



**Уральский
федеральный
университет**

имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина

**Уральский гуманитарный
институт**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» (УрФУ)
Уральский гуманитарный институт
Департамент философии
Кафедра философии

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Методические указания

Екатеринбург
2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» (УрФУ)

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСОВОГО ПРОЕКТА

для студентов всех форм обучения направления
47.03.02 «Прикладная этика»

Методические указания

Екатеринбург
2019

УДК 17(07)

Составители: Н.П. Цепелева, И.С. Бельский

Порядок выполнения междисциплинарного курсового проекта: методические указания для студентов всех форм обучения направления 47.03.02 «Прикладная этика» / сост. : Н.П. Цепелева, И.С. Бельский. – Екатеринбург : УрФУ, 2019. – 51 с.

Методические указания содержат описание общих требований и рекомендации по выполнению междисциплинарного курсового проекта в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров направления 47.03.02 «Прикладная этика», образцы и примерный перечень тем междисциплинарных курсовых проектов. Выполнение междисциплинарного курсового проекта демонстрирует уровень общетеоретической специальной подготовки студента, его способность к научному творчеству, умение применять полученные навыки для решения конкретных профессиональных задач по избранному направлению. Методические указания рассмотрены и утверждены на заседании кафедры философии 13.12.2018 г., протокол № 11.

Библиогр.: 71 назв. Прил. 6

Рекомендовано учебно-методическим советом УГИ
Протокол № 33.00-08/13 от 23.04.2019 г.

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с учебным планом подготовки бакалавров направления 47.03.02 «Прикладная этика» предполагается написание и защита студентами междисциплинарного курсового проекта. Междисциплинарный курсовой проект – самостоятельное междисциплинарное исследование студента, имеющее прикладной характер. Выполнение междисциплинарного курсового проекта демонстрирует уровень общетеоретической специальной подготовки студента, его способность к научному творчеству, умение анализировать, разрабатывать и применять конкретные методики для решения профессиональных задач по избранному направлению, способствует формированию следующих компетенций:

ОПК-1 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ОПК-3 - способностью анализировать социально-значимые процессы и проблемы, использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;

ПК-7 - способностью формировать основные характеристики индивидуальной, организационной и социальной нравственной культуры;

ПК-8 - способность работать с процедурами и приемами прикладной этики при разрешении вариативных моральных проблем;

ПК-9 - способностью осуществлять процедуры этического сопровождения социально-значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ;

ДПК-3 - способностью разрабатывать проекты по внедрению нравственных норм и ценностей в практику деятельности бизнесменов, бизнес-организаций и бизнес-сообществ;

ДПК-4 – способностью выбирать и обосновывать методы практического разрешения этических проблем в сфере бизнеса;

ДПК-10 – способностью анализировать информацию о способах функционирования нравственных отношений в сфере бизнеса.

Цель и задачи

Целью написания междисциплинарного курсового проекта является закрепление студентами теоретических знаний и практических навыков, полученных в процессе изучения дисциплин модулей «Проектирование в профессиональной деятельности», «Организация нравственных

взаимоотношений и управление нравственной культурой», «Социальная методология исследования нравственных взаимоотношений».

Написание междисциплинарного курсового проекта способствует решению следующих задач:

- развитию навыков творческой работы, овладению методикой проведения самостоятельных прикладных исследований;
- развитию умения анализировать социально-значимые процессы и проблемы;
- развитию способности осуществлять проектную деятельность;
- развитию способности разрабатывать и осуществлять специальные программы, проекты, процедуры, методики, направленные на укрепление социально-значимых нравственных практик, норм и ценностей;
- овладению навыками грамотного оформления результатов своих исследований;
- подготовки к написанию дипломной работы.

Курсовой проект выполняется в соответствии с действующими стандартами, нормами и правилами (СМК-ПВД-7.5-0.1-112-2017 от 21 апреля 2017 г.).

Образцы выполнения проекта и примерный перечень тем курсовых проектов приведен в разделе 5 настоящих "Методических указаний". Студенты выбирают темы самостоятельно либо с помощью руководителя. Предполагается использование результатов проекта в рамках Технологической практики и суммирование результатов проработки проблемы в дипломной работе.

Выполненный проект студенты сдают на рецензию руководителю и защищают ее в сроки, установленные учебным планом. Не позднее, чем за 1 день до защиты, студент загружает текст пояснительной записки или отчета о выполненной работе, а также скан рецензии в электронное портфолио в личном кабинете.

1. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Процесс выполнения курсового проекта состоит из следующих этапов:

1. Выбор объекта исследования, конкретной проблемы и согласование их с руководителем.
2. Ознакомление с конкретными аспектами проблемы выбранного объекта исследования и составление плана работы.
3. Подбор и изучение литературных источников.
4. Уточнение плана работы.
5. Написание и оформление пояснительной записки.
6. Передача работы на рецензию руководителю.
7. Защита проекта.

Работа, допущенная к защите (имеется положительный отзыв руководителя), защищается в присутствии всей группы, автор делает краткий доклад (5-10 минут) о ее содержании. На защиту курсовой работы приглашается второй член комиссии и заведующий кафедрой.

Докладчик должен обосновать актуальность темы, указать объект анализа, цель, задачи и степень их достижения (результаты), сделать выводы. По окончании доклада и оглашения отзыва, студент-докладчик отвечает на вопросы присутствующих. В заключительном слове студент отвечает на вопросы и замечания, стремясь защитить свою точку зрения и в то же время продемонстрировать корректность и уважение к точке зрения оппонентов.

Критериями оценки работы являются:

- степень выполнения задания по проекту;
- доля самостоятельной работы студента над выполнением курсового проекта;
- обоснованность выбранных методик и принятых решений;
- доказательность выводов, качество оформления пояснительной записки;
- соблюдение графика выполнения курсового проекта;
- качество доклада, правильность и полнота ответов на вопросы при защите и др.

Курсовые проекты оцениваются по пяти балльной системе: 5 («отлично»), 4 («хорошо»), 3 («удовлетворительно»), 2 («неудовлетворительно»). Оценка обсуждается на закрытом заседании комиссии, а затем публично объявляется студенту.

На основании выполненной работы и по итогам защиты руководитель курсового проектирования заполняет ведомость в БРС и проставляет оценку в зачетную книжку.

2. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

В процессе выполнения курсового проекта студенту необходимо:

- обосновать актуальность и значимость выбранной проблемы;
- разработать концепцию и матрицу прикладного исследования (проекта);
- выбрать необходимый инструментарий и дать обоснование его применения для анализа и решения конкретных моральных проблем в исследуемых областях профессиональной деятельности;
- разработать систему конкретных мероприятий для разрешения проблемы;
- сделать выводы;
- последовательно и логично изложить результаты самостоятельных исследований по избранной теме, снабдить их необходимыми иллюстрационными и пояснительными материалами.

Во введении к курсовому проекту должны быть представлены обоснования актуальности и краткая характеристика состояния проблемы, перечень вопросов, которые требуют проектного решения.

Введение должно содержать:

Актуальность проблемы для выбранного объекта, необходимость ее исследования и разрешения.

Объект исследования – конкретный объект (предприятие, общественная организация и др.).

Предмет исследования – конкретная моральная проблема (круг вопросов, ситуация), требующая разрешения.

Цель работы – анализ предмета исследования, разработка варианта(ов) разрешения моральных проблем с помощью процедур и приемов прикладной этики.

Задачи вытекают непосредственно из целей работы, являются ее элементами (этапами достижения цели). Как правило, исходя из задач исследования, строится структура работы (план, содержание). Задач в курсовом проекте может быть несколько (не менее двух), как правило – 3-5.

Используемые теоретические источники и конкретные методики. Кратко указываются вклад и фамилии авторов, оказавших влияние на разработку проблемы, методологического инструментария и анализ возможных результатов его применения для разрешения моральных проблем (со ссылками в квадратных скобках на номера источников в списке).

Область применения результатов работы. Кратко характеризуется круг объектов, вид результатов работы (предложения, рекомендации по использованию результатов исследования).

Общий объем введения приблизительно составляет 2-2,5 с.

Основная часть предусматривает:

- 1) разработку концепции проекта, описание круга решаемых вопросов и проблем, выбранного инструментария;
- 2) практическую часть – моделирование возможных результатов и апробацию избранной стратегии разрешения выбранной моральной проблемы.

Необходимо продемонстрировать умение анализировать полученные результаты исследования, самостоятельно формулировать выводы на основе собранного, обработанного и изложенного материала.

Общий объем основной части должен составлять 20-25 с.

В *заключении* необходимо показать, каким образом решены поставленные задачи курсового проекта, какова степень достижения ее цели. Заключение должно содержать выводы и предложения, обоснованные студентом в процессе выполнения работы. Как правило, они содержат:

- констатацию проделанной работы;
- результаты прикладных исследований;
- выводы о теоретическом, методическом и практическом значении проделанной работы;

- рекомендации по применению полученных результатов для реализации на практике.

