

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ»



Ступінь освіти	Магістр
Освітня програма	Маркетинг
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС
Тривалість викладання	I семестр, 1, 2 чверть 2021- 2022 н.р.
Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень	120 годин 3 / 4 години на тиждень
лекції	2 / 2 години
практичні	1 / 2 години
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Туризму та економіки підприємства

Сторінка курсу в ДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/index.php?categoryid=18>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти.

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Соціальна відповідальність бізнесу».



Інформація про викладача:

Шаповал Валентина Михайлівна

Завідувач кафедри туризму та економіки підприємства, професор, доктор економічних наук

Персональна сторінка

<https://ep.nmu.org.ua/ua/kaf/shapoval.php>

E-mail: Shapoval.V.M@nmu.one

1. Анотація до курсу

Загострення трансформаційних суперечностей під впливом дії глобалізаційних та інтеграційних процесів актуалізували необхідність формування нової парадигми суспільного розвитку, в якій завдання досягнення кількісного зростання поступається місцем завданню забезпечення сталого екологічного, соціального та економічного розвитку в межах світового господарства. Цілі та завдання парадигми сталого розвитку найбільш ефективно можуть бути реалізовані в межах стратегії соціальної відповідальності (СВ), яка є добровільною ініціативою організацій щодо дотримання етичних норм у сфері соціальної взаємодії та прийняття на себе відповідальності за вплив на навколишнє середовище, партнерів, споживачів, працівників, громади тощо.

Навчальна дисципліна «Соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ) має ознайомити майбутніх фахівців із загальними закономірностями взаємодії бізнесу і суспільства, з використанням СВ в управлінні організаціями та розвинути моральну свідомість їхньої соціально-відповідальної поведінки.

Цей курс побудовано на засадах студентоцентрованого підходу (Student-Centered Approach), який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування у студентів фундаментальних знань теорії та практики соціальної відповідальності з позиції сучасних стандартів соціальної політики, соціальної звітності, етики бізнесу й прав людини в умовах інтеграції концепції сталого розвитку і набуття ними відповідних професійних компетенцій, що забезпечують формування соціально-відповідальної поведінки.

Завдання курсу:

– *ознайомити* здобувачів вищої освіти з теоретичними положеннями і практикою взаємодії держави, бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови сталого розвитку суспільства;

– *навчити* здобувачів вищої освіти визначати можливості використання зарубіжного досвіду та аналізувати можливості використання елементів зарубіжних моделей соціальної відповідальності в національній економіці;

– *сформувати* у здобувачів вищої освіти розуміння значення соціальної відповідальності держави, бізнесу, суспільства та людини;

– *проаналізувати* роль держави у забезпеченні практики ефективної системи соціальної відповідальності.

3. Результати навчання:

Реалізація поставлених завдань дозволяє забезпечити наступні програмні результати навчання:

ПР2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПР10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПР14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

4. Структура курсу

ЛЕКЦІЇ

1. Соціальна відповідальність як теоретичний конструкт сучасного соціального знання.
 - 1.1. «Соціальна відповідальність» як категорія сучасного соціального знання. Концепція стійкого розвитку та концепція корпоративної стійкості.
 - 1.2. Сутність суспільного руху за соціальну відповідальність. Концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності.
 - 1.3. Сутність, види, категорії, еволюція, концепції, моделі та рівні соціальної

відповідальності. Стратегія соціально відповідальної поведінки у ринковому середовищі. 1.4. Особливості соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільного розвитку: соціальна відповідальність людини, держави, суспільства. 1.5. Правова та позаправова соціальна відповідальність.
2. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки 2.1. Історія розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). 2.2. Основні принципи КСВ. 2.3. Моделі КСВ бізнесу і становлення різних типів корпоративної культури в умовах цифровізації. 2.4. Інноваційна стратегія соціально відповідальної організації.
3. Місце соціальної відповідальності в управлінні організацією 3.1. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю. 3.2. Фінансовий та нефінансовий сектори КСВ. 3.3. Формування відносин роботодавців із працівниками на засадах соціальної відповідальності.
4. Соціальні, економічні, екологічні аспекти соціальної відповідальності високотехнологічних підприємств 4.1. Специфічні риси КСВ в IT-сфері 4.2. Специфічні риси КСВ на підприємствах енергетики. 4.3. Специфічні риси КСВ на підприємствах точного машинобудування. 4.5. Зелені тенденції в розвитку промислових підприємств
5. Моніторинг та оцінювання корпоративної соціальної відповідальності 5.1. Підзвітність як принцип соціально відповідального бізнесу. 5.2. Соціальна підзвітність. Проблема вимірювання соціального внеску (соціального ефекту діяльності) організації. 5.3. Оцінка результативності корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративний соціальний звіт. 5.4. Фінансова та нефінансова звітність. Цілі та історія розвитку нефінансової звітності. Відповідальність, повноваження, обмін інформацією.
6. Соціальне партнерство як інструмент формування соціальної відповідальності 6.1. Запровадження системи корпоративної соціальної відповідальності. Концепція зацікавлених сторін: ідея, історія, сутність. 6.2. Соціальні інвестиції як явище; сутність соціальних інвестицій як форми вияву корпоративної відповідальності роботодавців. Форми соціального інвестування. 6.3. Соціальні програми компанії: сутність, напрямки. 6.4. Сутність, складові та пріоритети розвитку соціальної відповідальності політики управління персоналом
7. Міжнародні стандарти та ініціативи у сфері соціальної відповідальності Принципи й впровадження соціальної відповідальності Міжнародні стандарти як орієнтири складання соціальних звітів. 7.2. Міжнародні стандарти соціальної звітності. 7.3. Сутність, структура, вимоги та особливості міжнародних стандартів соціальної звітності.

