

Přílohy

Příloha číslo 1.: Projekt diplomové práce

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta Humanitních studií

Katedra Supervize a řízení v sociálních a zdravotnických službách

Projekt diplomové práce

Jméno: Nina Vejsadová

Osobní číslo: 413627714

Ročník imatrikulace: 2009

Téma: Marketing českých nestátních neziskových organizací zabývajících se vzděláváním v rozvojových zemích

Vedoucí práce: Mgr. Pavel Rivola, DiS.

V České republice dnes existuje mnoho různých nestátních neziskových organizací (dále jen NNO), jejichž cílem je podpora vzdělávání v rozvojových zemích. Po dvouleté zkušenosti s propagací v jedné z nich jsem se rozmohla zmapovat tato sdružení a jejich činnost a zaměřit se zejména na to, jakým způsobem se propagují.

Cíle práce jsou následující:

1. Zmapovat způsoby marketingové komunikace českých NNO, pracujících v rozvojových zemích, v České republice.
2. Navržení efektivního způsobu marketingové komunikace NNO ke třem cílovým skupinám (investoři, veřejnost, zástita/lobby).

Práce se bude skládat z teoretické a praktické části. Teoretická část bude pojednávat o marketingové komunikaci v NNO a jejich základních principech. Současně zde bude také zmíněn význam a rizika marketingové komunikace pro NNO. Oproti tomu praktická část práce se bude zabývat analýzou a vyhodnocením marketingové komunikace ve vybraných NNO. Na základě výstupu z tohoto výzkumu budou navrženy změny směřující k zefektivnění marketingové komunikace NNO v ČR ke třem cílovým skupinám.

Předběžná osnova:

1. Úvod, představení práce, cíle práce
2. Marketingová komunikace
 - komunikace a její základní principy
 - druhy marketingové komunikace a jejich charakteristika
 - Marketingová komunikace v NNO působících v rozvojových zemích
 - Postavení marketingu v NNO
 - Význam a specifika marketingové komunikace v NNO
 - výhody a rizika jednotlivých nástrojů marketingové komunikace u NNO
4. Shrnutí teoretické části

Praktická část:

1. Představení výzkumu a použitých metod a základních hypotéz
2. Analýza výsledků výzkumu
3. Závěry z analýzy výzkumu
4. Návrhy na zefektivnění marketingové komunikace NNO v ČR ke třem cílovým skupinám

Výzkumné metody a techniky

- rozhovor
 - s pracovníky odpovědné za marketingovou komunikaci vybraných NNO
 - s osobami poskytujícími záštitu projektu (záštita/lobby)
 - s firemními dárci
- dotazník
 - s potenciálními příjemci marketingové komunikace (veřejnost)
- analýza marketingové komunikace NNO z :
 - výročních zpráv,
 - průběžných zpráv o činnosti,
 - bulletinů,
 - webových stránek,
 - propagačních materiálů (letáky, brožury aj.)

a vyhodnocení corporate identity vybraných NNO směrem k cílovým skupinám.

LITERATURA:

- **Bednařík, A.; Bútor, M. et al. :** *Čítanka pre neziskové organizácie : pre všetkých ľudí z nadácií, Občianskych združení, samospráv, škôl, cirkví, kultúrnych centier či iných neziskových spoločenstiev, ktorí chcú lepšie a príjemnejšie naplňať svoje ciele*, Bratislava: Centrum prevencie a riešenia konfliktov, 1998
- **Bosničová, N.; Frýdlová, P.; Jonášová, K.:** *Gender a marketing*, Praha: Gender Studies, 2008
- **Donnelly, James H.; Peter, J. Paul:** *Marketing management : knowledge and skills*, Boston: Irwin, 1998

