



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Корпоративна социална отговорност

Учебна програма

За академични цели и професионално образование и обучение: 30 присъствени академични часа. 30 академични часа индивидуално обучение

При неформално образование и обучение в реална фирмена среда: 15 присъствени академични часа. 15 академични часа индивидуално обучение

Преглед и структура на курса

Корпоративна социална отговорност, корпоративно гражданство, тройна ефективност и устойчив бизнес са различни термини, използвани по отношение на социалното въздействие, което корпорациите се стремят да постигнат. Доскоро корпоративната социална отговорност се възприемаше като начин за изграждане и поддържане на добра репутация, но последните проучвания показват, че инициативите по отношение на корпоративната социална отговорност не са игра с нулев резултат и могат да донесат споделена стойност както за обществото, така и за бизнеса. Освен това повече от всякога заинтересовани страни извън сферата на бизнеса, като неправителствени организации, правителства, застъпнически мрежи и служители, настояват за прозрачност и активно участие на фирмите в решаването на важни социални проблеми и справянето с неотложни социални предизвикателства.

Целта на този курс е да предостави цялостно въведение в корпоративната социална отговорност. Той разяснява значението на понятието и разглежда неговото развитие и стратегическата му важност за бизнеса. Студентите ще научат как корпоративната социална отговорност се реализира в корпорациите, какви са критичните елементи на една инициатива в областта на корпоративната социална отговорност, кои са основните заинтересовани страни, които оказват влияние върху социалното включване на бизнеса, как корпоративната социална отговорност въздейства върху ключовите бизнес процеси и стратегии на фирмата и как корпоративната социална отговорност бива отчитана и отразявана. Курсът демонстрира връзката между корпоративната социална отговорност, социално въздействие и социалните иновации, както и между корпоративната социална отговорност и новите бизнес възможности. Успешно завършилите този курс ще бъдат по-добре запознати с основните причини корпорациите да се занимават с въпроси отвъд конвенционалната им роля на генериращи печалба единици, както и с ролята на бизнеса в решаването на неотложните предизвикателства пред широката общественост и променящите се очаквания на обществото спрямо бизнеса. Като цяло студентите ще развият способност да прилагат концепциите за корпоративната социална отговорност в практически бизнес ситуации.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Очаквани резултати от обучението

- Основно разбиране на развитието, обосновката и ролята на корпоративната социална отговорност в Европейския съюз и в световен мащаб;
- Основно разбиране и способност за прилагане на концепциите, свързани с корпоративната социална отговорност, по-конкретно с цел анализ и оценка на реални казуси;
- Разбиране и способност за критично оценяване на инициативите в областта на корпоративната социална отговорност на базата на добра запознатост с: а) екологичните, социалните и икономическите проблеми, които се очаква да бъдат адресирани от корпоративната социална отговорност; б) естеството на социалното въздействие и начините за неговото оценяване; в) мястото на корпоративната социална отговорност в цялостната стратегия за управление на фирмата;
- Разбиране на сложната връзка между генерирането на печалба и социалното въздействие;
- Способност за интегриране на бизнес, исторически, научни и културни гледни точки в изследванията и професионалните дейности в областта на корпоративната социална отговорност;
- Усъвършенстване на изследователските умения в областта на корпоративната социална отговорност;
- Умения за използване и критичен анализ на приложимата академична литература в тази област;
- Способност за извършване на изследвания, извличане на поуки и определяне на най-добрите практики от казуси и примери за инициативи в областта на корпоративната социална отговорност с оглед на прилагането им в бизнеса, в друга професионална практика или при разработването на политики;
- Основно разбиране на значението на регионалните и националните условия, на различните пазарни и икономически системи, както и на ползвателите и други ключови заинтересовани страни за успеха и динамиката на инициативите в областта на корпоративната социална отговорност;
- Повишена информираност относно последните тенденции в областта на корпоративната социална отговорност и социалните и икономическите иновации;
- Повишена информираност относно предизвикателствата, пред които са изправени обществата днес, и потенциала на бизнеса да допринесе за облекчаване на социалните проблеми чрез създаване на споделена стойност;



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- Способност за анализиране на ролята на заинтересованите страни в инициативи в областта на корпоративната социална отговорност, както и на политическите и икономическите структури на пазара, които ги свързват;
- Подобрени презентационни и писмени умения в областта на корпоративната социална отговорност.

