



КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

**КАК СЕ ИЗГРАЖДАТ УСПЕШНИ КОМУНИКАЦИИ С ВЪНШНИТЕ
ПУБЛИКИ**

Изготвил:

Проверил:

София, 2018

УВОД

Корпоративната социална отговорност е многоизмерна концепция, която обхваща всички икономически, юридически, етични и филантропски отговорности на една компания. Политиките за корпоративна социална отговорност определят етиката и ценностите на една компания и вървят ръка за ръка с нейната устойчивост, като по този начин се превръщат в неизбежна част от философията на компанията. Целта им е да осигурят по-добра социална, икономическа и екологична среда, водеща до задържане на клиенти, избягване на бизнес рискове, подкрепа от страна на обществени и местни органи и в крайна сметка води до по-големи печалби за бизнеса с един подобрен имидж на марката. Въпреки че това са предимствата, основната цел на КСО трябва да бъде - социалното благополучие чрез създаване на морална и етична ценностна система, която е от полза за всички.

Целта на настоящата разработка е да покаже, че как производителя на Каменица Карлсберг комуникира своята политика на корпоративна социална отговор (КСО) с външните публики.

1. Същност на КСО като начин за комуникиране с външните публики

Корпоративната социална отговорност се отнася до доброволно включване на комуналните и екологични ангажименти в дейността на компанията, корпоративните решения и нейното взаимодействие със заинтересованите страни¹.

Необходимостта от КСО кампании произтича от глобализацията и намаляването на участието на правителствата в основните области на функциониране на обществото². Мотивацията за разработването на

¹ Babalola, Y. A. (2012). The impact of corporate social responsibility on firms' profitability in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance and administrative sciences*, 45(1), 39-50.

² Kercher, K. (2007). *Corporate Social Responsibility: Impact of globalisation and international business*.