



## **Hodnocení využívání společensky odpovědných aktivit (CSR)**

**V.....**

Seminární práce do předmětu: Společenská odpovědnost organizací

**Jméno a příjmení:**

**UČO:**

Karviná 2024

## Obsah:

### 1. Úvod

*Představení podniku/organizace, jak přistupuje ke společensky odpovědným aktivitám, úvodní vymezení vztahu subjektu k CSR/ESG.*

### 2. Přístup podniku/organizace k sociálnímu pilíři

*Jaké aktivity jsou využívány, plánovány využívat, jak jsou měřeny, vyhodnocovány apod. Není cílem kopírovat vše co organizace dělá, ale uvést hlavní fakta.*

### 3. Přístup podniku/organizace k environmentálnímu pilíři

*Jaké aktivity jsou využívány, plánovány využívat, jak jsou měřeny, vyhodnocovány apod. Není cílem kopírovat vše co organizace dělá, ale uvést hlavní fakta.*

### 4. Přístup podniku/organizace k ekonomickému pilíři

*Jaké aktivity jsou využívány, plánovány využívat, jak jsou měřeny, vyhodnocovány apod. Není cílem kopírovat vše co organizace dělá, ale uvést hlavní fakta.*

### 5. Jak podnik/organizace přistupuje k hodnocení (využívání společensky odpovědných aktivit) a co je hlavním motivátorem/demotivátorem v rámci využívání společensky odpovědných aktivit

*Zda existují mechanismy firmy pro sběr dat v oblasti ESG, zda existuje monitoring ESG, zda firma evaluuje tyto aktivity a využívá je jako strategický nástroj řízení nebo jako green marketing apod.*

### 6. Jaké přínosy/nevýhody má podnik/organizace, když využívá/nevyužívá společensky odpovědné aktivity

*Identifikujte hlavní přínosy i nevýhody spojené s ESG, monitoringem aktivit a doplňte o určité výhody či nevýhody, pokud subjekt je či není odpovědný (např. vnímání subjektu, jeho produktů, vliv na chování stakeholderů, dodržování obligatorních nařízení apod.*

### 7. Jak podnik/organizace přistupuje k informování svých zájmových skupin (stakeholderů) o svých společensky odpovědných aktivitách

*Identifikujte, jak firma komunikuje vůči svým zájmovým skupinám, zda má určitou strategii, nebo je to ad hoc, jaká je vypovídací hodnota informací, zneužívání informací, klamání spotřebitele, greenwashingové aktivity, manipulace se stakeholdery apod. Jakou formou komunikuje, četnost, zda vyhodnocuje tuto komunikaci nebo je pasivní apod.*

### 8. Zda usiluje/disponuje podnik/organizace vhodnou formou certifikace

*Zda subjekt disponuje určitou certifikací v oblasti CSR, ESG (auditované reporty), certifikace výrobků, účast v soutěžích o společensky odpovědný subjekty, splňuje standardy dodavatelského řetězce, je součástí CSR/Sustainability ratingů apod.*

### 9. Závěr

*Shrnutí hlavních poznatků a formulace Vašeho doporučení pro daný podnik/organizaci.*

## Použité zdroje:

1. CSR Report...
2. Výroční zpráva....
3. Interní materiál....

**Doporučení:**

Vyberte si subjekt dle Vašeho zájmu (např. chcete znát detaily o dané firmě, je Vám inspirací, záleží Vám na tom, co a jak daná firma realizuje/vyrábí apod.) Cílem je, abyste **prokázali své znalosti** v aplikační rovině, pro evaluaci vybraného subjektu a prokázali **orientaci v dané problematice** (CSR/ESG) a byli schopni vyvodit adekvátní závěr – **výstup z dané evaluace formou konkrétních doporučení** (ty mají nejvyšší přidanou hodnotu pro daný subjekt a pro Vás).

Pro získání informací – zde je prostor pro kombinaci různých postupů – ať už desk research v rámci reportů CSR, výročních zpráv, webovky, interní dokumenty, AI nástroje apod. nebo proaktivní sběr formou vlastního dotazování, hledání souvislostí, interního/externího pohledu stakeholderů apod.

**Není cílem kopírovat CSR reporty nebo jinou dokumentaci**, ale zpracovat z nich podstatné informace tak, jak jsou požadovány v dané struktuře templaty seminární práce.