Рекомендуемый объем материала – 1,5-2,5 с.

В *список использованной литературы* следует включать цитируемые и упомянутые в ходе работы произведения.

Литературные источники располагаются в алфавитном порядке. Данные об источниках приводятся на языке оригинала.

Результат курсового проектирования оформляется в виде пояснительной записки, содержащей текстовый документ объемом 30 – 35 страниц печатного текста. Результат курсового проектирования может быть оформлен дополнительно в виде презентации.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

3.1. Структура

Все структурные элементы курсового проекта брошюруются (сшиваются) в следующей последовательности:

- Титульный лист (образец 1)
- Задание (образец 2)
- Оглавление (образец 3)
- Текст пояснительной записки (включает Введение, Основную часть и Заключение)
- Заключение
- Список использованных источников (образец 4)
- Приложения (при необходимости).

3.2. Требования к оформлению текста

Курсовой проект выполняется на компьютере в одном экземпляре и печатается только на лицевой стороне бумаги:

- размер бумаги стандартного формата А4 (210 x 297 мм)
- поля: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм.
- ориентация: книжная
- шрифт: Times New Roman.
- кегль: 14 пт (пунктов) в основном тексте, 12 пт в сносках
- междустрочный интервал: полуторный в основном тексте, одинарный в подстрочных ссылках
- расстановка переносов – автоматическая
- форматирование основного текста и ссылок – в параметре «по ширине»
- цвет шрифта – черный
- красная строка – 1,25 см

3.3. Требования к оформлению заголовков

- набираются полужирным шрифтом (шрифт 14 пт.)
- выравнивание по центру

- точка в конце заголовка не ставится
- заголовок, состоящий из двух и более строк, печатается через один междустрочный интервал.
- заголовок не имеет переносов, то есть на конце строки слово должно быть обязательно полным.

3.4. Требования к нумерации страниц

Номера страниц ставятся, начиная с 3-й страницы (Введение), т. е. после титульного листа, задания и оглавления работы, а также перечня сокращений, используемых в работе (если он имеется в работе), далее идет последовательная нумерация всех листов, включая главы, Заключение, список используемых источников и приложения (если они имеются в работе). Нумерация страниц, на которых даются приложения, является сквозной и продолжает общую нумерацию страниц основного текста, номер страницы располагается в нижнем правом углу.

4. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ «СПРАВЕДЛИВОСТЬ И ПОВЕДЕНИЕ СТЕЙКХОЛДЕРА»

I. Вводная часть.

Актуальность

В настоящее время в исследованиях форм и способов устойчивого развития фирм и организаций, а также в практике бизнеса широкой популярностью пользуется теория стейкхолдеров. В теории стейкхолдеров, фирма рассматривается как существующая внутри сети отношений со своими различными стейкхолдерами – теми индивидами, группами или организациями, которые могут влиять на попытки бизнес-структур достичь своих целей или испытывать влияние этих бизнес-структур. В связи с этим, фундаментальное требование для фирмы, по причинам нормативным, инструментальным или по тем и другим, состоит в том, чтобы принимать этих стейкхолдеров в расчёт в принятии своих решений. При этом, вопрос о справедливости является ключевым вопросом в теории стейкхолдеров. К настоящему времени в ней сформировался особый подход, который можно

назвать «точкой зрения на поведение стейкхолдера, основанной на справедливости». Это, в частности, связано с тем, что сегодня менеджеры сталкиваются с трудной задачей управления восприятиями справедливости в отношениях фирмы со стейкхолдерами. Выполнение этой задачи призвано обеспечить фирме отсутствие вредных санкций со стороны стейкхолдеров и, возможно, вызвать у них выгодное фирме просоциальное поведение.

Описание проблемы

Несмотря на то, что вопросы, подобные вопросу о справедливости, получают больше внимания в «нормативной» ветви теории стейкхолдеров, они также имеют критические импликации и для «инструментальной» теории стейкхолдеров. В исследованиях инструментального направления и в бизнес-практике связь поведения стейкхолдера и справедливости редко подвергается детальному анализу. Тем не менее, склонность стейкхолдера предпринимать действие против фирмы или, наоборот, сотрудничать с ней, часто считается функцией его восприятий, касающихся справедливости или нечестности (справедливости или несправедливости) обращения, испытываемого им в его отношениях с фирмой. Таким образом, из различных трудов в этой области и примеров бизнес-практики сформировалось то, что можно назвать «точкой зрения на поведение стейкхолдера, основанной на справедливости». Эта точка зрения (в том виде, какой она имеет в данный момент), предполагает высокую степень гомогенности в реакциях стейкхолдеров на справедливое, недобросовестное или необычайно щедрое обращение со стороны фирмы. Соответственно, инструментарий стейкхолдер-анализа в рамках этой точки зрения разрабатывается исходя из этого же предположения. Само это предположение обычно основывается на презумпции того, что стейкхолдеры последовательно и равномерно придерживаются норм справедливости и взаимности в своих отношениях с фирмами. Однако исследовательские разработки в теории справедливости и теории социального обмена, а также примеры неэффективного распределения ресурсов при попытках реализовать

стратегии управления на основе этих предположений указывают на то, что они, вероятно, несостоятельны. Это, в свою очередь, требует переосмысления справедливости в отношениях «фирма – стейкхолдер» и разработки новых, более эффективных инструментов выбора обменных партнёров фирмы и решений по распределению её стоимости.

II. Теоретико-методологическая часть.

Теория стейкхолдеров уже давно стала популярной исследовательской парадигмой в литературе, касающейся бизнес-этики, бизнеса и общества, корпоративной социальной производительности, организационной стратегии и смежных областях исследований.

Исследования в нормативной теории стейкхолдеров делают акцент на моральных и этических обязательствах, которые есть у фирмы по отношению к своим стейкхолдерам, и, таким образом, на том, как фирмам *следует* себя вести. Инструментальное направление теории стейкхолдеров подчёркивает импликации отношений со стейкхолдерами для организационной производительности. В рамках этого направления, от усилий фирмы по «управлению стейкхолдерами» ожидается влияние на организационную производительность. Интересы или цели стейкхолдеров часто отличаются от интересов и целей фирмы и друг друга. Следовательно, менеджеры должны предпринимать что-то вроде уравнивающего действия, удовлетворяющего ключевых стейкхолдеров организации в достаточной степени для того, чтобы поддерживать доступ к ресурсам, необходимым для выживания фирмы, без чрезмерного подвергания риску её производительность в процессе.

Таким образом, ключевой принцип, положенный в основу инструментального взгляда, состоит в том, что обращение фирмы со своими стейкхолдерами имеет решающее значение для производительности. Сама эта позиция основывается на том факте, что стейкхолдеры могут демонстрировать как конфликтное, так и кооперативное поведение в своих взаимодействиях с

фирмой. Хотя некоторые исследователи и утверждали, что поведение стейкхолдеров может руководствоваться желанием выразить идентичность, большая часть исследований стейкхолдеров в инструментальном ключе предполагает, что в корне стейкхолдеры мотивируются склонностью продвигать или защищать свои интересы (а также интересы других стейкхолдеров или не-стейкхолдеров, имеющих для них значение). Поскольку эти интересы иногда могут вступать в противоречие с интересами фирмы, отношения фирма – стейкхолдер характеризуются потенциалом для конфликта; и действительно, некоторые исследователи утверждают, что именно эта потенциальность и даёт стейкхолдер-подходу право на существование. Конфликт между фирмой и стейкхолдером может привести последнего к совершению действия, направленного против первой, в попытке защитить или продвинуть свои интересы. Такие действия могут принимать очень широкое разнообразие форм (напр., бойкоты, лишения прав, регулирование, забастовки, саботаж), в зависимости от типа рассматриваемого стейкхолдера. Однако, независимо от того, является ли это первичным намерением, вообще, эти формы подразумевают действия стейкхолдера (в одиночестве или совместно с другими стейкхолдерами) с целью не допустить или ограничить доступ фирмы к желаемым или требуемым ресурсам. Следовательно, такие действия стейкхолдера могут иметь очень вредные последствия для благополучия фирмы. С другой стороны, хотя этот взгляд и был выражен в меньшей степени, ясно, что стейкхолдеры могут также действовать выгодным фирме кооперативным и поддерживающим образом и облегчать достижение ею своих целей.

Несмотря на то, что, как замечено некоторыми исследователями в их обзорах литературы по теории стейкхолдеров, усилия понять мотивации и поведение стейкхолдеров получили в некотором роде ограниченное исследовательское внимание, общераспространённые подходы к пониманию их склонностей предпринимать действия против или в поддержку фирмы сливаются в новый поток исследований, который приемлемо может быть

назван «точкой зрения на поведение стейкхолдера, основанной на справедливости». При наличии незначительных вариаций в терминологии, с этой точки зрения, конфликтное или кооперативное поведение стейкхолдера по отношению к фирме определяется его восприятиями, касающимися степени справедливости, присутствующей в его отношениях с ней. Например, стейкхолдер, считающий, что он испытывает недобросовестное обращение со стороны фирмы, будет мотивирован предпринять действие против неё с тем, чтобы смягчить эту несправедливость, или потенциально наказать фирму за нарушение ею норм справедливости. Стейкхолдер, с которым фирма обращается справедливо, или в которого она «сверхинвестирует» (т. е. обращается щедро), проявит повышенную тенденцию действовать таким образом, чтобы поддержать интересы фирмы.

