

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА”;

ЗА СПЕЦ: „Мениджмънт на организациите“; ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 9;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
Т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	165	-

Изготвили програмата:

1.
(Доц. д-р Д. Серафимова)

2.
(ас. д-р С. Димитрова)

Ръководител катедра:
„Управление и администрация“ (Доц. д-р Д. Добрев)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Социална отговорност на бизнеса” е предназначена за специалност “Мениджмънт” на Икономически университет – Варна.

Основното ѝ предназначение е да представи съвременните схващания за социална отговорност на бизнес организациите и формите за реализирането им.

Съдържателните акценти на дисциплината са върху: историческото възникване и развитие на социалната отговорност като концепция и като научна дисциплина; проучванията и теоретичните възгледи на европейски и американски специалисти по социална отговорност и тяхната приложимост в българските организации; международни стандарти за корпоративна социална отговорност, измерения на социалната отговорност в управлението и нейното отчитане и оценяване.

Дисциплината има за цел да провокира интереса на студентите към съвременните дискусии и разбирания за успех в бизнеса. Стремехът е в тях да се формират нови умения за разработване и следване на социално отговорна бизнес политика. По този начин дисциплината стимулира настоящите студенти и бъдещи мениджъри да прилагат социално отговорни практики, насочени към опазване ресурсите на планетата, подобряване условията на труд и качеството на живота. Тя също така формира в тях едно по-широко разбиране за ролята на съвременния бизнес – като активен участник при разрешаване на различни социални проблеми и като инициатор за постигане на устойчиво развитие.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	ТЕМА 1. ИСТОРИЧЕСКО ВЪЗНИКВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ КАТО КОНЦЕПЦИЯ И НАУЧНА ДИСЦИПЛИНА	3	3	6
	Исторически предпоставки за възникване на идеите за социална отговорност на бизнеса	½	½	1
	Развитие на теоретичните възгледи за отговорностите на бизнеса пред обществото (А. Смит, Х. Боуен, М. Фридман, К. Дейвис, А. Карол, П. Дракър и др.)	1 ½	1 ½	3
	Съвременни виждания за същността и областите на приложение на социалната отговорност на бизнеса	½	½	1
	Дискусии за ролята на социалната отговорност в съвременния бизнес	½	½	1
	ТЕМА 2. ПОДХОДИ, КОНЦЕПЦИИ И МОДЕЛИ ЗА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕС ОРГАНИЗАЦИИТЕ	2	2	4
	Подходи за социална отговорност на бизнеса – Европейско-континентален и Англосаксонски подход	1	1	2
	Модел на П. Сети, модел на К. Дейвис, модел на А. Карол, модел на Д. Ууд, модел на М. Киернан и др.	1	1	2
	ТЕМА 3. ИЗМЕРЕНИЯ НА СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ В КОНТЕКСТА НА РАЗЛИЧНИ НАУЧНИ ТЕОРИИ	2	2	4
	Измерения на социалната отговорност на бизнеса в	1	1	2

	контекста на теорията за заинтересованите страни			
	Измерения на социалната отговорност на бизнеса в контекста на теорията за представителството	½	½	1
	Измерения на социалната отговорност на бизнеса в контекста на теория на игрите, теория на легитимността, теория на транзакционните разходи и др.	½	½	1
ТЕМА 4. РАЗВИТИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ИНИЦИАТИВИ ЗА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА		4	4	8
	Хронологично развитие на международните инициативи за популяризиране на идеите за социална отговорност на бизнеса	½	½	1
	Американска асоциация “Бизнес кръгла маса”	½	½	1
	Международен форум на бизнес лидерите (IBLF)	1	1	2
	Инициативата “Глобален договор” на ООН	1	1	2
	Бизнес инициатива за социално съгласие (БИСС)	½	½	1
	Концепция за „Социален бизнес” на Нобеловия лауреат проф. М. Юнус	½	½	1
ТЕМА 5. МЕЖДУНАРОДНИ СТАНДАРТИ ЗА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА		3	3	6
	Стандарт за социална отговорност SA 8000	1 ½	1 ½	3
	Стандарт за социална отговорност ISO 26000	1	1	2
	Други социални стандарти, свързани с концепцията за социална отговорност на бизнеса	½	½	1
ТЕМА 6. ОЦЕНЯВАНЕ НА СОЦИАЛНО ОТГОВОРНИТЕ ПРАКТИКИ В БИЗНЕСА ОТ БОРСОВИ ИНДЕКСИ И МЕЖДУНАРОДНИ КОНКУРСИ		3	3	6
	Индекси на <i>Dow Jones</i> за оценка на устойчивостта (<i>Dow Jones Sustainability Group Index, DJSI</i>)	1	1	2
	Индекси на <i>FTSE Group</i> за оценка на социално отговорните практики (<i>FTSE4Good Index</i>)	1	1	2
	Международни конкурси за социално отговорен бизнес – създаване, категории на наградите, методики за оценка и класиране на бизнес организациите	1	1	2
ТЕМА 7. СОЦИАЛЕН ОДИТ, ОТЧИТАНЕ И ОПОВЕСТЯВАНЕ НА ИНФОРМАЦИЯ ЗА СОЦИАЛНО ОТГОВОРНИТЕ ПРАКТИКИ В БИЗНЕСА		3	3	6
	Социален одит – същност, цели, етапи.	1	1	2
	Инициативи за оповестяване на информация за социално отговорните бизнес практики – концепцията TBL (<i>Triple Bottom Line</i>)	1	1	2
	Насоки за отчитане на устойчивостта на <i>Глобалната инициатива за отчитане GRI</i>	1	1	2
ТЕМА 8. ЕВРОПЕЙСКИ ИНИЦИАТИВИ И ПРАКТИКИ ЗА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА		2	2	4
	Зелена книга за европейска рамка за корпоративна социална отговорност	1	1	2
	Инициативи на Европейската комисия за популяризиране на социалната отговорност в малките и средни предприятия в България	1	1	2
ТЕМА 9. РАЗВИТИЕ НА ИНИЦИАТИВИТЕ ЗА		4	4	8

