

**Примерные оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
«Консультирование в области корпоративной социальной политики»**
При проведении промежуточной аттестации обучающемуся предлагается дать ответы на 4 вопроса, приведенных в билете, из нижеприведенного списка.

Примерный перечень вопросов

1. Различные подходы к пониманию сущности корпоративной социальной ответственности в современной экономике и обществе.
2. Зарубежный опыт развития корпоративной социальной ответственности.
3. Социально ответственный бизнес как явление
4. Корпоративная миссия и социальная ответственность
5. Корпоративная стратегия и социальная ответственность
6. Корпоративный имидж и корпоративная репутация.
7. Внешняя и внутренняя среда корпоративной ответственности.
8. Приоритеты социальной политики компании.
9. Понятие и роль социальных инвестиций.
10. Стратегический уровень корпоративной социальной ответственности
11. Общие подходы к разработке социальных и благотворительных программ.
12. Социальная хартия российского бизнеса: цели и история создания
13. Социальные программы компаний: направления и типы
14. Оценка эффективности корпоративных социальных программ.
15. Социальные функции семейного предпринимательства в России
16. Сущность и содержание корпоративного социального отчета
17. Формы распространения социальных отчетов компаний.
18. Рейтинг социальной ответственности.
19. Международный стандарт ИСО 14000 (экология и безопасность окружающей среды)
20. Международный стандарт ИСО 18000 (Охрана труда и техника безопасности на предприятии)
21. Международный стандарт ИСО 26000 (Руководство по социальной ответственности)
22. Социальные технологии и коммуникации в современном мире
23. Взаимодействие с потенциальными инвесторами
24. Взаимодействие с потенциальными клиентами
25. Взаимодействие с органами государственной власти
26. Социальный маркетинг: сущность, цели, особенности
27. Спонсорство и филантропия как категории КСО
28. Причины и проблемы благотворительности в России и на западе
29. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа компании.

30. Инструменты конструирования положительного имиджа компании. Социальная акция.