

Filantropie, Dárcovství, Společenská odpovědnost firem

Jakub Dostál

22. 11. 2012



Struktura dnešní hodiny:

- **Filantropie**
- **Dárcovství**
- **Společenská odpovědnost firem**
- **Praktická ukázka - rozhodování o přiznání grantu**

Úvod

- Co je to filantropie?
 - **filos-** milující +
anthropos - člověk
 - je to tedy **láska k
člověku**, lidumilnost
 - souhrn činností a chování,
které vedou k **vědomé
podpoře druhých osob**
(jednotlivců, skupin,
organizací)



Definice filantropie

- ***Filantropie je mechanismus, skrze něhož lidé vyjadřují své humánní impulsy a potvrzují svoje členství ve společnosti*** (Theresa Llyod)
- ***Filantropie zahrnuje dary nebo poskytnutí peněz na různé hodnotné dobročinné účely*** (Wikipedia)
- ***Filantropie se odkazuje na využívání osobního bohatství a schopností ve prospěch specifických veřejných účelů*** (Anhaier)
- **Dobrovolné dávání za účelem podpory činností, které vedou k vědomé podpoře třetích osob (jednotlivců, skupin, organizací) bez nároku na finanční odměnu.**

Doplňte sami dle definice.....

- Kdo dává:
- Co dává:
- Komu dává:
- Na co dává:
- Za jakých
podmínek dává:



George Soros



Altruismus vs. filantropie

Altruismus:

- je morální princip:
 - předpisující upřednostnit účely jiných
 - potlačit vlastní egoismus
- nebo také **nezištná služba bližnímu**, ochota **obětovat vlastní zájem** ve prospěch jiných,
- mravní princip, podle něhož je **blaho jiného a on sám mravně důležitější** než mé vlastní já a vlastní blaho
 - resp. reálné chování založené na těchto principech nebo jim odpovídající
- Altruismus je tedy **morální princip i reálné chování**, zaměřené na kohokoliv kromě nositele altruismu.

Filantropie:

- je také **reálné chování**, řídící se uvedenými altruistickými mravními principy, ale na rozdíl od altruismu se zaměřuje **obecněji**:
 - nikoli jen na lidi z bezprostředního okolí nositele, nýbrž i mimo ně. Pojem filantropie je navíc bohatší o institucionální rozměr.

Kořeny a současnost filantropie

■ Prapočátek?



■ + nyní?



Samaritánovo dilema

James Buchanan (viz. veřejné finance)

Pomáhat někomu znamená podlamovat jeho
motivaci pracovat



Pomáhat či nepomáhat?

Forma občanské spoluúčasti:

- Filantropie jako taková nabízí širokou škálu možností občanské participace na veřejném životě
- od „nenáročných forem“ občanské solidarity (anonymní účast na veřejných sbírkách) po **aktivní vstup do věcí veřejných** na různých rozhodovacích úrovních
 - podpora akcí proti postavení hypermarketu v obci, kde žijí, podpora snah vedoucí ke změně obecně platné legislativy

Filantropické akty umožňují existenci občanského sektoru, jeho fungování, jeho činnost.

Podmínky rozvoje filantropie

- Velký počet ekonomicky silných subjektů
- Výchova k filantropii (existence občanských organizací a jejich aktivit, vzdělávací soustava,...)
- Rozvoj komunit (inspirace občanů řešit věci veřejné)



Způsoby poskytnutí daru (finančního, hmotného, duševního,...)

THE "PIGOTTA" PROJECT: ADOPT A DOLL AND SAVE A CHILD

The Project was launched in Cinisello Balsamo (province of Milan, Italy) on a local level in 1986, translating RAG DOLL (Bambola di Stoffa) into the Milanese dialect "PIGOTTA". The aim of the Project was to raise funds for UNICEF's World Vaccination Campaign using a symbol familiar to children throughout the world, a "Rag Doll" - the simple "home-made" playmate of children all over the world.

