

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК**

Кафедра социальной работы и реабилитологии

Аннотация к дипломной работе

**Роль PR и социальной рекламы в деятельности коммерческой
организации**

Кутас Виктория Александровна

Научный руководитель:
Сайганова Вероника Станиславовна
Зав. кафедрой философии культуры,
кандидат философских наук, доцент

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

Роль PR и социальной рекламы в деятельности коммерческой организации/ Кутас Виктория Александровна; Факультет философии и социальных наук, Кафедра социальной работы и реабилитологии; науч. рук. В.С. Сайганова

Объект исследования – PR и социальная реклама.

Предмет исследования – PR и социальная реклама в деятельности коммерческой организации в аспекте корпоративной социальной ответственности.

Цель исследования – выявление роли PR и социальной рекламы в деятельности коммерческой организации в аспекте корпоративной социальной ответственности; разработка социального проекта по повышению КСО в деятельности коммерческой организации ООО «Тривоист».

Основные результаты. Проведенное эмпирическое исследование позволило сделать следующие выводы: что на предприятии ООО «Тривоист» низкий уровень удовлетворенности рабочими процессами и условиями труда, также повышенный уровень текучести кадров. Согласно полученным данным самый высокий уровень текучести кадров составил в отделе складского комплекса. Процент текучести там составил 29,68% за последний год. Когда за период с 2019 – 2020 уровень текучести составил 22,83%. Это свидетельствует о повышении уровня текучести, а соответственно и о дополнительных расходах для предприятия. Также путем анализа и сравнения был выявлен уровень удовлетворенности рабочими процессами сотрудников. Больше всего не удовлетворены своими рабочими процессами сотрудники в отделе складского комплекса, на рабочем участке №1. Данные сотрудники проработали больше одного года и возраст их более 26 лет. Больше всего сотрудники в данном отделе не удовлетворены рабочим местом и оплатой труда. В результате чего выдвинутая гипотеза о том, что сотрудники, которые работают более одного года меньше всего удовлетворены рабочими процессами, а также склонны к частым заболеваниям с временной утратой трудоспособности подтвердилась. Исходя из полученных данных, мной был разработан социальный проект, направленный на устранение социальных проблем организации.

Дипломная работа включает в свою структуру следующие элементы: введение, основную часть, состоящую из трех глав, заключение, список использованных источников из 33 наименований. Общий объем дипломной работы – 103 страницы.

Ключевые слова: СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ, КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.

ANNOTATION

The role of PR and social advertising in the activities of a commercial organization / Kutas Victoria Alexandrovna; Faculty of Philosophy and Social Sciences, Department of Social Work and Rehabilitation; scientific hands V.S. Saiganova

Object of research: PR and social advertising.

Subject of research: PR and social advertising in the activities of a commercial organization in the aspect of corporate social responsibility.

Purpose of research: identification of the role of PR and social advertising in the activities of a commercial organization in the aspect of corporate social responsibility; development of a social project to improve CSR in the activities of the commercial organization "Trivoist" LLC.

The results. The conducted empirical research made it possible to draw the following conclusions: that at the LLC Triovist enterprise there is a low level of satisfaction with work processes and working conditions, as well as an increased level of staff turnover. According to the data obtained, the highest level of staff turnover was in the department of the warehouse complex. The turnover percentage there was 29.68% over the last year. When for the period from 2019 - 2020 the turnover rate was 22.83%. This indicates an increase in the level of turnover, and, accordingly, additional costs for the enterprise. Also, by analyzing and comparing, the level of satisfaction with the work processes of employees was revealed. The most dissatisfied with their work processes are the employees in the warehouse complex department, at work station No. 1. These employees have worked for more than one year and their age is more than 26 years. Most of all employees in this department are dissatisfied with the workplace and wages. As a result, the hypothesis put forward that employees who work for more than one year are least satisfied with their work processes, and are also prone to frequent illnesses with temporary disability, was confirmed. Based on the data obtained, I developed a social project aimed at eliminating the social problems of the organization.

The thesis includes in its structure the following elements: introduction, the main part, consisting of three chapters, conclusion, list of sources used from 33 items. The total volume of thesis is 103 pages.