Методически указания

Този курс е предназначен за лица, които желаят да създават, да ръководят или да съдействат за осъществяването на инициативи в областта на корпоративната социална отговорност; за онези, които биха искали да станат така наречените социални *предприемачи*; за заинтересованите от социалното инвестиране, от корпоративните съюзи с организации в социалния сектор; за държавни служители, работещи в областта на социалната икономика и - като основно въведение - за студенти, имащи желание да изследват темата по-задълбочено. Курсът има за цел да осигури основополагащи знания, поради което ще бъде особено полезен за студенти и обучаеми със слаба или почти никаква подготовка в областта на корпоративната социална отговорност. Това обаче не означава, че студенти или обучаеми с по-значителни познания по темата няма да могат да се възползват от курса чрез разширяване и задълбочаване на разбирането си за ролята на бизнеса в обществото и управленските дилеми, които възникват при комбиниране на дейности, генериращи печалба, с дейности, чиято цел е оказването на социално въздействие или създаването на споделена стойност. За втората група ползватели би било особено полезно да прибягнат към допълнителна литература.

Курсът засяга следните теми:

- 1) Концептуални въпроси; карта и история на научноизследователската област;
- 2) Ролята на корпоративната социална отговорност в цялостната стратегия на компанията;
- 3) Управленски дилеми, свързани с корпоративната социална отговорност, и общи затруднения при измерването и оценката на социалното въздействие;
- 4) Въпроси, свързани с оперативното управление на инициативи в областта на корпоративната социална отговорност;
- 5) Въпроси, свързани с ефективното представяне на целите и резултатите от инициативите в областта на корпоративната социална отговорност пред ползвателите и заинтересованите страни;
- 6) Въздействие и участие на заинтересованите страни в инициативи в областта на корпоративната социална отговорност;
- 7) Въпроси, свързани с етиката и социалната отговорност в маркетинга;



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- 8) Въпроси, свързани с отчитането на инициативи в областта на корпоративната социална отговорност;
- 9) Въпроси, свързани със създаването на партньорства между бизнеса и основните заинтересовани страни (като неправителствени организации и транснационални застъпнически мрежи) в рамките на корпоративната социална отговорност;
- 10) Особенности на корпоративната социална отговорност в различни области:
 - Опазване на околната среда
 - Корпоративно управление
 - Човешки ресурси и служители
 - Обществена ангажираност
 - Човешки права и глобална справедливост

Специална забележка относно използването на учебната програма за обучение в реална фирмена среда:

Курсовете за обучение в реална фирмена среда трябва да бъдат специално подготвени с оглед на конкретните нужди на дадена компания. Тази учебна програма осигурява само общи насоки за организиране на обучението що се отнася до основните проблеми и понятия. Обучителите трябва да разработят своя курс в съответствие с представените им от компанията специфични изисквания или въз основа на предишни дискусии със съответния фирмен отдел. Необходимо е да бъдат включени конкретни теми, съобразени със сектора или професионалната насоченост на компанията, обикновено в равно съотношение с предоставяните знания по основни теми, свързани с корпоративната социална отговорност и социалните иновации. Дискусиите, както и използването на примери или казуси, трябва да бъдат насочени към фирмената практика или практиката в дадения бизнес сектор. Желателно е обучителите да канят като гост-лектори представители на бизнеса с опит в областта на корпоративната социална отговорност или социални предприемачи, ангажирани с подпомагане или въвеждане на социално ориентирани инициативи във фирми в съответния бизнес сектор.

Обучение, задължителна литература и участие по време на занятията:

Като цяло обучението трябва да е съобразено с преобладаващия обучителен подход в образователната институция. Но все пак ползвателите трябва да имат предвид, че тази учебна програма е разработена предимно с оглед на семинарния тип обучение, при което лекциите са сведени до минимум, а занятията се основават на дискусии и представяне на казуси и примери. От студентите се очаква предварително да са прочели задължителната литература. Целта на занятията е да провокират дебат по изучаваните теми, както и споделяне на гледни точки и допълнителна информация. За бъдещи справки се предвижда допълнителна литература за по-напреднали студенти/обучаеми или за студенти/обучаеми, изследващи темата по-задълбочено, напр. във връзка с разработването на финалните им



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



проекти. От студентите се очаква да се явяват на занятията подготвени да взимат компетентно участие в дискусиите и груповите задания и упражнения. Силно се насърчава ангажирането на гост-говорители с изключителни познания в дискутираната област, особено на представители на бизнес с богат опит в сферата на корпоративната социална отговорност.