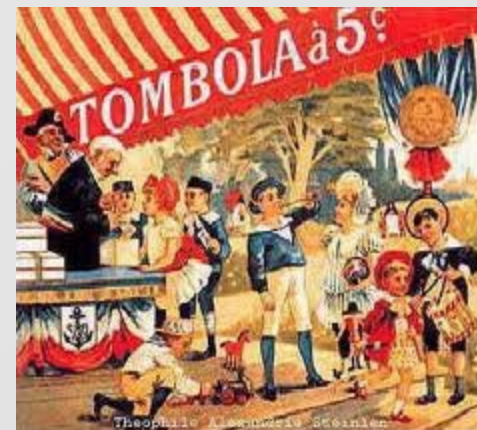
Each doll represents a "real" child who will benefit from UNICEF's Vaccination Campaign in under-developed countries. The "PIGOTTA" is "adopted" (not sold) to the public, offering a minimum of 30 thousand lira (about 16 US dollars), the equivalent to cover a complete cycle of vaccinations.

Each Rag Doll has an I.D. card including a photo or sketch of the Doll, its name, citizenship, height, etc. as well as the name and address of its "creator". When the Doll is "adopted" the new "parent" receives a postcard that they're requested to mail to the Doll's "creator" to let him/her know where the PIGOTTA found a home.

Concept:
solidarity of those who make the Dolls for UNICEF and solidarity of those who "adopt" the Doll to support our Vaccination Campaign.

Adopting the word "PIGOTTA" signifies the past, conserving traditions so dear to many countries in the world. From the time of the Egyptians a Doll, a "Fildokake", a "Buronib", etc. has always existed and still exists today. UNICEF has always sustained that the roots of a people reside in its traditions and man's respect for them: the PIGOTTA Project is an example of this concept.

**THIS PROJECT IS REALIZED
BY THE ITALIAN
COMMITTEE FOR UNICEF.**



| ACCOUNT SUMMARY | | CURRENT INTEREST PD | ENDING BALANCE |
|-----------------|--------------------|---------------------|----------------|
| CHECKS PAID | OTHER SUBTRACTIONS | | |
| 761.43 | 503.00 | 0.10 | 1,120.97 |
| | 252.00 | | |
| | 102.00 | | |
| | 58.16 | | |
| | 0.50 | | |
| | 90.43 | | |
| | 30 | | |
| | | | 866.50 |
| | | | 940.07 |
| | | | 437.07 |
| | | | 185.07 |

INDIVIDUÁLNÍ DÁRCI

■ Motivace dárců

- **Starost** - asi nejvýznamnější; dárci leží na srdci řešení problému, snaha napomoci ho vyřešit
- **Povinnost** - pocit, že jsem bohatý a ostatní chudí, nebo, že jsem měl štěstí apod.
- **Pocit viny** - také časté, ale čekají, že darem problém zmizí
- **Osobní zkušenost** - skýtá další možnosti spolupráce s dárce
- **Radost z dávání** - jak prosté
- **Osobní prospěch** - dárci se může líbit, že je mu veřejně děkováno
- **Být požádán** - lidé nedávají, když je nikdo nepožádá
- **Tlak okolí** - dávají přátelé, kolegové
- **Daně** - nejsou hlavním motivem

Lidé rádi dávají peníze když:

- k tomu mají **významný a neodkladný důvod**
- jsou **osobně zainteresovaní** na výsledku podpořené činnosti
- vidí **ostatní**, jak časem i penězi **přispívají** na tutéž činnost
- vědí, že jim bude **poděkováno**
- vědí, že budou viditelně **spojování s úspěchem** projektu
- vědí, že budou **pravidelně informovaní** o rozvoji organizace
- vědí **přesně**, na co budou jejich peníze **použity** a že budou využity **rozumně a šetrně**
- vidí, že podpořená organizace má **nadšení a odhodlání** a že jistě získá **peníze i od ostatních**

MASARYKOVA UNIVERZITA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

Sbírky



VEŘEJNÁ SBÍRKA

- **Nejvyužívanější způsob filantropie**
- **Zákon 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a změně některých zákonů, přiměřeně jasně stanoví co sbírka je - sbírání prostředků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů.**
- **Cílem sbírky je získat finanční prostředky!**
- **Sbírky jsou časově velmi náročné, riziko při svěření dobrovolníkům.**

Veřejná sbírka

■ Výhody

- Efektivita
- Příležitost pro změnu postojů u kontroverzních témat
- Spolupráce s dobrovolníky
- PR, příležitost pro NNO zviditelnit se
- Sbírkou můžete pořádat i velmi malého rozsahu

■ Nevýhody

- Organizačně náročné
- Omezení dané školním rokem, počtem dobrovolníků
- Trh začíná být přesycen

Veřejná sbírka - průběh

■ Jak probíhají sbírky?

