

OBSAH

PŘEDMLUVA	7
1. MARKETING V NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH A SOCIÁLNÍ MARKETING	9
1.1 Čím je a čím není marketing	9
1.1.1 Různé pohledy na obsah pojmu marketing	11
1.1.2 Marketingové řízení	12
1.1.3 Marketing a marketingová komunikace	13
1.1.4 Společenská koncepce marketingu	14
1.1.5 Marketing jako vědní obor	15
1.2 Marketing v neziskových organizacích	16
1.2.1 Potřeba a překážky zavádění marketingového řízení	17
1.2.2 Management a leadership v neziskových organizacích	19
1.2.3 Marketing v životě neziskových organizací	20
1.2.4 Role marketingu v neziskových organizacích	21
1.2.5 Formální postavení marketingu v neziskové organizaci	22
1.2.6 Nekomerční produkt a jeho povaha	22
1.2.7 Propagace nekomerčního produktu	24
1.3 Sociální marketing	25
1.3.1 Definice sociálního marketingu	27
1.3.2 Cíle sociálního marketingu	27
1.3.3 Oblasti realizace sociálních marketingových kampaní	29
1.3.4 Rysy a produkt sociálních marketingových kampaní	30
1.3.5 Etické aspekty sociálního marketingu	33
1.3.6 Časová otázka a hodnocení efektivity sociálního marketingu	35
2. ORGANIZACE NEZISKOVÉHO SEKTORU	36
2.1 Pojem neziskovosti	36
2.2 Neziskový sektor jako segment národního hospodářství	37
2.2.1 Charakteristika nestátních neziskových organizací	39
2.2.2 Terminologie neziskového sektoru	40
2.2.3 Teorie neziskového sektoru	41
2.3 Neziskový sektor jako projev občanské společnosti	45
2.4 Typologie neziskových organizací	48
2.4.1 Obory působnosti neziskových organizací	49
2.5 Právní formy neziskových organizací	50
2.5.1 Soukromoprávní neziskové organizace	50
2.5.2 Veřejnoprávní neziskové organizace	54
2.6 Vývojové kořeny neziskového sektoru v českých zemích	56
2.7 Neziskový sektor v Evropě a ve světě	58
2.7.1 Mezinárodní neziskové organizace a jejich sítě	60

3. MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	63
3.1 Mikroprostředí	63
3.1.1 Vnitřní mikroprostředí	63
3.1.2 Vnější mikroprostředí	64
3.2 Makroprostředí	70
3.3 Zákazníci neziskových organizací	73
4. SPECIFIKA MARKETINGOVÉHO PROCESU V NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH	77
4.1 Vize, poslání, strategie a marketingové plánování	78
4.2 Marketingový informační systém	80
4.2.1 Marketingový výzkum v neziskových organizacích	82
4.3 Marketingový audit	84
4.4 Marketingový mix u nekomerčních produktů	85
4.4.1 Produkt, zákaznická a společenská hodnota	85
4.4.2 Cena, zákaznické a společenské náklady	86
4.4.3 Místo, distribuce a pohodlí	87
4.4.4 Propagace a komunikace	87
4.4.5 Rozšířený marketingový mix v nekomerčním marketingu	88
4.5 Marketingová kontrola	90
5. PUBLIC RELATIONS – KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ V NEZISKOVÉM SEKTORU	92
5.1 Formy PR v neziskových organizacích a jejich cílové skupiny	92
5.2 Cíle a obsah PR sdělení	94
5.3 Základní prostředky PR neziskových organizací	96
5.4 Lobbying	101
5.5 Komunikace s médii	102
5.6 Krizová komunikace	104
6. FUNDRAISING – KOMUNIKACE S DÁRCI	108
6.1 Individuální dárcovství	109
6.1.1 Formy individuálního dárcovství	109
6.1.2 Motivace k individuálnímu dárcovství	111
6.1.3 Komunikace s individuálními dárci	113
6.2 Firemní dárcovství	113
6.2.1 Formy firemního dárcovství	114
6.2.2 Sponzoring jako prvek komunikace komerčních firem	116
6.2.3 Motivace firemních dárců	117
6.2.4 Komunikace s firemními dárci	118
6.3 Nadace a nadační fondy	120
6.3.1 Formy podpory nadací	121
6.3.2 Vznik nadací a motivace podpory	122
6.3.3 Komunikace s nadacemi	123
6.3.4 Žádost o grant	124

6.4 Veřejná správa (státní správa a místní samospráva)	126
6.4.1 Formy podpory	126
6.4.2 Motivace podpory z veřejných rozpočtů	127
6.4.3 Komunikace s orgány veřejné správy	127
6.5 Dobrovolníci	128
6.5.1 Formy dobrovolné práce	129
6.5.2 Motivace k dobrovolné práci	130
6.5.3 Komunikace s dobrovolníky	131
7. SPECIFIKA MARKETINGU V JEDNOTLIVÝCH OBORECH PŮSOBNOSTI NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	133
7.1 Kultura	133
7.1.1 Hra na vypálení Lidic	136
7.2 Sport	138
7.2.1 Družstvo fanoušků Bohemians	140
7.3 Vzdělávání a výzkum	142
7.3.1 Studenti propagují svou univerzitu	144
7.4 Zdravotnictví	146
7.4.1 Direct mailing organizace Mamma HELP	148
7.5 Sociální služby	150
7.5.1 Tříkrálová sbírka	153
7.6 Ekologie	155
7.6.1 Rychlostní silnice R52 Brno – Vídeň	157
7.7 Komunitní a společenský rozvoj	161
7.7.1 Regionální značky	163
7.8 Politika, prosazování práv a zájmů	164
7.8.1 M.O.R. na radnici ve Zlíně	166
7.9 Filantropie	168
7.9.1 Daruj správně.cz	170
7.10 Mezinárodní aktivity	171
7.10.1 Skutečný dárek.cz	174
7.11 Náboženství	175
7.11.1 Návštěva papeže Benedikta XVI. v ČR	177
7.12 Práce	179
7.12.1 Děkuje, odcházíme	181
7.13 Ostatní a smíšené	184
BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM	185