

# OBSAH

<b>1 Úvod</b> .....	7
<b>2 Společensky odpovědné podnikání</b> .....	9
2.1 CSR koncept .....	9
2.2 Profit, People and Planet .....	13
<b>3 Charakteristika podniků</b> .....	16
3.1 Sociální podnik .....	16
3.2 České sociální podniky .....	20
3.3 Modely českých sociálních podniků a faktory podmiňující jejich vznikání .....	21
3.4 Hlavní faktory ovlivňující přijetí koncepce sociálního podnikání .....	21
3.5 Vliv zahraničních autorů a přístupů důležitých pro vypracování českých definic .....	22
<b>4 Komerční firmy</b> .....	26
<b>5 Kritika CSR přístupu</b> .....	29
<b>6 Možnosti spolupráce komerční firmy a sociálního podniku</b> .....	31
6.1 Sponzoring .....	32
6.2 Dohody o využití loga a názvu sociálního podniku (licensing agreements) .....	33
6.3 Sdílený marketing (cause related marketing CRM), propagace spojená s obchodním účelem (transaction-based promotion, TBP) .....	34
6.4 Společná marketingová kampaň, propagace společného zájmu (joint issue promotion) .....	35
6.5 Sociální marketing, cause promotion .....	36
6.6 Firemní filantropie .....	37
6.6.1 Dobrovolnická činnost zaměstnanců .....	38
6.6.2 Sdílené fondy .....	40
6.6.3 Podpora a uznání dobrovolnické činnosti .....	40
6.6.4 Časová banka pro dobrovolnické aktivity .....	40
6.6.5 Talentová banka .....	41

6.6.6	Pro bono služby	41
6.6.7	Den péče	41
6.6.8	Mentoring	41
6.6.9	Členství v radách a komisích neziskových organizací	41
6.7	Firemní nadace a nadační fond	42
6.8	Strategická spolupráce (joint ventures)	42
<b>7</b>	<b>Třigenerační model partnerství – kontinuum mezisektorové spolupráce</b>	<b>44</b>
7.1	Modely – etapy ve spolupráci	44
7.2	Faktory ovlivňující spolupráci	47
<b>8</b>	<b>Měření a reportování společenské odpovědnosti firem</b>	<b>50</b>
<b>9</b>	<b>Teorie vytváření sdílených hodnot</b>	<b>57</b>
9.1	Srovnání CSR a CSV	58
<b>10</b>	<b>Projevy (aktivity) společensky odpovědného podnikání – příklady</b>	<b>59</b>
10.1	Sponzoring	59
10.2	Sdílený marketing (cause related marketing CRM)	60
10.3	Společná marketingová kampaň, propagace společného zájmu (joint issue promotion)	61
10.4	Firemní filantropie	63
10.5	Firemní nadace a firemní nadační fondy	66
10.6	Strategická spolupráce (joint ventures)	68
<b>11</b>	<b>Závěr</b>	<b>69</b>
	<b>Použitá literatura</b>	<b>71</b>