогать есть у каждого». «Право помогать есть у каждого» представляет собой программу поддержки Банком частных пожертвований сотрудников. В рамках этого проекта сотрудники Банка имеют возможность самостоятельно определить, каким организациям они хотели бы перечислить часть своей зарплаты. А Банк со своей стороны поддерживает подобные инициативы и удваивает эту сумму. Участие в подобной программе позволяет многим сотрудникам реализовать свою потребность помогать нуждающимся. В настоящее время в базе данных программы находится шесть проектов, которым сотрудники могут оказать финансовую помощь: 1. Общество помощи аутичным детям «Добро»; 2. Хоспис № 2 УЗ САО г. Москва; 3. Региональный общественный фонд содействия охране здоровья детей «Здоровый ребенок»; 4. Благотворительный фонд «Мир счастливого детства»; 5. Региональная общественная организация инвалидов «Центр гуманитарных программ»; 6. Всемирный фонд дикой природы (WWF). (Проект был начат в конце декабря 2012 года и продолжается в настоящее время) Задание. 1. Определите, к какому виду социальных программ относится данная программа. Какие виды еще могут быть использованы банком? 2.Какие задачи ставит руководство банка?
Задание 3.	
	Подготовить доклад с презентацией об организации, которая внесла значительный вклад в формирование концепции КСО. Ответить на вопрос: как сегодня ее деятельность влияет на развитие общества? Всемирный фонд дикой природы; Пагуошское движение учёных; Гринпис; Международный союз охраны природы; ЮНЕСКО; Международная организация труда и др.