Препоръчва се всяко занятие да включва 10-20 минутно групово задание, при което на студентите/обучаемите да бъдат поставяни задачи, свързани с темата на деня – напр. всяка група да представи една позиция в дебата, един пример/казус или да обобщи един въпрос. Груповите задания трябва да бъдат съобразени със задължителната литература, но е добре да съдържат елемент на креативност, разискване или да бъдат насочени към подобряване на презентационните умения. Препоръчва се груповите задания да съдържат разрешаването на проблем, който е интердисциплинарен по характер (изискват се познания в различни области). Качеството на представяне на студентите в груповите задания би трябвало да повлияе положително на крайното оценяване.

Специална забележка относно използването на задължителната литература в професионалното образование и обучение, неформалното образование или обучението в реална фирмена среда: задължителната литература, отбелязана като подходяща само за академични ползватели, може да бъде предпочитан вариант за допълнителен прочит. Не бива обаче да ѝ се придава по-голяма важност от допълнителната литература с по-голяма практическа насоченост, напр. доклади на международни институции или агенции. Последните могат да са много по-полезни за обучаемите, включени в професионално образование и обучение, неформално образование и обучение в реална фирмена среда.

Предварителни условия: няма

Задания и оценяване:

Представените долу примери за задания и оценка са разработени под формата на списък, от който преподавателите могат да изберат и комбинират елементи. Всеки преподавател може да разработи на тази база собствен план за задания и оценяване, който да отговоря най-пълно на изискванията в неговата институция и целите на курса.

1. Финален изпит

Препоръчително е финалният изпит да включва въпроси с множествен избор и въпроси с отворен отговор. Продължителността на такъв изпит може да бъде между 1 час и 1.5 часа. Като алтернатива, изпитът може да бъде базиран на казуси, особено в случаите, когато курса е предназначен за по-напреднали студенти или ако основната му цел е получаването на практически познания. В този случай, от обучаемите може да бъде изискано да анализират и оценят казусите посредством въпроси с множествен избор и въпроси с отворен отговор. Продължителността на изпита, базиран на казуси, може да варира между 1.5 и 3 часа в зависимост от обема и броя на избраните казуси. Провеждащите курса могат да решат да въведат и междинен изпит.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



2. *Индивидуални/групови е-портфолия с казуси, свързани с инициативи в областта на корпоративната социална отговорност.*

Първоначалните презентации и анализи на подбраните казуси трябва да бъдат предадени до края на Тема 6. Срокът за предаване на е-портфолията е в края на курса.

Формални изисквания относно обема:

За академични ползватели: обем между 1,800 и 2,800 думи.

За ползватели в сферата на професионалното образование и обучение, неформалното образование или обучението в реална фирмена среда: обем между 1,200 и 2,000 думи.

Целта на е-портфолиото е да запознае студента/обучаемия с процеса на изследване и анализ в областта на корпоративната социална отговорност. Казусът представлява кратък обзор на реална житейска ситуация в развитието на дадена компания. Очакваният краен резултат от е-портфолиото е подробно презентиране, анализ и оценка на два казуса, свързани с инициативи в областта на корпоративната социална отговорност, със специален акцент върху постигнатото въздействие върху обществото/околната среда при всеки от казусите и предизвикателствата, с които се е сблъскала компанията. В идеалния случай, високо оценените писмени работи трябва да са подготвени на базата на интервю или анкета, проведена поне в една от компаниите и/или задълбочено изследване. Тази писмена работа трябва да бъде в комбинация с мултимедийни артефакти, които включват, но не се свеждат единствено до снимки (ако има такива), две Power Point презентации – въвеждаща през седмицата на тема 6 и финална, преписи, попълнени анкети или аудио файлове от проведени интервюта. Провеждащите курса могат да разработят собствени насоки с оглед на нуждите на студентите/обучаемите и тяхното ниво на познание в съответните области.

Насоки относно очакваното съдържание на казусите:

1. област на въздействие и основни резултати от инициативата в областта на корпоративната социална отговорност;
2. проблеми, предизвикателства и възможности пред инициативата в областта на корпоративната социална отговорност и социалното/екологичното въздействие, което тя се стреми да постигне;
3. кои са движещите сили на инициативата и каква е ролята на лидерството, служителите, социалните предприемачи в компанията (ако има такива) и заинтересованите страни;
4. иновативно/и решение/я, предложени от компанията и тяхното градиране;
6. предизвикателства и пречки пред инициативата в областта на корпоративната социална отговорност, които включват, но не се свеждат единствено до



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



финансирането, устойчивостта, мениджмънта (оперативен и стратегически), комуникациите и маркетинга и набирането на персонал;

7. цялостна оценка на социалното/екологичното въздействие на инициативата в областта на корпоративната социална отговорност, която включва, но не се свежда единствено до финансирането, устойчивостта, мениджмънта (оперативен и стратегически), комуникациите и маркетинга и набирането на персонал;

8. поуки и добри практики, които могат да бъдат взаимствани от този случай;

9. препоръки към описаната инициатива в областта на корпоративната социална отговорност с оглед подобряване на нейното въздействие.

