

Приватне акціонерне товариство
«Приватний вищий навчальний заклад
«Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій»

Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу
Кафедра права та публічного управління

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з НП та НР
Д.Є.Швець
“ 30 ” 2023 року

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 01 СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

Освітньо-професійна програма	<u>Маркетинг</u>
спеціальність	<u>(назва ОПП) 075 «Маркетинг»</u>
спеціалізація	<u>(назва спеціалізації при наявності)</u>
Рівень вищої освіти	<u>магістр</u>

2023 – 2024 навчальний рік

Мова викладання: англійська

Прізвище, ім'я та по-батькові викладача(ів)/розробника(ів): к.ю.н., доцент Гулевська Ганна Юріївна, завідувач кафедри права та публічного управління; к.е.н., доцент Власенко Лев Валерійович, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Електронна адреса викладача(ів): a.gulevskaya@econom.zp.ua l.vlasenko@econom.zp.ua

Дні занять за розкладом

згідно з розкладом занять

Графік консультацій (он-лайн консультації)

згідно графіку консультацій

Сторінка курсу в Moodle:

Силабус схвалено на засіданні
кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Протокол від “_30_” серпня 2023 року № 1

Завідувач кафедри _д.е.н., доцент

 (Михайлик Д.П.)

Силабус схвалено на засіданні
кафедри права та публічного управління

Протокол від “_30_” серпня 2023 року № 1

Завідувач кафедри _к.ю.н., доцент

 (Гулевська Г.Ю.)

Силабус погоджено

Начальник навчального відділу

 О.В.Сташкевич

1. Опис дисципліни

Анотація дисципліни (Призначення навчальної дисципліни)	Дисципліна «Соціальна відповідальність бізнесу» входить до переліку обов'язкових дисциплін магістерського рівня підготовки за спеціальністю 075 «Маркетинг». Предметом вивчення дисципліни є теоретико-методологічні, методичні та практичні положення формування інституту соціальної відповідальності бізнесу
Мета вивчення	Метою викладання курсу є формування фундаментальних знань з теорії та практики соціальної відповідальності бізнесу і відповідних професійних компетенцій, які забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки її суб'єктів
Завдання навчальної дисципліни	Завдання навчальної дисципліни : формування у студентів розуміння значення розвитку соціальної відповідальності та поняття про механізми взаємодії бізнесу, держави, соціальних інститутів, а також бізнесу та прав людини; розуміння особливостей соціально-відповідального маркетингу, ознайомлення з використанням соціальної відповідальності в управлінні організаціями; розвиток здібностей, що дають змогу фахівцям здійснювати управлінську, організаційну, методичну, проектну діяльність з забезпечення розвитку та регулювання соціальної відповідальності бізнесу; набуття навичок застосування набутих знань з проблематики соціальної відповідальності при аналізі соціально-економічних процесів в Україні та світі а також вміння розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем, управління суб'єктами економічної діяльності, що враховують засади соціальної відповідальності; оволодіння методологією формування соціальної відповідальності бізнесу, що в свою чергу, дозволить розробляти систему моніторингу ефективності діяльності організації у сфері соціальної відповідальності та оцінювати результативність відповідних програм
Пререквізити	Вивчення дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» базується на знаннях, отриманих під час вивчення таких дисциплін, як Економічна теорія, Економіка підприємства, Маркетинг, Менеджмент, Підприємницьке право.
Результати навчання	RH2 Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. RH4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. RH5 Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. RH6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. RH8 Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. RH12 Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. RH15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. RH16 Оптимізувати існуючі маркетингові моделі на всіх рівнях суб'єктів ринкових відносин

2. Обсяг та ознаки навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: 07 “Управління та адміністрування” Спеціальність: 075 “Маркетинг” Рівень вищої освіти: другий (магістерський)	Обов’язкова	
Модулів – 1		Рік підготовки	
Змістовний модуль - 1			
		Семестр	
Загальна кількість годин – 90		Лекції	
		20	6
		Практичні, семінарські	
		10	4
		Лабораторні	
		Самостійна робота	
		60	80
		Вид контролю:	
		залік	Залік