7.4. Зміст, структура і вимоги міжнародних стандартів звітності
8. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності в Україні
8.1. Особливості вияву соціальної відповідальності бізнесу в реаліях новітньої України.
8.2. Приклади соціально відповідальних та соціально безвідповідальних практик.
8.3. Особливості соціальної звітності в Україні.
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ
1. Державна політика як основа формування соціальної відповідальності
2. Формування відносин бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності
3. Політика управління соціальною відповідальністю
4. Агенти корпоративної соціальної відповідальності та їх взаємодія
5. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності
6. Декларація соціального партнерства
7. Методики оцінювання соціальної відповідальності
8. Міжнародний і український досвід впровадження принципів соціальної відповідальності на високотехнологічних підприємствах.

Інформація для здобувачів заочної форми навчання. На сайті НТУ «ДП» розміщено графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем відповідно до розкладу: 6 год. лекційних занять, 4 год. практичних занять. Решту практичних завдань здобувач опановує самостійно. Здобувачі заочної форми навчання виконують передбачені навчальним планом індивідуальні завдання (контрольні роботи, курсові проекти та роботи тощо) та подають їх на кафедри на початку сесії, обов'язково до проведення контрольних заходів з дисципліни. Умови завдань розміщено на сторінці курсу на платформі Moodle. Форма контролю – диференційований залік.

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На лекційних заняттях обов'язково мати з собою гаджети з можливістю підключення до Інтернету. Перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom. Інстальований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365. Використання Mentimeter (<https://www.mentimeter.com/>). Інстальована на гаджетах програма Kahoot! (<https://kahoot.it/>).

6. Оцінювання результатів навчання

Сертифікація досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «ДП», https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Regulations_on_evaluation_of_educational_results.pdf. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи (кожна максимально оцінюється у 15 балів), оцінок за роботу на практичних заняттях (оцінюється 14 занять, участь у занятті максимально може принести здобувачу вищої освіти 5 балів). Отримані бали за контрольні роботи та практичні заняття додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Залік відбувається у формі письмової роботи, білети являють 50 тестових запитань, 5 відкритих запитань. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 1 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 10 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Максимальна кількість балів за залік: 100
Практичні заняття	Ділові ігри та ситуаційні вправи, де відпрацьовуються навички індивідуальної та командної роботи. Участь у дискусіях. Максимально оцінюються у 80 балів (8 занять×10 балів/заняття).
Контрольні роботи	Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 20 балів.

6.3. Критерії оцінювання *письмової контрольної роботи*:

10 тестових завдань з чотирма варіантами відповідей, 1 правильна відповідь оцінюється у 1 бал.

Відкрите питання – 1 правильна відповідь оцінюється в 10 балів, причому:

10 балів – повна відповідність еталону, наведення прикладів з додаткової

літератури

8-9 балів – відповідність еталону, припускаються незначні помилки в граматиці та/або орфографії.