3. *Индивидуален курсов проект*

Студентите ще адресират предизвикателствата пред инициативите за корпоративна социална отговорност, като създадат своя собствена инициатива за съществуваща или въображаема фирма.

Формални изисквания относно обема:

За академични ползватели: обем между 3,500 и 5,000 думи.

За ползватели в сферата на професионалното образование и обучение, неформалното образование или обучението в реална фирмена среда: обем между 2,500 и 4,000 думи.

Концепциите за курсовия проект, разработени с цел провеждане на дискусия в клас, трябва да бъдат подготвени преди клас 8. Готовите проекти трябва да бъдат предадени на преподавателя до края на курса.

Целта на индивидуалния проект е да накара студентите/обучаемите да конфронтират предизвикателствата, съпътстващи извършването на социално отговорен бизнес, които включват, но не се свеждат единствено до:

- представяне на идея за инициатива в областта на корпоративната социална отговорност, насочена към конкретен социален или екологичен проблем;
- описване на инициативата и как тя е свързана с генериращите печалба фирмени елементи и с цялостната стратегия на компанията;
- изследване и анализиране на потенциала за създаване на споделена стойност;
- планиране на стартирането на инициативата, определяне на насока и избиране на отговорни лица в организационната и управленската структура на компанията;
- оптимизиране на комуникационна стратегия за инициативата в областта на корпоративната социална отговорност;



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- планиране на финансиране на инициативата в областта на корпоративна социална отговорност и извършване на основни финансови прогнози за удовлетворяване на различни финансови искания.

Провеждащите курса могат да разработят собствени насоки с оглед на нуждите на студентите и тяхното ниво на познания в съответните области.

Теми и литература:

1. Какво представлява корпоративната социална отговорност и какво провокира инициативите в областта на корпоративната социална отговорност?

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална фирмена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Savitz, Andrew, and Karl Weber. 2006. *The Triple Bottom Line*. San Francisco: Jossey-Bass: Part 1.

Porter, Michael. Creating Shared Value – lecture, www.youtube.com/watch?v=z2oS3zk8VA4

Makower, Joel. 1994. *Beyond the Bottom Line: Putting Social Responsibility to Work for Your Business and the World*. Simon and Schuster: Chapter 1 (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Lydenberg, Steve, and Graham Sinclair. 2009. “Mainstream or Daydream? The Future for Responsible Investing.” *Journal of Corporate Citizenship* **33**: 47-67. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons Inc.: Chapters 1, 2. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Kamani, Aneel. 2010. “The Case against Corporate Social Responsibility,” *Wall Street Journal*. August. <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703338004575230112664504890> (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Savitz, Andrew, and Karl Weber. 2006. *The Triple Bottom Line*. Jossey-Bass: Chapters 2,3,4,5.

Smith, Craig. 2003. “Corporate Social Responsibility: Whether or How?” *California Management Review* **45** (4): 52-76.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 13.

Vallentin, Steen. 2015. "Governmentalities of CSR: Danish Government Policy as a Reflection of Political Difference." *Journal of Business Ethics* **127**: 33 - 47.

Black, Leeora, and Charmine Hartel. 2004. "The Five Capabilities of Socially Responsible Companies." *Journal of Public Affairs* **4** (2): 125-144.

Ihlen, Øyvind, and Heidi von Weltzien Hoivik. 2015. "Ye Olde CSR: The Historic Roots of Corporate Social Responsibility in Norway." *Journal of Business Ethics* **127**: 109 - 120.

2. Теоретични перспективи в сферата на КСО

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Lee, Min-Dong Paul. 2008. "A Review of the Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and the Road Ahead." *International Journal of Management Review* **10** (1): 53 - 73.

Garriga, Elisabet, and Domènec Melé. 2004. "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory." *Journal of Business Ethics: Building Ethical Institutions for Business* **53**(1-2): 51-71. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Schwartz, Mark, and Archie Carroll. 2003. "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach." *Business Ethics Quarterly* **13** (4): 503-530.