Вообще, исследования в рамках точки зрения на поведение стейкхолдера, основанной на справедливости, исходят из того, что стейкхолдеров лучше характеризовать как проявляющих «ограниченное своекорыстие», чем придерживаться предположения строгого своекорыстия и оппортунистического поведения, характерного для исследований в таких областях как экономика транзакционных издержек и теория деятельности. В результате, в рамках взгляда, основанного на справедливости, роль оппортунизма в поведении стейкхолдера кардинально уменьшается, а существующий оппортунизм рассматривается как тот, которого можно избежать посредством справедливого или великодушного обращения. Это предположение ограниченного своекорыстия можно охарактеризовать как, в свою очередь, утверждаемое на двух «предположениях гомогенности»: предполагается, что все стейкхолдеры строго придерживаются норм (1) справедливости и (2) взаимности. Таким образом, несмотря на то, что подход к пониманию поведения стейкхолдера, основанный на справедливости, представляет чрезвычайно многообещающий путь для исследования отношений фирма – стейкхолдер и импликации управления стейкхолдерами для производительности фирмы, принятие предположения ограниченного

своекорыстия приводит к тому, что на сегодняшний день разработки в этой области не способны обратиться к двум важным возможностям. Во-первых, стейкхолдеры фирмы могут отличаться в своих «предпочтениях справедливости» - то есть, в степени, в которой они на самом деле желают или требуют справедливости в своих отношениях с фирмой. Во-вторых, стейкхолдеры могут отличаться в степени, в которой они проявляют взаимность в отношениях фирма – стейкхолдер. По существу, точка зрения, основанная на справедливости, на сегодняшний день, обычно (недвусмысленно или косвенным образом) противопоставляет сомнительное предположение, что все стейкхолдеры полностью корыстолюбивы и оппортунистичны, также сомнительному предположению, что все стейкхолдеры только ограниченно корыстолюбивы. Кажется вероятным то, что ни один из подходов не выражает адекватно разнообразие типичных стейкхолдеров фирмы, независимо от того, являются они индивидами или организациями.

Труды в теории чувствительности к справедливости указывают на то, что не все индивиды делают один и тот же акцент на справедливости в определениях своих отношений обмена и поведенческих намерениях, вытекающих из этих определений. Некоторые предпочитают строгую справедливость, но некоторые терпят определённую степень недобросовестного обращения. Другие же охотно обращаются со своими обменными партнёрами пристрастно. Также, индивиды разнятся в идеологии обмена – степени, в которой их поведение направляется нормами взаимности. Здесь мы указываем на то, что эти различия представляют собой источники вариации среди стейкхолдеров, а также среди индивидов. В результате таких несходств, вопреки тому, что подразумевается нынешней формулировкой точки зрения, основанной на справедливости, нельзя предположить, что стейкхолдеры фирмы однородны в своих реакциях на справедливое, недобросовестное или щедрое обращение в отношениях фирма - стейкхолдер. Для того, чтобы облегчить устранение этого недостатка в теории

стейкхолдеров, мы вводим конструкции чувствительности к справедливости и идеологии обмена как средства включения различий в предпочтениях справедливости стейкхолдеров и тенденциях к взаимности в анализ их поведения и формулируем утверждения, касающиеся возможных влияний этих конструкций на склонности стейкхолдеров предпринимать действия против фирмы или демонстрировать выгодное ей дискреционное поведение.

Далее, в тех случаях, когда стейкхолдер не является индивидом, мы рассматриваем его поведение как испытывающее в существенной степени влияние знаний ключевых лидеров, людей, принимающих решения, или авторитетов внутри стейкхолдерской группы или организации. Этот взгляд, который в некотором роде аналогичен точке зрения «высших эшелонов» в литературе о стратегии, является общепринятым среди исследователей стейкхолдеров. В тех случаях, когда стейкхолдер представляет собой организацию, этот подход совместим с данной некоторыми исследователями характеристикой фирмы как «нексуса контрактов» (включая неофициальные обмены и сделки) между её менеджерами и её стейкхолдерами. Принимая во внимание роли менеджеров как агентов, заключающих договоры со стейкхолдерами, и их власть принятия решений, мы предвидим, что в стейкхолдерской организации (в противоположность стейкхолдеру-индивиду) черты менеджеров, особенно черты топ-менеджеров, обнаружатся до некоторой степени в действиях организации как целого. Поведение стейкхолдерской организации, вообще, отразит моральные настроения её менеджмента. Хотя топ-менеджеры стейкхолдерской организации не обязательно примут все решения относительно взаимодействий с центральной фирмой, от других людей, принимающих решения внутри организации, ожидается отражение в существенной степени моральных предрасположений топ-менеджеров как результат социального научения и процессов самоотбора.

Проблемы и недостатки точки зрения на поведение стейкхолдера, основанной на справедливости, приводят к недостаточной эффективности инструментария стейкхолдер-анализа, разработанного на её основе.

III. Практическая часть

Не отвергая принципиально точку зрения на поведение стейкхолдера, основанную на справедливости, и признавая её высокую теоретическую и практическую значимость для выстраивания отношений фирма – стейкхолдер, мы предлагаем «приращение» этой точки зрения и формулируем ряд утверждений, восполняющих её пробелы и позволяющих разработать эффективный инструмент управления отношениями со стейкхолдерами. Эти утверждения касаются возможных влияний предпочтений справедливости и идеологий обмена стейкхолдеров на их склонности одобрять или поддерживать фирму. Включение этих черт стейкхолдера в точку зрения, основанную на справедливости, должно усилить прогностические возможности инструментов стейкхолдер-анализа в части поведения стейкхолдера в ответ на справедливость или несправедливость в отношениях фирма – стейкхолдер.

Утверждение 1

Влияние восприятий стейкхолдера, касающихся справедливости отношений фирма – стейкхолдер, на его поведение по отношению к фирме модерируется его чувствительностью к справедливости.

Утверждение 1.1

Для стейкхолдеров, воспринимающих недобросовестное обращение/недовознаграждение в своих отношениях с фирмой, склонность предпринимать действия против фирмы (т. е. проявлять отрицательную взаимность) модерируется чувствительностью к справедливости. При этом, претенциозные стейкхолдеры с наибольшей вероятностью предпримут действие, а благожелательные – с наименьшей вероятностью.

Утверждение 1.2

Для стейкхолдеров, воспринимающих сверхинвестирование/перевознаграждение в своих отношениях с фирмой, склонность демонстрировать выгодное фирме просоциальное поведение (т. е. проявлять

положительную взаимность) модерируется чувствительностью к справедливости. При этом, благожелательные стейкхолдеры с наибольшей вероятностью продемонстрируют такое поведение, а претенциозные – с наименьшей.

Утверждение 2

В эквивалентных условиях справедливости, склонности стейкхолдеров демонстрировать выгодное фирме дискреционное поведение связаны с их чувствительностью к справедливости. При этом, благожелательные стейкхолдеры с наибольшей вероятностью, а претенциозные – с наименьшей вероятностью проявят такое поведение.

Утверждение 3

В эквивалентных условиях справедливости, склонности стейкхолдеров предпринимать действия против фирмы связаны с их чувствительностью к справедливости. При этом, претенциозные стейкхолдеры с наибольшей вероятностью, благожелательные – с наименьшей вероятностью предпримут такие действия.

Утверждение 4

Влияние восприятий стейкхолдера, касающихся справедливости отношений фирма – стейкхолдер, на его поведение по отношению к фирме модерируется его идеологией обмена.

Утверждение 4.1

Для стейкхолдеров, воспринимающих сверхинвестирование/перевознаграждение в своих отношениях с фирмой, склонность демонстрировать выгодное фирме просоциальное поведение (т. е. проявлять положительную взаимность) модерируется идеологией обмена. При этом, стейкхолдеры с сильной идеологией обмена с наибольшей вероятностью продемонстрируют такое поведение, а стейкхолдеры со слабой идеологией обмена – с наименьшей.

Утверждение 4.2

Для стейкхолдеров, воспринимающих недобросовестное обращение/недовознаграждение в своих отношениях с фирмой, склонность мобилизовываться и предпринимать действия против фирмы (т. е. проявлять отрицательную взаимность) модерируется идеологией обмена. При этом, стейкхолдеры с сильной идеологией обмена с наибольшей вероятностью предпримут действие, а стейкхолдеры со слабой идеологией обмена – с наименьшей.

