

Abstrakt

Práce popisuje společenskou odpovědnost Dopravního podniku hl.m. Prahy v určeném časovém období. V úvodu je koncept CSR zasazen do širšího rámce. Na základě různých přístupů je vymezen samotný termín CSR v souvislosti se současnou diskusí o stanovení jednotné definice. Dále práce mapuje společenskou odpovědnost v oblasti poskytování hromadné dopravy. Jednotlivé kampaně společnosti jsou konfrontovány s teoretickými přístupy s cílem zhodnotit celkové společensky odpovědné vyznění podniku. V závěru se práce věnuje firemní komunikaci a kultuře.