

Jméno, příjmení: Nina Ortová

Název diplomové práce: Communication of corporate foundations in the Czech Republic

Rok: 2017

Abstrakt

Práce se zabývá problematikou a zhodnocením využití marketingové komunikace firemních nadací a nadačních fondů v České republice. V teoretické části nabízí přehled toho, jaké nástroje komunikace se v neziskovém sektoru využívají i jaké jsou v nich nejnovější trendy. Teoretická část zkoumá také morální aspekty existence firemních nadací a jejich vzniku pod mateřskou firmou. V praktické části práce odhaluje, jaké nástroje firemní nadace k interní i externí komunikaci využívají a s jakou efektivitou komunikace se potýkají. Zároveň mapuje povědomí o firemních nadacích v České republice vzhledem k ostatním neziskovým subjektům. Neodmyslitelnou částí této bakalářské práce je také náhled do chodu firemních nadací skrze zástupce významných firemních nadací. Práce též zjišťuje, zda mateřské organizace využívají existence vlastních neziskových organizací pouze k vlastnímu prospěchu či zda je za jejich založením skutečně charitativní úmysl. V neposlední řadě práce obsahuje kvalitativní zhodnocení komunikace deseti firemních nadací, které se v kvantitativním výzkumu na reprezentativním vzorku profilovaly jako nejvýznamnější. Prostřednictvím tohoto zhodnocení práce nabízí žebříček nejefektivněji komunikujících firemních nadací v České republice a odhaluje případné nedostatky, které firemní nadace ve své marketingové komunikace mají.