6-7 балів – відповідь в цілому відповідає еталону із незначними зауваженнями, помилки в граматиці та/або орфографії,

4-5 балів – відповідність еталону із зауваженнями, помилки в структурі відповіді;

2-3 бали – зміст відповіді має стосунок до предмету запитання, проте не відповідає еталону, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

1 бал – наявність текстової відповіді, яка не відповідає еталону, та/або не має стосунку до предмету запитання, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

6.4. Критерії оцінювання *ділових ігор* та *ситуаційних вправ* доводяться викладачем до відома здобувачів вищої освіти перед початком кожної ділової гри або перед розглядом кожної ситуаційної вправи у вигляді правил та умов отримання оцінки. При цьому до уваги береться результат команди, злагожденість дій учасників, правильність виконання інструкцій, розподіл обов'язків між учасниками команди. У залежності від специфіки ділової гри зазначені умови можуть доповнюватися або змінюватися:

5 балів: наявність повного розуміння сутності ситуаційних вправ, повні і правильні відповіді на поставлені питання, правильна мова викладення, наявність висновку, дотримання встановленого обсягу.

4 бали: наявність майже повного розуміння сутності ситуаційних вправ, майже повні і правильні відповіді на поставлені питання, правильна мова викладення, незначні помилки у мові викладення, наявність висновку, дотримання встановленого обсягу.

3 бали: не повне розуміння сутності ситуаційних вправ, не повні і не зовсім правильні відповіді на поставлені питання, наявність орфографічних та/або граматичних помилок або недотримання встановленого обсягу.

2 бали: не розуміння сутності ситуаційних вправ, не повні і не зовсім правильні відповіді на поставлені питання, значна кількість орфографічних та/або граматичних помилок та/або недотримання встановленого обсягу.

1 бал: не розуміння сутності ситуаційних вправ, відсутність відповідей на поставлені питання, велика кількість орфографічних та/або граматичних помилок, відсутність переконливих аргументів на користь кейсу.

6.5. Критерії оцінювання *дискусій*:

5 балів: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

4 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань.

3 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має стосунок до теми обговорення.

2 бали: залученість до дискусії викладачем, неуважність, відсутність достатніх

знань про предмет обговорення.

1 бал: залученість до дискусії викладачем, небажання брати участь в дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», <https://cutt.ly/mERLa5A>, Кодекс академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/vERLfxF> У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту. Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день (щодня) поштової скриньки на Офіс365 та відвідування групи у Telegram-каналі. Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедр маркетингу, туризму та економіки підприємства в соціальних мережах Facebook, Instagram. Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Соціальна відповідальність бізнесу» (www.do.nmu.org.ua). Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи. Здобувачу вищої освіти, чий стан здоров'я є незадовільним і може вплинути на здоров'я інших здобувачів вищої освіти, буде пропонуватися залишити заняття (така відсутність вважатиметься пропуском з причини хвороби). Практичні заняття не проводяться повторно, ці оцінки неможливо отримати під час

консультації, це саме стосується і колоквіумів. За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна академічна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно – в онлайн-формі, за погодженням з викладачем.

7.5. Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.6 Бонуси

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

7.7. Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://cutt.ly/QUERFzUj>, кафедри туризму та економіки підприємства та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на Ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою Вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та урахувати Ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу».

8. Методи навчання

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. На практичних заняттях застосовуються методи занурення, мозкового штурму, конкретної ситуації.

9. Рекомендовані джерела інформації

Базові

1. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія. Д.: Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», 2011. 357 с.

2. Смовженко Т.С. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник / О. Гирик, О. Денис, О. Дубовик, І. Жеребило, А. Зінченко, Н. Реверчук, М. Саприкіна, Р. Семів, З. Скринник, К. Телюк; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. С. Смовженко, д-ра екон. наук, проф. А. Я. Кузнєцової. К. : УБС НБУ, 2009. 314 с.

3. Антохов А. А. Інноваційні стратегії соціальної відповідальності бізнесу. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 18. С. 5–10.

3. 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. 302 с.

4. 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

5. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ. Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.

