

УДК 378.147.88

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ
БУДУЩИХ БАКАЛАВРОВ-МЕНЕДЖЕРОВ КОРПОРАТИВНОЙ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

Симолян Р.Я.,
Кандидат педагогических наук,
доцент, ФГБОУ ВПО «Челябинский
государственный педагогический
университет», г. Челябинск,
Российская Федерация

Аннотация

В статье раскрываются формализованные и специально организованные управленческие воздействия со стороны преподавателя вуза, содействующие активизации профессиональной социализации будущих бакалавров, осваивающих учебную программу дисциплины профессионального цикла «Корпоративная социальная ответственность». Особенности организации управленческих воздействий связаны с заочной формой освоения образовательной программы высшего профессионального образования по направлению подготовки «Менеджмент». Представлена разработанная автором подборка дидактических материалов для студентов-заочников, основанная

на активном использовании ими своего практического опыта профессиональной деятельности. В качестве методов управления качеством обучения описаны игровые методы обучения. Раскрыт опыт формирования у студентов заочной формы обучения образовательной компетентности по учебной дисциплине «Корпоративная социальная ответственность».

Abstract

In article the formalized and specially organized administrative influences from the teacher of higher education institution promoting activization of professional socialization of future bachelors mastering the training program of discipline of the professional cycle "Corporate Social Responsibility" reveal. Features of the organization of administrative influences are connected with the correspondence form of development of an educational program of higher education in the direction of preparation "Management". The selection of didactic materials developed by the author for students correspondence students based on active use of the practical experience of professional activity by them is presented. As methods of management of quality of training game methods of training are described. Experience of formation at students of tuition by correspondence of educational competence on a subject matter "Corporate social responsibility" is opened.

Ключевые слова: управление процессом профессионального обучения, профессиональная социализация, менеджмент, корпоративная социальная ответственность, организация управленческих воздействий, дидактические материалы для студентов вузов.

Keywords: management of process of a vocational education, professional socialization, management, corporate social responsibility, the organization of administrative influences, didactic materials for students of higher education institutions.

1. Введение.

Управление формированием компетенций – педагогическая задача преподавателя профессионального обучения. Основным организационно-информационным условием управленческого педагогического процесса является качественно разработанный управленческий проект. В качестве управленческого проекта в последнее время принято рассматривать рабочую программу учебной дисциплины (далее РПД). Субъектами управления здесь выступают преподаватели, а в качестве управляемых субъектов рассматриваются обучающиеся. Однако с точки зрения системно деятельностного подхода к обучению принципиально рассматривать не управляемых субъектов, а управление учебно-познавательной деятельностью равноправных субъектов профессионального образования – студентов – будущих бакалавров – менеджеров КСО. Механизм и содержание управления учебно-познавательной деятельностью субъектов образования должен быть описан в нормативных документах. Разработанный нами управленческий документ – проект «Рабочая программа учебной дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»» (далее РПД КСО) содержит 5 модулей, а именно: методологические основы КСО, стратегические основы КСО, технологические основы КСО, нормативно-правовые основы КСО, КСО и глобализация социально-экономических отношений в обществе.

2. Материалы и методы.

Рассмотрим более подробно структуру и содержание практического модуля «Технологические основы КСО». В состав модуля входят следующие содержательные дидактические единицы обучения:

1. Социальный учёт, аудит и отчетность в корпорации.
2. Управление рисками в системе корпоративной социальной ответственности.

3. Дифференциация марки товара в системе корпоративной социальной ответственности.
4. Стимулирование корпоративной социальной ответственности.
5. Подготовка менеджера в области этики КСО.
6. Социальный маркетинг в системе корпоративной социальной ответственности фирмы.