- Shromažďování příspěvků na předem vyhlášeném účtu
- Sběracími listinami
- Pokladničkami v místech určených k přijímání příspěvků
- Prodejem předmětů - příspěvek je zahrnut v ceně
- Prodejem vstupenek - příspěvek je zahrnut v ceně
- Pronájem telefonní linky určené ke shromažďování příspěvků z telefonního účtu

■ DMS



Veřejná sbírka - náležitosti

- Pro pořádání sbírky musíte mít **osvědčení z příslušného Krajského úřadu.**
- Základem je **zvláštní sbírkový účet.**
- V oznámení je třeba uvést **účel sbírky a formu provádění.**
- Ideální je využít maximální možné délky stanovené zákonem a osvědčit sbírku na tři roky. V tomto případě, se podává **každoroční vyúčtování.**
- **O sbírce se účtuje odděleně od ostatního účetnictví organizace.**

Účely veřejných sbírek



**ZVÍŘE
v nouzi**

SNÁŽIMĚ SE POMÁHAT ZVÍRATUM V NOUZI, POMOŽTE NÁM PROSÍM. I VY!

ZÁCHRANNÁ STANICE ŽIVOČICHŮ ROKYCANY

Chcete-li podpořit činnost naší záchranné stanice, odešlete prosím dárcovskou SMS ve tvaru

DMS ZVIREVNOUZI ROKYCANY
na číslo **87 777**
(Cena DMS je 30,- Kč, Zvíře v nouzi obdrží 27,- Kč)

www.darcovskasms.cz
nebo zašlete finanční dar na číslo účtu
33 55 33 22 / 0800
var.symbol: 2901
www.zvirevnuuzi.cz

ODCHYT, OŠETŘENÍ, LÉČBA A VYPOUŠTĚNÍ ŽIVOČICHŮ
www.csop.erc.cz

dms
Dárcovská SMS
pro veřejnost

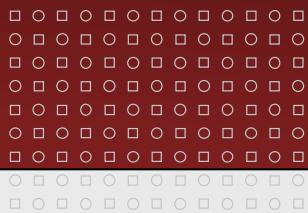
**NADACE
ČESKÉ SPORITELNY**



*• VYVAŘIT DUBLÍK
• ZAŘÍDIT KŘTINU
• ZASADIT STROM*

**Adoptujte Strom života
pro své miminko!**

Vše rozhodnutí máte svítí!
www.stromzivota.cz
www.nadacepartnerstvi.cz



**Veřejná sbírka RUCE na zajištění
tumočnických služeb pro neslyšící**

**DMS RUCEVZHURU
prosíme zasílejte na číslo 87777**

Patronkou sbírky
RUCE
je Alice Nellis

Můžete také přispět
finančním darem
na speciální konto
51-2590420257/0100

Cena DMS je 30 Kč; příjímce Vaší pomoci: obdruž. ZK; Sbírkou pořádá ASNEP - Asociace organizací neslyšících, nedoslyšících a jejich přátel. www.asnep.cz

AKCE CIHLA
devátý ročník celonárodní sbírky
www.akcecihla.cz

**CHCETE SE CÍTIT
VÝJIMEČNĚ
DOBŘE?**

**KUPTĚ SI
CIHLU**

... a pomozte tak lidem s mentálním postižením
žít stejným život, jako je ten Váš!

The advertisement features a central image of a smiling child holding a brick. The brick has the word 'CIHLA' written on it. In the background, there are stacks of bricks, each with a different handwritten label. Some of the visible labels include 'Vladan Křížek', 'KTERÝMA LIDÉMI', 'P.K. + F', and 'LUDÉ'. The overall design is colorful and uses large, bold, sans-serif fonts.