3. Дидактична карта дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Л	Пр	Лаб	інд	ср.		Л	Пр.	лаб	Інд	ср.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1.												
Тема 1. Соціальна відповідальність бізнесу як чинник сталого розвитку та сучасний тренд	8	2	1	-		5	8					8
Тема 2. Моделі соціальної відповідальності бізнесу.	10	2	1	-		7	9	1	1			7
Тема 3. Концепція бізнесу та прав людини та соціальна відповідальність.	10	2	1	-		7	9	1				8
Тема 4. Нормативне забезпечення та стандарти соціальної	9	2	1	-		6	9					9
Тема 5. Корпоративна соціальна відповідальність	10	2	1			7	10	1	1			8
Тема 6. Формування відносин із працівниками та стейкхолдерами контексті соціальної відповідальності	10	2	1	-		7	9	1	1			7
Тема 7. Екологічна складова соціальної відповідальності бізнесу	9	2	1	-		6	9	1				8

Тема 8. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності	8	2	1	-		5	9		1			8
Тема 9. Моніторинг та оцінка ефективності соціальної	8	2	1			5	8					8
Тема 10. Концепція соціально-відповідального маркетингу	8	2	1			5	9	1				8
Разом	90	20	10			60	90	6	4			80

Самостійна робота

Зміст самостійної роботи з дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» складають:

1. Опрацювання теоретичних питань курсу.
2. Опрацювання нормативних джерел, навчальної та наукової літератури.
3. Підготовка доповідей, повідомлень та рефератів із обраної тематики.
4. Виконання завдань для самоконтролю, зокрема і вирішення практичних кейсів
5. Підготовка до модульного контролю та іспиту

1. Індивідуальні завдання

Виконання індивідуальних завдань з дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» не передбачено

5. Методи навчання	1. Словесні (пояснення, розповідь, лекція, бесіда), наочні (ілюстрація, демонстрація), практичні вправи. 2. Індуктивні (вивчення явищ від одиничного до загального), дедуктивні (вивчення явищ від загального окремого). 3. Проблемно-пошукові, дослідницькі, евристичні, аналітичні, зокрема аналіз науково-юридичної літератури та періодичних видань робота з інформаційними матеріалами в мережі Internet. 4. Методи стимулювання й мотивації учіння: навчальні дискусії та дебати, створення ситуацій апперцепції (опори на життєвий досвід студента). 5. Інноваційні методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: інтерактивні методи (ділові ігри), кейс-метод, мозковий штурм, фасилітація, коучинг
6. Система контролю та оцінювання.	Система складається з поточного, модульного та підсумкового контролю: Поточний контроль здійснюється у кожній академічній групі, і полягає у тому, що студенти виконують теоретичні та практичні завдання у відповідні аудиторні часи та у часи самостійної роботи. Практична частина, як форма поточного контролю, складається з 5 практичних занять. Їхній максимальний сумарний рейтинговий бал становить 60 балів. За кожне практичне заняття студент набирає від 0 до 12 балів в залежності від обсягу та якості виконання теоретичних

	та практичних завдань. <i>Критерії оцінювання роботи студентів на практичних заняттях:</i> Виступ з питань певної теми розділу на практичному занятті – 3 бали Доповідь з проблемної тематики з презентацією – 4 балів Підготовка реферату - 4 балів Вирішення кейсів - 4 бали Вирішення тестів – 2 бали Участь у інтерактивних заходах (мозкові штурми, ділові ігри, аналітичні сесії, дискусії - до 4 балів Участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій, участь в конкурсах тощо) заохочується додатковими балами – до 15 балів. Проходження курсів/тренінгів (зокрема онлайн) з неформальної освіти – до 20 балів (за наявності документа/сертифіката про проходження) Якщо навчальний процес відбувається дистанційно, можливі корекції критеріїв оцінювання з урахуванням специфіки такого виду навчання. Кількість можливих балів відображається у відповідних завданнях, викладених в системі MOODLE. <i>Модульний контроль</i> проводиться на відповідному до навчального графіку тижні. Формою проведення модульного контролю є виконання модульної контрольної роботи, оформленої письмово або за допомогою спеціалізованого тестувального програмного забезпечення. Тривалість складання студентом модульної контрольної роботи не перевищує двох академічних годин. Максимальний рейтинговий бал при цьому не перевищує 40 балів. <i>Підсумковим контролем</i> засвоєння дисципліни є залік. Підсумковий контроль автоматично проставляється як сума рейтингових балів поточного та модульного контролю. У разі недостатньої кількості балів (<60) та мінімально необхідної кількості балів поточного контролю (від 20 балів) студент має скласти залік. Кількість максимальних рейтингових балів за залік становить 40. Ці бали замінюють рейтингові бали модульного контролю, та у разі достатньої кількості з поточним контролем ставиться оцінка.
7. Політика дисципліни.	• Курс передбачає роботу в колективі. • Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. • Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в дистанційному режимі за погодженням із керівником курсу та презентувати виконані завдання під час консультації викладача. • Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою, а також виконання завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу. • Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. • Здобувачі вищої освіти мають право скласти екзамен автоматично, у випадку, якщо впродовж семестру такі здобувачі набрали 60-100 балів.