В содержании модуля «Технологические основы КСО» рассматриваются теоретические закономерности и практические основы технологической компетентности будущего менеджера по вопросам корпоративной социальной ответственности, включающей следующие общекультурные и профессиональные компетенции (ФГОС ВПО, 2010):

ОК-1 – применять свой ценностный опыт в процессе принятия управленческих решений, направленных на формирование и развитие корпоративной социальной ответственности;

ОК-3 – занимать активную гражданскую позицию;

ОК-6 – уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

ОК-7 – готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;

ОК-11 – осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;

ОК-22 – придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни;

ПК-2 – проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования;

ПК-5 – эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;

ПК-10 – участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;

ПК-14 – владеть современными технологиями управления персоналом;

ПК-17 – участвовать в реализации программы организационных изменений, преодолевать локальное сопротивление изменениям;

ПК-20 – владеть методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения;

ПК-37 – владеть методами регламентации процессов социального учёта, аудита и отчетности в корпорации; методами диагностики организационной культуры КСО;

ПК-42 – проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений.

На основе выбранных нами ОК и ПК были разработаны дидактические материалы для проведения занятий практикума по модулю «Технологические основы КСО». Рассмотрим более подробно разработанные нами дидактические материалы практикума в соответствии с содержательными дидактическими единицами обучения, описанными учебнике Э.М. Короткова (2012).

Во-первых, представим разработанный план практикума по темам (Таблица 1).

Таблица 1.

Структура и содержание практикума и результатов обучения по модулю «Технологические основы КСО»

№	Темы учебных занятий практикума	План занятия	Результат обучения (ОК и ПК)
1.	Социальный учёт, аудит и отчетность в корпорации	1. Сравнительный анализ стандартов отчетности 2. Работа с документами по учету 3. Работа с документами по аудиту	ОК – 6,11 ПК – 20,37

2.	Управление рисками в системе корпоративной социальной ответственности	1. Критерии оценки репутации фирмы 2. Антикоррупционная политика фирмы 3. Способы взаимодействия со СМИ 4. Кодекс корпоративного поведения	ОК – 6,7,11,22 ПК – 14,20,42
3.	Дифференциация марки товара в системе корпоративной социальной ответственности	1. Алгоритм описания конкурентных преимуществ КСО фирмы 2. Репутация марки товара фирмы и КСО 3. Способы оптимизации процесса дифференциации бренда фирмы	ОК – 6,11 ПК – 10
4.	Стимулирование корпоративной социальной ответственности	1. Программа стимулирования КСО 2. Моделирование системы КСО фирмы	ОК – 6,7,11 ПК – 2,5,10,17,20
5.	Подготовка менеджера в области этики КСО	1. Проектирование обучения менеджеров на основе КСО 2. Проектирование кадровой политики на основе КСО	ОК – 6,7,11 ПК – 2,5,14,17,20
6.	Социальный маркетинг в системе корпоративной социальной ответственности фирмы	1. Программа добрых дел компании 2. Экологизация бизнеса производства товаров 3. Этические принципы маркетинга	ОК – 1,2,6,7,11,22 ПК – 5,17

Анализ данных таблицы позволил сделать выводы о возможности качественного формирования ОК и ПК, так как выявились многочисленные повторения, благодаря которым возможно поэтапно сформировать конкретные компетенции. Это позволит в процессе проведения практикума несколько раз организовывать деятельность обучаемых в рамках одних и тех же профессиональных умений, что должно привести, как известно, к формированию навыка, то есть компетенции на уровне осознанных ценностных ориентаций.

Во-вторых, представим примерные задания для работы на практикуме в соответствии с темами модуля.

Тема «Социальный учёт, аудит и отчетность в корпорации» – практическое задание №1 «Компаративный анализ стандартов отчетности по КСО предприятий и организаций РФ». Задание для студентов содержит следующие условия: 1) изучить предложенные преподавателем или выявленные в интернет-поиске стандарты КСО по регионам или отраслям; 2) изучить 12 принципов ведения дел в России, разработанных Всероссийским профессиональным сообществом предпринимателей; 3) сравнить эти документы на наличие различий и сходства, сделать выводы, доложить результаты анализа публично. Таким образом, в результате проделанной работы студенты смогут проявить следующие общие и профессиональные компетенции ОК-3, ОК-6, ОК-7 в случае групповой работы, ПК-20, ПК-37.