С точки зрения на поведение стейкхолдера, основанной на справедливости, менеджеры фирмы должны прилагать усилия к тому, чтобы удерживать важных стейкхолдеров в убеждении, что фирма обращается с ними справедливо (или щедро), поскольку это позволит ей избежать введения вредных санкций этими стейкхолдерами и, возможно, вызовет у них выгодное фирме просоциальное поведение. Однако на основании выдвинутых нами утверждений, убеждение стейкхолдера в том, что фирма обращается с ним на справедливой основе или великодушно, не обязательно будет достаточным для появления благодушия или сотрудничества и, тем самым, для прививки фирмы против вредного действия стейкхолдера. Например, для претенциозных стейкхолдеров, подход сверхинвестирования, предложенный некоторыми исследователями, может просто провоцировать восприятие фирмы как «лёгкой добычи», приводя, скорее, к дальнейшим требованиям, чем к сотрудничеству или к поддержке и, таким образом, приводить к потере ресурсов фирмы. Чрезмерное вознаграждение стейкхолдера со слабой обменной ориентацией может оказаться упражнением в тщетности и аналогичным нерациональным использованием ресурсов, поскольку от таких стейкхолдеров нельзя ожидать проявления положительной взаимности в ответ. По аналогии, стейкхолдер, воспринимающий несправедливость в своих отношениях с фирмой, не обязательно предпримет действие по смягчению несправедливости или по наказанию фирмы. Нам не хотелось бы думать о том, что фирма может сознательно принять решение по недостаточному вознаграждению какого-либо из своих стейкхолдеров, но некоторые из них

вполне могут вытерпеть такую несправедливость. Для этих благожелательных стейкхолдеров и для стейкхолдеров со слабой обменной ориентацией, которые с меньшей вероятностью ответят отрицательно на неблагоприятное обращение, посвящение очень большого управленческого внимания и/или стоимости фирмы обеспечению их убеждения в том, что с ними обращаются справедливо, также может представлять собой неэффективное распределение ресурсов.

Хотя мы и соглашаемся с позицией, согласно которой в отсутствие информации, касающейся чувствительности стейкхолдеров к справедливости и идеологий обмена, самый безопасный управленческий подход, при прочих равных, это обращаться со стейкхолдерами справедливо или со щедростью и обеспечивать их восприятие этого, принимая во внимание наши утверждения, менеджеры также должны, скорее, направлять внимание на идентификацию истинных предпочтений справедливости и обменных ориентаций своих стейкхолдеров, чем на предположение гомогенности стейкхолдеров относительно этих атрибутов. Информация, относящаяся к этим характеристикам стейкхолдера, может быть использована менеджерами для руководства выбором фирмы обменных партнёров и решений по распределению её стоимости. Относительно чувствительности стейкхолдера к справедливости и выбора обменных партнёров, мы занимаем позицию, аналогичную позиции некоторых исследователей, которые в своём изложении инструментальной теории стейкхолдеров сообщали, что фирма должна отвергать отношения с предполагаемыми партнёрами, чей потенциальный или выявленный оппортунизм не находится в границах, которыми она может управлять. Короче говоря, менеджерам следует быть очень осторожными по поводу выстраивания отношений с индивидами или организациями, проявляющими претенциозное поведение, поскольку от усилий по управлению восприятиями справедливости таких стейкхолдеров нельзя ожидать того, что они окажут благоприятное влияние на их поведение по отношению к фирме.

В то время как, с точки зрения фирмы, можно с уверенностью утверждать, что некоторые предпочтения справедливости стейкхолдера, вероятно, лучше других (т. е. благожелательные стейкхолдеры лучше претенциозных, при прочих равных), то же самое нельзя сказать об обменных ориентациях стейкхолдера. Поскольку идеология обмена в основе своей касается степени, в которой мы убеждены, что нашему поведению следует направляться испытываемым нами обращением со стороны других, предпочитаемая идеология обмена стейкхолдера (опять же, с точки зрения фирмы) будет зависеть от ожиданий менеджеров по поводу будущего обращения со стейкхолдером.

Если менеджеры предвидят, что они будут способны обращаться со стейкхолдером на справедливой основе или, возможно, сверхинвестировать в него (и что стейкхолдер на самом деле воспримет такое обращение как справедливое или щедрое), взаимное поведение со стороны стейкхолдера желательно; следовательно, сильная обменная идеология стейкхолдера была бы предпочтительна, поскольку это увеличит вероятность того, что стейкхолдер продемонстрирует положительно взаимное поведение, потенциально включая просоциальное поведение, направленное на содействие интересам фирмы. Наоборот, если фирма вряд ли способна обеспечить получение и восприятие стейкхолдером, по крайней мере, справедливого обращения, предпочтительной была бы слабая обменная идеология стейкхолдера, поскольку это уменьшило бы вероятность того, что стейкхолдер ответит отрицательно взаимным поведением, вредным для благополучия фирмы. Рискую впасть в упрощенчество, далее, можно предложить простую эвристику, связанную с ограничениями ресурсов фирмы: при прочих равных условиях, если у фирмы есть достаточные свободные ресурсы для сверхинвестирования в стейкхолдеров, стейкхолдеры с сильными идеологиями обмена были бы предпочтительны; но если её ресурсы сильно ограничены, следует благоприятствовать стейкхолдерам со слабыми идеологиями обмена.

Импlications разнообразной чувствительности стейкхолдеров к справедливости и разнообразных идеологий обмена для управления стейкхолдерами соединяются, когда мы рассматриваем то обстоятельство, что управленческий выбор часто подразумевает сдвиги в распределении стоимости среди стейкхолдеров. Например, принимая во внимание ограниченные ресурсы, решение фирмы по сверхинвестированию в определённых стейкхолдеров может подразумевать недовознаграждение других. Рассмотрение чувствительности стейкхолдеров к справедливости и идеологий обмена может быть очень уместным в таких контекстах перераспределения стоимости. Например, учитывая их дифференцированную чувствительность к недовознаграждению, при прочих равных, оно может доказать оптимальность направления ресурсов от благожелательных стейкхолдеров, с которыми обращаются на справедливой основе, к любым недовознаграждённым заявителям претензий или чувствительным к справедливости, поскольку последние типы, вероятно, ответят на недовознаграждение отрицательно, в то время как первые могут его перенести. С другой стороны, сдвиг стоимости от перевознаграждённых претенциозных стейкхолдеров к благожелательным, испытывающим обращение на справедливой основе, или чувствительным к справедливости, предоставило бы очень большую возможность для стимуляции просоциального поведения стейкхолдеров, поскольку сверхинвестирование с меньшей вероятностью положительно оценивается заявителями претензий, но должно мотивировать положительную взаимность от благожелательных и чувствительных к справедливости. Относительно идеологии обмена, часть подхода оптимального перераспределения может подразумевать уменьшение стоимости, направленной к стейкхолдерам со слабыми идеологиями обмена, с тем, чтобы увеличить распределение стоимости к стейкхолдерам с сильными идеологиями обмена, при прочих равных, поскольку у стейкхолдеров со слабой идеологией будет сниженная склонность отрицательно отвечать взаимностью при лишении ресурсов, в то время как стейкхолдеры с сильной

идеологией будут особенно мотивированы положительно отвечать взаимностью при увеличении их выгод. Наоборот, направление ресурсов от стейкхолдеров с сильной идеологией обмена к стейкхолдерам со слабыми идеологиями, по-видимому, нецелесообразно, поскольку оно может иметь своим результатом отрицательно взаимное действие от первых с отсутствием какой-либо компенсирующей положительной взаимности от последних.

На основании выдвинутых нами утверждений, «приращения» точки зрения на поведение стейкхолдера, основанной на справедливости, и соответствующих импликаций, предлагаем усиленный прогностический инструментарий стейкхолдер-анализа в части поведения стейкхолдера в ответ на справедливость или несправедливость в отношениях фирма – стейкхолдер. Условно, этот инструментарий можно назвать матрицей (матрицами) выбора обменных партнёров фирмы и решений по распределению её стоимости. Возможно и другое название – таблицы определения обменных партнёров фирмы и решений по распределению её стоимости.

Выбор обменного партнёра фирмы в зависимости от ожиданий менеджеров по поводу будущего обращения со стейкхолдером

Ожидания менеджеров	Желательное поведение со стороны стейкхолдеров	Предпочтительная обменная идеология стейкхолдера
Обращение на справедливой основе	Взаимное	Сильная
Сверхинвестирование в стейкхолдера	Взаимное	Сильная
Невозможность обеспечения справедливого обращения	Не взаимное	Слабая

Выбор решений по распределению стоимости фирмы среди стейкхолдеров с учётом их чувствительности к справедливости

Типы стейкхолдеров с учётом конструкции «чувствительность к справедливости»	Обращение	Распределение стоимости фирмы среди стейкхолдеров
Благожелательные стейкхолдеры	На справедливой основе	Уменьшение инвестирования
Претенциозные стейкхолдеры, чувствительные к справедливости	Недовознаграждение	Увеличение инвестирования
Претенциозные стейкхолдеры	Перевознаграждение	Уменьшение инвестирования
Благожелательные стейкхолдеры, чувствительные к справедливости	На справедливой основе	Увеличение инвестирования

Выбор решений по распределению стоимости фирмы среди стейкхолдеров с учётом их идеологий обмена

Типы стейкхолдеров с учётом конструкции «идеология обмена»	Распределение стоимости фирмы среди стейкхолдеров
Стейкхолдеры со слабыми идеологиями обмена	Уменьшение инвестирования
Стейкхолдеры с сильными идеологиями обмена	Увеличение инвестирования

Идентификацию истинных предпочтений справедливости (чувствительности к справедливости) и обменных ориентаций (идеологий обмена) стейкхолдеров мы предполагаем осуществлять посредством глубинных интервью с топ-менеджерами стейкхолдерских организаций или стейкхолдерами-индивидами.

