

# Marketing ve veřejném sektoru

---

✦ **Základní studijní text – pracovní verze ve Wordu DSO umístěná na :**

- **<https://www.is.muni.cz> Studijní materiály**
- **Do půlky března by měla být finální DSO umístěná na Studiu On-line**

# **Zkouška (jiné načasování než je v DSO!!!- důvod- poslední semestr využívání Studia On-line):**

---

- ✦ Písemný test – na Studiu On-line (otevřené během zkouškového období, jen jeden pokus)**
- ✦ Projekt marketingové studie na libovolnou OVS (NO)**
  - ◆ Zadání za kap. 6. rozsah 10-15 stran A4, vložit do Odevzdáárny Studia On-line**
- ✦ Výsledná známka bude součtem známky z testu a POTu – při rozporování ústní zkouška – obhajoba POTu.**

# Co musí obsahovat projekt marketingové studie:

---

- ✦ Uvědomte si, že nezpracováváte marketingovou studii, ale projekt marketingové studie, tedy program, podle kterého se bude marketingová studie zpracovávat.
- ✦ Projekt marketingové studie musí být zpracován přesvědčivě; mělo by z něj být zřejmé, že máte promyšlený celý postup i použité metody a že očekávaný efekt odpovídá jak naléhavosti řešeného problému (užitek), tak nákladům, které budou na studii vynaloženy.

# Co nesmí v projektu chybět:

---

- ✦ Definice problému, k jehož řešení má marketingová studie sloužit,
- ✦ Různé podklady, které jsou k řešení problému k dispozici – **SWOT analýza**
- ✦ Zdůvodnění, proč se sahá k formě marketingové studie,
- ✦ Hypotéza o pravděpodobném výsledku marketingové studie a její odůvodnění
- ✦ Struktura informací, které budou zjišťované a jejich zdůvodnění, jejich zdroje a způsob jejich zpracovávání,
- ✦ Způsob vyhodnocení výsledků, jejich případné ověření a forma interpretace výsledků
- ✦ Časový harmonogram
- ✦ Personální zajištění
- ✦ Rozpočet nákladů

# Literatura:

---

DSO

Bárta, J. Strategické plánování pro neziskové organizace. Praha: NROS 1997. ISBN 80-902302-0-2.

Janečková, Lidmila - Vašítková, Miroslava. *Marketing služeb* 1. vyd. Praha : Grada, 2000. s. 179. ISBN 80-7169-995-0.

Kotler, Philip. Marketing management. 10. rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2001. 720 s. ISBN 80-247-0016-6.

Ledvinová, J.- Pešta, K. Základy fundraisingu aneb jak získat peníze na prospěšnou činnost. Praha: ICN 1996.

Pelsmacker, Patric de - Geuens, Maggie - Bergh, Joeri Van den. *Marketingová komunikace*. Praha : Grada, 2003. 581 s. ISBN 80-247-0254-1.

Praktický průvodce fundraisingem pro neziskové organizace. Praha: Nadace Via, 2003. podle publikace Michaela Nortona: *The Worldwide Fundraiser's Handbook*

Rektořík, J. a kol. Organizace neziskového sektoru. Základy ekonomiky, teorie a řízení. Praha: Ekopress 2001, ISBN 80-86119-41-6.

Škarabelová, S. Komunikace a Public Relations. 1 vydání. Brno: MU 2005. ISBN 80-210-3745.

Vysekalová, J. – Komárková, R. Psychologie reklamy. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-9067-X.

# Témata:

---

1. Definice a historie marketingu
2. Obsah marketingu, jeho specifika ve veřejném sektoru
3. Marketing nehmotného produktu a marketingové strategie
4. Marketingové strategické plánování
5. Komunikace v marketingu
6. Public Relations
7. Reklama
8. Sponzorství
9. Fundraising
10. New Public Management a strategické plánování v NNO