1. a 2.
prosince
2004



**SRDÍČKOVÝ
DEN** č.ú. 83297339/0800
www.zivotdetem.cz

**Již za 36 228 305,50 Kč zakoupilo občanské sdružení
Život dětem zdravotnickou a přístrojovou technologii
a další vybavení pro nemocné a postižené děti**

Výtěžek sbírky je určen v Praze pro:
Kliniku dětského a dorostového lékařství VFN a 1. LF UK, Ke Karlovu 2,
Pediatrickou kliniku UK 2. LF a FN Motol,
v rámci České republiky pro:
dětská odd. nemocnic a zařízení pečující o nemocné a postižené děti, současně podpoříte
občanské sdružení Život dětem, které může díky Vám pomáhat dětem z celé republiky.

Příspěvt lze také zavoláním na tel.číslo:
(50 Kč/1 min v síti Českého Telecomu)

900 505 550

idylla 

Zakoupením samolepicích
bločků s logem v min. hodnotě
30ti Kč
můžete pomoci i Vy

**ČESKÁ
SPORITELNA**

 ČESKÝ ROZHLAS

 reacar

 Gaga gastro

 SARIE IMPULS

 Greeny

 Pivo

 SEBA T





Občanské sdružení Život dětem
upřímně děkuje všem za příspěvt

Skutečný dárek.cz

Podpořte sbírku Skutečná pomoc společnosti Člověk v tísni



[O nás](#) [Jak Váš dárek pomůže](#) [Snižte si daně](#) [Časté dotazy](#) [Jak nakupovat](#) [Podmínky prodeje](#) [Ke stažení](#) [Partneři](#) [Kontakty](#)

Vyhledávání



- ◇ Všechny dárky
- ◇ Výběr podle typu

▶ zdraví



▶ školství



▶ obživa



▶ pitná voda



*Pomůžete těm nejchudším,
uděláte radost svým blízkým*



Darujte skutečný dárek!

Vyberte netradiční dárek. Kupte darovací certifikát. Dopište věnování a darujte ho.

Uděláte radost svým blízkým i sobě a zároveň pomůžete lidem v nejchudších zemích světa. 100 % hodnoty darovacího certifikátu jde na konto sbírky společnosti Člověk v tísni Skutečná pomoc. O cenu certifikátu si navíc můžete snížit daňový základ.

◇ [Více](#) o tom, jak Skutečný dárek funguje.

NOVINKA! Připravili jsme pro Vás **elektronický certifikát**. Svě věnování do něho můžete napsat přímo v e-shopu a poslat ho svým blízkým e-mailem.

◇ [Více](#) o elektronickém certifikátu

Jste z Pardubic, Plzně nebo Prahy? Využijte možnost koupit si darovací certifikát přímo ve Vašem městě v **prodejně ALBI**.



HLAVNÍ MĚSTO PRAHA
MAGISTRÁT HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY
ODBOR DANÍ, POPLATKŮ A CEN

PIE

Toto rozhodnutí nabylo

právní moci dne 18. 3. 2009

za Magistrát hl. m. Prahy

V Praze dne 18. 3. 2009

-56-

Občanské sdružení
Liga proti rakovině Praha
Na Truhlářce 100/60
180 81 PRAHA 8

| Č.j. | Vyřizuje / linka | Datum |
|--------------------|-----------------------|-------------|
| S-MHMP/231100/2009 | Št.Jurech / 236002567 | 18. 3. 2009 |

Věc : Rozhodnutí o zahájení veřejné sbírky.

Odbor daní, poplatků a cen Magistrátu hlavního města Prahy, na základě předloženého oznámení o konání veřejné sbírky občanským sdružením **Liga proti rakovině Praha**, se sídlem Na Truhlářce 100/60, PSČ 180 81 Praha 8, IČO 00571555, ze dne 6. března 2009, jako příslušný správní orgán v řízení podle ustanovení zákona č.500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů, rozhodl takto :

Podle ustanovení § 4 odst.2 zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách), ve znění pozdějších předpisů, se občanskému sdružení **Liga proti rakovině Praha**, se sídlem Na Truhlářce 100/60, PSČ 180 81 Praha 8

s t a n o v u j e

zahájení veřejné sbírky na den 1. dubna 2009, za účelem získání peněžitých příspěvků na nádorovou prevenci, zlepšení kvality života onkologických pacientů, podporu přístrojového vybavení, výzkumné a pedagogické činnosti a na provoz občanského sdružení Liga proti rakovině Praha. Veřejná sbírka bude ukončena dnem 31. prosince 2009.

