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 № 4 от 17.12.2024 г.Приета от КС, Протокол № 7 от 10.12.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Корпоративна социална отговорност в международния туризъм” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-313****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-313 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2024 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост****/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 27 | 31 | 20 |
| 2.2.2. Есета/доклади |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 20 | 30 | 12 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули |  0  |  0  | 15 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**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.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 20% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 40% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Тест с открити и закрити въпроси* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **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 Международен туристически бизнес, Глобален туризъм, Финансови и кредитни операции в туристическия бизнес, ПР в сферата на туризма.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Използва се комбинация от лекции, семинари със студентски дейности, както и казуси. Лекциите ще предоставят основни познания по централни теми в областта на корпоративната социална отговорност в международния туризъм. Участието в семинарите е задължително. Казусите и семинарите са групови.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Използваните методи на преподаване са асинхронни онлайн лекции, самостоятелно и групово асинхронно онлайн решаване на казуси, онлайн дебати и групови дискусии, групови и индивидуални онлайн 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** |
| **Тема I. Същност и еволюция на концепцията за Корпоративна социална отговорност** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Същност и основни характеристики на Корпоративната социална отговорност2. Комплексен модел на Корпоративната социална отговорност3. Вътрешни и външни източници на Корпоративна социална отговорност4. Реализация на Корпоративната социална отговорност* |
| **Тема II. Аргументи за и против Корпоративната социална отговорност** | 4 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Аргументи за Корпоративната социална отговорност2. Аргументи против Корпоративната социална отговорност* |
| **Тема ІІІ. Корпоративната социална отговорност и възгледите за заинтересованите страни и за тройната долна линия** | 4 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |
| *1. Концепцията за заинтересованите страни при Корпоративната социална отговорност2. Концепцията за тройната долна линия при Корпоративната социална отговорност* |
| **Тема ІV. Анализ на заинтересованите страни при Корпоративната социална отговорност в глобалната бизнес среда** | 4 | 1 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Идентифициране на ключови заинтересовани страни на социално отговорното многонационално предприятие2. Анализ на ключови заинтересовани страни на социално отговорното многонационално предприятие3. Шест стъпков процес за насърчаване на отношенията със заинтересованите лица (FOSTER)* |
| **Тема V. Специфика на вътрешната Корпоративната социална отговорност** | 5 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Видове и форми на вътрешна Корпоративна социална отговорност2. Изграждане на система за Корпоративна социална отговорност в организациите* |
| **Тема VІ. Специфика на външната Корпоративната социална отговорност** | 5 | 1 | 3 | 0 | 5 | 1 |
| *1. Видове и форми на външна Корпоративна социална отговорност2. Стандартизиране и поддържане на външни взаимодействия в рамките на Корпоративната социална отговорност* |
| **Тема VІІ. Корпоративната социална отговорност като основа за постигане на конкурентни предимства** | 5 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Ролята на Корпоративната социална отговорност при формирането на конкурентните предимства на организациите2. Корпоративната социална отговорност като фактор за формирането на конкурентните предимства на организациите* |
| **Тема VІІІ. Оценка на ефективността на Корпоративната социална отговорност** | 4 | 2 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *1. Същност на ефективността на Корпоративната социална отговорност2. Оценка на ефективността на Корпоративната социална отговорност и на корпоративната социална активност* |
| **Тема ІХ. Корпоративната социална отговорност в международния туризъм** | 6 | 4 | 1 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Прилагане на Корпоративната социална отговорност в международния туризъм2. Практиката на корпоративната социална отговорност в българския туристическия сектор* |
| **Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**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 „Корпоративна социална отговорност в международния туризъм (ФММ-КМИО-М-313)“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов, https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=4281 |
|  2. Любенов, Здр. Социалната корпоративна отговорност в международния туризъм. Учебно пособие за дистанционно обучение, Академично издателство "Д. А. Ценов", 2017. |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Горчева, Т., Здр. Любенов, В. Савчева. Социалната корпоративна отговорност в европейската практика и у нас. Алманах научни изследвания, АИ „Ценов“, Свищов, бр. 20, 2013. |
|  2. Горчева, Т., Здр. Любенов, В. Савчева. Реализиране на корпоративната социална отговорност – съвременни измерения. Ел. сп. „Диалог“, Извънреден тематичен II бр., декември 2013. |
|  3. Серафимова, Д. Социалната отговорност на бизнеса и нейното оценяване. Варна, ИК „Геа-Принт“, 2009. |
|  4. Драмалиева, В. Бизнес етика и корпоративна социална отговорност в съвременното управление на бизнеса. Изд. комплекс – УНСС, С., 2014. |
|  5. Короткова, Э. (ред.) Корпоративная социальная ответственость. М., изд. „Юрайт“, 2012. |

 **6.3. Нормативни документи**

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. http://www.csr.bg. (Българската мрежа за корпоративна социална отговорност). |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(доц. д-р Здравко Любенов) |

Ръководител катедра:

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