Keywords: SOCIAL ADVERTISEMENT, SOCIAL ADVERTISING ANALYSIS, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Николайшвили, Г. Г. Социальная реклама: Теория и практика. / Г. Г. Николайшвили. – М.: Аспект Пресс, 2008.
2. Феофанов, О.А. Реклама: новые технологии в России: учеб. пособие для подгот. профессионалов в сфере рекламы / О. А. Феофанов. – М.: Питер, 2004. – 376 с.
3. Калачёва, И.И. Социальная реклама: учебное пособие / И. И. Калачева. – Минск: БГУ, 2017.:
4. Учёнова, В. В. История рекламы: детство и отрочество / В. В. Учёнова, Н. В. Старых – М.: Смысл, 1994. – 96 с.
5. Шарков, Ф. И. Коммуникалогия: Энциклопедический словарь-справочник / Ф. И. Шарков. – М.: Данилов и К, 2009. – 488 с.
6. Чеботарёв А.Г., Прохоров В.А. Современные условия труда и профессиональная заболеваемость металлургов //Медицина труда и промышленная экология. 2012. № 6. С. 1 – 7
7. Егорова А.М. Условия труда и состояние здоровья рабочих прокатного производства //Медицина труда и промышленная экология. 2008. № 4. С. 33 – 36
8. Горская Т.В. Оценка условий труда в металлургии с учетом сочетанного воздействия вредных производственных факторов: автореф. дис. ... канд. тех. наук. М., 2007. 21 с.
9. Догле Н.В., Юркевич А.Я. Заболеваемость с временной утратой трудоспособности. М.: Медицина, 1984. 176 с.
10. Колеснева Е. П. Рекламная деятельность: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений по экон. специальностям. – Минск: ТетраСистемс, 2009. – С.157.
11. Крысько В. Г. Социальная психология. – Минск: ООО «Харвест», М.: АСТ, 2001. – С. 607.
12. Солодовникова, А.Н. Основные способы воздействия в социальной рекламе / А.Н. Солодовникова // Известия Саратовского университета. Серия Филология. Журналистика. – 2010. – Т. 10. Вып. 1. – С. 13 – 17.
13. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М., 2003
14. Бове К. Л. Современная реклама / К. Л. Бове, У. Ф. Арнс. М., 1995
15. Катлип С. Паблик рилейшнз. Теория и практика: учеб. пособие / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. М., 2005
16. Морозова И.Н. HR – менеджмент: справочник менеджера по персоналу / И.Н.Морозова. Ростов н/Д.: Феникс, 2006.

17. Толкачев А.Н. Реклама и рекламная деятельность в России. – М., ЭКСМО. 2008.
18. Эглите МЭ, Рэсте ЕД, Чурбакова ЭВ, Ванадзиньш ИА. Условия труда, факторы риска на рабочем месте и последствия их воздействия на здоровье трудящихся Латвии. Медицина труда и промышленная экология. 2009; с. 6 – 13.
19. Юсупова ВК, Курбанова ШИ. Анализ заболеваемости работающих с временной утратой трудоспособности. Молодой учёный. 2016 с.2– 8.
20. Антонов, С.Н. Теоретические подходы к анализу рекламирования / С.Н. Антонов // Вестник МГТУ. – 2008. – № 4. Том 11. – с. 719 – 731.
21. Бориснёв, С.В. Социология коммуникаций / С.В. Бориснёв. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003. – 270 с.
22. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : пер. с англ. / Ф. Котлер. – СПб. : Нева, 2003 . – 224 с. – (Современный бизнес)
23. Куликова, А.В. Реклама как социальный феномен / А.В. Куликова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Социальные науки. – 2009. – № 1 (13). – С. 25 – 29.
24. Бобылева, М.П. Рекламный менеджмент: основы профессиональной деятельности. – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2009. – 176с.
25. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – 2 – е изд., испр. – СПб.: Издательство «Питер», 2001. – 736 с.
26. Гольман Н.А. Рекламное планирование, рекламные технологии. Организация рекламной деятельности. – М.: Гелла – принт, 2009. – 404с.
27. Шекова Е.Л. Социальная реклама: основные понятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003.
28. Шапочка Е. Стратегии социальной ответственности в маркетинге компании/Е.Шапочка//Журнал управления компанией – 2005. – №9. – с.8
29. Савицкая Л. Корпоративная социальная ответственность. Жертвы или выгоды? /Л.Савицкая//Новый менеджмент. – 2008. – №8. –с.20
30. Бадюкина, Е.А. Формирование корпоративной социальной ответственности и рост рыночной капитализации компаний / Е.А.Бадюкина, Н.В.Кучерина // Вестник Научно – исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2007. – № 13. – с.22.
31. ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 10 мая 2007 г. № 225 – 3 «О рекламе»
[Электронный ресурс] –
<https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225>

32. Коммуникативная политика организации [Электронный ресурс] – <http://rudocs.exdat.com/docs/index – 158176.html>

33. Организационная коммуникация [Электронный ресурс] – <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/125176/1/%D0%9E%D1%80%D0%B>

3