

Abstrakt

Bakalářská práce na téma Cause Related Marketing v ČR se zabývá problematikou spojení neziskové organizace a komerční firmy za účelem dobročinného projektu. Nejprve je toto téma představeno na teoretické úrovni, kdy je vysvětlen samotný pojem, dále je také zmíněn vývoj této marketingové aktivity, její přínosy pro společnost a celkový smysl. Také jsou v práci identifikovány jednotlivé formy, které jsou pro zavedení podobných projektů často využívány a zaznamenány jsou i výhody a možná rizika, která mohou projekty Cause Related Marketingu provázet. Dále jsou představeny dvě úspěšné případové studie, které proběhly v minulosti a poukazují na možný úspěch a efektivnost dobře připravené CRM kampaně. Poslední část práce je zaměřena na vlastní výzkum na téma Cause Related Marketing, který byl prováděn pomocí dotazníků a zkoumal názory a postoje mladé generace týkající se projektů Cause Related Marketingu v České republice.