Athanasopoulou, Andromachi, and John Selsky. 2012. "The Social Context of Corporate Social Responsibility: Enriching Research with Multiple Perspectives and Multiple Levels." *Business & Society* **54** (3): 322-364.

Frynas, Jędrzej George, and Sian Stephens. 2015. "Political Corporate Social Responsibility: Reviewing Theories and Setting New Agendas." *International Journal of Management Reviews* **17** (4): 483-509.

3. Стратегическа КСО

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Основна литература:

Porter, Michael, and Mark Kramer. 2006. "Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility." *Harvard Business Review*. December.

Savitz, Andrew, and Karl Weber. 2006. *The Triple Bottom Line*. San Francisco: Jossey-Bass: Part 2.

Laszlo, Christopher. 2008. *Sustainable Value: How the World's Leading Companies Are Doing Well by Doing Good*. Stanford: Stanford Business Books: Chapter 4 (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Maon François, Adam Lindgreen, and Valérie Swaen. 2008. "Thinking of the Organization as a System: The role of Managerial Perceptions in Developing a Corporate Social Responsibility Strategic Agenda." *Systems Research and Behavioral Science* **25**(3): 413.

Galbreath, Jeremy. 2006. "Corporate Social Responsibility Strategy: Strategic Options, Global Considerations." *Corporate Governance* **6**: 175-187.

Jacquelyn Humphrey, Darren Lee, and Yaokan Shen. 2012. "Does it cost to be sustainable?" *Journal of Corporate Finance* **18**: 626–639.

Kim, Sora. 2014. "What's Worse in Times of Product-Harm Crisis? Negative Corporate Ability or Negative CSR Reputation?" *Journal of Business Ethics* **123**: 157–170.

Hur, Won-Moo, Hanna Kim, and Jeong Woo. 2014. "How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation?" *Journal of Business Ethics* **125**: 75–86.

Cavaco, Sandra, and Patricia Crifo. 2014. "CSR and Financial Performance: Complementarity Between Environmental, Social and Business Behaviours." *Applied Economics* **46** (27): 3323-3338.

Wang, Taiyuan, and Pratima Bansal. 2012. "Social Responsibility in New Ventures: Profiting from a Long-Term Orientation." *Strategic Management Journal* **33**: 1135–1153.

Krauss, Alexander, Aušra Rūtelionė, Žaneta Pilgrimienė. 2010. "SMEs in Search for Feasible Concepts for Systematic Social Responsibility in Times of Crisis." *Ekonomika Ir Vadyba (Economics & Management)* **15**.

Iankova, Elena. 2008. "From Corporate Paternalism to Corporate Social Responsibility in Post-Communist Europe." *Journal of Corporate Citizenship* **29**.

Chernev, Alexander, and Sean Blair. 2015. "Doing Well by Doing Good: The Benevolent Halo of Corporate Social Responsibility." *Journal of Consumer Research* **41**: 1412-1425.

vonArx, Urs, and Andreas Ziegler. 2014. "The effect of corporate social responsibility on stock performance: new evidence for the USA and Europe." *Quantitative Finance* **14** (6): 977-991.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Glavopoulos, Evangelos, Sotirios Bersimis, Dimitrios Georgakellos, and Michael Sfakianakis. 2014. "Investigating the factors affecting companies' attitudes towards CSR and CER during the fiscal crisis in Greece." *Journal of Environmental Planning and Management* **57** (11): 1612-1641.

Vilkė, Rita. 2014. "Corporate Social Responsibility as Innovation: Recent Developments in Lithuania." *Economics and Business* **24**: 119- 125.

Barnett, Michael, and Robert Salomon. 2012. "Does It Pay to Be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance." *Strategic Management Journal* **33**: 1304–1320.

Jurik, Nancy, and Ramsi Bodine. 2014. "Social Responsibility and Altruism in Small-and Medium-Sized Innovative Businesses." *Journal of Sociology and Social Welfare* **42** (4): 113-141.

4. Предизвикателства и въздействие на КСО; последствия при провал на КСО

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 12.

Mohin, Tim. 2012. *Changing Business from the Inside Out*. Greenleaf Publishing: Chapters 2-4. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Husted, Bryan, and David Bruce Allen. 2011. *Corporate Social Strategy: Stakeholder Engagement and Competitive Advantage*. Cambridge: Cambridge University Press: Chapter 12.

Delmas, Magali, Dror Etzion, and Nicholas Nairn-Birch. 2013. "Triangulating Environmental Performance: What Do Corporate Social Responsibility Ratings Really Capture?" *The Academy of Management Perspectives* **27** (3): 255-267.

