

**Nama mata kuliah** : Corporate Social Responsibility (CSR)  
**Jumlah SKS** : 3 SKS  
**Dosen Pengampu** : Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si  
**Deskripsi mata kuliah** : Matakuliah CSR ini bertujuan agar Mahasiswa mampu memahami konsep dasar, teori dan prinsip CSR, pentingnya CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan etika bisnis organisasi / perusahaan yang dapat meningkatkan reputasi organisasi / perusahaan, CSR dalam Konsep Stakeholders & Shareholders, regulasi CSR, perkembangan dan Isu CSR, Tahapan – tahapan CSR, Monitoring & Evaluasi CSR, Mengkomunikasikan CSR dan mampu menyusun Program CSR yang ideal.

No.	Pertemuan ke	Materi
1.	Pertemuan ke - 1	Perkenalan, Kontrak kuliah Need Assesment dan Pembentukan Kelompok Kerja
2.	Pertemuan ke -2	Konsep Dasar CSR Tugas Kelompok : Resume Penelitian tentang CSR di 5 jurnal nasional dan 5 jurnal internasional
3.	Pertemuan ke -3	Presentasi Kelompok hasil Resume Penelitian tentang CSR di 5 jurnal nasional dan 5 jurnal internasional sebagai best practice Pelaksanaan Program CSR
4.	Pertemuan ke -4	CSR dalam Konsep Stakeholders & Shareholders Theory  - Materi Video: Pelaksanaan CSR PT Paragon Technology and Innovation terkait Program CSR bantu Pemerintah Menangani Kasus Covid-19
5.	Pertemuan ke -5	Uji Kompetensi I
6.	Pertemuan ke -6	Regulasi CSR
7.	Pertemuan ke -7	Perkembangan CSR dan Isu-isu CSR
8.	Pertemuan ke -8	Case Study: Mapping Isu CSR melalui Pemberitaan di media dalam 5 tahun terakhir
9.	Pertemuan ke -9	Tahapan-Tahapan CSR : Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi
10.	Pertemuan ke -10	Monitoring dan Evaluasi CSR
11.	Pertemuan ke -11	Mengkomunikasikan Program CSR
12.	Pertemuan ke -12	Menyusun Proposal Program CSR
13.	Pertemuan ke -13	Praktek & Konsultasi Menyusun Proposal Program CSR
14.	Pertemuan ke -14	Praktek & Konsultasi Menyusun Proposal Program CSR
15.	Pertemuan ke -15	Praktek & Konsultasi Menyusun Proposal Program CSR
16.	Pertemuan ke -16	Presentasi Proposal Program CSR

## Daftar literatur

1. Scott M Cutlip, Allen H Center, and Glen M Broom. *Effective Public Relations*, 8<sup>th</sup> edition, Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, U.S.A. (2000)
2. Fraser F Seitel, *The Practice of Public Relations*, Prentice-Hall, 2001
3. Don W Stacks, *Primer of Public Relations Research*, The Guilford Press, New York, 2002
4. Scott M Cutlip, Allen H Center and Glen M Broom, *Effective Public Relations* (terj), Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006
5. Bhattacharya, C., Sen, S., & Korschun, D. (2009). Strengthening Stakeholder-Company Relationships Through Mutually Beneficial Corporate Social Responsibility Initiatives. *Journal of Business Ethics*, 85, 257-272. DOI:10.1007/s10551-008-9730-3
6. Bronn, Peggy S and Vrioni, Albana B. (2001) Corporate Social Responsibility and Cause-Related Marketing and Overview. *International Journal Of Advertising*, 20, pp. 207-222
7. Iriantara, Yosol. (2005). *Community Relations Konsep dan Aplikasi di Indonesia*, Graffiti, Jakarta.
8. Mardikanto, Totok, (2013). *Konsep-Konsep Pemberdayaan Masyarakat. Acuan Bagi Aparat Birokrasi, Akademisi, Praktisi dan Peminat / Pemerhati Pemberdayaan Masyarakat*. Surakarta : UNS Press
9. Nurjanah, Adhianty. (2019). *Public Relations Dan Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : LP3M UMY
10. Rahman, Reza, *Corporate Social Responsibility*, (2009). *Antara Teori dan Kenyataan*, MedPress, Yogyakarta.
11. Rudito, B, & Melia F, (2013). *CSR Bandung: Rekayasa Sains*
12. Rusdianto, Ujang, (2013). *CSR Communications A Framework for PR Practitioners Edisi Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu