

# Obsah

<b>Předmluva</b> .....	<b>6</b>
<b>1. NEZISKOVÉ ORGANIZACE</b> .....	<b>7</b>
1.1. Prostor pro působení neziskových organizací .....	7
1.2. Základní charakteristiky neziskových organizací .....	8
1.2.1. Znaky neziskových organizací .....	8
1.2.2. Vize a poslání neziskových organizací .....	8
1.3. Typy neziskových organizací a jejich klasifikace .....	9
1.4. Členění neziskových organizací .....	10
1.5. Finanční zdroje neziskových organizací .....	11
1.6. Hospodaření neziskových organizací .....	11
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 1 .....	13
<b>2. SOCIÁLNÍ SLUŽBY</b> .....	<b>14</b>
2.1. Charakteristika a typy sociálních služeb .....	14
2.2. Proces poskytování sociálních služeb .....	14
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 2 .....	15
<b>3. ZÁKLADNÍ POJMY A VÝVOJ MANAGEMENTU</b> .....	<b>17</b>
3.1. Význam a definice pojmu management .....	17
3.1.1. Význam pojmu management .....	17
3.1.2. Definice managementu .....	18
3.2. Vývojové etapy managementu .....	18
3.2.1. I. Etapa - poč. 20. století .....	19
3.2.2. II. Etapa - během 2. světové války .....	21
3.2.3. III. Etapa - konec 70. let 20. století .....	22
3.2.4. IV. Etapa - poč. 90. let 20. století .....	23
3.2.5. Moderní trendy managementu .....	23
3.3. Tři centra managementu .....	25
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 3 .....	26
<b>4. MANAGEMENT JAKO PROCES</b> .....	<b>27</b>
4.1. Management jako proces – charakteristika .....	27
4.2. Manažerské funkce .....	28
4.2.1. Plánování .....	28
4.2.2. Organizování .....	34
4.2.3. Personalistika .....	39
4.2.4. Vedení a motivace .....	42
4.2.5. Kontrola .....	46
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 4 .....	50
<b>5. MANAŽER V ORGANIZACI</b> .....	<b>51</b>
5.1. Charakteristika manažerské profese .....	51
5.2. Pojetí manažerské práce .....	52
5.3. Manažerské předpoklady a dovednosti .....	52
5.4. Postavení manažera v organizaci .....	53
5.4.1. Vývojové fáze manažera v řídicí hierarchii .....	53

5.4.2. Diferenciace manažerů .....	53
5.5. Manažerské role .....	55
5.6. Styl manažerské práce .....	55
5.6.1. Charakteristiky manažerské práce .....	55
5.6.2. Styl řízení .....	56
5.7. Timemanagement .....	57
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 5 .....	58
<b>6. KOMUNIKACE V ŘÍZENÍ.....</b>	<b>59</b>
6.1. Cíl a význam komunikace .....	59
6.2. Formální komunikace .....	59
6.3. Neformální komunikace .....	60
6.4. Formy komunikace .....	61
6.4.1. Komunikace ústní.....	61
6.4.2. Komunikace písemná .....	61
6.4.3. Komunikace vertikální .....	61
6.4.4. Komunikace příčná.....	62
6.5. Druhy komunikace .....	62
6.5.1. Komunikace verbální .....	62
6.5.2. Komunikace neverbální.....	62
6.6. Bariéry komunikace .....	63
6.7. Nedostatky a problémy komunikace .....	63
6.8. Zásady efektivní komunikace .....	64
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 6 .....	65
<b>7. SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST A ETIKA V ŘÍZENÍ .....</b>	<b>66</b>
7.1. Podnikatelská etika.....	66
7.2. Etické kodexy .....	66
7.3. Podniková kultura.....	67
7.3.1. Projevy kultury .....	67
7.3.2. Význam kultury.....	68
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 7 .....	69
<b>8. MARKETING V NEZISKOVÉ ORGANIZACI .....</b>	<b>70</b>
8.1. Význam a funkce marketingu.....	70
8.2. Marketingové koncepce .....	70
8.3. Marketingový trojúhelník.....	71
8.4. Marketingové zásady.....	72
8.4.1. Zajištění konkurenční výhody .....	72
8.4.2. Aktivní využívání tržních příležitostí.....	72
8.4.3. Zaměření se na jednotlivé tržní segmenty .....	72
8.4.4. Koncentrované použití sil.....	73
8.5. Marketingový mix .....	73
8.5.1. Product (produkt) .....	74
8.5.2. Price (cena).....	78
8.5.3. Place (místo, distribuční cesty) .....	81
8.5.4. Promotion (propagace, komunikace) .....	82
8.6. Marketing služeb.....	82
8.6.1. Charakteristika služeb .....	83
8.6.2. Marketingový mix služeb.....	83

8.6.3. Neziskový marketingový mix .....	84
8.7. Konkurenceschopnost organizace .....	84
8.8. Marketingový výzkum .....	85
8.8.1. Stádia marketingového výzkumu .....	85
8.8.2. Metody marketingového výzkumu .....	87
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 8 .....	89
<b>9. PROPAGACE V NEZISKOVÉM SEKTORU.....</b>	<b>90</b>
9.1. Význam a formy marketingové komunikace .....	90
9.1.1. Reklama .....	90
9.1.2. Podpora prodeje .....	91
9.1.3. Public relations a publicita .....	91
9.1.4. Osobní prodej .....	92
9.1.5. Přímý marketing .....	93
9.2. Komunikační proces .....	93
9.3. Prodej služby .....	94
9.4. Propagační mix a životní cyklus produktu .....	94
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 9 .....	95
<b>10. STRATEGICKÝ ZÁMĚR V NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH .....</b>	<b>96</b>
10.1. Úloha strategického záměru .....	96
10.2. Obsah a zpracování strategického projektu .....	96
10.2.1. Zásady správného sestavení strategického projektu .....	99
Kontrolní otázky, zkušební otázka a úkol č. 10 .....	100
<b>PŘÍLOHY</b>	
Příloha č. 1: SWOT analýza .....	102
Příloha č. 2: Porterův model „Model pěti sil“ .....	104
Příloha č. 3: Typologie strategií .....	106
Příloha č. 4: Etika sociální práce .....	110
<b>Témata seminárních prací .....</b>	<b>112</b>
<b>Zkušební otázky .....</b>	<b>113</b>
<b>Selftest .....</b>	<b>114</b>
<b>Seznam odborné literatury .....</b>	<b>116</b>

sektor získávají prostředky pro svůj činnost prostřednictvím neziskového procesu. Člen neziskového sektoru není zisk ve finančním vyjádření ale dostává užitek, který má spíše vidu podobu veřejné služby.

Neziskový veřejný sektor (nebo též jen veřejný sektor) je část neziskového sektoru, která je financována z veřejných financí, je řízena a spravována veřejnou správou, rozhoduje se v ní veřejnou vůlí a podléhá veřejné kontrole. Člen tohoto sektoru je poskytování veřejné služby.

Neziskový soukromý sektor (nebo též třetí sektor\*) je ta část národního hospodářství, jejíž člen není zisk, ale právní subjekt. Je financován ze soukromých financí (ale případně z veřejných financí se nevylučuje), tedy financí soukromých fyzických a právnických osob, které vkládají své soukromé peníze do určité produkce nebo distribuce zboží, aniž by se tímto vkladem přímě finančně vysledovaly zisk.

\* První sektor je sektor ziskový – stát, druhý sektor je sektor veřejný – stát.