Тема «Управление рисками в системе корпоративной социальной ответственности» – практическое задание № 2 «Рейтинг этичности компании». Задание для студентов содержит следующие условия: 1) изучить предложенные преподавателем материалы из британского журнала «Этичный потребитель» (Ethical consumer, <http://www.ethicalconsumer.org/>), в которых описаны критерии оценивания этичности компании на взгляд потребителя; 2) разработать информационную базу для оценивания, то есть описать особенности производства и управления в компании, которую будут оценивать; 3) разработать балльную систему оценивания по критериям журнала «Этичный потребитель»; 4) провести оценивание этичности российской компании (на выбор) с помощью оценочного листа (Таблица 2).

Таблица 2.

Рейтинг этичности компании

(Макс 10 балл. – самый высокий показатель этичности)

Опишите особенности производства и управления: какую продукцию или услуги производите, какова структура управления, корпоративная культура?

Критерий ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА				
Наличие ежегодной экологической отчетности (публичной внутри и\или во внешней среде компании)	Использование атомной энергии в процессе производства (или\и др. видов экол.энергии)	Влияние производства на изменение климата	Токсичные отходы производства	Воспроизводимые технологии
Критерий ЖИВОТНЫЕ				
Проводятся ли опыты на животных	Наличие пром. производства животных	Нарушаются ли права животных		
Критерий ЛЮДИ				
Права человека	Права сотрудников	Права сотрудников-партнеров	Безответственный маркетинг	Продажа (и\или содействие) оружия
Критерий ПОЛИТИКА КОМПАНИИ				
Генная инженерия	Бойкот безответственных производителей	Лоббирование законов	Спонсирование партий	Антисоциальные финансы
Сумма баллов:				

Максимально возможное кол-во баллов: 180 – 100% – это означает, что компания имеет самый высокий уровень этичности.

Уровни этичности: высокий – 180-130 баллов, средний – 129-80 баллов, низкий – 79-30, недопустимый – 29-0.

Заключение экспертов: исследуемое предприятие оценено в рейтинге этичности на _____ баллов _____% – уровень _____.

Таким образом, в результате проделанной работы № 2 студенты смогут проявить следующие общие и профессиональные компетенции ОК-1, 3, 6, 7, 11, 22; ПК – 17, 20, 37, 42.

Тема «Дифференциация марки товара в системе корпоративной социальной ответственности» – практическое задание № 3 «Описание дифференцированной маркировки товара». Задание для студентов содержит следующие условия: 1) изучить предложенные преподавателем материалы задания (критерии дифференциации, показатели оценивания качества дифференциации маркировки); 2) составить описание дифференцированной маркировки товара (продукта или услуги); 3) сделать выводы по результатам оценивания, разработать предложения и составить заключение по качеству маркировки товара и соответствию стандартам КСО. Таким образом, в результате проделанной работы № 3 студенты смогут проявить следующие общие и профессиональные компетенции ОК-1, ОК-3, ОК-6, ОК-11, ОК-22, ПК-10, ПК-20, ПК-37, ПК-42. Ниже представляем содержание практического задания:

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 3.

Уважаемый студент!

Укажите фирму-производителя и особенности производимого товара (продукции или услуги). Составьте описание дифференцированной маркировки товара по следующим критериям (форма описания – таблица):

- 1) информированность потребителя о качестве товара;
- 2) информированность потребителя о сроках действия товара;
- 3) информированность потребителя о ГОСТ, ТУ и др. нормах;
- 4) информированность потребителя о составе товара;
- 5) информированность потребителя о сертификации, аккредитации, лицензировании, патентах, и др. регистрационных нормах;
- 6) информированность потребителя об этичности использования ресурсов;
- 7) информированность потребителя об этичности утилизации отходов производства, употребления товара, упаковки;
- 8) информированность потребителя об этичном поведении производителя (рейтинге этичности компании);
- 9) информированность потребителя о послепродажном сопровождении товара;
- 10) выводы о способах дифференциации маркировки вашего товара;
- 11) предложения по улучшению дифференциации маркировки вашего товара;
- 12) рекомендации по повышению уровня КСО компании – производителя.