Далее могут быть представлены план и структура глубинных интервью, их результаты.

Далее могут быть представлены конкретные примеры (кейсы) применения разработанного инструментария в бизнес-практике.

Литература (в тех случаях, когда не хватает выходных данных, можно найти в интернете)

1. Зильберштейн О. Б., Невструев К. В., Семенюк Д. Д., Шкляр Т. Л., Юрковский А. В. Анализ стейкхолдеров на примере российских предприятий//Интернет-журнал «Науковедение». Т. 8, № 3 (2016).
2. Моргунова Р. В. Методические подходы к управлению взаимоотношениями промышленных предприятий со стейкхолдерами.
3. Дуденков Д. А. Корпоративная социальная ответственность бизнеса и развитие теории стейкхолдеров//Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6.
4. Гергерт Д. В. Стратегический менеджмент. Учебно-методическое пособие. Пермь, ГУ ВШЭ, Пермский филиал, 2008.
5. Санин В. В. Баланс и конфликт интересов стейкхолдеров в стратегических и бизнес-планах компании//Корпоративные финансы. № 2 (10). 2009. С. 112-132.
6. Белоусов К. Ю. Эволюция взглядов на роль управления заинтересованными сторонами в системе устойчивого развития компании: проблема идентификации стейкхолдеров//Проблемы современной экономики. Вып. 4 (48). 2013. С. 418-422.

7. Благов Ю. Е. Эволюция концепции КСО и теория стратегического управления//Вестник С.-Петербур. ун-та. Сер. Менеджмент. 2011. Вып. 1. С. 3-26.
8. Репенко И. С. Стейкхолдерская теория фирмы: содержание, области исследования и пути применения.
9. Арустамян Г. С. Роль и значение стейкхолдеров в корпоративном поведении.
10. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент – теория и практика.
11. Тамбовцев В. Л. Стейкхолдерская теория фирмы в свете концепции режимов собственности//Российский журнал менеджмента. Т. 6, № 3. 2008.
12. От слов к делу. Взаимодействие с заинтересованными сторонами: практическое руководство по организации взаимодействия со стейкхолдерами. Вып. 2. 2005.
13. Дерябина М. А. Основы организации реального сектора экономики: институциональный анализ. М., Институт экономики, 2011.
14. Бухвалов А. В. Теория фирмы и теория корпоративного управления (предисловие к разделу)//Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Вып. 4 (№ 32). 2004. С. 99-117.
15. Липатов С. А., Синчук Х. И. Социально-психологические факторы организационной приверженности сотрудников (на примере коммерческих организаций)//Организационная психология. 2015. Т. 5. № 4. С. 6-28.
16. Кошелева С. В. Компания как отражение влияния личности руководителя: от предположений к доказательствам, от практики к теории (предисловие к разделу)//Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Вып. 3. 2008. С. 89-103.
17. Hayibor, S. (2012). Equity and expectancy considerations in stakeholder action. *Business and Society*, 51(2), 220–262.
18. Hayibor, S. (2017). Is Fair Treatment Enough? Augmenting the Fairness-Based Perspective on Stakeholder Behaviour. *Journal of Business Ethics*, 140, 43-64.

Литература по теории справедливости (в контексте междисциплинарного проекта)

1. Третьяк О. А., Попов Н. И., Шир Л. К. Исследование восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях.
2. Гулевич О. А. Социальная психология справедливости. М., изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
3. Гвоздева М. А., Казакова М. В. Теоретические основы мотивации государственных служащих. М., РАНХиГС, 2016.
4. Зинатуллина Р. Ф. Методологические подходы к изучению понятия «справедливость»//Вестник Башкирского университета. 2015. Т. 20. № 2. С. 645-648.

Литература по теории социального обмена

1. Хоманс Дж. Социальное поведение как обмен//Современная зарубежная социальная психология. М., изд-во Московского университета, 1984. С. 82-91.
2. Култыгин В. П. Концепция социального обмена в современной социологии. 1997.
3. Ковзиридзе М. А. Современные социологические теории. Учебное пособие. Ч. 1. М., 2016.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ «ЭТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ОРГАНИЗАЦИИ И НЕТРУДОСПОСОБНОСТЬ ПО БОЛЕЗНИ»

I. Вводная часть

Актуальность

Раскрываем актуальность проекта.

Описание проблемы

Описываем проблему.

II. Теоретико-методологическая часть

Рассматриваем и анализируем понятие этической организационной культуры, различные подходы в исследованиях этической организационной культуры. Рассматриваем связь этической организационной культуры и нетрудоспособности по болезни с теоретической точки зрения. Выдвигаем гипотезу, согласно которой работники организаций, характеризующихся сильной этической организационной культурой, сообщают о меньшей нетрудоспособности по болезни. Заявляем о необходимости разработки модели этической роли руководителя для предотвращения (снижения) нетрудоспособности по болезни в организациях.

III. Практическая часть

Формулируем главную цель прикладного исследования. В данном случае – это ответ на следующий вопрос: связана ли этическая организационная культура с нетрудоспособностью по болезни в организации государственного сектора экономики как на индивидуальном (внутреннем) уровне, так и на уровне структурного подразделения (межличностном). Возможна формулировка других (дополнительных, второстепенных) целей исследования.

Описываем метод исследования. В данном случае это опрос. Характеризуем выборку, которая, скорее всего, состояла бы из n -го числа работников одной городской организации государственного сектора, включающей в себя n -ое количество различных структурных подразделений. Этическую организационную культуру измеряем по шкале корпоративных этических добродетелей, охватывающей восемь под-измерений. Нетрудоспособность по болезни исследуем через вопросы участникам о том, какое количество дней они отсутствовали на работе из-за их собственной

болезни за прошедший год. Подробно характеризуем сбор данных и выборку участников, описываем измерители. Показываем, каким образом применяем статистический анализ.

Представляем результаты проведённого исследования. Например, многоуровневое моделирование структурных уравнений показало, что, на индивидуальном уровне, восприятия сильной этической организационной культуры связаны с меньшей нетрудоспособностью по болезни после контролирования фоновых факторов. Эта связь не обнаруживается на уровне структурного подразделения. Таким образом, результаты указывают на то, что этическая организационная культура играет значительную роль в усилении благополучия работника, измеряемого как нетрудоспособность по болезни. Подробно характеризуем общие и индивидуальные восприятия этической культуры по результатам проведённого исследования.

Формулируем общий вывод: по-видимому, особенно, моделирование этической роли руководителя и возможности обсуждать этические вопросы являются важными факторами в предотвращении (снижении) нетрудоспособности по болезни в организациях. Подробно характеризуем связи между этической организационной культурой и нетрудоспособностью по болезни. Характеризуем связь между этической организационной культурой и нетрудоспособностью по болезни на уровне структурных подразделений.

Представляем модель этической роли руководителя для предотвращения (снижения) нетрудоспособности по болезни в организациях.

Литература

1. Фролова Ю. Г. Психологические факторы здоровья персонала//Психологическая подготовка управленческих кадров: моногр./авт. кол.; под общ. ред. В. М. Козубовского, Г. М. Кучинского. Минск: изд-во МИУ, 2006. С. 170-188.
2. Бодров В. А. Информационный стресс. Учебное пособие для вузов. М., ПЕР СЭ, 2000.

3. Смирнова А. Ю. Роль переживания субъективной незащищённости в сфере труда в профессиональном развитии персонала//Известия Саратовского университета. Новые серии. Серия Акмеология образования. Психология развития. 2016. Т. 5, вып. 2 (18). С. 122-128.
4. Котова Е. В. Профилактика синдрома эмоционального выгорания. Учебное пособие [электронный ресурс]. – Электрон. дан./Краснояр. гос. пед. ун-т им. В. П. Астафьева. – Красноярск, 2013.
5. Huhtala, M., Feldt, T., Lamsa, A., Mauno, S., & Kinnunen, U. (2011). Does the ethical culture of organisations promote managers' occupational well-being? investigating indirect links via ethical strain. *Journal of Business Ethics*, 101 (2), 231-247.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ «НОРМАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОТКЛОНЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КОРРУПЦИИ»

I. Вводная часть

Актуальность

Раскрываем актуальность проекта.