Montiel, Ivan, and Javier Delgado-Ceballos. 2014. "Defining and Measuring Corporate Sustainability: Are We There Yet?" *Organization & Environment* **27** (2): 113–139.

Zheng, Qinqin, Yadong Luo, and Vladislav Maksimov. 2015. "Achieving Legitimacy through Corporate Social Responsibility: The Case of Emerging Economy Firms." *Journal of World Business* **50** (3): 389–403.

5. Управление на КСО инициативи



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Blowfield, Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapters 4 and 5.

Savitz, Andrew. 2006. *The Triple Bottom Line*. Jossey-Bass: Part 2 (How Sustainability Can Work for You: 127-256) (само в академични институции и при професионално образование и о бучение)

Husted, Bryan, and David Bruce Allen. 2011. *Corporate Social Strategy: Stakeholder Engagement and Competitive Advantage*. Cambridge: Cambridge University Press: Chapter 10, 11.(само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Savitz, Andrew. 2006. *The Triple Bottom Line*. Jossey-Bass: Chapter 15.

Barker, Bree, Louise Ingersoll, and Gregory Teal. 2014. "Understanding CSR Culture and Subcultures: Consensual and Conflicting Narratives." *International Journal of Employment Studies* 22 (2).

Martinez, Patricia, Andrea Perez, and Ignacio Rodriguez del Bosque. 2014. "Exploring the Role of CSR in the Organizational Identity of Hospitality Companies: A Case from the Spanish Tourism Industry." *Journal of Business Ethics* 124: 47–66.

6. Представяне на КСО

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Boston College Center for Corporate Citizenship. *Corporate Responsibility & Sustainability Communications: Who's Listening? Who's Leading? What Matters Most?* Edelman.

Smith, Katherine Taken, and Julie Alexander. 2013. "Which CSR-Related Headings Do Fortune 500 Companies Use on Their Websites?" *Business Communication Quarterly* 76 (2): 155 - 171.

Morsing, Mette, Majken Schultz, and Kasper Ulf Nielson. 2008. "The Catch 22 of Communicating CSR." *Journal of Marketing Communications* 14 (2): 97-111. (само в академични институции и при професионално образование и о бучение)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Sen, Sankar, and C.B. Bhattacharya. 2004. "Doing Better at Doing Good: When, Why, and How Consumers Respond to Corporate Social Initiatives." *California Management Review* **47**(1): 9-24. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Additional reading:

Coupland, C. 2005. "Corporate Social Responsibility as Argument on the Web." *Journal of Business Ethics* **62**: 355-366.

Maignan, Isabelle, and O. C. Ferrell. 2004. "Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework." *Journal of the Academy of Marketing Science* **32** (1): 3-19.

Morsing, Mette, and Majken Schultz. 2006. "Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies." *Business Ethics: A European Review* **15** (4): 323 - 338.

Menon, Satya, and Barbara Kahn. 2013. "Corporate Sponsorships of Philanthropic Activities: When Do They Impact Perception of Sponsor Brand?" *Journal of Consumer Psychology* **13** (3): 316 - 327.

7. Въздействие на заинтересованите страни върху КСО; Стратегически партньорства за КСО

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална фирмена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons Inc.: Chapter 8.

Environmental Defense Fund. 2008. *Guide to Successful Corporate-NGO Partnerships*.

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 10. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Batstone, David. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 2.

Freeman, Edward. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman: Chapter 3.