Тема «Стимулирование корпоративной социальной ответственности» – практическое задание № 4 «Сравнение понятий «мотивация потребителя» и «мотивация сотрудника»». Задание для студентов содержит следующие условия: 1) найти в лекционном материале определения понятий; 2) изучить критерии сравнения, предложенные преподавателем; 3) сравнить понятия по критериям, используя табличную или другую форму; 4) сделать выводы. Ниже предложены критерии и форма сравнения понятий (Таблица 3).

Таблица 3.

Сравнение понятий «мотивация потребителя» и «мотивация сотрудника»

Критерии сравнения	Мотивация потребителя	Мотивация сотрудника
Определение понятий		
Результаты сравнения		
Этапы мотивации (структура понятий)		
Результаты сравнения		
Результаты мотивации – экономическая и социальная эффективность		
Результаты сравнения		
Выводы :		

Таким образом, в результате проделанной работы № 4 студенты смогут проявить следующие общие и профессиональные компетенции ОК-1, ОК-3, ОК-6, ОК-11, ОК-22, ПК-10, ПК-14, ПК-17, ПК-37.

Тема «Подготовка менеджера в области этики КСО» – практическое задание № 5 «Этика бизнеса». Задание для студентов содержит следующие условия: Составьте описание идеи (концепции) бизнес-проекта этического характера (выберите или придумайте один вариант). Например, 1) по утилизации производственных отходов; 2) по вторичной переработке бытовых отходов; 3) по повышению уровня корпоративной культуры; 3) по улучшению бренда товара за счет благотворительности; 4) по повышению уровня качества марки-

ровки товара за счет дифференциации; 5) по повышению уровня мотивации сотрудников; 6) по повышению уровня мотивации потребителя; 7) другое.

Описание идеи (концепции) бизнес-проекта этического характера произведите по следующим критериям (форма описания – таблица или блок-схема по выбору студента):

1. Наименование (тема) бизнес-проекта;
2. Цели бизнес-проекта;
3. Задачи бизнес-проекта;
4. Краткое описание производственной деятельности по утилизации производственных отходов (можно бытовых отходов);
5. Социальная значимость;
6. Экономическая выгода;
7. Существующие риски для реализации проекта;
8. Предполагаемые экономические и социальные партнеры бизнес-проекта (инвесторы и/или спонсоры);
9. Нормативно-правовая база проекта.

Таким образом, в результате проделанной работы № 5 студенты смогут проявить следующие общие и профессиональные компетенции ОК-1, ОК-3, ОК-6, ОК-11, ОК-22, ПК-2, ПК-10, ПК-20, ПК-42.

Тема «Социальный маркетинг в системе корпоративной социальной ответственности фирмы». Задание для студентов содержит следующие условия: составьте экономическое обоснование разработанной вами в практическом задании № 5 идеи (концепции) бизнес-проекта по следующим критериям (форма описания – Таблица 4):

Таблица 4.

ОСНОВНЫЕ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА
на период окупаемости (201__ - 201__ - __ месяцев).

№ п/п	Название показателя	Единица измерения/кол-во/калькуляция	План расходов, руб.	План доходов, руб.
	Постоянные расходы-доходы:			
1.	Численность сотрудников Из них:	Чел./руб./		-
2.	Объем продаж в месяц	Руб./	-	
	Расходы на открытие проекта:			
3.	Техническая оснащённость. В том числе:			
A		Шт. 0/0x0000руб.		
....				
C	Мебель. В том числе: Стол Стул Прилавок	Шт./1/руб. Шт./1/руб. Шт./1/руб.		
4.	Общие расходы на подготовительный этап: в том числе организацию, планирование, регистрацию	Руб.		
5.	Аренда помещения на период становления	Руб./.		
6.	Итого	Руб.		
	Расходы / доходы в месяц			
7.	Амортизация оборудования / мес.	Руб.\в месяц		
8.	Фонд заработной платы в месяц (ФЗП)	Руб.		
9.	Товары для работы в месяц	Руб.		
10.	Товары для продажи в месяц	Руб.		