Описание проблемы

Описываем проблему. Особо подчёркиваем следующее: несмотря на универсальное согласие с тем, что коррупция есть отклонение от нормы, критерии, требуемые для выяснения отклонения, остаются неуловимыми. Проблема становится ещё более явной для организационной коррупции, не в последнюю очередь потому, что конструкция «организационная коррупция» остаётся в некотором роде неопределённой и часто соединяется с такими ближайшими конструкциями управления, как «антисоциальное» или «неэтичное организационное поведение».

II. Теоретико-методологическая часть

Формулируем цель для теоретико-методологической части - минимизировать неопределённость относительно конструкции (понятия) «организационная коррупция». Для достижения этой цели ограничиваем рамки организационной коррупции, скорее, коррупцией внутри организаций, чем «внешней коррупцией» (т. е. коррупционными действиями, в которых актором выступает организация). Коррупция внутри организаций концептуально наиболее спорна, если дело касается вопросов, указанных в разделе «Описание проблемы».

Рассматриваем и анализируем нормы, определяющие отклонение в организационной коррупции. Определяем рамки конструкции «организационная коррупция». Рассматриваем и анализируем организационную коррупцию как конкретную форму организационного отклонения. Рассматриваем вопрос о референтной группе для выяснения отклонения в организационной коррупции. Заявляем о необходимости ответа на вопрос: «Является ли организационная коррупция антисоциальной или неэтичной?» и разработки эффективных критериев для определения отклонения в организационной коррупции.

III. Практическая часть

Отвечаем на вопрос: «Является ли организационная коррупция антисоциальной или неэтичной?». Для ответа на вопрос об антисоциальности организационной коррупции используем различные уровни анализа и межуровневое взаимодействие. Для ответа на вопрос о неэтичности организационной коррупции анализируем моральную оценку в данном контексте. Рассматриваем и анализируем моральные стандарты для оценки организационной коррупции.

Представляем результаты практической части. Идентифицируем подходящие критерии для определения отклонения в организационной коррупции и определяем, является ли она антисоциальной или неэтичной. Формулируем выводы по практической части. Заключаем, что организационную коррупцию следует специфицировать исключительно по

отношению к нормативной структуре рассматриваемой организации; она, скорее, антиорганизационна, чем антисоциальна. Нормативные предписания высшего уровня, проистекающие из встраивания организации в её социальный контекст, остаются релевантными, но только в той степени, в какой они включаются в нормативную структуру организации. Более того, утверждаем, что организационная коррупция не обязательно неэтична, поскольку моральная оценка организационного действия, в принципе, отличается от определения его отклонения от организационных норм. Особо указываем на следующие импликации: спецификацию организационной коррупции; оценку организационной коррупции; роль исследователя.

Представляем набор эффективных критериев для определения отклонения в организационной коррупции.

Далее могут быть представлены план и структура прикладных исследований, их результаты.

Далее могут быть представлены конкретные примеры (кейсы) применения разработанного набора эффективных критериев для определения отклонения в организационной коррупции (инструментария) в бизнес-практике.

Литература (в тех случаях, когда не хватает выходных данных, можно найти в интернете)

1. Халилов Т. А. Рецензия на книгу С. Ю. Барсуковой «Эссе о неформальной экономике, или 16 оттенков серого»//Историческая и социально-образовательная мысль. Т. 7. № 8. 2015. С. 157-158.
2. Многоликая коррупция: выявление уязвимых мест на уровне секторов экономики и государственного управления/ Под ред. Э. Кампоса и С. Прадхана. М., Альпина Паблишерз, 2010.
3. Гельман В. Я. Динамика субнационального авторитаризма: Россия в сравнительной перспективе. СПб., изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2008.
4. Скотт Дж. Анализ коррупции в развивающихся странах. 1969.

5. Быстрова А. С., Сильвестрос М. В. Коррупция в современной России: социальное явление, инструмент политики, социальная проблема?.. (основные понятия, исследовательские подходы). Электронный ресурс.
6. Быстрова А. С., Сильвестрос М. В. Феномен коррупции: некоторые исследовательские подходы//Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Т. III. № 1. С. 83-101.
7. Качкина Т. Б., Качкин А. В. Коррупция и основные элементы стратегии противодействия ей. Учебное пособие. Ульяновск, ОАО «Областная типография «Печатный двор», 2010.
8. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости//Электронный журнал «Экономическая социология». 2002. Т. 3. № 3. С. 44-58.
9. Степанцов П. М., Жигарева П. А. Микросоциальные основания стратегий экономического поведения: анализ механизмов конвертации социального капитала. М., 2015.
10. Нехода Е. В. Социальные функции бизнеса и предпосылки формирования социального капитала//Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2014. № 3 (27). С. 33-44.
11. Писарева М. М. Форма и содержание офисных сетей в контексте социологического анализа. 2010.
12. Методические рекомендации по разработке и принятию организациями мер по предупреждению и противодействию коррупции. М., 2013.
13. Цирин А. М., Черепанова Е. В., Тулинова О. А. Современные стандарты и технологии противодействия коррупции//Журнал российского права. 2014. № 7. С. 143-171.
14. Памятка по предупреждению и противодействию коррупции. Антикоррупционный стандарт муниципального учреждения. Пенза, 2017.
15. Стандарт организации работы по противодействию коррупции в органе исполнительной власти Омской области. Омск, 2014.

16. Борьба с коррупцией и политика добросовестности. Мандапуйонг Сити, Филиппины, Азиатский банк развития, 2010.

17. Voliotis, S. (2011). Abuse of ministerial authority systemic perjury, and obstruction of justice: Corruption in the shadows of organizational practice. *Journal of Business Ethics*, 102, 537-562.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ «УПРЕЖДАЮЩАЯ (ПРОАКТИВНАЯ) ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ КСО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

I. Вводная часть

Актуальность

Раскрываем актуальность проекта.

Описание проблемы

Описываем проблему.

II. Теоретико-методологическая часть

Осуществляем обзор литературы по следующим темам и проблемам: корпоративная социальная ответственность; пассивная КСО в сопоставлении с упреждающей (проактивной) КСО; подходы экологической КСО в пищевой промышленности; эффекты упреждающей и пассивной КСО; цена как компромисс КСО. Выдвигаем следующие гипотезы:

1. Потребители показывают более благоприятные аттитюды к компании, когда компания воплощает в жизнь экологическую КСО упреждающим способом по сравнению с пассивным способом.

2. Потребители показывают более благоприятное намерение поддерживать компанию, участвуя в положительных коммуникациях о компании, когда компания воплощает в жизнь экологическую КСО упреждающим способом по сравнению с пассивным способом.

3. Потребители показывают более благоприятное намерение совершить покупку у компании, когда компания воплощает в жизнь экологическую КСО упреждающим способом по сравнению с пассивным способом.

4. Потребители показывают более благоприятные аттитюды к компании (а) когда цены в общем и целом ниже, но (б) когда компания воплощает в жизнь экологическую КСО упреждающим способом по сравнению с пассивным способом, рост цены ведёт к относительно незначительному снижению в потребительских аттитюдах.

5. Потребители показывают более благоприятное намерение поддерживать компанию, участвуя в положительных коммуникациях о компании, (а) когда цены в общем и целом ниже, но (б) когда компания воплощает в жизнь экологическую КСО упреждающим способом по сравнению с пассивным способом, рост цены ведёт к относительно незначительному снижению в поддерживающем намерении потребителя.

6. Потребители показывают более благоприятное намерение совершить покупку у компании (а) когда цены в общем и целом ниже, но (б) когда компания воплощает в жизнь экологическую КСО упреждающим способом по сравнению с пассивным способом, рост цены ведёт к относительно незначительному снижению в потребительском намерении совершить покупку.

Заявляем о необходимости разработки и применения программы упреждающей экологической КСО как эффективного инструмента этического регулирования отношений компаний и потребителей в современных условиях.

III. Практическая часть

Определяем объект и предмет прикладного исследования. Формулируя предмет исследования, особо отмечаем, что рассматриваем потребительские реакции на экологическую корпоративную социальную ответственность (КСО) пищевой промышленности путём варьирования уровней КСО и цены как компромиссов КСО.

Подробно описываем метод прикладного исследования. В данном случае, в качестве стратегии исследования целесообразно использовать рандомизированный 2 (уровень КСО: упреждающая в сопоставлении с пассивной) x 2 (цена: высокая в сопоставлении с низкой) полный факторный дизайн для рассмотрения гипотез. В качестве метода, скорее всего, будет использован эксперимент, основанный на сценарии. Этот формат целесообразен, поскольку сценарные установки позволяют субъектам быть вовлечёнными и играть себя в известных ролях, предоставляя ценное понимание индивидуальных аттитюдов, убеждений и намерений.

