

Конопяцкий Анатолий Сергеевич
*студент I курса магистратуры Минской духовной академии
им. святителя Кирилла Туровского (Беларусь)*

Методы и основные направления миссионерской деятельности РКЦ в интернете на примере Caritas Internationalis

В Основах социальной концепции Русской Православной Церкви сказано, что «Просветительная, учительная и общественно-миротворческая миссия Церкви побуждает ее к сотрудничеству со светскими средствами массовой информации, способными нести ее послание в самые различные слои общества»⁸. В деятельности Римско-Католической Церкви важное социальное значение имеет активность глобальной католической благотворительной организации *Caritas Internationalis*. Католическая Церковь, в своей поддержке благотворительности, превратила *Caritas* в глобальный «бренд», известный по всему миру. Был создан простой и понятный логотип, направленный на четкую ассоциацию с деятельностью Римско-Католической Церкви. Среди целей продвижения *Caritas* можно отметить связь приходов РКЦ с благотворительностью *Caritas*, а также распространение информации во всех крупных городах. Для понимания маркетинговой политики *Caritas* можно рассмотреть социальную деятельность как некую услугу или целый рынок социальных услуг. Стоит учесть, что инициативу по формированию продукта проявляет не потенциальный покупатель, а она диктуется программными документами Римско-Католической Церкви. Среди основных факторов успеха *Caritas* особое значение имеет правильное позиционирование организации на рынке социальных услуг. Продвижение программ *Caritas* строится на сложной системе информационного обмена и выстраивания отношений с различными заинтересованными сторонами. Процессы информационного обмена зачастую находятся на разных уровнях и регулируются различными видами структур управления. Коммуникация в этом случае приобретает центральное значение.

Дудкин Вадим Леонидович
*аспирант кафедры международного менеджмента экономического факультета
Белорусского государственного университета (Беларусь)*

Концепция корпоративной социальной ответственности в контексте католического социального учения

Хотя понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) представляет собой относительно недавнее явление в теории управления, оно получило широкое признание и хорошо укоренилось в текущей деятельности

⁸ Основы социальной концепции Русской Православной Церкви. XV.2. / Официальный сайт Московского Патриархата // <http://www.patriarchia.ru/db/print/141422.html> (дата обращения: 15.12.2015).