

## Obsah

ÚVODEM.....	7
<b>1. DETERMINANTY FIREMNÍ FILANTROPIE A ORIENTACE NA REGIONÁLNÍM ROZVOJI.....</b>	<b>9</b>
1.1 Sociální kapitál.....	10
1.2 Náhled na Moravskoslezský kraj - stručný exkurz do sociálně ekonomické podoby Moravskoslezského kraje .....	11
1.3 Odkud a kam, cesta od firmy k podpoře filantropie a dobrovolnictví .....	13
1.4 Strategie sociální exkluze v příkladech dobré praxe.....	20
Shrnutí .....	24
<b>2. MOŽNOSTI ROZVOJE FIREMNÍ FILANTROPIE V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI .....</b>	<b>26</b>
2.1 Možnosti výkladu filantropie .....	26
2.2 Firemní filantropie.....	28
2.3 Existence firemních nadací .....	30
2.4 Oceněné firmy .....	33
2.5 Efekty filantropie.....	40
2.6 Propojení dárců a potřebných a mediální propagace.....	41
Shrnutí .....	45
<b>3. HODNOCENÍ KOMUNITNÍHO PLÁNU JAKO DŮLEŽITÝ NÁSTROJ VEŘEJNÉ POLITIKY NA PODPORU FILANTROPIE A DOBROVOLNICTVÍ .....</b>	<b>50</b>
3.1 Solidarita jako výchozí princip plánování .....	51
3.2 Komunitní plánování .....	52
3.3 Proces komunitního plánování na úrovni obce.....	53
3.4 Důležitost a způsoby hodnocení ve vybraných zdrojích .....	55
3.5 Metodika postupu hodnocení plánů na úrovni obcí Moravskoslezského kraje .....	56
3.6 Obecné poznámky a charakteristiky analýzy .....	61
3.7 Diskuze, hodnotící komentář, prostor pro filantropii .....	63
Shrnutí .....	69
<b>4. NETWORKING VE FIREMNÍ FILANTROPII A DOBROVOLNICTVÍ .....</b>	<b>73</b>
4.1 Proces budování networkingu v obecné rovině.....	74
4.2 Důležitost vybraných klíčových indikátorů pro hodnocení webových prezentací .....	75
4.3 Roviny hodnocení firemní filantropie a dobrovolnictví.....	75
4.4 Hodnocení vybraných firem a organizací v Moravskoslezském kraji .....	77

Shrnutí.....	83
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>86</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>88</b>
<b>REJSTŘÍK.....</b>	<b>89</b>