	- Здобувачам вищої освіти після аудиторних занять надається право підвищувати свій рейтинг під час тижня самостійної роботи, тижня модульного контролю та тижня складання іспитів (підсумкового оцінювання) за графіком екзаменаційної сесії. - Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.. - Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
--	---

9. Розподіл балів, які отримують студенти

№ з/п	Модуль	Змістовний модуль	Тема	Бали
1	Модуль 1		Тема 1	6
2			Тема 2	6
3			Тема 3	6
4			Тема 4	6
5			Тема 5	6
6			Тема 6	6
8			Тема 7.	6
			Тема 8	6
			Тема 9	6
			Тема 10	6
9				
10	Модульна робота 1			40
11	Підсумковий екзамен			40
	Разом за дисципліною			100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	Відмінно	Зараховано
82-89	Добре	
74-81		
64-73	Задовільно	
60-63		
35-59	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

10. Питання до заліку:

1. Філософія соціальної відповідальності та система сучасних соціальних знань.
2. Концепція сталого розвитку та концепція соціальної відповідальності .
3. Види, принципи та напрями соціальної відповідальності.
4. Формування ідеології та культури соціальної відповідальності бізнесу.
5. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
6. Цінності соціальної відповідальності та європейський вибір України.
7. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу.
8. Базові принципи соціально відповідальних компаній
9. Сучасні моделі корпоративної соціальної відповідальності.
10. Принципи американської моделі корпоративної соціальної відповідальності
11. Елементи європейської моделі корпоративної соціальної відповідальності та її різновиди в державах ЄС
12. Характеристика японської моделі корпоративної соціальної відповідальності
13. Ознаки британської моделі корпоративної соціальної відповідальності.
14. Концепція прав людини: відповідь на виклики з боку бізнесу.
15. Обов'язки поважати, захищати і забезпечувати права людини.
16. Керівні принципи ООН щодо бізнесу і прав людини.
17. Міжнародні договори про зобов'язання бізнесу у сфері прав людини.
18. Зобов'язання держави у сфері бізнесу та прав людини. Зв'язок між державою та бізнесом.
19. Роль держави у забезпеченні поваги бізнесом прав людини в зонах конфліктів.
20. Обов'язок бізнесу поважати права людини. Заява про відданість правам людини.
21. Механізм забезпечення належної обачності.
22. Міжнародні стандарти соціальної відповідальності бізнесу.
23. Стандарт ISO 14000 .
24. Стандарт SA 8000.
25. Стандарт AA 1000. Стандарт Саншайн.
26. Стандарт ISO 26000.
27. Стандарт GRI
28. Правове регулювання соціальної відповідальності бізнесу на національному рівні.
29. Сутність корпоративної соціальної відповідальності.
30. Організаційно-управлінські механізми імплементації корпоративної соціальної відповідальності у систему управління організацією.
31. Найкращі практики корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.
32. Моделі корпоративної соціальної відповідальності.
33. Соціальні програми компаній.
34. Комплексна модель управління корпоративною соціальною відповідальністю.
35. Неформальні інституції в розвитку соціальної відповідальності бізнесу
36. Взаємозв'язок соціально відповідальної поведінки і стратегії розвитку організації.
- Корпоративна соціальна відповідальність у стратегічному управлінні людськими ресурсами.
37. Узгодження інноваційної політики організації з принципами соціальної відповідальності.
38. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері формування та розвитку персоналу
39. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері кадрової безпеки.
40. Соціальна відповідальність бізнесу у сфері компенсаційної політики
41. Упровадження цінностей соціальної відповідальності в корпоративну культуру.
42. Теорія заінтересованих сторін та її використання.
43. Зовнішнє середовище корпоративної соціальної відповідальності.
44. Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності
45. Взаємодія зі споживачами на засадах соціальної відповідальності.
46. Добросовісна ділова практика та соціально відповідальне примноження нематеріальних активів.
47. Екологічна відповідальність як суспільна ідея і практика цивілізованих країн.
48. Сутність, функції та рівні екологічної відповідальності бізнесу.
49. Екологізація виробництва. «Зелений офіс»: особливості застосування.

