

**«Понятие социального PR коммерческих организаций и особенности его правового регулирования»**

**Беседина Ангелина Павловна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: ang-besedina@yandex.ru*

Современную эпоху все чаще называют «временем глобализации». Во всем мире происходят процессы общей экономической, политической, культурной интеграции и унификации. Идеалы демократии и социальной характеристики государств принимаются многими странами. Указанные тенденции наблюдаются и в России.

Актуальность данной работы заключается в необходимости изучить возможные методы деятельности коммерческих структур в социальной области, которой в последние годы общество уделяет все больше внимания и стремится решить существующие проблемы. Несмотря на то, что в нашей стране завершился определенный этап реформирования, заключающийся в демократизации и либерализации экономической, политической, социальной сфер для достижения таких задач как подъём качества жизни населения, признание человека высшей ценностью, полностью данные цели не были достигнуты. На сегодня многие социальные проблемы общества остаются актуальными. Так, по данным ООН, после 90-х годов уровень развития человеческого потенциала (ИРЧП) стал резко падать, из-за чего за 10 лет Россия переместилась с 52-ой позиции на 71-ую. После 2000-х уровень постепенно восстанавливался, достигнув к 2014 году 57 позиции. Однако нахождение страны в списке второй категории доказывает, что в Российской Федерации ещё остается немало социальных проблем, требующих качественного решения. Регулирование указанной сферы является обязанностью государства. Но наиболее высоких результатов можно добиться лишь совместными усилиями структур государства и бизнеса. Именно развитию социальной сферы посредством реализации социальных проектов коммерческими структурами посвящена данная работа.

Настоящая курсовая работа имеет актуальность не только с позиции развития социальной сферы, но так же и с позиции самого бизнеса. Большинство современных компаний отошли в своей идеологии от чёткой направленности на деятельность по получению прибыли, начав представлять себя как успешную коммерческую и при этом социально ориентированную компанию. В рамках перепозиционирования компании принимают идеологию корпоративной социальной ответственности (КСО). Так, согласно исследованиям «Национальной службы мониторинга» от 2013, лидерами КСО в России являются такие крупные организации как «Роснефть», «Группа ВТБ», «Лукойл», «Сбербанк России», АФК «Система», «Газпром» и другие. (Эти же компании вошли и в 2000 крупнейших публичных компаний мира, составленный журналом Forbes по итогам 2013 года.) Реализация социальных проектов помогает компаниям сформировать позитивную репутацию, повысить уровень доверия потребителей, улучшить отношения с властями, завоевать внимание СМИ и привлечь внимание общества на определённую проблему. Кроме того, реализация социально значимых программ в рамках социального PR налаживают отношения между компанией и её сотрудниками, что в свою очередь повышает эффективность труда и результаты деятельности. И хотя опросы утверждают, что 70 [U+2105] специалистов прогнозируют медленное развитие области социального PR, практика показывает, что в скором времени произойдет массовый переход компаний на позицию социальной ответственности.

Основной целью данной работы является определение настоящего уровня развития социального PR в России и выявление основных тенденций в деятельности коммерческих компаний по реализации социальных PR-проектов. Задачи работы заключаются в определении самого понятия социального PR, так как в виду относительно недавнего развития области ещё не сформировано общепринятое определение, далее необходимо описать формы проектов, способных реализовать социальную политику компаний. Также к задачам работы относится описание правовой базы, влияющей на деятельность коммерческих компаний и организацию ими социальных проектов.

### **Источники и литература**

- 1) Осипов Г.В. Российская академия наук – три века служения Отечеству. – М.: ИСПИ РАН, 2013.- 360 с.
- 2) Human Development Report 2014 <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-report-2014>
- 3) Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире / В.Н. Иванов. - М.: Славянский диалог, 2006. - 413 с.
- 4) Беседина А. П. Социальный PR в коммерческих структурах / [http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov\\_2015/data/6999/uid90188\\_report.pdf](http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov_2015/data/6999/uid90188_report.pdf)