

Bakalářská práce pojednává o komunikačních aktivitách Nadace Terezy Maxové dětem se zaměřením na projekt TERIBEAR. Ten patří do oblasti sdíleného též cause-related marketingu fungujícím na principu účelného spojení komerčního a nekomerčního subjektu pro dobrou věc. Bakalářská práce mapuje komunikační aktivity nadace realizované na podporu dětí umístěných v kojeneckých ústavech a dětských domovech, po rozdělení původní Nadace Terezy Maxové. Cílem práce je demonstrovat nutnost aplikace marketingových nástrojů v komunikaci organizací v neziskovém sektoru. Součástí práce je vymezení neziskového sektoru vůči sektoru ziskovému. Neziskový sektor má oproti sektoru ziskovému jistá specifika, která zakládají odlišný způsob komunikace neziskových organizací. Specifika komunikace organizací v neziskovém sektoru nejlépe ilustruje způsob používání marketingových a komunikačních nástrojů v kampaních sociálního marketingu. Na základě toho práce zohledňuje specifika sociálního marketingu organizací neziskového sektoru. Značná část práce se věnuje komunikaci Nadace Terezy Maxové dětem. Ta je směřována především k firemním dárcům a veřejnosti jako potenciálním individuálním dárcům. Primárně se práce věnuje komunikaci projektu TERIBEAR.