

Obsah:

1 Marketing, sociální marketing a marketing neziskového sektoru	7
1.1 Marketing	7
1.1.1 Marketing viděný z různých úhlů pohledu	9
1.2 Sociální marketing	13
1.3 Marketing v neziskovém sektoru	21
2 Organizace neziskového sektoru	24
2.1 Pojem neziskovosti	24
2.2 Neziskový sektor jako segment národního hospodářství	25
2.3 Neziskový sektor jako projev občanské společnosti	32
2.4 Vývoj neziskového sektoru v českých zemích (stručný nástin)	35
2.5 Typologie neziskových organizací	37
2.6 Právní formy neziskových organizací	38
3 Marketingové prostředí neziskové organizace	42
3.1 Mikroprostředí	42
3.1.1 Vnitřní mikroprostředí	42
3.1.2 Vnější mikroprostředí	43
3.2 Makroprostředí	49
3.3 Zákazníci neziskových organizací	51
4 Specifika marketingového procesu v neziskové organizaci	54
4.1 Marketingové plánování	54
4.2 Marketingový informační systém	56
4.2.1 Informační potřeby neziskových organizací	57
4.2.2 Metody marketingového výzkumu	59
4.3 Marketingový audit	60
4.4 Marketingový mix	61
4.5 Marketingová kontrola	64
4.6 Implementace marketingových aktivit a marketingová orientace	65
5 Produkt a komunikace s jeho uživateli	67
5.1 Uživatelé služeb neziskových organizací	67
5.2 Produkt neziskové organizace	71
5.2.1 Marketing služeb	71
5.2.2 Služba jako produkt neziskové organizace	72
5.3 Specifika marketingového mixu v jednotlivých oborech	73
5.3.1 Kultura	73
5.3.2 Sport	77
5.3.3 Vzdělávání a výzkum	79
5.3.4 Zdravotnictví	82
5.3.5 Sociální služby	85
5.3.6 Ekologie	88
5.3.7 Komunitní a společenský rozvoj	90
5.3.8 Politika, prosazování práv a zájmů	92
5.3.9 Filantropie	94
5.3.10 Mezinárodní aktivity	97
5.3.11 Náboženství	99
5.3.12 Práce	101
5.3.13 Ostatní a smíšené	102

6 Fundraising - komunikace s dárci	104
6.1 Individuální dárcovství	105
6.2 Firemní dárcovství	109
6.3 Nadace a nadační fondy	115
6.4 Státní a veřejná správa	120
6.5 Dobrovolníci	122
7 Public relations v neziskovém sektoru	126
7.1 Formy PR v neziskových organizacích a jejich cílové skupiny	126
7.2 Cíle a obsah PR sdělení	128
7.3 Základní prostředky PR v korporátní komunikaci	130
7.4 Lobbing	134
7.5 Komunikace s médii	135
7.6 Krizová komunikace	138
8 Mezinárodní souvislosti marketingu neziskových organizací	141
8.1 Neziskový sektor v jednotlivých zemích	143
8.2 Mezinárodní neziskové organizace a jejich sítě	148
8.3 Srovnání neziskového sektoru v evropských zemích	149
8.4 Neziskový sektor a Evropská unie	151
Bibliografický záznam	153