Peloza, John, and Loren Falkenberg. 2009 "The Role of Collaboration in Achieving Corporate Social Responsibility Objectives." *California Management Review* **51** (3): 95-113.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- Yaziji, Michael. 2004. "Turning Gadflies into Allies." *Harvard Business Review*. February <https://hbr.org/2004/02/turning-gadflies-into-allies>
- Austin, James. 2000. "Strategic Collaboration between Nonprofits and Business." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* **29**.
- Mitchell, Agle, and B. R. Wood. 1997. "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts." *Academy of Management Review* **22** (4): 853 - 886.
- Brugmann, Jeb, and C. K. Prahalad. 2007. "Co-creating Business's New Social Compact." *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2007/02/cocreating-businesss-new-social-compact>
- Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 6.
- Unerman, Jeffrey, Jan Bebbington, and Brendan O'Dwyer. Eds. 2007. *Sustainability Accounting and Accountability*. Routledge: Chapter 5.
- Park, Byung, Agnieszka Chidlow, and Jiyul Choi. 2014. "Corporate Social Responsibility: Stakeholders Influence on MNEs' Activities." *International Business Review* **23**: 966 - 980.
- Park, Byung, and Pervez Ghauri. 2015. "Determinants Influencing CSR Practices in Small and Medium Sized MNE Subsidiaries: A Stakeholder Perspective." *Journal of World Business* **50**: 192 - 204.
- Pelozo, John, Moritz Loock, James Cerruti, and Michael Muyot. 2012. "Sustainability: How Stakeholder Perceptions Differ from Corporate Reality." *California Management Review* **55** (1): 74 - 97.
- Sullivan, Rory. 2003. "NGO Expectations of Companies and Human Rights." *Non-State Actors and International Law* **3**: 303 - 322.
- Vidaver-Cohen, Deborah, and Peggy Simcic Brønn Reputation. 2015. "Responsibility, and Stakeholder Support in Scandinavian Firms: A Comparative Analysis." *Journal of Business Ethics* **127**: 49 - 64.
- Bundy, Jonathan, and Ann K. Buchholtz. 2013. "Strategic Cognition and Issue Salience: Toward an Explanation of Firm Responsiveness to Stakeholder Concerns." *Academy of Management Review* **38** (3): 352 - 376.
- Brower, Jacob, and Vijay Mahajan. 2013. "Driven to Be Good: A Stakeholder Theory Perspective on the Drivers of Corporate Social Performance." *Journal of Business Ethics* **117**: 313 - 331.
- Hale, Angela, and Jane Wills. 2007. "Women Working Worldwide: Transnational Networks, Corporate Social Responsibility and Action Research." *Global Networks* **7** (4): 453 - 476.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



8. Подготовка и дискусия на индивидуалните/груповите е-портфолия с казуси и индивидуалните курсови проекти

Целта на този час е да даде възможност на обучаемите и студентите да получат обратна връзка относно техните курсови разработки. Всеки презентатор трябва да разполага с достатъчно време (препоръчително 10 мин.) за кратко и стегнато представяне на курсовия си проект и допълнително време за реакции и дискусии. Всеки презентатор (или представител на работна група) трябва да разполага с достатъчно време (препоръчително 5 мин.) за кратко и стегнато представяне на е-портфолиото си с казуси и допълнително време за реакции и дискусии. В случай че курсът включва по-голям брой студенти или обучаеми и това прави подобен график неподходящ, учителите могат да решат да променят заданието по курсовите разработки, като позволят работа в група.

9. Социално отговорен и етичен маркетинг

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons Inc.: Chapter 9.

Prahalad, C. K, and Allan Hammond. 2002. "Serving the World's Poor, profitably" *Harvard Business Review*. September. <https://hbr.org/2002/09/serving-the-worlds-poor-profitably> (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Crane, Andrew. 2005. "Meeting the Ethical Gaze: Challenges for Orienting to the Ethical Market." In *The Ethical Consumer*. Rob Harrison, Terry Newholm, Deirdre Shaw. Eds. London: Sage.

10. Отчетност в сферата на КСО

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 7.

Zadek, Simon, Richard Evans, and Peter Pruzan. Eds. 2003. *Building Corporate Accountability: Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting*. London:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Earthscan: Chapter 3. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Unerman, Jeffrey, Jan Bebbington, and Brendan O'Dwyer. Eds. 2007. *Sustainability Accounting and Accountability*. Routledge: Chapter 4.

Peters, Gary, and Andrea Romi. 2015. "The Association between Sustainability Governance Characteristics and the Assurance of Corporate Sustainability Reports." *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 34 (1): 163–198.

11. КСО и екологичните проблеми

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Pinkse, Jonatan, and Ans Kolk. 2009. *International Business and Global Climate Change*. London: Routledge: Chapter 5.

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 9. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Friedman, Thomas. 2009. *Hot, Flat and Crowded: Why We Need a Green Revolution--and How It Can Renew Our Global Future*: Farrar, Straus and Giroux: Part 3 (How We Move Forward, Chapters 11-16) (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Anderson, Ray. 1998. *Mid-Course Correction: Toward a Sustainable Enterprise: The Interface Model*. Chelsea Green Publishing Company: Chapters 3, 4, 5.

David Batstone. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 6

McDonough, William. 2002. *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press, 2002: Chapter 6.

