

# OBSAH

<b>PŘEDMLUVA</b> .....	7
<b>1. NEZISKOVÉ ORGANIZACE</b> .....	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 .....	13
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 1 .....	15
<b>2. SOCIÁLNÍ SLUŽBY</b> .....	17
2.1 Charakteristika, cíl a typy sociálních služeb .....	17
2.1.1 Cíl sociálních služeb .....	18
2.1.2 Členění sociálních služeb .....	18
2.1.3 Typologie sociálních služeb .....	19
2.2 Proces poskytování sociálních služeb .....	19
2.2.1 Hodnocení výsledných efektů sociálních služeb .....	20
2.3 Komunitní plánování .....	20
2.3.1 Základní charakteristiky a cíle komunitního plánování .....	20
2.3.2 Účastníci komunitního plánování .....	21
2.3.3 Priority komunitního plánování .....	21
2.3.4 Přínosy komunitního plánování .....	22
2.3.5 Výsledek komunitního plánování .....	22
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 2 .....	23
<b>3. ZÁKLADNÍ POJMY A VÝVOJ MANAGEMENTU</b> .....	25
3.1 Význam a definice pojmu management .....	25
3.1.1 Význam pojmu management .....	25
3.1.2 Definice managementu .....	26
3.2 Vývojové etapy managementu .....	27
3.2.1 I. etapa - poč. 20. století .....	28
3.2.2 II. etapa - během 2. světové války .....	29
3.2.3 III. etapa - konec 70. let 20. století .....	30
3.2.4 IV. etapa - poč. 90. let 20. století .....	31
3.2.5 Moderní trendy managementu .....	32
3.3 Tři centra managementu .....	33
Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 3 .....	35
<b>4. MANAGEMENT JAKO PROCES</b> .....	37
4.1 Management jako proces – charakteristika .....	37
4.2 Manažerské funkce .....	38
4.2.1 Plánování .....	38
4.2.2 Organizování .....	44
4.2.3 Personalistika .....	49

4.2.4	Vedení a motivace .....	52
4.2.5	Kontrola .....	56
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 4 .....	60
<b>5.</b>	<b>RISK MANAGEMENT .....</b>	<b>62</b>
5.1	Pojem riziko .....	62
5.1.1	Členění rizik .....	63
5.2	Risk management .....	65
5.2.1	Fáze risk managementu .....	65
5.3	Riziko v neziskové sféře .....	68
5.4	Pojištění a výběr vhodného pojistitele .....	69
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 5 .....	70
<b>6.</b>	<b>MANAŽER V ORGANIZACI .....</b>	<b>72</b>
6.1	Charakteristika manažerské profese .....	72
6.2	Pojetí manažerské práce .....	73
6.3	Manažerské předpoklady a dovednosti .....	73
6.4	Postavení manažera v organizaci .....	74
6.4.1	Vývojové fáze manažera v řídicí hierarchii .....	74
6.4.2	Diferenciace manažerů .....	74
6.5	Manažerské role .....	76
6.6	Styl manažerské práce .....	76
6.6.1	Charakteristiky manažerské práce .....	76
6.6.2	Styl řízení .....	77
6.7	Timemanagement .....	78
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 6 .....	80
<b>7.</b>	<b>KOMUNIKACE V ŘÍZENÍ .....</b>	<b>82</b>
7.1	Cíl a význam komunikace .....	82
7.2	Formální komunikace .....	82
7.3	Neformální komunikace .....	83
7.4	Formy komunikace .....	84
7.4.1	Komunikace ústní .....	84
7.4.2	Komunikace písemná .....	84
7.4.3	Komunikace vertikální .....	84
7.4.4	Komunikace příčná .....	85
7.5	Druhy komunikace .....	85
7.5.1	Komunikace verbální .....	85
7.5.2	Komunikace neverbální .....	85
7.6	Bariéry komunikace .....	86
7.7	Nedostatky a problémy komunikace .....	86
7.8	Zásady efektivní komunikace .....	87
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 7 .....	89
<b>8.</b>	<b>SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST A ETIKA V ŘÍZENÍ .....</b>	<b>90</b>
8.1	Podnikatelská etika .....	90
8.2	Etické kodexy .....	90
8.3	Podniková kultura .....	91