Veřejná sbírka bude prováděna na území České republiky, v souladu s ustanovením § 9 odst.1 písm.a) zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách), ve znění pozdějších předpisů, tj. **shromážděním příspěvků na předem vyhlášeném zvláštním bankovním účtu** (§ 23) zřízeném pro tento účel u banky, a to po dobu uvedenou v oznámení o konání sbírky (účet č. 6500065/0300 ČSOB, a.s.), dále podle ustanovení § 9 odst.1 písm.d) citovaného zákona o veřejných sbírkách, tj. **prodejem předmětů**, jestliže je příspěvek zahrnut v jejich ceně, podle ustanovení § 9 odst.1 písm.e) citovaného zákona o veřejných sbírkách, tj. **prodejem vstupenek** na veřejná kulturní nebo sportovní

Sídlo: Mariánské nám. 2, 110 01 Praha 1
Pracoviště: Jungmannova 29/35, 110 00 Praha 1
tel. 236 001 111, fax 236 007 035
e-mail: dpc@cityofprague.cz



MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

Společenská odpovědnost firem a firemní dárcovství

Corporate Social Responsibility - CSR

= Společenská odpovědnost firem

Liší se z pohledu:

- managementu
- marketingu
- Evropské unie

Corporate Social Responsibility

- se začala rozvíjet už od poloviny 20. století především v USA kdy Bowen vydal knihu **Social Responsibilities of the Businessman (1953)**,
 - v níž definuje společenskou odpovědnost jako závazek podnikatele uskutečňovat takové **postupy**, přijímat taková **rozhodnutí**, nebo následovat takový směr jednání, které je **žádoucí** z hlediska cílů a hodnot naší **společnosti**.

Pohled managementu

Carollova čtyřdílná definice CSR, která se skládá z následujících složek:

- **Ekonomická odpovědnost**, kdy na sebe podnik bere závazek vyrábět výrobky a služby a prodávat je za spravedlivou cenu,
- **Zákonná odpovědnost**, kdy na sebe podnik bere závazek chovat se v souladu s místní legislativou,
- **Etická odpovědnost**, kdy na sebe podnik bere závazek chovat se v souladu s očekáváním společnosti, která nejsou upravena legislativou,
- **Dobrovolná**, resp. filantropická odpovědnost, která není společností očekávána, ale nabývá na strategické úloze.

Pohled marketingu

- Pracuje jen s **filantropickou** odpovědností:
 - Účelové sponzorství (MUSH sponzoring)
 - Sociální marketing
 - Cause related marketing
- Proto CSR (mylně?) označována za „nálepku“ kvalitního PR
- V ČR tento trend prosazuje Fórum dárců (poté, co opustilo lobbing za prosazení daňových asignací)
 - Konference: CSR- značka, která se vyplácí
 - Projekt: Sociální marketing - prostor pro inovativní marketingové kampaně

Pohled EU

- „CSR - je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders“ (Trnková, 2004 dle Zelené knihy, 2001)
- podporuje tedy dobrovolný, nikoli povinný charakter společenské odpovědnosti firem!

FIREMNÍ DÁRCOVSTVÍ

- **Co mohou firmy poskytnout NNO?**
 - Finanční prostředky jako dar
 - Finanční prostředky jako sponzorství
 - Materiální dar
 - Nemateriální dary - poskytnutí prostorů, telefonů, zkušenosti, know-how, informace
 - Dobrovolnou práci zaměstnanců
 - Reklamu ve firemních materiálech
 - Sdílený marketing (cause related marketing)

FIREMNÍ DÁRCOVSTVÍ

- Co mohou NNO nabídnout firmám?
 - Reklamu, publicitu, podporu značky a image
 - Dobrý pocit
 - Poděkování, uznání
 - Protislužbu - informace, vzdělávání, zkušenosti, know-how, odborníky
 - Spolupráci při rozvoji komunity
 - Společné projekty či akce
 - Kontakt na cílovou skupinu

FIREMNÍ DÁRCOVSTVÍ

- **Motivy vzájemné spolupráce na straně firem?**
 - Snaha o uspokojení žadatelů
 - Daňové zvýhodnění, odpisy
 - Pozitivní odezva veřejnosti, lepší image značky
 - Loajalita zákazníků nebo oslovení nové cílové skupiny
 - Budování postavení v komunitě
 - Osobní zájem někoho z vedení
 - Spolupráce s NNO může být levný marketing a propagace
 - **ALE i:** pocit moci, praní špinavých peněz, distribuce starých nebo těžko použitelných věcí....

