

Obsah

O autorovi	9
Úvod: Marketing není neslušné slovo	11
1. Obecné principy marketingového a strategického řízení	15
1.1 Marketing jako řídicí proces	16
1.2 Marketingový mix	17
1.2.1 Obsah a smysl marketingového mixu	17
1.2.2 Produkt a jeho tři rozměry	18
1.2.3 Cena a její tvorba	20
1.2.4 Marketing cílený na trh	23
1.2.5 Propagace a PR	26
1.3 Strategické řízení	30
1.3.1 Organizační strategie	30
1.3.2 Strategická analýza	31
1.3.3 Strategická volba	36
1.3.4 Realizace strategie – řízení změn	41
1.4 Shrnutí	47
2. Specifika řízení ve veřejných službách	49
2.1 Veřejný sektor, veřejné služby, politika	50
2.2 Veřejnost jako zákazník	52
2.3 Veřejné služby a uspokojování lidských potřeb	53
2.4 Produkt veřejných služeb	54
2.4.1 Základní odlišnosti produktu veřejných služeb	54
2.4.2 Standardizace produktu a řízení kvality	57
2.5 Cena ve veřejných službách	60
2.5.1 Platby v penězích	60
2.5.2 Platby, náklady a objem služeb	62
2.5.3 Cena příležitosti	64
2.6 Specifika trhu ve veřejných službách	66
2.6.1 Vztah prodávajícího a kupujícího	66
2.6.2 Členitý trh	68
2.7 Propagace ve veřejných službách	72
2.8 Organizační kultura ve veřejných službách	75
2.8.1 Základní typy organizačních kultur	75
2.8.2 Moc v organizaci a její zdroje	76
2.8.3 Byrokracie	78

2.9	Veřejná služba jako předmět investičního projektu	80
2.9.1	Investiční projekt a jeho fáze	80
2.9.2	Investiční projekty ve veřejných službách a jejich hodnocení	82
2.10	Shrnutí	83
3.	Manažerský přístup k veřejným službám	85
3.1	Smysl a cíl využití manažerských nástrojů ve veřejných službách ...	86
3.2	Užitečné nástroje a techniky analýzy informací	87
3.2.1	Údaje a informace	87
3.2.2	Sekundární data a jejich zdroje	88
3.2.3	Primární data a jejich výzkum	88
3.2.4	Metody kolektivního rozhodování	90
3.2.5	Některé další „měkké“ metody	90
3.2.6	Časté omyly při získávání a hodnocení dat	94
3.3	Strategická analýza ve veřejných službách	95
3.3.1	Analýza zákazníků	95
3.3.2	Analýza konkurence	97
3.3.3	Analýza ostatních součástí vnějšího prostředí	99
3.3.4	Analýza strategických zdrojů	100
3.3.5	Analýza organizační kultury	103
3.3.6	SWOT analýza	104
3.4	Příprava organizační strategie	105
3.4.1	Statické podmínky	105
3.4.2	Dynamické podmínky, scénáře, koncept „učící se organizace“	107
3.4.3	Volba typu strategie	110
3.4.4	Poslání a vize organizace	112
3.5	Podnikový plán ve veřejných službách	114
3.5.1	Smysl a základní struktura podnikového plánu	114
3.5.2	Resumé a úvodní informace	115
3.5.3	Plán prodeje a marketingu	115
3.5.4	Provozní plán	116
3.5.5	Plán lidských zdrojů	117
3.5.6	Finanční plán	118
3.5.7	Plán řízení rizik	118
3.5.8	Plán organizace a řízení, časový harmonogram	119
3.6	Řízení změn ve veřejných službách	121
3.6.1	Podmínky úspěchu změny	121
3.6.2	Styl změny	122
3.6.3	Změny v organizační kultuře	123
3.6.4	Další nástroje změny	124

3.6.5	Role odborů při řízení změn	127
3.7	Shrnutí	128
4.	Veřejně soukromá partnerství – PPP	131
4.1	Veřejně soukromé partnerství jako veřejná služba	132
4.2	Platební mechanismus	133
4.2.1	Typy platebního mechanismu	133
4.2.2	Přímé zpoplatnění	134
4.2.3	Poplatky za dostupnost	134
4.2.4	Poplatky za užívání	135
4.2.5	Předpoklady úspěchu platebního mechanismu	135
4.3	Příjmy a výdaje veřejného zadavatele u PPP	137
4.4	Předpoklady úspěšnosti PPP	138
4.4.1	Vhodnost investičního projektu pro PPP	138
4.4.2	Další podmínky úspěšnosti PPP	140
4.5	Další formy spolupráce veřejného a soukromého sektoru	143
4.5.1	Spolupráce v oblasti údržby zařízení	143
4.5.2	Energy performance contracting – EPC	145
4.6	Shrnutí	147
Závěrem		149
Literatura		150
Přílohy		151
Příloha 1	Příklad standardizace poskytování veřejných služeb: Ukazatele řízení kvality v Dopravním podniku hl. m. Prahy – jednotka Provoz metro	152
Příloha 2	Hromadný dopis elektrotechnické fakulty jedné z českých vysokých škol (zde označena smyšlenou zkratkou „ELF“)	157
Příloha 3	Případová studie úspěšné technické univerzity – The Rensselaer Polytechnic Institute	160
Příloha 4	Příklad přípravy podnikového a marketingového plánu pro provozovatele městské hromadné dopravy	163
Příloha 5	Příklad úspěšného a neúspěšného PPP	172
Definice důležitých pojmů		177
Rejstřík		181