8.3.1	Projevy kultury .....	91
8.3.2	Význam kultury .....	92
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 8 .....	93
<b>9.</b>	<b>MARKETING V NEZISKOVÉ ORGANIZACI .....</b>	<b>95</b>
9.1	Význam a funkce marketingu.....	95
9.2	Marketingové koncepce .....	95
9.3	Marketingový trojúhelník.....	96
9.4	Marketingové zásady.....	97
9.4.1	Zajištění konkurenční výhody.....	97
9.4.2	Aktivní využívání tržních příležitostí.....	97
9.4.3	Zaměření se na jednotlivé tržní segmenty .....	97
9.4.4	Koncentrované použití sil.....	98
9.5	Marketingový mix .....	98
9.5.1	Product (produkt) .....	99
9.5.2	Price (cena).....	103
9.5.3	Place (místo, distribuční cesty) .....	106
9.5.4	Promotion (propagace, komunikace) .....	107
9.6	Marketing služeb .....	107
9.6.1	Charakteristika služeb .....	108
9.6.2	Marketingový mix služeb.....	108
9.6.3	Neziskový marketingový mix .....	109
9.7	Konkurenceschopnost organizace .....	109
9.8	Marketingový výzkum .....	110
9.8.1	Stadia marketingového výzkumu .....	110
9.8.2	Metody marketingového výzkumu.....	112
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 9 .....	114
<b>10.</b>	<b>PROPAGACE V NEZISKOVÉM SEKTORU.....</b>	<b>116</b>
10.1	Význam a formy marketingové komunikace .....	116
10.1.1	Reklama.....	116
10.1.2	Podpora prodeje.....	117
10.1.3	Public relations a publicita .....	117
10.1.4	Osobní prodej .....	118
10.1.5	Přímý marketing .....	119
10.2	Komunikační proces.....	119
10.3	Prodej služby .....	120
10.4	Propagační mix a životní cyklus produktu .....	121
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 10 .....	122
<b>11.</b>	<b>EFEKTIVNÍ MARKETING.....</b>	<b>124</b>
11.	Úvod – 10 smrtelných marketingových hříchů.....	125
11.1	Firma se nedostatečně orientuje na trh a není „řízena“ zákazníky .....	125
11.2	Firma zcela neporozuměla potřebám cílových zákazníků .....	126
11.3	Firma potřebuje lépe vymezit a sledovat svou konkurenci .....	127
11.4	Firma nevěnuje dostatek pozornosti vztahům se zaměstnanci, dodavateli a distributory .....	128
11.5	Firmě se nedaří vyhledávat nové obchodní příležitosti.....	129
11.6	Firma má problémy s marketingovým plánováním .....	130

11.7	Služby firmy nejsou provázány se souvisejícími produkty.....	131
11.8	Firma nezvládá budování značky a komunikační politiku.....	132
11.9	Firma není dobře organizovaná, aby mohla provádět účinný a efektivní marketing.....	133
11.10	Firma dostatečně nevyužívá nejmodernější technologie.....	134
11.11	Desatero pro efektivní marketing.....	135
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 11.....	136
<b>12.</b>	<b>STRATEGICKÝ ZÁMĚR V NEZISKOVÝCH ORGANIZÁCÍCH.....</b>	<b>138</b>
12.1	Úloha strategického záměru.....	138
12.2	Obsah a zpracování strategického projektu.....	138
12.2.1	Zásady správného sestavení strategického projektu.....	141
	Kontrolní otázky, zkušební otázky a úkol č. 12.....	142
<b>PŘÍLOHY</b>		
	Příloha č. 1: Typologie sociálních služeb.....	146
	Příloha č. 2: PESTE analýza.....	149
	Příloha č. 3: Porterův model „Model pěti sil“.....	150
	Příloha č. 4: SWOT analýza.....	152
	Příloha č. 5: Typologie strategií.....	154
	Příloha č. 6: Přehled rizik organizací.....	158
	Příloha č. 7: Opatření k redukci rizika.....	159
	Příloha č. 8: Etika sociální práce.....	160
	<b>TÉMATA SEMINÁRNÍCH PRACÍ.....</b>	<b>163</b>
	<b>ZKUŠEBNÍ OTÁZKY.....</b>	<b>164</b>
	<b>SELFTEST.....</b>	<b>166</b>
	<b>SEZNAM TABULEK A SCHÉMAT.....</b>	<b>168</b>
	<b>LITERATURA.....</b>	<b>170</b>