FIREMNÍ DÁRCOVSTVÍ

- **Překážky vzájemné spolupráce?**
 - Nedostatek informací o NNO, nedůvěra vůči nim
 - Nízká kvalita a prezentace projektů NNO
 - Nedostatečná profesionalita a amatérismus
 - Nedostatečná spolehlivost a obavy o zneužití prostředků
 - Nedostatečná motivace ze strany státu
 - Jiné priority a cíle
 - Nedostatek disponibilních zdrojů
 - Považování takto vynaložených zdrojů za „neefektivní“ investice

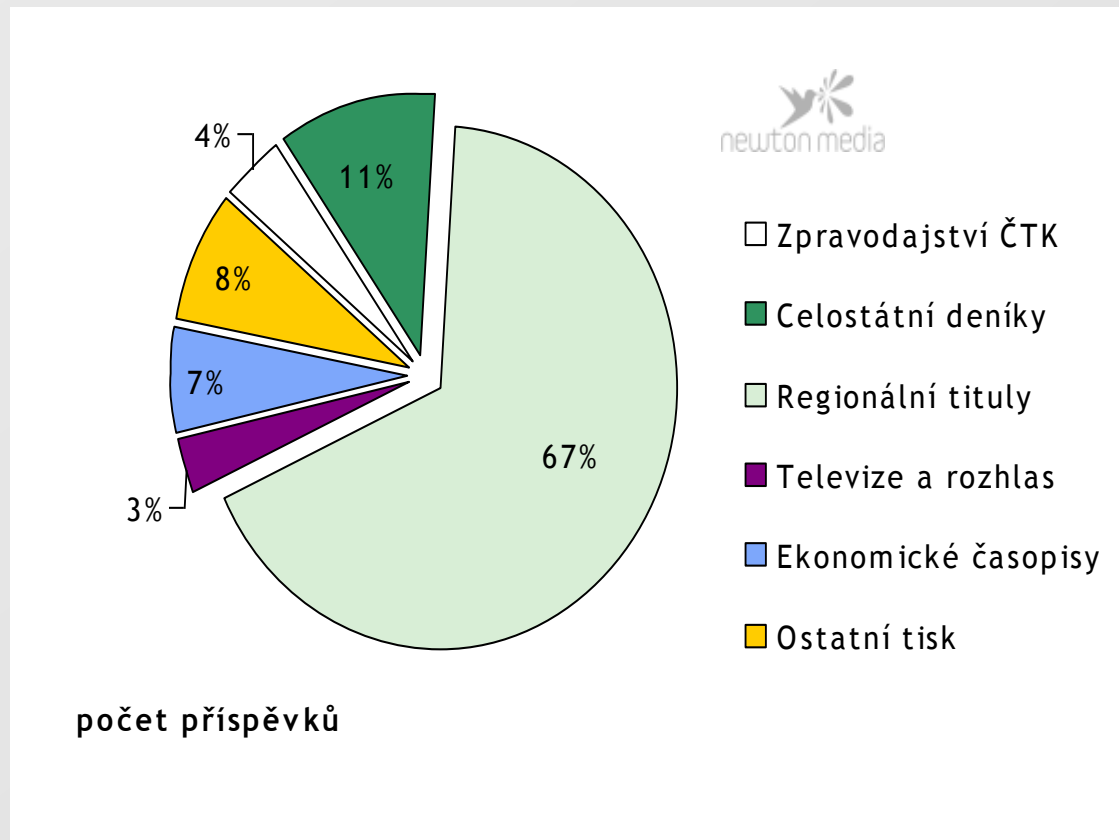
Typy projektů, které firmy rády podporují

- Významné **místní projekty** v oblastech, kde výrazněji působí.
- Prestižní **umělecké a kulturní akce**.
- **Sportovní akce** a utkání, zvláště ty, které se těší velké oblibě veřejnosti.
- **Aktivity, které souvisejí s jejich produktem**. Například výrobce zmrzliny by mohl mít zájem o podporu neziskových organizací, které pracují s dětmi.
- **Projekty ekonomického rozvoje** - protože vzkvétající ekonomika prospívá podnikání.
- **Ekologické projekty** - protože dnes se o životní prostředí zajímá každý.
- **Iniciativy, za kterými stojí prominentní osobnosti**.

