

OBSAH

PŘEDMLUVA	7
1. NEZISKOVÉ ORGANIZACE	9
1.1 Prostor pro působení neziskových organizací	9
1.2 Základní charakteristiky neziskových organizací	10
1.2.1 Znaky neziskových organizací	10
1.2.2 Vize a poslání neziskových organizací	10
1.3 Typy neziskových organizací a jejich klasifikace	11
1.4 Členění neziskových organizací	12
1.5 Finanční zdroje neziskových organizací	13
1.6 Hospodaření neziskových organizací	14
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 1	15
2. SOCIÁLNÍ SLUŽBY	17
2.1 Charakteristika, cíl a typy sociálních služeb	17
2.1.1 Cíl sociálních služeb	18
2.1.2 Typologie sociálních služeb	18
2.2 Proces poskytování sociálních služeb	21
2.2.1 Hodnocení výsledných efektů sociálních služeb	22
2.3 Komunitní plánování	22
2.3.1 Základní charakteristiky a cíle komunitního plánování	22
2.3.2 Účastníci komunitního plánování	23
2.3.3 Priority komunitního plánování	23
2.3.4 Přínosy komunitního plánování	24
2.3.5 Výsledek komunitního plánování	24
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 2	25
3. ZÁKLADNÍ POJMY A VÝVOJ MANAGEMENTU	27
3.1 Význam a definice pojmu management	27
3.1.1 Význam pojmu management	27
3.1.2 Definice managementu	28
3.2 Vývojové etapy managementu	29
3.2.1 I. etapa - poč. 20. století	30
3.2.2 II. etapa - během 2. světové války	31
3.2.3 III. etapa - konec 70. let 20. století	32
3.2.4 IV. etapa - poč. 90. let 20. století	33
3.2.5 Moderní trendy managementu	34
3.3 Tři centra managementu	35
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 3	37
4. MANAGEMENT JAKO PROCES	39
4.1 Management jako proces – charakteristika	39
4.2 Manažerské funkce	40
4.2.1 Plánování	40
4.2.2 Organizování	46
4.2.3 Personalistika	51
4.2.4 Vedení a motivace	54

4.2.5	Kontrola.....	58
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 4	62
5.	RISK MANAGEMENT	64
5.1	Pojem riziko	64
5.1.1	Členění rizik	65
5.2	Risk management	67
5.2.1	Fáze risk managementu	67
5.3	Riziko v neziskové sféře.....	70
5.4	Pojištění a výběr vhodného pojistitele.....	71
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 5	72
6.	MANAŽER V ORGANIZACI	74
6.1	Charakteristika manažerské profese	74
6.2	Pojetí manažerské práce	75
6.3	Manažerské předpoklady a dovednosti	75
6.4	Postavení manažera v organizaci	76
6.4.1	Vývojové fáze manažera v řídicí hierarchii.....	76
6.4.2	Diferenciace manažerů	76
6.5	Manažerské role	78
6.6	Styl manažerské práce	78
6.6.1	Charakteristiky manažerské práce.....	78
6.6.2	Styl řízení	79
6.7	Time management	80
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 6	82
7.	KOMUNIKACE V ŘÍZENÍ	84
7.1	Cíl a význam komunikace	84
7.2	Formální komunikace.....	84
7.3	Neformální komunikace	85
7.4	Formy komunikace.....	86
7.4.1	Komunikace ústní.....	86
7.4.2	Komunikace písemná	86
7.4.3	Komunikace vertikální	86
7.4.4	Komunikace příčná.....	87
7.5	Druhy komunikace	87
7.5.1	Komunikace verbální	87
7.5.2	Komunikace neverbální.....	87
7.6	Bariéry komunikace	88
7.7	Nedostatky a problémy komunikace	88
7.8	Zásady efektivní komunikace.....	89
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 7	91
8.	SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST A ETIKA V ŘÍZENÍ	92
8.1	Podnikatelská etika	92
8.2	Etické kodexy	92
8.3	Podniková kultura.....	93
8.3.1	Projevy kultury	94
8.3.2	Význam kultury	94
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 8	95