Подробно описываем стимул в прикладном исследовании. Для стимула, в исследовании может быть использован вымышленный ресторан под названием «ресторан А.». Он может быть описан как бизнес с качественной едой и услугами при четырёх условиях (упреждающая КСО и высокая цена, упреждающая КСО и низкая цена, пассивная КСО и высокая цена, пассивная КСО и низкая цена). Вымышленная компания, производящая хорошие продукты, выбирается намеренно, для контроля за аттитюдами субъектов к реальным компаниям и воспринимаемыми корпоративными способностями (например, качественными продуктами). Предварительные аттитюды к компании и воспринимаемая корпоративная способность являются главными факторами, оказывающими влияние на корпоративную оценку потребителей и оценку продукта. Исследования также показали, что они влияют на результаты КСО. Таким образом, для усиления внутренней валидности исследования, в нём может использоваться гипотетическая компания. Для манипулирования уровнем экологической КСО, в этом исследовании может быть выбрана тема изделий услуг общественного питания и упаковки, поскольку это один из самых важных и заметных экологических вопросов в пищевой промышленности.

Подробно описываем сбор данных. Например, участники могут быть привлечены из числа студентов различных курсов какого-нибудь большого университета и т. д.

Подробно описываем процедуры измерения в исследовании (техники, шкалы и т. п.).

Представляем результаты прикладного исследования и в целом практической части. К примеру, результаты могут показывать, что программы упреждающей КСО генерируют более предпочтительные аттитюды к компании и более сильное намерение совершить покупку у неё по сравнению с программами пассивной КСО. Намерение поддерживающей коммуникации также возрастает с уровнем КСО при условии низкой цены. Относительно влияния цены, респонденты могут показывать более положительные аттитюды к компании, выставляющей более низкие цены вообще. Однако, когда компания демонстрирует упреждающие инициативы, респонденты не разграничивают цены и показывают вообще положительное намерение поддерживать компанию и намерение совершать у неё покупки. Когда компания практикует пассивную КСО и предлагает более дешёвые продукты, респонденты показывают слабейшие поддерживающие намерения и намерения совершать покупки. Особое внимание уделяем проверке гипотез. В приложении к исследованию, характеризуя стимул выборки, можно разместить текст новостной статьи и сценарий.

Представляем программу упреждающей (проактивной) экологической КСО предприятия пищевой промышленности.

Литература (в тех случаях, когда не хватает выходных данных, можно найти в интернете).

1. Павлова Т. Н. Биоэтика в высшей школе. М., Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии им. К. И. Скрябина, 1997.
2. Старбакс. Отчёт о глобальной ответственности 2012 г.: год в обозрении. <http://www.starbucks.com/assets/581d72979ef0486682a5190eca573fef.pdf>.
3. Стратегическое и проектное управление. Сборник научных статей. Вып. VIII. Пермь, 2016.
4. Милл Р. К. Управление рестораном.

5. Комплекс индексов корпоративной социальной ответственности и отчётности. М., СПб., 2015.
6. 6 тенденций устойчивого развития//Marketing Media Review, № 3-4, 2014.
7. Концепция компании «Нестле» в области корпоративной социальной ответственности на примере реализации в странах Латинской Америки. 2006.
8. Корпоративная социальная ответственность (КСО): новая задача ИТ-директора (CIO). Развитие профессиональных возможностей ИТ-директора с помощью лидерства в области исследований и новых идей//IBM. Октябрь 2008 г.
9. Костин А. КСО и устойчивое развитие бизнеса в России.
10. Европейская экономическая комиссия. Комитет по экологической политике. Рабочая группа по мониторингу и оценке окружающей среды. Рабочее совещание по экологическому мониторингу и отчётности предприятий. Варшава, 4-6 сентября 2006 года. Корпоративная отчётность в области устойчивого развития и экологической ответственности в Российской Федерации.
11. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. Учебное пособие. М., Внешэкономбанк, 2011.
12. Корпоративная социальная ответственность. Учебник для бакалавров. М., изд-во Юрайт, 2013.
13. Сорокина А. В., Фионова К. В. Корпоративная социальная ответственность. Учебное пособие для бакалавров направлений «Экономика», «Менеджмент», «Управление персоналом». М., МГУПС (МИИТ), 2015.
14. Корпоративная социальная ответственность в Европе: что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейские рынки. Пермь, 2014.
15. Зильберштейн О. Б., Семенюк Д. Д., Шкляр Т. Л., Юрковский А. В. Корпоративная социальная ответственность как бизнес-проект: теоретический аспект//Интернет-журнал «Науковедение». Том 8, № 3 (2016).

16. Дорожкина Т. В., Крутиков В. К., Аракелян С. А., Фёдорова О. В. Корпоративная социальная ответственность. Учебно-методическое пособие. Калуга, изд-во «Эйдос», 2015.
17. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России. М., Ассоциация менеджеров, 2003.
18. Костин А. Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. М., Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации/Центр экологической политики России, 2013.
19. Благов Ю. Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление//Российский журнал менеджмента. № 3, 2004. С. 17-34.
20. Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчётности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчётов, 2008-2011. М., РСПП, 2012.
21. Нагорнов А. В., Солнцева М. С. Исследования социальной ответственности компании//Корпоративные финансы. № 2. 2007. С. 112-132.
22. Kim, Y., & Choi, Y. (2012). College students' perception of Philip Morris's tobacco-related smoking prevention and tobacco-unrelated social responsibility. *Journal of Public Relations Research*, 24, 184-199.

**МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ «ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ
КОМИТЕТЫ СОВЕТОВ ДИРЕКТОРОВ И КОРПОРАТИВНАЯ
ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ»**

I. Вводная часть

Актуальность

Раскрываем актуальность проекта.

Описание проблемы

Описываем проблему.

II. Теоретико-методологическая часть

Рассматриваем и анализируем понятие корпоративной экологической эффективности, различные подходы в исследованиях корпоративной экологической эффективности.

Определяем роль совета директоров в корпоративной экологической эффективности. При этом особое внимание уделяем анализу ролей и ответственности в советах директоров; контрольной роли; ресурсно-зависимостной роли; служебной роли. Делаем общие выводы относительно роли совета директоров в КЭЭ.

Определяем роль экологических комитетов советов директоров в корпоративной экологической эффективности. При этом особое внимание уделяем анализу функциональных и других характеристик комитетов советов директоров. Делаем общие выводы относительно роли экологических комитетов советов директоров в КЭЭ.

Выдвигаем гипотезу 1:

Экологические комитеты советов директоров положительно связаны с КЭЭ.

Рассматриваем и анализируем роль и значение экологического стейкхолдерского представительства.

Выдвигаем гипотезу 2:

Отношения между экологическими комитетами советов директоров и КЭЭ сильнее для фирм с экологическим стейкхолдерским представительством в комитете, чем для фирм без экологического стейкхолдерского представительства.

Рассматриваем и анализируем роль и значение менеджера по устойчивости.

Выдвигаем гипотезу 3:

Отношения между экологическими комитетами и КЭЭ модулируются высшим экологическим менеджером по устойчивости таким образом, что

отношения сильнее для фирм с такими менеджерами, чем для фирм без таких менеджеров.

Заявляем о целесообразности создания в советах директоров экологических комитетов как конкретного управленческого механизма, который фирмы могут использовать для эффективного ответа на озабоченности по поводу экологических вопросов, особенно в сочетании с менеджером по устойчивости высшего уровня. Указываем на то, что экологические комитеты советов директоров могут быть эффективной структурой для того, чтобы справиться с двумя главными вызовами, с которыми сталкиваются директора – ограниченным временем и сложностью информации, и улучшить КЭЭ.

Заявляем о необходимости разработки Положения об экологическом комитете совета директоров фирмы (компании).

III. Практическая часть

Определяем объект и предмет прикладного исследования. Формулируя предмет исследования, особо отмечаем, что рассматриваем отношения между экологическими комитетами советов директоров и корпоративной экологической эффективностью (КЭЭ).

Подробно характеризуем методологию прикладного исследования, прежде всего используемые данные и выборку.

В данном случае выборка, используемая в исследовании, скорее всего, будет состоять из n-ого числа фирм, внесённых в рейтинг Forbes «200 крупнейших частных компаний России 2016 г.», представляющих n-ое число видов промышленности. Такая выборка возможна благодаря доступности данных, требующихся для проверки гипотез, представленных в этом исследовании.

Данные, используемые в этом исследовании могут быть извлечены из доступных источников данных. Информация об экологических комитетах советов директоров и связанных с ними директорах может быть получена с корпоративных сайтов. Может быть использован рейтинг экологической

эффективности крупнейших компаний России, составленный «Интерфакс-ЭРА». Для контрольных переменных финансовых данных компаний могут быть использованы открытые интернет-источники.

Подробно характеризуем измерения в прикладном исследовании. Даём последовательные (пошаговые) характеристики корпоративной экологической эффективности; экологическому комитету совета директоров; экологическому стейкхолдерскому представительству; экологическому менеджеру по устойчивости; контрольным переменным; доле внешних директоров в экологическом комитете совета директоров.