50. Консолідована соціальна відповідальність як вияв сучасного рівня соціального партнерства.
51. Взаємодія бізнес-влада-суспільство в рамках соціальних програм та проектів
52. Форми соціального партнерства та їх вплив на розвиток соціально відповідальної діяльності.
53. Публічно-приватне партнерство.
54. Колективний договір у системі формування соціальної відповідальності.
55. Нефінансова звітність підприємства : поняття, види, принципи та стандартні елементи звіту.
56. Вигоди та ризики підприємства від представлення нефінансового звіту
57. Характеристика етапів процесу підготовки соціального звіту підприємства
58. Рейтинг прозорості компаній щодо соціальної відповідальності
59. Оцінка ефективності соціальної відповідальності бізнесу : рівні та методика.
60. Концепція соціально-відповідального маркетингу : еволюція та сутність.
61. Соціальна відповідальність і соціально-етичний маркетинг.
62. Макро-та мікрорегулятори соціально відповідального маркетингу.
63. Інструментарій соціально відповідального маркетингу та оцінка ефективності маркетингової діяльності бізнес-суб'єктів з урахуванням соціальної відповідальності
64. Соціальний маркетинг та соціальні проекти. Соціально відповідальні рішення в процесі організації маркетингових досліджень.
65. Міжнародний кодекс з практики маркетингових і соціальних досліджень ESOMAR.
66. Основні етичні проблеми маркетингової діяльності.
67. Недоброякісна реклама.
68. Прояви сексизму в рекламі.
69. Соціальна відповідальність в процесі взаємовідносин «продавець-покупець».
70. Етичний кодекс Української асоціації маркетингу.

11. Рекомендована література:

Основна:

1. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / Н.М. Сіренко, Т.І. Лункіна, А.В. Бурковська. Миколаїв : МНАУ, 2021. 216с.
2. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посібник / Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Вінниця : ВНАУ, 2020. 228с.
3. Соціальна відповідальність: навчальний посібник / Зибарева О.В., Вербівська Л.В. Чернівці: Технодрук, 2021. 146с
4. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник / Гусєва О.Ю., Воскобоєва О.В., Хлевицька Т.Б. Київ. Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.
5. Бізнес і права людини : навчальний посібник / О. О. Уварова, К. О. Буряковська. К.: ФОП Голембовська О. О., 2019. 148с.
6. Соціальна відповідальність: конспект лекцій/ Бібік Н.В. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2019. 69с.
7. Золотарьова О.В. Соціальна відповідальність: Конспект лекцій / О.В. Золотарьова, В.К. Лебедєва. Дніпро: НМетАУ, 2018. 175 с
8. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика. Тернопіль: Карт-бланш, 2018. 214с.
9. Соціальна відповідальність: навчальний посібник / Балуєва О. В., Боднарук О.В. Маріуполь. ДонДУУ, 2017. 284 с.
10. Соціально-етичний маркетинг: монографія / Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, К.В. Березовик та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. –2-ге вид., перероб. і допов. –К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 372 с