Typy projektů, které moc úspěšné nejsou

- **Místní projekty mimo oblasti**, ve kterých působí.
- **Čistě nominální oslovení** pro náboženské účely, i když to nevyklučuje podporu sociálních projektů realizovaných církevními organizacemi.
- **Oběžníková oslovení/direct mail**, která jsou vytištěna a rozeslána stovkám firem. Ta zpravidla skončí nepřečtená v koši.
- **Kontroverzní témata**, ze kterých by mohla vyplynout negativní publicita. Firmy se rády drží na bezpečné půdě a zřídka podpoří organizace, které se aktivně věnují pořádání kampaní.
- **Zahraniční pomoc**, i když některé firmy podporují programy krizové a humanitární pomoci, protože jde o téma, jehož podpora se zamlouvá zaměstnancům.

Medializace firemní filantropie v roce 2008: Filantropie v jednotlivých skupinách médií:



Žádost o grant



Spolek absolventů a přátel MU

- Občanské sdružení
- Posláním SAPMU je **sdružování** absolventů, studentů, zaměstnanců a přátel Masarykovy univerzity, kteří v duchu demokratických principů usilují o **tvůrčí společenství** lidí kolem MU a o **podporu** studentských a absolventských aktivit a projektů **rozvíjejících občanskou společnost** v ČR i ve světě.
- Aktivity Spolku absolventů a přátel MU vycházejí z těchto hodnot:
 - **svoboda** projevu a myšlení;
 - **respekt** k názoru druhých;
 - **rovnost** občanských a politických práv;
 - **zdvořilost** ve veřejných debatách;
 - **oddanost** spravedlnosti;
 - **dobrá péče** o životní prostředí;
 - **lásky** k pravdě;
 - a **vědomí**, že národní zájmy jsou spojeny s prosperitou regionálních i globálních sousedů.



granty
TGM

podporujeme projekty studentů MU
rozvíjející občanskou společnost
v České republice i ve světě



SPOLEK ABSOLVENTŮ A PŘÁTEL
MASARYKOVY UNIVERZITY

vyhlašuje 1. ročník studentských grantů
pro rozvoj občanské společnosti.

www.spolek.muni.cz

Všem členům, partnerům
a přátelům spolku mnohokrát
děkujeme za pomoc a podporu.
Společně investujeme
do budoucnosti!

Základní informace:

- Cílem grantů TGM je odborná a finanční podpora studentských projektů zaměřených na rozvoj demokracie a občanské společnosti v ČR i ve světě
- Granty TGM umožňují realizovat debaty, přednášky, setkání, výstavy, projekce, festivaly, koncerty, happeningy, konference, workshopy, stáže, dokumenty, publikace, výzkumné projekty...
- Granty TGM se udělují ve výši 4 000 až 25 000 Kč
- Žadatelem o grant TGM může být pouze student Masarykovy univerzity, který má již zkušenosti s realizací veřejně prospěšných projektů.

