

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации**

САВКОВА
Ангелина Николаевна

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ
РЕПУТАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ
(на примере ОАО «Приорбанк» и ОАО «Белагропромбанк»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических
наук, доцент
Явинская Юлия Вадимовна

Допущена к защите

«___» _____ 2018 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И. В. Сидорская

Минск, 2018

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы составляет 60 страниц. Количество использованных источников – 50. Количество рисунков – 12; таблиц – 1; приложений – 2.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИИ, РЕПУТАЦИЯ, ИМИДЖ, КСО-ПРОЕКТ, БАНКОВСКАЯ СФЕРА.

Объект исследования – процесс формирования репутации организации.

Предмет исследования – корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации организации на примере ОАО «Приорбанк» и ОАО «Белагропромбанк».

Цель работы – Выявление роли корпоративной социальной ответственности как инструмента формирования репутации на примере ОАО «Приорбанк» и ОАО «Белагропромбанк».

Методы исследования – сравнительный, аналитический, описательный анализ, анкетирование, экспертное интервью.

Актуальность работы заключается в анализе корпоративной социальной ответственности как инновационного инструмента формирования репутации организаций банковской сферы.

Область возможного практического применения: предложенные в дипломной работе инструменты формирования репутации, а также разработанные рекомендации могут быть впоследствии применены для оценки социальной деятельности организаций банковской сферы.

Полученные результаты: изучены основные теоретико-методологические аспекты корпоративной социальной ответственности; определены основные инструменты формирования репутации организации; доказано, что корпоративная социальная ответственность является инновационным инструментом формирования репутации организации; проанализированы КСО-проекты ОАО «Приорбанк» и ОАО «Белагропромбанк»; проведено анкетирование на тему «корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации организации на примере ОАО «Приорбанк» и ОАО «Белагропромбанк»; разработаны рекомендации по оптимизации КСО-деятельности ОАО «Приорбанк» и ОАО «Белагропромбанк».

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов исследования в дипломной работе, а также самостоятельность её выполнения.

РЕФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы складае 60 старонак. Колькасць выкарыстаных крыніц - 50. колькасць малюнкаў - 12; табліц - 1; прыкладання - 2.

КАРПАРАТЫЎНАЯ САЦЫЯЛЬНАЯ АДКАЗНАСЦЬ, ІНСТРУМЕНТЫ ФАРМІРАВАННЯ РЭПУТАЦЫІ, РЭПУТАЦЫІ, ІМІДЖ, КСА-ПРАЕКТ, БАНКАЎСКАЙ СФЕРЫ.

Аб'ект даследавання - працэс фарміравання рэпутацыі арганізацыі.

Прадмет даследавання - карпаратыўная сацыяльная адказнасць як інструмент фарміравання рэпутацыі арганізацыі на прыкладзе ААТ «Прыорбанк» і ААТ «Белаграпрамбанк».

Мэта работы - Выяўленне ролі карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці як інструмента фарміравання рэпутацыі на прыкладзе ААТ «Прыорбанк» і ААТ «Белаграпрамбанк».

Метады даследавання - параўнальны, аналітычны, апісальны аналіз, анкетаванне, экспертнае інтэрв'ю.

Актуальнасць работы заключаецца ў аналізе карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці як інавацыйнага інструмента фарміравання рэпутацыі арганізацый банкаўскай сферы.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя ў дыпломнай працы інструменты фарміравання рэпутацыі, а таксама распрацаваныя рэкамендацыі могуць быць пасля ужытыя для ацэнкі сацыяльнай дзейнасці арганізацый банкаўскай сферы.

Атрыманыя вынікі: вывучаны асноўныя тэарэтыка-метадалагічныя аспекты карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці; вызначаны асноўныя прылады фарміравання рэпутацыі арганізацыі; даказана, што карпаратыўная сацыяльная адказнасць з'яўляецца інавацыйным інструментам фарміравання рэпутацыі арганізацыі; прааналізаваны КСА-праекты ААТ «Прыорбанк» і ААТ «Белаграпрамбанк»; праведзена анкетаванне на тэму «карпаратыўная сацыяльная адказнасць як інструмент фарміравання рэпутацыі арганізацыі на прыкладзе ААТ «Прыорбанк» і ААТ «Белаграпрамбанк»; распрацаваны рэкамендацыі па аптымізацыі КСА-дзейнасці ААТ «Прыорбанк» і ААТ «Белаграпрамбанк».

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў даследавання ў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

ABSTRACT

Diploma work: pages –60, sources of information – 50, number of figures – 12, tables – 1; appendices –2.

Key words: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, TOOLS FOR FORMING REPUTATION, REPUTATION, IMAGE, CSR-PROJECT, BANKING SPHERE.

The object of the research is the process of forming an organization's reputation.

The subject of the research is a corporate social responsibility as a tool for forming the reputation of the organizations of JSC "Priorbank" and JSC "Belagroprombank".

The purpose of the research: identification the role of corporate social responsibility as a tool for forming the reputations of JSC "Priorbank" and JSC "Belagroprombank".

The methods of the research are analytical, descriptive, comparative, historical, content analysis.

The originality of the work is in the analysis of corporate social responsibility as an innovative tool for the formation of the reputation of banking organizations.

The area of possible practical application: the proposed thesis Instruments reputation formation and developed recommendations can then be used to assess the social activities, the banking sector.

Results: To study the basic theoretical and methodological aspects of corporate social responsibility; Identify the basic tools formation of the organization's reputation; It proved that corporate social responsibility is an innovative instrument for shaping the organization's reputation; analyzed the CSR projects of JSC "Priorbank" and JSC "Belagroprombank"; conducted a survey on the topic "Corporate Social Responsibility as a tool for the formation of an organization's reputation as an example of "Priorbank" and JSC "Belagroprombank"; developed recommendations on CSR-activities of optimizing the JSC "Priorbank" and JSC "Belagroprombank".

The author confirms the authenticity of the materials and the results of the study in thesis, as well as the independence of its implementation.