11.	Налоги ЕСН в месяц	30% от ФЗП /руб.		
12.	Аренда помещения в месяц	Руб.		
13.	Итого расходы в месяц	Руб.		
14.	Планируемая прибыль от реализации в месяц на период становления	Руб./30%		
15.	Себестоимость услуг в месяц на период становления	Руб.		
16.	Налог на прибыль в месяц	Руб./6%		
17.	Чистая прибыль в месяц	Руб.		
Расчет рентабельности проекта на период становления				
18.	Затраты на рубль реализации	%		
19.	Прибыль от продажи единицы товара	%		
20.	Рентабельность продаж	%		
21.	Период развития бизнеса			
22.	Себестоимость услуг в месяц на период развития:	Руб.		
23.	Фонд заработной платы в месяц	Руб.		
24.	Товары для работы в месяц	30%/руб.		
25.	Товары для продажи в месяц	6%/руб.		
26.	Налоги ЕСН в месяц	Руб.		
27.	Аренда помещения в месяц	Руб.		
28.	Прибыль от реализации в месяц на период развития	Руб./30%		
29.	Итого	Руб.		
30.	Налог на прибыль в месяц	Руб.		
31.	Чистая прибыль в месяц	Руб.		
32.	Затраты на рубль реализации	%		
33.	Прибыль от продажи единицы товара	%		
34.	Рентабельность продаж	%		
35.	Коэффициент эффективности бизнеса			

Период окупаемости проекта (или время становления) рассчитаем как отношение всех затрат (расходов) на открытие проекта и чистой прибыли в месяц (при условии, что она полностью пойдет на покрытие расходов). Например, все затраты на открытие проекта составят 300000 руб., а чистая прибыль в месяц рассчитана в сумме 5500 руб., тогда период окупаемости составит $300000/5500 = 54,54$ мес. = 4,5 года.

Для расчета объема продаж в месяц (или др. период) воспользуйтесь данными, которые будут заполнены в таблице (Таблица 5).

Таблица 5.

ПРИМЕРНЫЙ ПРЕЙСКУРАНТ ЦЕН

№	Наименование услуги, продукции, продукта	Цена за единицу, руб.
1.		
2.		

Основываясь на средних показателях преysкуранта цен, можно оценить ежедневную выручку примерно на _____ руб. Здесь необходимо оценить либо средний чек покупателя, либо востребованность услуг (продукта в ежедневном режиме).

Рассчитайте среднюю выручку за месяц : _____ руб. x 26 раб. дней = _____ руб.

Учитывая МИНИМАЛЬНО ВОЗМОЖНЫЕ условия, можно считать, что выручка в среднем В МЕСЯЦ будет составлять _____ руб.

РАССЧИТАЙТЕ РИСКИ ПРОЕКТА

$$\text{КОЭФ. РИСКА} = \text{ВОЗМОЖНЫЙ УБЫТОК} \times \text{ВРЕМЯ СТАНОВЛЕНИЯ} / \text{ДОХОДЫ} \times$$

12

1) Возможный убыток измеряется как 50% реализация товара от запланированной суммы, то есть _____ руб. в месяц;

2) Время становления = _____ месяцев;

3) Доходы в год по плану = _____ руб. \times 12мес. = _____ руб.

Запишите и определите коэффициент риска:

$K =$ _____ – уровень (умеренного, оптимального или высокого?) риска (по Балабанову).

Риски можно уменьшить за счет увеличения инвестиций – государственной помощи в размере _____ руб., эта сумма может быть использована на аренду помещения в период становления.

Запишите **ВЫВОДЫ** (результаты анализа п.35, учета рисков и дополнительного финансирования проекта):

Сформулируйте **ПРЕДЛОЖЕНИЯ** по повышению эффективности проекта:

Таким образом, в результате проделанной работы № 6 студенты смогут проявить следующие общие и профессиональные компетенции ОК-1, ОК-3, ОК-6, 7, ОК-11, ОК-22, ПК-2, 5, ПК-10, 14, ПК-17, 20, ПК-37, 42.

3. Результаты.

В целом практикум по учебной дисциплине КСО имеет целью сформировать готовность будущего менеджера применять технологические (специальные) компетенции по вопросам КСО предприятия в практической деятельности. Эта учебная деятельность создает реальные условия для профессиональной социализации и углубления профессионального самоопределения студентов. Следует отметить, что у студентов очной, заочной и дистантной форм обучения процессы профессиональной социализации и профессионального самоопределения в условиях практикума по КСО проходят по-разному.