REALIZACE



granty
TGM

PARTNERI



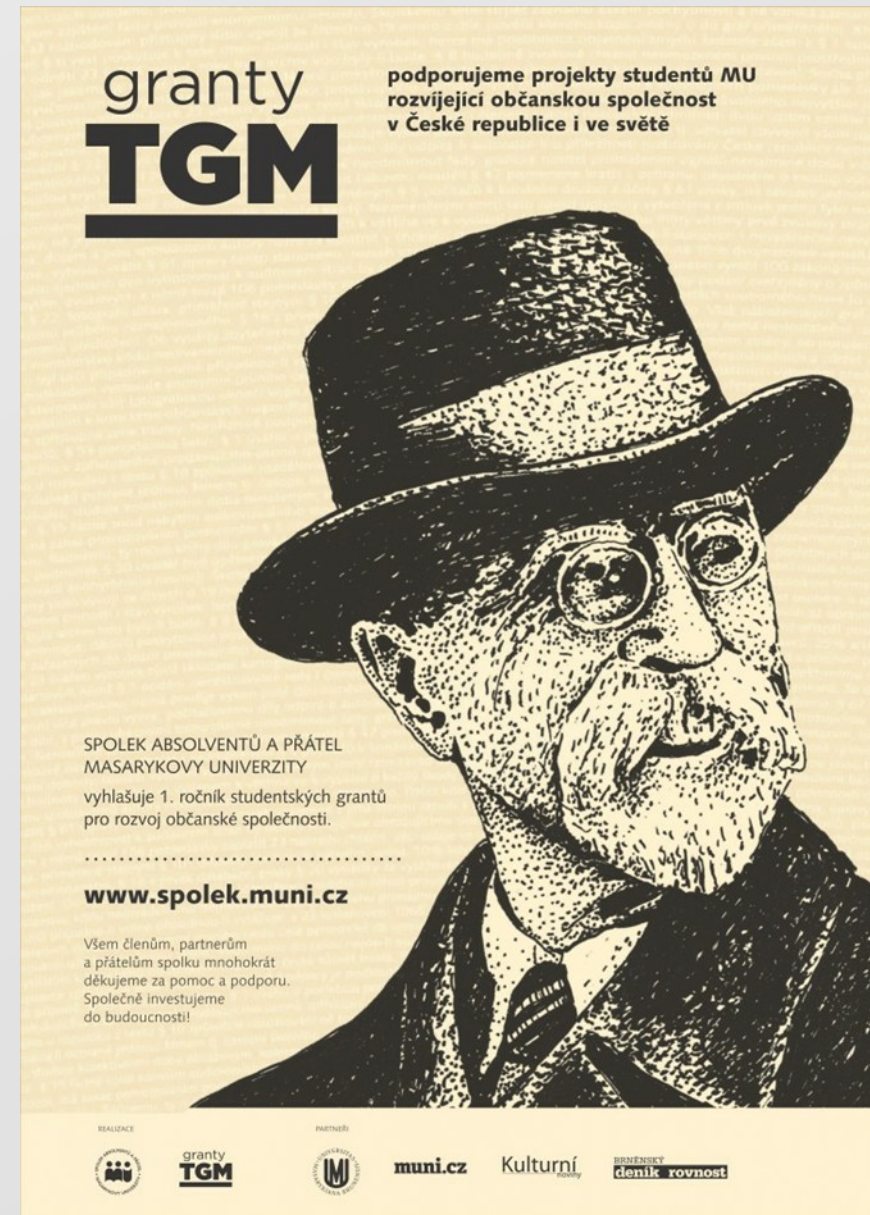
muni.cz

Kulturní
masaryk

BRNĚNSKÝ
deník rovnost

Podmínky grantů TGM:

- projekt je v souladu se zaměřením grantů TGM
- projekt má dlouhodobý dopad na společnost a aktivně je do něho zapojena veřejnost
- projekt má jasně formulované cíle a výstupy
- projekt má dostatečně zpracovaný realizační plán a časový harmonogram
- rozpočet projektu je přiměřený, hospodárný, zdůvodnitelný a ověřitelný
- administrativní náklady jsou přiměřené k celkovým nákladům projektu.



granty
TGM




podporujeme projekty studentů MU
rozvíjející občanskou společnost
v České republice i ve světě

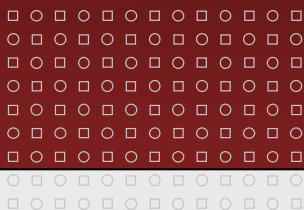
SPOLEK ABSOLVENTŮ A PŘÁTEL
MASARYKOVY UNIVERZITY
vyhlašuje 1. ročník studentských grantů
pro rozvoj občanské společnosti.

.....

www.spolek.muni.cz

Všem členům, partnerům
a přátelům spolku mnohokrát
děkujeme za pomoc a podporu.
Společně investujeme
do budoucnosti!

REALIZACE  granty **TGM**  muni.cz Kulturní  **deník rovnost**



Vybrané projekty ke cvičení (5 ze 12 podaných)



MUNI



Váš úkol:

- Prostudovat žádost
- Přidělit body za jednotlivé kategorie
- Napsat silné a slabé stránky projektu
- Rozhodnout, zda byste daný projekt:
 - Podpořili
 - Doporučili k přepracování
 - Zamítli



