

Diplomová práce pojednává o Cause Related Marketingu jako způsobu spolupráce neziskové organizace a obchodní společnosti v českém prostředí. Na základě odborné typologie zkoumám přítomnost jednotlivých typů Cause Related Marketingu u nás. Mým cílem je nejen prozkoumat výskyt těchto typů, ale také analyzovat jejich zastoupení a určit, který je případně tím převažujícím. V empirické části práce představuji konkrétní Cause Related Marketingové kampaně spolu se zaměřením na jejich prezentaci na webových stránkách neziskových organizací a jejich partnerských firem. S ohledem na internetovou prezentaci této spolupráce hledám souvislosti vypovídající o iniciativě, kterou subjekty v rámci kampaně vyvíjí. Výstupem diplomové práce je vyhodnocení výzkumu, doporučení pro ziskové i neziskové organizace a kritické zhodnocení této tematiky.