

OBSAH

O autorce	9
Předmluva	10
Úvod a metodika	11
1 Východiska k uplatnění managementu ve veřejné správě	15
1.1 Change Management (management změn) v řízení reformních změn ve veřejné správě	17
1.1.1 Risk Management (RM): rizika při řízení změn ve veřejné správě.....	18
2 Colaboraborative Public Management: participace a stakeholders v řízení měst, obcí a regionů	21
2.1 Participativní rozhodování ve veřejné správě	22
2.2 Komunikace veřejné správy s veřejností jako základ úspěšné participace a spolupráce	22
2.3 Role stakeholders ve znalostních a kreativních regionech.....	23
2.4 Reflexe participace: příklady dobré praxe ve veřejné správě.....	26
2.4.1 Regionální inovační systémy: kooperující sítě (networking)	26
2.4.2 Metoda Leader: podpora místního partnerství	30
2.4.3 Future City Game (FCG)	31
2.4.4 Business Improvement District.....	32
2.4.5 IT aplikace pro podporu spolupráce veřejnosti s veřejnou správou	33
3 Knowledge Management (znalostní management) v řízení měst, obcí a regionů	34
3.1 Od tradičního regionu k znalostnímu regionu/městu	39
3.2 Reflexe znalostního managementu: příklady dobré praxe ve veřejné správě	42
3.2.1 Smart Cities: chytrá řešení pro parkování ve městech.....	44
3.2.2 Smart Cities: elektronické plomby k zabezpečení předmětů.....	45
3.2.3 Smart Cities: inteligentní osvětlení ulic a veřejných prostranství – cesta k optimalizaci	45

3.2.4	Smart Cities: další příklady dobré praxe využívání chytrých technologií.....	46
4	Creative Management (kreativní management) v řízení měst, obcí a regionů	47
4.1	Kreativní potenciál měst, obcí a regionů.....	48
4.1.1	Identifikace a hodnocení kreativního rozvojového potenciálu	50
4.2	Reflexe kreativní ekonomiky: příklady dobré praxe řízení měst, obcí a regionů.....	51
4.2.1	Kreativita v rozvoji měst, obcí a regionů.....	52
5	Public Space Management (management veřejného prostranství) v řízení měst, obcí a regionů.....	54
5.1	Kreativní potenciál veřejného prostranství.....	56
5.1.1	Vztah měst a obcí k umění ve veřejném prostranství (streetart, busking apod.).....	56
5.2	Reflexe Public Space managementu: příklady dobré praxe v řízení měst, obcí a regionů	57
5.2.1	Kreativní využití veřejného prostranství jako podpora aktivizace občanské participace.....	57
5.2.2	Animace veřejného prostranství s využitím streetartu.....	58
5.2.3	Umělecké dílo v kontextu veřejného prostranství.....	62
5.2.4	Busking (pouliční umění) na veřejných prostranstvích	65
5.2.5	Mobilní galerie a výstavy (instalace).....	67
6	Facility management (management podpůrných procesů).....	68
6.1	Procesní management jako nástroj k vymezení podpůrných procesů pro Facility management.....	72
6.2	Facility management při správě měst, obcí a regionů.....	74
6.2.1	Omezující podmínky pro zavedení procesního řízení ve veřejné správě v ČR	77
6.3	Jak efektivně řídit podpůrné procesy: úkol Facility managementu ve veřejné správě.....	81
6.4	Reflexe Facility managementu: příklady dobré praxe ve veřejné správě.....	82
6.4.1	Facility management při evidenci a správě majetku měst a obcí	83
6.4.2	Facility management a pasportizace majetku	85
6.4.3	Facility management při řízení energetických úspor	85
6.4.4	Facility management při nákupu služeb a zboží	86

6.4.5	Facility management při digitalizované správě města	86
7	Corporate Social Responsibility (společenská odpovědnost) ve veřejné správě	88
7.1	Manažerská etika.....	90
7.2	Role veřejné správy v oblasti CSR.....	92
7.2.1	Měření společenské odpovědnosti ve veřejné správě	94
7.3	Reflexe společenské odpovědnosti: příklady dobré praxe ve veřejné správě	95
7.3.1	Responsibility Cities (zodpovědná města).....	96
7.3.2	Eco Cities (ekologická města)	97
8	Marketing měst, obcí a regionů: nové přístupy	98
8.1	Identita, značka a image města/místa	101
8.2	Aplikace marketingu ve veřejné správě: specifika.....	107
8.2.1	Marketingová strategie města, obce, území, regionu.....	108
8.2.2	Cílová skupina marketingu měst/míst.....	110
8.2.3	Marketingový mix měst/míst	110
8.3	Reflexe marketingu: příklady dobré praxe ve veřejné správě	118
8.3.1	Identita a image měst, obcí a regionů prostřednictvím kreativní ekonomiky	118
	Závěrem	119
	Seznam bibliografických citací	121
	Seznam obrázků, tabulek a grafů	140
	Rejstřík	142