**Аннотация магистерской диссертации**

**Дудченко Яны Игоревны**

**«РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ GOVERNMENT RELATIONS»**

**Н. рук. – Филатова Ольга Георгиева, канд. философ. наук, доцент**

**Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении**

**Очная форма обучения**

**Актуальность работы:** Несмотря на высокую востребованность GR, эта область коммуникаций мало изучена. Построение эффективных коммуникации с государством – одна из важнейших задач, стоящих перед бизнесом. Выбор правильных инструментов взаимодействия зачастую обуславливает успех той или иной инициативы компании, поэтому их исследование является одной из важнейших задач любого GR-специалиста. Корпоративная социальная ответственность компаний как раз может являться одним из стратегических способов такого рода взаимодействия.

**Объект** исследования – феномен корпоративной социальной ответственности бизнеса. **Предмет** – корпоративная социальная ответственность как GR-инструмент российских компаний.

**Цель** данной работы – выявить основные принципы функционирования корпоративной социальной ответственности в сфере government relations в России.

**Задачи:**

1. Дать определение корпоративной социальной ответственности, описать основные механизмы и принципы функционирования данного феномена.
2. Проанализировать феномен социальных инвестиций, выявить существенные различия между понятия «корпоративная социальная ответственность» и «социальные инвестиции».
3. Провести анализ российской практики корпоративной социальной ответственности, выявить характерные особенности КСО в России.
4. Описать теоретические подходы к использованию корпоративной социальной ответственности как инструмента бизнеса.
5. Исследовать практические примеры использования КСО российскими компаниями, выявить наиболее эффективные как GR-инструменты направления социальных проектов
6. Выявить восприятие КСО как инструмента взаимодействия с органами государственной власти среди практикующих специалистов

**Эмпирическую базу исследования** составили результаты экспертных интервью с практикующими специалистами, социальные отчёты компании, публикации в СМИ, а также данные с официальных сайтов компаний.

**Структура работы** обусловлена её целям и задачами: работа состоит из двух глав, первая из которых посвящена изучению корпоративной социальной ответственности и состоит из 3 параграфов. Вторая глава также состоит из 3 параграфов и направлена на изучение КСО как инструмента бизнеса, в первую очередь, как GR-технологию.

**Master Thesis Summary**

**Dudchenko Yana Igorevna**

**“Corporate and Social Responsibility as a GR-technology instrument in Russian Federation”**

**Research supervisor: Filatova Olga Georgieva, PhD., Associate Professor**

**Department of public relations in politics and public administration**

**Relevance**: Despite of high demand on research in area of Government Relations it is not sufficiently covered by academic literature. Construction and effective dialogue with government is one of the challenges businesses facing today. The choice of communication strategy frequently defines the success of the initiative business is undertaking, hence the selection of the communication strategy is one of the most important tasks of the GR-specialist. Corporate and Social Responsibility could be one of the strategic initiatives to facilitate this dialogue.

**The object** of study is the phenomenon of corporate social responsibility. Subject of study is corporate social responsibility as a GR instrument for companies in Russia.

**The purpose** of this work is to identify the main principles of corporate social responsibility mechanism in the area of ​​government relations in Russia.

**Focus areas:**

1) Define the concept of corporate social responsibility; describe the basic mechanisms and principles of functioning of this phenomenon.

2) Analyze the phenomenon of social investments, to identify the underlying differences between the concept of "corporate social responsibility" and "social investment".

3) Analyze the Russian practice of corporate social responsibility, to identify the characteristics of CSR in Russia.

4) Describe theoretical aspects of corporate social responsibility application as a business tool.

5) Review the practical CSR examples among the companies operating in Russia; identify the most effective GR instruments and strategies

6) Analyze the perception of CSR as an instrument for interaction with public authorities among practitioners

**The empirical data** of the thesis was taken from the results of expert interviews with practitioners; published CSR reports; as well as data from the companies’ official websites.

**The structure** of the thesis is defined by its goals and objectives: the work consists of two chapters, the first of which is dedicated to the study of corporate social responsibility and consists of 3 sections. The second chapter also consists of 3 sections and is aimed at the study of CSR as a business tool, primarily as a GR-technology