

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Детский благотворительный фонд как инструмент связей с общественностью для крупных коммерческих организаций

Розова Ольга Геннадьевна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: olia.rozova@yandex.ru*

Такой вид деятельности как благотворительность существует в мире давно. Еще в Риме, в I веке до нашей эры Гай Цилиния Меценат жертвовал большие суммы денег на развитие науки и искусства. (Термин меценат является производным от его имени). В наши дни понятие благотворительность приобрело социальный оттенок. Общество развивается, и вместе с этим появляются различные социальные проблемы, которые государство не всегда способно полностью разрешить. На каком-то этапе общество должно подключиться, создавая различные фонды и некоммерческие общественные организации.

В данной работе остановимся на благотворительной поддержке детей-сирот. Эта своеобразная социальная группа является неотъемлемой частью российского общества и их социальная устойчивость это залог безопасности и успешного развития всего общества в целом.

Существует множество вариантов сбора ресурсов на оказание благотворительной помощи детям в данной работе нас интересует помощь крупных коммерческих организаций, их взаимодействие с детскими фондами. Целью работы является рассмотрение благотворительной деятельности некоторых компаний, выявление их способов оказания помощи детям. В работе будет рассмотрено, каким образом благотворительная деятельность крупных коммерческих организаций влияет на их имидж. Так же попытаемся ответить на вопрос, почему крупным компаниям выгодно сотрудничать с фондом.