9. MARKETING V NEZISKOVÉ ORGANIZACI	97
9.1 Význam a funkce marketingu.....	97
9.2 Marketingové koncepce	97
9.3 Marketingový trojúhelník.....	98
9.4 Marketingové zásady.....	99
9.4.1 Zajištění konkurenční výhody	99
9.4.2 Aktivní využívání tržních příležitostí.....	99
9.4.3 Zaměření se na jednotlivé tržní segmenty	99
9.4.4 Koncentrované použití sil.....	100
9.5 Marketingový mix	100
9.5.1 Product (produkt)	101
9.5.2 Price (cena).....	105
9.5.3 Place (místo, distribuční cesty)	108
9.5.4 Promotion (propagace, komunikace)	109
9.6 Marketing služeb	109
9.6.1 Charakteristika služeb	110
9.6.2 Marketingový mix služeb.....	110
9.6.3 Neziskový marketingový mix	111
9.7 Konkurenceschopnost organizace	111
9.8 Marketingový výzkum	112
9.8.1 Stadia marketingového výzkumu	113
9.8.2 Metody marketingového výzkumu.....	114
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 9	116
10. PROPAGACE V NEZISKOVÉM SEKTORU.....	118
10.1 Význam a formy marketingové komunikace	118
10.1.1 Reklama.....	118
10.1.2 Podpora prodeje.....	119
10.1.3 Public relations a publicita	119
10.1.4 Osobní prodej	120
10.1.5 Přímý marketing.....	121
10.2 Komunikační proces	121
10.3 Prodej služby	122
10.4 Propagační mix a životní cyklus produktu	123
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 10	124
11. EFEKTIVNÍ MARKETING	126
11. Úvod – 10 smrtelných marketingových hříchů	126
11.1 Firma se nedostatečně orientuje na trh a není „řízena“ zákazníky.....	127
11.2 Firma zcela neporozuměla potřebám cílových zákazníků	128
11.3 Firma potřebuje lépe vymezit a sledovat svou konkurenci	129
11.4 Firma nevěnuje dostatek pozornosti vztahům se zaměstnanci, dodavateli a distributory	130
11.5 Firmě se nedaří vyhledávat nové obchodní příležitosti.....	131
11.6 Firma má problémy s marketingovým plánováním	132
11.7 Služby firmy nejsou provázány se souvisejícími produkty.....	133
11.8 Firma nezvládá budování značky a komunikační politiku.....	134
11.9 Firma není dobře organizovaná, aby mohla provádět účinný a efektivní marketing.....	135

11.10 Firma dostatečně nevyužívá nejmodernější technologie.....	136
11.11 Desatero pro efektivní marketing.....	137
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 11	138
12. STRATEGICKÝ PROJEKT V NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH	140
12.1 Úloha strategického projektu.....	140
12.2 Obsah a zpracování strategického projektu.....	141
12.2.1 Obsah strategického projektu	141
12.2.2 Zásady správného sestavení strategického projektu.....	143
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 12	144
PŘÍLOHY	
Příloha č. 1: Typologie sociálních služeb.....	148
Příloha č. 2: PESTE analýza.....	151
Příloha č. 3: Porterův model „Model pěti sil“	152
Příloha č. 4: SWOT analýza	154
Příloha č. 5: Typologie strategií	156
Příloha č. 6: Přehled rizik organizací	160
Příloha č. 7: Opatření k redukci rizika	161
Příloha č. 8: Etika sociální práce	162
TÉMATÁ SEMINÁRNÍCH PRACÍ	165
ZKUŠEBNÍ OTÁZKY	166
SELFTEST	168
SEZNAM TABULEK A SCHÉMAT	170
LITERATURA	172