

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЗЕНЧИК
Анастасия Сергеевна

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
БЕЛОРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ:
ОСОБЕННОСТИ, ТЕХНОЛОГИИ РЕАЛИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ А1)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
ст. преподаватель
Л. М. Яницкая

Допущена к защите

«__» _____ 2021 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

и связей с общественностью,

кандидат филологических наук, доцент Ю. Н. Лукьянюк

Минск, 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 114, рисунков – 2, таблиц – 1, источников – 48, приложений – 11.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, КСО, СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА, КСО-ПРОЕКТ, ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЙ БРЕНД.

Объект исследования – корпоративная социальная ответственность.

Предмет исследования – особенности и технологии реализации корпоративной социальной ответственности белорусскими организациями.

Цель работы: выявление особенностей и технологий реализации корпоративной социальной ответственности в Беларуси на основе сравнительного анализа деятельности белорусских и зарубежных телекоммуникационных компаний в направлении КСО.

Методы исследования: основные положения и принципы методов научного обобщения и анализа научных данных, специальные методы (аналогия, классификация, индукция, дедукция, сравнение), а также включенное наблюдение и метод экспертного интервью.

Полученные результаты: проанализирована деятельность российского и белорусского телекоммуникационных брендов в сфере корпоративной социальной ответственности, выделены мировые тенденции в области КСО, а также ключевые технологии и особенности реализации КСО-проектов белорусского бренда «А1».

Новизна темы заключается в определении ключевых технологий реализации КСО-деятельности российским и белорусским телекоммуникационными брендами, выделении уникальных особенностей реализации КСО компанией «А1».

Область возможного практического применения: выделенные нами особенности и технологии реализации проектов корпоративной социальной ответственности могут быть использованы организациями разного типа в рамках оптимизации КСО-деятельности.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

Зенчик А. С. _____

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак –114, малюнкаў – 2, табліц – 1, крыніц – 48, дадаткаў –11.

КАРПАРАТЫЎНАЯ САЦЫЯЛЬНАЯ АДКАЗНАСЦЬ, КСА, САЦЫЯЛЬНАЯ АДКАЗНАСЦЬ БІЗНЭСУ, КСА-ПРАЕКТ, ТЭЛЕКАМУНІКАЦЫЙНЫ БРЭНД.

Аб'ект даследавання – карпаратыўная сацыяльная адказнасць.

Прадмет даследавання: асаблівасці і тэхналогіі рэалізацыі карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці беларускімі арганізацыямі.

Мэта працы: выяўленне асаблівасцяў і тэхналогій рэалізацыі карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці ў Беларусі на аснове параўнальнага аналізу дзейнасці беларускіх і замежных тэлекамунацыйных кампаній па рэалізацыі КСА.

Метады даследавання: асноўныя палажэнні і прынцыпы метадаў навуковага абагульнення і аналізу навуковых дадзеных, спецыяльныя метады (аналогія, класіфікацыя, індукцыя, дэдукцыя, параўнанне), а таксама метады ўключанага назірання і экспертнага інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі: прааналізавана дзейнасць расійскага і беларускага тэлекамунацыйных брэндаў у сферы карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці, вылучаныя сусветныя тэндэнцыі ў галіне КСА, а таксама ключавыя тэхналогіі і асаблівасці рэалізацыі КСА-праектаў беларускага брэнда «А1».

Навізна тэмы заключаецца ў вызначэнні ключавых тэхналогій рэалізацыі КСА-дзейнасці расійскім і беларускім тэлекамунацыйнымі брэндамі, выдзяленні унікальных асаблівасцяў рэалізацыі КСА кампаніяй «А1».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: выдзеленыя намі асаблівасці і тэхналогіі рэалізацыі праектаў карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці могуць быць выкарыстаны арганізацыямі рознага тыпу ў рамках аптымізацыі КСА-дзейнасці.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, што былі выкарыстаны ў працы.

Зенчык А. С. _____

ABSTRACT

Diploma work: pages – 114, figures – 2, tables – 1, sources of information –48, appendices –11.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CSR, BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY, CSR PROJECT, TELECOMMUNICATION BRAND.

The object of the research – corporate social responsibility.

The subject of the research: features and technologies of realization of corporate social responsibility by Belarusian organizations.

The research goal: identification of the features and technologies for the implementation of corporate social responsibility in Belarus on the basis of a comparative analysis of the activities of Belarusian and foreign telecommunication companies in the implementation of CSR.

The methods of the research: main provisions and principles of the methods of scientific generalization and analysis of scientific data, special methods (analogy, classification, induction, deduction, comparison), as well as included surveillance and the method of expert interviews.

The obtained results: the activity of the Russian and Belarusian telecommunication brands in the field of corporate social responsibility is analyzed, the global trends in the field of CSR are highlighted, as well as key technologies and features of the implementation of CSR projects of the Belarusian brand «A1».

The novelty of the topic is in determining the key technologies for the implementation of CSR activities by Russian and Belarusian telecommunication brands, highlighting the unique features of the implementation of CSR by «A1».

The area of the potential practical usage: the features and technologies we have identified for the implementation of corporate social responsibility projects can be used by organizations of various types as optimizing CSR activities.

The author of the study confirms the reliability and objectivity of links to the sources used in the work.

Zenchik A. S. _____