Представляем результаты прикладного исследования и в целом практической части. К примеру, результаты могут обнаруживать поддержку положительной связи между экологическими комитетами советов директоров и КЭЭ. Далее, наличие экологического менеджера высшего уровня положительно влияет на эти отношения, но не является эффективным в изоляции. Неожиданно, может не обнаружиться никакой поддержки влияний стейкхолдерского представительства. Формулируем резюме результатов прикладного исследования. Указываем на импликации исследования.

Представляем Положение об экологическом комитете совета директоров фирмы (компании).

Литература

1. Борзаков Д. В. Создание общей ценности в контексте стратегии корпоративной социальной ответственности//Вестник Воронежского государственного университета. Серия: экономика и управление. 2015. № 1. С. 5-12.
2. Устойчивое развитие нефтегазовых компаний: от теории к практике. М., ИЦ «Энергия», 2012.
3. Dixon-Fowler, H., Slater, D., Johnson, J., Ellstrand, A., & Romi, A. (2013). Beyond “Does it pay to be green?” A meta-analysis of moderators of the CER-CFP relationship. *Journal of Business Ethics*, 112 (2), 353-366.

ТЕМЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ПРОЕКТОВ



1. Этика в бухгалтерском деле и финансах.
2. Этика спорной онлайн-рекламы.
3. Моральные эмоции и этика в организациях.
4. Профессионализм бухгалтерского дела.
5. Промышленные кластеры и корпоративная социальная ответственность.
6. Социальное предпринимательство, социальные инновации и бизнес-этика.
7. Усиление влияния межсекторальных партнёрств.
8. Этика горнорудной промышленности.
9. Контекстные влияния на этику и справедливость на рабочем месте.

Приложение 1

Образец оформления титульного листа

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента
России Б. Н. Ельцина» (УрФУ)
Институт Уральский гуманитарный институт
Кафедра философии

Оценка _____
Руководитель курсового
проектирования _____

Члены
комиссии _____

Дата защиты _____



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА к курсовому проекту

по теме: _____

Студент _____
(ФИО)

_____ (Подпись)

Группа _____

Екатеринбург
2019

Приложение 2

Пример оформления задания на курсовую работу

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента
России Б. Н. Ельцина» (УрФУ)
Институт Уральский гуманитарный институт
Кафедра философии

ЗАДАНИЕ НА КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

Студент _____

(фамилия, имя, отчество)

Группа _____

Специальность/направление подготовки _____

1. Тема курсового проекта:

2. Содержание проекта:

3. Дополнительные сведения:

4. План выполнения курсового проекта:

Наименование элементов проектной работы	Сроки	Примечания	Отметка о выполнении

Руководитель _____ /И. О. Фамилия/

Приложение 3

РЕЦЕНЗИЯ

на курсовую работу (проект)

Студента _____ группы _____

(фамилия имя отчество)

Тема курсовой работы (проекта): _____

Модуль/дисциплина _____

1. Соответствие результатов выполнения работы целям и задачам курсового проектирования результатам обучения по дисциплине/модулю

2. Оригинальность и самостоятельность выполнения работы _____

3. Полнота и глубина проработки разделов _____

4. Общая грамотность и качество оформления текстового документа и графических материалов

5. Вопросы и замечания _____

6. Общая оценка работы _____

Сведения о рецензенте:

Ф.И.О. _____

Должность _____

Место работы _____

Уч. звание _____ Уч. степень _____

Подпись _____

Дата _____

Приложение 4

Пример оформления оглавления

Оглавление

Введение.....	3
1.	6
1.1	6
1.2	10
2.	18

2.1	18
2.2	24
Заключение.....	27
Приложения	31
Список используемых источников.....	34
Перечень принятых терминов.....	35

Приложение 5

Пример оформления библиографического списка

Правильное оформление библиографического списка или списка использованной литературы – важная часть курсовой работы. Этот список, как и другие структурные элементы курсовой, нужно оформлять в строгом соответствии с требованиями ГОСТ. Неизменным правилом для библиографического списка является – расположение источников в алфавитном порядке.

Учебники, монографии, брошюры

1. Александрова Г. С. Человек из каменных джунглей: курс подготовительных лекций / Г.С. Александрова, Г.Т. Ирховская, Т.Д. Черновцев. – Витебск: Изд-во Витебск. гуманитарного ун-та, 2014. – 859 с.
2. Мортари Л. Практика заботы / Л. Мортари ; пер. с итал. Ю.С. Ошемков. - СПб. : Алетейя, 2016. - 250 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=441339](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=441339) (02.03.2017).
3. Олесницкий М.А. История нравственности и нравственных учений / М.А. Олесницкий. - Киев : Типография Г.Т. Корчак-Новицкого, 1886. - Ч. 2. - 271 с.

Диссертации и авторефераты диссертаций

4. Вишняков И.В. Модели и методы оценки коммерческих банков в условиях неопределенности. Дис... канд. эконом. наук: 08.00.13. – М., 2008.

5. Ткачев В.Н. Методы обоснования финансовых ресурсов при планировании развития космической промышленности в России. Дис... д-ра эконом. наук: 08.00.10. – М.: ВФЭФ, 2007.

Периодические издания

6. Горьков Г. На пути к рыночному ценообразованию // Российский экономический журнал. – М.: Спутник +, 2011, № 1–3. С. 3-10.
7. Российская Федерация. Гос. Дума (2000). Государственная Дума: стеногр. Заседаний: Бюллетень. – М.: ГД РФ, 2010, № 49 (497).

Электронные ресурсы

8. Непомнящий А. Л. Рождение психоанализа: теория соблазнения / А.Л. Непомнящий. – Режим доступа: [<http://www.psychanalysis.pl.ru> 17/05/2015].
9. Мортари Л. Практика заботы / Л. Мортари ; пер. с итал. Ю.С. Ошемков. - СПб. : Алетейя, 2016. - 250 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=441339> (02.03.2017).

Приложение 6

Пример оформления примечаний, сносок, приложений, ссылок, рисунков

Примечание

Примечание необходимо расположить сразу после текста, к которому вы его делаете. Например:
(Примечание – ...).

Сноски

Сноска нумеруется при помощи арабских цифр либо с помощью символа *. Такой символ можно использовать только три раза на одной странице. Текст сноски помещается внизу страницы. Над текстом сноски необходимо провести разделительную черту.

Приложение

Приложения располагаются в порядке появления в вашей курсовой работе. Нумерация ставится не цифрами, а буквами. Например:

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Ссылки

В курсовых обычно используются затекстовые ссылки на список использованных источников. Для указания номера ссылки применяются квадратные скобки. Номер пишется сразу же после цитаты или слов автора. Если нужно указывать страницу источника, он пишется сразу после номера через запятую:

[1] или [1, с. 25].

Рисунки

В курсовой работе, кроме текста, можно использовать различный графический материал (графики, рисунки, чертежи, диаграммы или фотографии). Располагать и подписывать его необходимо в соответствии с правилами и стандартами.

Все графические материалы должны быть пронумерованы. Используются только арабские цифры. Можно применить *сквозную* нумерацию, когда все графические объекты нумеруются от начала до конца по очереди, либо по разделам, когда графические объекты начинают нумероваться в начале каждого раздела.

В первом варианте просто проставляется порядковый номер графического объекта, например, так:

Рис. 4.

Во втором варианте сначала фиксируется номер раздела работы, затем через точку номер графического объекта. Например, так:

Рис. 3.2.

В случае, когда графический объект один на всю работу, обозначается он, например, так:

Эта идея наглядно продемонстрирована (см. рисунок) – и далее по тексту.

Как правильно подписать рисунок? Вначале пишется порядковый номер графического объекта. Затем, через дефис, с заглавной буквы – название. Точку в конце ставить не нужно. Например:

График 4.1 – Диаграмма роста числа корпораций, публикующих социальный отчет за последние 5 лет

Название графического объекта и номер пишутся сразу же после самого объекта. Выравнивание по центру. Шрифт не отличается от шрифта всей

курсовой работы. Сам объект с подписью необходимо отделить от основного текста одной пустой строчкой сверху и снизу.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
...	
1. Порядок выполнения курсовой работы	6
2. Требования к содержанию курсовой работы.....	6
3. Защита курсовой работы.....	8
4. Требования к оформлению курсовой работы.....	8
5. Примерные темы курсовых работ.....	1 0
Приложение	1
1.....	8
Приложение	1
2.....	9
Приложение	2
3.....	0
Приложение	2
4.....	1
Приложение	2
5.....	1
Приложение	2
6.....	3

Учебное издание

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Методические указания
для студентов всех форм обучения направления
47.03.02 «Прикладная этика»

Составители: **Цепелева** Надежда Петровна,
Бельский Игорь Сергеевич

Компьютерная верстка *Н.А. Субангулова*

Подписано в печать
Бумага писчая. Цифровая печать.
Уч.-изд. л. 1,2. Тираж 50 экз.

Формат 60x84 1/16.
Усл. печ. л 1,7
Заказ .

ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России
Б. Н. Ельцина»
620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19

Отпечатано в типографии