6. Шаповал В.М., Гетьман О.О., Бендасюк О.О. Формування інституціональної підтримки соціальної відповідальності підприємництва в Україні. Бізнес-навігатор. Спеціальний випуск, присвячений засіданню круглого столу Міжнародної академії економіки та екотехнологій. 2010. №21. С.148–154.
7. Шаповал В.М. Аналіз концептуальних підходів до проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності. Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. Т.1. 629 с. (С.80–94.).
8. Балуєва О. В., Боднарук О.В. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. Маріуполь. ДонДУУ, 2017. 284 с.
9. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / [Лазоренко О., Колишко Р. та ін.]. К.: Вид-во «Енергія», 2008. 96 с.
10. Белобородова М. В. Особливості впровадження екологічної відповідальності в стратегію розвитку промислових підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 17(1). С. 20-24. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_17\(1\)__6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_17(1)__6).
11. Бутко М., Мурашко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні. Економіка України. 2009. №7(572). С.74-85.
12. Герет Т. М. Етика бізнесу: Пер. з англ. / Герет Т. М., Клоноскі Р. Дж. К.: Основи, 1997. 214 с.
13. Шаповал В.М. Мотиви та вигоди соціально відповідальної діяльності: досвід розвинутих країн. Вісник Академії митної служби України. 2008. №2(38). С.24–32.
14. Грицина Л. А. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств у контексті циклічності розвитку світової економіки. Наука й економіка, 2013. Вип. 4(1). С. 251-254. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nie_2013_1_4_39.
15. Жаліло Я.А. Економічний діалог: партнерство заради прогресу / Жаліло Я.А., Акімова І.М., Ляпін Д.В. К.: МСД, 2007. 123 с.
16. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різни стейкхолдерів. Регіон. аспект. К.: Фонд «Східна Європа», 2008. 60 с.
17. Шаповал В.М. Стандарти і види соціальної звітності. Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. Випуск 251: В 6 т. Т. III. Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. С.552–560.
18. Петрос О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: монографія. К.: Центр учбової літератури, 2008. 152 с.
19. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку (за результатами соціологічного дослідження) / Автори: О.В. Безпалько, Ю.М. Галустян, А.В. Гулевська-Черниш, Г.М. Лактіонова, Л.Б. Магдюк, Д.В. Непочатова, Л.М. Паливода, Г.О. Притиск; за заг. ред. А.В. Гулевської-Черниш. К. : Книга плюс, 2008. 120 с.
20. Шаповал В.М., Бережна М.В. Удосконалення економічного механізму стимулювання екологічної відповідальності підприємств України. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2011. Вип. 2. С. 234–239.
21. Rybak J., Shapoval V. Axiological factors of business ethics formation. European Science and Technology. Materials of the international research and practice conference, Wiesbaden, January 31st, 2012 / publishing office «Bildungszentrum Rodnik e. V.». с. Wiesbaden, Germany, 2012. P.743–756.

Методичні

1. Шаповал В.М Конспект лекцій з дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. 100 с.

2. Шаповал В.М Методичні вказівки щодо виконання самостійних робіт з дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» для студентів денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. 26 с.

Додаткові

1. Shapoval V. International experience of forming socially oriented models of business behavior. Common Europe: Ukraine and Poland – New Socio-economic Challenges. – Monograph: ed. K. Wilk, A. Hetmanczuk. Poznan-Wrocław: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, 2012. 473 p.

2. Shapoval V., Ashcheulova A. Ecologic Component of Social Responsibility of Business (Experience of Poland and Ukraine). Common Europe: Ukraine and Poland under Conditions of Globalization and European Integration. Monograph: ed. K. Wilk, A. Hetmanczuk. Poznan-Wrocław: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, 2012. 399 p.

3. Shapoval V. Entrepreneurship als soziales phänomen und seine sozialen komponenten. Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics. Journal L'Association 1901 «SEPIKE»: Norderstedt, Deutschland, Poitiers, France, 2013. P.143–146.

4. Шаповал В.М., Коваленко О.А. Еволюція взаємодії суспільства і природи в процесі виробництва. Інституціональний вектор економічного розвитку / Institutional Vector of Economic Development : збірник наукових праць МІДМУ «КПУ». Мелітополь : Вид-во КПУ, 2013. Вип. 6 (1). С.111–122.

5. Шаповал В.М. Благодійність, як елемент соціальної відповідальності бізнесу / В.М. Шаповал, Т.М. Черкавська, Анастасіо Корреа Мануел. Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. Т.1. 629 с. (С.237–247.).

6. Шаповал В.М. Формування екологічної свідомості як основи екологічної відповідальності / В.М. Шаповал, В.В. Волошенюк, О.А. Коваленко, М.В. Бережна. Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за заг. ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. Т. 2. – 408 с. (С.391–401.).

7. Shapoval V., Berezhna M. Business environmental responsibility within the system of economic and social categories. Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics. Journal L'Association 1901 «SEPIKE»: Osthofen, Deutschland, Poitiers, France, 2014. Ausgabe 6. P.160–164.

8. Шаповал В.М. Фонди місцевих громад як демократичний інститут сучасного суспільства. Економічний вісник НГУ. 2018. №4(64). С.33–40.

9. Shapoval V. Resource Management of Stakeholders in the Concept of Business Social Responsibility [E-resource]. V. Shapoval, M. Bieloborodova, T. Herasymenko, N. Dubrova, M. Nechepurenko. Proceedings of the 37th International Business Information Management Association (IBIMA), Cordoba, Spain, 1–2 April, 2021. P.8536–8544. URL: <https://ibima.org/accepted-paper/40189-2/>

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

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-члени 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/>