СТИМУЛИРАНЕ НА СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА В БЪЛГАРИЯ				
	Хронологично развитие на инициативите за популяризиране на социалната отговорност на бизнеса в България	1	1	2
	Български форум на бизнес лидерите (БФБЛ)	1	1	2
	Българска мрежа на Глобалния договор	1	1	2
	Бизнес инициатива за социално съгласие (БИСС) в България	1	1	2
ТЕМА 10. НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЯ ЗА КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ И ИНДИКАТОРИ ЗА НЕЙНОТО ИЗМЕРВАНЕ		2	2	4
	Национална стратегия за корпоративна социална отговорност на Република България – принципи, цели, организация за прилагането ѝ.	1	1	2
	Индикатори за оценка на ефективността на КСО на национално ниво в България – създаване и основни компоненти	½	½	1
	Индикатори за оценка на ефективността на КСО на корпоративно ниво в България – създаване и основни компоненти	½	½	1
ТЕМА 11. ДРУГИ ИНИЦИАТИВИ ЗА СТИМУЛИРАНЕ НА СОЦИАЛНАТА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА В БЪЛГАРИЯ		2	2	4
	Национална кръгла маса за въвеждане на социални стандарти в България, фамилия “Социални политики” и др.	1	1	2
	Конкурси за социално отговорен бизнес в България – създаване, същност и наградени организации	1	1	2

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсова работа по предварително зададена тема	1	40
1.2.	Казуси	3	60
1.3.			
1.4.			
Общо за семестриален контрол:		4	110
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит – тест с отворени и затворени въпроси	1	65
Общо за сесиен контрол:			
Общо за всички форми на контрол:			165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Серафимова, Д. Социалната отговорност на бизнеса и нейното оценяване. ИК “Геа-Принт”, Варна, 2009
2. Пейчева, Мирослава, Али Вейсел, Валерия Динева Корпоративна социална отговорност - теория, отчетност и одит. София: ИК АТЛ-50, 2016

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Котлър, Ф. и Н. Лий. Корпоративна социална отговорност. Най-доброто за вашата компания и вашата кауза. София, Roi Communication, 2011
2. Министерство на труда и социалната политика. Национална стратегия за корпоративна социална отговорност на Република България: 2009-2013. София, МТСП, 2009
3. Министерство на труда и социалната политика. План за изпълнение на стратегията за Корпоративна социална отговорност за периода 2011-2012 г. София, МТСП, 2011
4. Резолюция на Европейската комисия за оповестяване на нефинансова информация от големи публични компании (European Commission Statement 14/29: Disclosure of non-financial information by certain large companies. Brussels, 26 February 2014)
5. Серафимова, Д. Екологични аспекти на социално отговорните бизнес практики и ролята им за повишаване на конкурентоспособността. *Изв. Сп. Икон. унив. - Варна*, 2012, N 3, с. 11 - 22.
6. Серафимова, Д., И. Тодоров. Проучване на социално отговорните практики на българския бизнес. Варна, Изд. “Геа – принт”, 2011
7. Chandler, D., W. Werther Jr., Strategic Corporate Social Responsibility. Stakeholders, Globalization, and Sustainable Value Creation. Third ed. SAGE, 2014
8. Crane, A., D. Matten, L. Spence. Corporate Social Responsibility. Readings and Cases in a Global Context, 2nd Ed. Routledge, 2013
9. Fisher, C., Al. Lovell, N. Valero-Silva. Business Ethics and Values. Fourth ed. Pearson. 2013
10. Serafimova, D. (2015). Instruments of CSR International Organizations for Sustainable Regional Development of Bulgaria and Turkey. *Third International Regional Development Conference. Conference proceedings*. [Online] 3 (2015). p. 976-990. Available from: <http://www.bolgeselkalkinmakonferansi.org> [Accessed: 06/10/2016]
11. Tehemar, Sh. Communication in the CSR Context. First ed. (ISBN 978-87-403-0640-8). 2014