Додаткова

1. Основи корпоративної соціальної відповідальності: фінансово-екологічні аспекти та соціальний бізнес : навчальний посібник / О.Є. Кузьмін, О.В. Пирог, Л.І. Чернобай, Н.С. Станасюк, І.І. Пасінович. Видавничий дім «Кондор», 2022. 276 с.
2. Минко Л.М. Соціальна відповідальність маркетингу. Економіка і суспільство. 2022. № 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-98>
3. Гулевська Г.Ю. Адашис Л. Концепція бізнесу та прав людини в контексті сучасних глобальних трендів. Філософія права та загальна теорія права. 2021. № 1. С.48-63
4. Соціальна відповідальність. Практичний аспект / О. Кузьмін, О. Пирог, Л. Чернобай, Н. Станасюк, І. Пасінович. Видавничий дім Кондор, 2020. 244с.
5. Камишникова Е.В. Методологія стратегічного управління корпоративною соціальною відповідальністю: монографія. Маріуполь: Приазовський державний технічний університет, 2020. 260с.
6. Корпоративна соціально-екологічна відповідальність та партнерство стейкхолдерів задля сталого розвитку: монографія / за заг. ред. І.О.Макаренко. Суми: Сумський державний університет, 2020. 259с.
7. Мойсеєнко І.П., Куцик В.І., Мойсеєнко І.П. Регулювання соціальної відповідальності підприємництва в Україні. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2020. 309с.
8. Гулевська Г.Ю. «Роль ООН у становленні та розвитку міжнародно-правового регулювання відповідальності бізнесу у сфері прав людини»// Матеріали Наукового круглого столу «ООН та Україна: 75 років разом для задля людської гідності, миру та розвитку» м.Дніпро, 22 жовтня 2020 р.); укладач канд.юрид.наук., доц. Л.А. Філяніна- Дніпро, Університет митної справи та фінансів, 2020
9. Соціальна відповідальність суспільних інститутів: інноваційний та соціально-гуманітарний аспект / [авт. кол.] ; за наук. ред. А. Я. Кузнєцової, Л. К. Семів, З. Е. Скринник. Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 287 с.
10. Шурпа С.Я. Роль соціально відповідального маркетингу у відтворенні людського капіталу капітал. *Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*. Серія: Економіка. 2018. Випуск 13. С. 136—141
11. Корпоративна соціальна відповідальність: навчально-методичний посібник / О.В. Григор'єва. Полтава: ПолтНТУ, 2017. 88с
12. Larysa Udovyyka, Hanna Hulievska The use of international law and European union law in formation of social responsibility and social partnership policy // Mechanisms of interaction between competitiveness and innovation in modern international economic relations: collective monograph / edited by M.Bezpartochnyi, in 4 Vol. / ISMA University.- Riga: «Landmark» SIA, 2017.- Vol. 1. -232 p., P. 220-228
13. Гулевська Г.Ю. Права людини та відповідальність бізнесу: міжнародно-правовий аспект // Правова реформа: концепція, мета, впровадження. Зб.наук.праць. Матеріали VIII міжнар.наук.-практ.конф. (Київ, 23 лист.2017р.)/ За заг. ред. Н.М. Пархоменко, М.М.Шумила – Київ: Ніка-Центр, 2017. - 480с. С. 209-213
14. Колот А.М., Грішнова О.А. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. К.: КНЕУ, 2016. 501с.
15. Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності: міжпредметний тренінг: навч. посіб. / за ред. проф. Л. П. Петрашко; Держ. ВНЗ "Київ. нац. екон. Ун -т ім. Вадима Гетьмана". К.: КНЕУ, 2016. 310 с.
16. Козін Л.В. Соціально-відповідальний маркетинг і корпоративна відповідальність: зв'язок концепцій. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. Вип. 9 с. 316 - 321
17. Соціальна відповідальність: навч. посіб./ Охріменко О. О. Іванова Т.В. К: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
18. Колот А.М., Грішнова О.А., О.О. Герасименко та ін. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / за заг. ред. А.М. Колота. Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.

19. Краплич Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких : Посібник для бізнесу та неприбуткових організацій. Фондація ім. Князів благодійників Острозьких. Рівне, 2015. 74 с.
20. Сучасний маркетинг: аналіз і перспективи розвитку / П. А. Орлов, Н.М.Лисиця, Г. О. Холодний та ін. ; за заг. ред. П. А. Орлова. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 212с
21. Шталь Т. В., Тищенко, О. О. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу: взаємозв'язки й результати. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 4. С. 97-104.
22. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / за науковою редакцією д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О.С..К.: Вид-во «Фарбований лист», 2011. 480с
23. Корпоративна соціальна відповідальність / за заг. ред. Т.С. Смовженко, А.Я. Кузнєцової. Київ : УБС НБУ, 2010. 314 с
24. Лазоренко О., Колишко Р. та ін. Посібник із КСВ. «Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності».-К.: Видавництво «Енергія», 2008. 96с.
25. Котлер Ф. Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. К. : Стандарт, 2005. 302с.

Інформаційні ресурси:

1. Інтернет-сторінка, присвячена Глобальному Договору ООН. URL: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/gd-oon-v-ukraini/>
2. Інтернет-сторінка, присвячена питанням розвитку СББ в Азії (CSR Asia). URL: <http://www.csr-asia.com/index.php?linksid=9>
3. Інтернет-сторінка, що містить інформацію про Глобальну ініціативу щодо звітності (GRI). URL: <https://www.globalreporting.org/>
4. Інтернет-сторінка, що містить інформацію про компанії-КСВ Європа. URL: <http://www.csreurope.org>
5. Інтернет-сторінка, що містить інформацію про Стандарт SA8000. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text>
6. Офіційний сайт глобальної некомерційної організації Бізнес заради соціальної відповідальності. URL: <http://www.bsr.org>
7. Офіційний сайт Інституту Етики Бізнесу. URL : www.ibe.org.uk
8. Офіційний сайт Центру розвитку КСВ в Україні. URL: <https://csr-ukraine.org/>
9. Корпоративна соціальна відповідальність (онлайн курс) <https://impactorium.org/uk/courses/korporativna-socialna-vidpovidaln/>
10. Онлайн-курс програми Ради Європи HELP: «Бізнес і права людини» (англмов.) <https://help.elearning.ext.coe.int/course/view.php?id=1760>