РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 3 от 26.11.2024 г. Приета от КС, Протокол № 5 от 19.11.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Корпоративна социална отговорност” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-Б-348**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-348 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: АНГЛИЙСКИ/БЪЛГАРСКИ | Версия:v.03/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 9 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **45** | **23** | **45** |
| 1.1. Лекции | 18 | 9 | 18 |
| 1.2. Семинарни занятия | 27 | 14 | 27 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **117** | **139** | **117** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 59 | 70 | 59 |
| 2.2. Академични задания | 58 | 69 | 58 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 24 | 29 | 14 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 19 | 24 | 19 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 15 | 16 | 25 |
| **Всичко:** | **162** | **162** | **162** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия** | | |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **40%** | **40%** | **40%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 40% | 40% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Изпитът е под формата на тест с открити и закрити въпроси.* | **60%** | **60%** | **60%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Целта на дисциплината е, да се разгледа набор от концептуални положения, които разкриват същността на корпоративната социална отговорност. Обучаемите се запознават с логическата последователност на разгледаните й основни черти, определящи нейната роля в устойчивото развитие на организацията. Засягат се и въпроси свързани с ефективността на прилагането на корпоративната социална отговорност.

**2.2. Предварителни изисквания**

Обучаемите трябва да имат базови познания по дисциплини като: Европейска интеграция, Международен маркетингов мениджмънт, Управление на износа и вноса, Международна логистика.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

В процеса на обучение се използват следните методи на преподаване: казуси, дискусии, лекции, директни инструкции, независими проекти.

***2.3.2 Дистанционна форма***

В процеса на обучение се използват следните методи на преподаване: казуси, дискусии, лекции, директни инструкции, независими проекти.

**2.4. Очаквани резултати**

Обучаемите ще придобият знания за същността на Корпоративната социална отговорност. Те ще са запознати с нейните вътрешни и външни измерения. Ще могат да я анализирват и да правят изводи за социалните ангажименти на компанията.

**III. разпространение на дисциплината**

Nottingham University Business School, Nottingham, United Kingdom.

University of Leeds, Leeds, United Kingdom.

Висше училище по застраховане и финанси, София.

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **I. Същност и еволюция на концепцията за Корпоративна социална отговорност** | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| *1. Същност и основни характеристики на Корпоративната социална отговорност 2. Комплексен модел на Корпоративната социална отговорност 3. Вътрешни и външни източници на Корпоративна социална отговорност 4. Реализация на Корпоративната социална отговорност* |
| **II. Аргументи за и против Корпоративната социална отговорност** | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 |
| *1. Аргументи за Корпоративната социална отговорност 2. Аргументи против Корпоративната социална отговорност* |
| **III. Корпоративната социална отговорност и възгледите за заинтересованите страни и за тройната долна линия** | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| *1. Концепцията за заинтересованите страни при Корпоративната социална отговорност 2. Концепцията за тройната долна линия при Корпоративната социална отговорност* |
| **IV. Анализ на заинтересованите страни при Корпоративната социална отговорност в глобалната бизнес среда** | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 4 |
| *1. Идентифициране на ключови заинтересовани страни на социално отговорното многонационално предприятие 2. Анализ на ключови заинтересовани страни на социално отговорното многонационално предприятие 3. Шест стъпков процес за насърчаване на отношенията със заинтересованите лица (FOSTER)* |
| **V. Специфика на вътрешната Корпоративната социална отговорност** | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| *1. Видове и форми на вътрешна Корпоративна социална отговорност 2. Изграждане на система за Корпоративна социална отговорност в организациите* |
| **VI. Специфика на външната Корпоративната социална отговорност** | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 4 |
| *1. Видове и форми на външна Корпоративна социална отговорност 2. Стандартизиране и поддържане на външни взаимодействия в рамките на Корпоративната социална отговорност* |
| **VII. Корпоративната социална отговорност като основа за постигане на конкурентни предимства** | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| *1. Ролята на Корпоративната социална отговорност при формирането на конкурентните предимства на организациите 2. Корпоративната социална отговорност като фактор за формирането на конкурентните предимства на организациите* |
| **VIII. Оценка на ефективността на Корпоративната социална отговорност** | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| *1. Същност на ефективността на Корпоративната социална отговорност 2. Оценка на ефективността на Корпоративната социална отговорност и на корпоративната социална активност* |
| **Общо:** | **18** | **27** | **9** | **14** | **18** | **27** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование на**  **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** | |
| **Лекции** | **Семинарни**  **занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс по "Corporate social responsibility “ (FMM-DIER-B-348-EN) в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов, https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=6789 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. The World Guide to CSR: A Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility. Sheffild, Greenleaf Publishing |
| 2. Sapelli, G. Morality and Corporate Governance: Firm Integrity and Spheres of Justice . New York, Springer |
| 3. Любенов, Здр. Социалната корпоративна отговорност в международния туризъм. Учебно пособие за дистанционно обучение, Академично издателство "Д. А. Ценов" |
| 4. Горчева, Т., Здр. Любенов, В. Савчева. Социалната корпоративна отговорност в европейската практика и у нас. Алманах научни изследвания, АИ „Ценов“, Свищов, бр. 20, 2013. |
| 5. Горчева, Т., Здр. Любенов, В. Савчева. Реализиране на корпоративната социална отговорност – съвременни измерения. Ел. сп. „Диалог“, Извънреден тематичен II бр., декември 2013 |
| 6. Серафимова, Д. Социалната отговорност на бизнеса и нейното оценяване. Варна, ИК „Геа-Принт“ |
| 7. Драмалиева, В. Бизнес етика и корпоративна социална отговорност в съвременното управление на бизнеса. Изд. комплекс – УНСС, С. |
| 8. Короткова, Э. (ред.) Корпоративная социальная ответственость. М., изд. „Юрайт“ |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. P8\_TA(2016)0298. Social and environmental standards, human rights and corporate responsibility. European Parliament resolution of 5 July 2016 on implementation of the 2010 recommendations of Parliament on social and environmental standards, human rights and corporate responsibility (2015/2038(INI)). (2018/C 101/02) |
| 2. COMMUNICATION FROM THE COMMISSION. Guidelines on non-financial reporting: Supplement on reporting climate-related information. (2019/C 209/01) |
| 3. COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility /\* COM/2011/0681 final \*/ |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. http://www.csr.bg. |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (доц. д-р Здравко Любенов) |
| …………………………………  (гл. ас. д-р Иван Ангелов) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Драгомир Илиев) |  |