Студенты очной формы обучения, как правило, почти не имеют опыта реальных производственно-экономических отношений, и поэтому для них необходимо разработать ситуационные задачи (кейсы) с указанием всех необходимых данных. С другой стороны, можно выдать задания практикума на производственную практику, в процессе которой студент сможет собрать необходимые данные на реальном предприятии, в реальной организации.

Студентам заочной и дистантной форм обучения следует опираться на опыт производственно-экономических отношений, сформированный в результате их собственной трудовой деятельности. Однако здесь возникает другая сложность в выполнении заданий практикума: студенты, как правило, работают на уровне оперативных исполнителей (редко оперативных менеджеров) и не могут сразу адаптироваться к социально-профессиональной роли менеджера более высокого уровня. Преподавателю важно учитывать это и организовывать занятия практикума с элементами деловой игры, предварительно описывая и закрепляя у студентов умения, социальные статусы и роли, профессиональные обязанности и права. Наши исследования, проведенные в период учебного года со студентами заочной формы обучения (09.2014-05.2015) показали, что в условиях формального управления студенты показывают невысокий уровень качества обучения (в среднем 15%), а в условиях специально организованного процессного управления их образовательной деятельностью качество обучения возрастает в среднем на 50%, то есть в экспериментальных группах качество формирования специальных профессиональных компетенций в среднем составляет 65,7%. Следует предположить, что подготовленные профессионально менеджеры корпоративной социальной ответственности в результате дальнейшей успешной профессиональной деятельности на своих рабочих местах в компаниях и фирмах, в организациях и на предприятиях различных

форм собственности смогут увеличить добавочный капитал своих компаний, и, тем самым, повысить уровень собственной профессиональной конкурентоспособности.

4. Обсуждение.

В заключение можно предположить, что распределение профессионально-значимых компетенций на общие и профессиональные компетенции требует более тщательного подхода, то есть требует разработки Единого кодификатора элементов содержания профессионального образования и конкретных Требований к уровню подготовки обучающихся по конкретным учебным дисциплинам профессионального цикла, а также требует разработки Спецификации контрольно-измерительных материалов по конкретным учебным дисциплинам профессионального цикла в основной профессиональной образовательной программе (далее ОПОП) по направлению подготовки. Действительно, необходимо обозначить тот минимум компетенций, который задаст допустимый уровень профессиональной компетентности выпускника любого вуза по тем дисциплинам ОПОП, которые входят в федеральный или вузовский компоненты конкретных ОПОП по направлениям подготовки и профилям высшего профессионального образования. Имея в едином профессиональном пространстве образовательных организаций и работодателей в активе вышеуказанные разработки, можно было бы осуществить более качественный квалиметрический подход к оценке качества профессионального образования (качества образовательного продукта) с общих позиций: и вузов, и работодателей. На сегодняшний день ФГОС ВПО только приближается к этому требованию и предстоит решить еще много проблем в этом направлении.

5. Выводы.

Таким образом, профессиональная социализация будущих бакалавров – менеджеров КСО, начинаясь в процессе освоения образовательной программы высшего профессионального образования в части учебного модуля «Дисциплины профессионального цикла», продолжается в практической профессиональной деятельности студентов-заочников и в практике их профессиональной деятельности в последипломный период.

6. Благодарности.

Большую помощь в организации и проведении исследований и технической подготовке дидактических материалов оказали специалисты отдела заочного обучения профессионально-педагогического института Челябинского государственного педагогического университета. Также благодарим коллег кафедры управления организацией экономического факультета Московского государственного университета за предоставленные возможности широкого обсуждения проблем подготовки менеджеров в процессе участия в ежегодных Международных научно-практических конференциях по истории управленческой мысли.

Список литературы

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 Менеджмент (квалификация (степень) "бакалавр") [Текст]/ утв., приказ Министерства образования и науки РФ от 20 мая 2010 г. N 544.

Коротков Э. М., Корпоративная социальная ответственность. Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт-издат, 2012.

Этичный потребитель. Британский журнал. [Электронный ресурс] – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_Consumer – дата обращения 25.01.2015.