Makower, Joel. 1994. *Beyond the Bottom Line: Putting Social Responsibility to Work for your Business and the World*. Simon and Schuster: Chapter 6.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Alt, Elisa, Emilio Pablo Díez-de-Castro, and Francisco Javier Llorens-Montes. 2015. "Linking Employee Stakeholders to Environmental Performance: The Role of Proactive Environmental Strategies and Shared Vision." *Journal of Business Ethics* **128**: 167–181.

García, Jorge, Randy Bluffstone, and Thomas Sterner. 2009. Corporate Environmental Management in Transition Economies: The Case of Central and Eastern Europe. *Finance a úvěr (Czech Journal of Economics and Finance)* **59** (5).

Hill, Marquita, Thomas Saviello, and Stephen Groves. 2002. "The Greening of a Pulp and Paper Mill. International Paper's Androskoggin Mill." *Journal of Industrial Ecology* **6** (1): 107-120.

Lee, Ki-Hoon, and Robert Ball. 2003. "Achieving Sustainable Corporate Competitiveness: Strategic Link between Top Management's (Green) Commitment and Corporate Environmental Strategy." *Greener Management International* **44**: 89 -104.

12. КСО, корпоративно управление и лидерство

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Batstone, David. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out.* Jossey-Bass: Chapter 1.

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction.* Oxford University Press: Chapter 8. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Weber, Curt, and Joseph Gerard. 2014. "Reconfiguring Compliance for Corporate Social Responsibility." *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing* **6** (2): 33-47.

Chan, Mui Ching Carina, John Watson, and David Woodliff. 2014. "Corporate Governance Quality and CSR Disclosures." *Journal of Business Ethics* **125**: 59–73.

Wesley II, Curtis, and Hermann Achidi Ndofo. 2013. "The Great Escape: The Unaddressed Ethical Issue of Investor Responsibility for Corporate Malfeasance." *Business Ethics Quarterly* **23** (3): 443-475.

Günter Stahl, and Mary Sully De Luque. 2014. "Antecedents of Responsible Leader Behavior: A Research Synthesis, Conceptual Framework, and Agenda for Future Research." *The Academy of Management Perspectives* **28** (3): 235–254.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Borghesi, Richard, Joel Houston, and Andy Naranjo. 2014. "Corporate socially responsible investments: CEO altruism, reputation, and shareholder interests." *Journal of Corporate Finance* **26**: 164-181.

13. КСО и управлението на човешките ресурси

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална фирмена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Bhattacharya, C.B., Sankar Sen and Daniel Korschun. 2008. "Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent." *MIT Sloan Management Review* **49**(2). <http://sloanreview.mit.edu/article/using-corporate-social-responsibility-to-win-the-war-for-talent/>

Batstone, David. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 5 (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Utting, Peter. 2007. 'CSR and Equality.' *Third World Quarterly* **28**(4): 697-712.

Mellat-Parast, Mahour. 2012. "Quality citizenship, employee involvement, and operational performance: an empirical investigation." *International Journal of Production Research* **51** (10): 2805–2820.

14. КСО и ангажираност в общността

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална фирмена среда: 1 академичен час

Porter, Michael, and Mark Kramer. 2002. "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy." *Harvard Business Review*. December. <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy>

Batstone, David. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 3.

Additional reading:

Valente, Mike, and Andrew Crane. 2010. "Public Responsibility and Private Enterprise in Developing Countries". *California Management Review* **52**(3): 52-78.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Newell, Peter. 2005. "Citizenship, Accountability and Community: The Limits of the CSR Agenda." *International Affairs* **81** (3): 541-557.

15. КСО, икономическото развитие, човешките права и изкореняването на бедността

Академично и професионално образование и обучение: 2 академични часа

Неформално образование или обучение в реална формена среда: 1 академичен час

Основна литература:

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 3.

Dunn, Debra, and Keith Yamashita. 2003. *Microcapitalism and the Megacorporation*. Harvard Business Review. August. <https://hbr.org/2003/08/microcapitalism-and-the-megacorporation> (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

David Batstone. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 8. (само в академични институции и при професионално образование и обучение)

Допълнителна литература:

Prahalad, CK. 2004. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits*. Wharton School Publishing: Part 2 (innovative practices)

Lund-Thomsen, Peter, and Peter Wad. 2014. "Global Value Chains, Local Economic Organization and Corporate Social Responsibility in the BRICS Countries." *Competition and Change* **18** (4): 281-90.

Jenkins, Rhys. 2015. "Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty." *International Affairs* **81** (3): 525-540.

Wettstein, Florian. 2012. "CSR and the Debate on Business and Human Rights: Bridging the Great Divide." *Business Ethics Quarterly* **22** (4): 739-770.