- **Duben, R.:** *Neziskový sektor v ekonomice a společnosti*, Praha: Codex Bohemia, 1996
- **Drucker, Peter F.:** *Řízení neziskových organizací : praxe a principy*, Praha: Management Press, 1994
- **Healey, M.:** *Co je branding?*, Praha: Slovart, 2008
- **Janouch, V.:** *Internetový marketing : prosad'te se na webu a sociálních sítích*, Brno: Computer Press, 2010
- **Kleinová, N.:** *Bez loga*, Praha: Argo, 2005
- **Kotler, P.:** *Marketing management*, Praha: Grada, 2001
- **Kotler, P.:** *Marketing podle Kotlera : jak vytvářet a ovládnout nové trhy*, Praha: Management Press, 2000
- **L'Etang, J. :** *Public relations : základní teorie, praxe, kritické přístupy*, Praha: Portál, 2009
- **Malý, V.:** *Marketingový výzkum : teorie a praxe*, Praha: Oeconomica, 2005
- **McDonald, W. J.:** *Direct marketing: an integrated approach*, Boston: Irwin/McGraw-Hill, c1998
- **Nagyová, J.:** *Marketingová komunikace není pouze reklama*, Praha: Vox, 1999
- **De Pelsmacker, P.; Geuens, M.; Van Den Bergh, J. :** *Marketingová komunikace*, Praha: Grada Publishing, 2009
- **Pravdová, M.:** *McDonald's - tak trochu jiná kultura? : případová studie o značce McDonald's a její reklamě*, Praha: Karolinum, 2006
- **Příkrylová, J.; Jahodová, H.:** *Moderní marketingová komunikace*, Praha : Grada Publishing, 2010
- **Tomek, G.; Vávrová, V.:** *Marketing od myšlenky k realizaci*, Praha : Professional Publishing, 2007

Příloha číslo 2.: Dotazník zaměřený na českou veřejnost

1) Které z následujících neziskových organizací, zabývajících se vzděláváním v rozvojových zemích, znáte?



2) Kde jste se o nich dozvěděl(a), případně kde o nich čerpáte informace?

Organizace	TV	Rádio	Internet	Soc. sítě	Tisk	Event	Od známých	Oslovili mě	Jiný
Adra, o.p.s.									
BlueLand, o.s.									
boNGO, o.s.									
CARE ČR, o.s.									
Centrum dialog, o.s.									
Centrum Narovinu, o.s.									
Civitas per populi, o.s.									
Člověk v tísni, o.p.s.									
Humanitas Afrika, o.s.									
Charita ČR									
Kedjom-Keku, o.s.									
M.O.S.T., o.p.s.									
ShineBean, o.s.									
Siriri, o.p.s.									
Surya, o.s.									
Wontanara, o.s.									
PONS21, o.s.									

3) Které 3 považujete za nejdůvěryhodnější a proč?

A:

B:

C:

4) Kdybyste měl(a) 5000 Kč, komu byste přispěl(a)?

- a. ADRA b. BlueLand c. boNGO d. CARE ČR
- e. Centrum dialog f. Centrum Na rovinu g. Civitas per populi h. Člověk v tísni
- ch. Humanitas Afrika i. Charita ČR j. Kedjom-Keku k. M.O.S.T.
- l. ShineBean m. Siriri n. Surya o. Wontanara
- p. PONS 21

5) Pohlaví / Věk / Nejvyšší ukončené vzdělání / Průměrný hrubý měsíční příjem v Kč / Dárce?

Pohlaví	muž	Žena			
Věk	15-18	19-29	30-49	50-65	66+
Vzdělání	ZŠ	SŠ - vyučen	SŠ - maturita	VOŠ	VŠ
Příjem	Do 10 000	10-19 999	20-29 999	30-49 999	50 000+
Dárce	Ano, pravidelný	Ano, nepravidelný	Ne		

Příloha číslo 3.: Průvodní email a dotazník zaměřený na nestátní neziskové organizace

Dobrý den,

jmenuji se Nina Vejsadová a jsem studentkou katedry Řízení a supervize na Fakultě humanitních studií v Praze. Právě píše diplomovou práci, která se zabývá **marketingovou komunikací** nestátních neziskových organizací, které se zabývají **vzděláváním v rozvojových zemích**. V této souvislosti bych Vás ráda požádala o **5 minut** Vašeho času k vyplnění **online dotazníku**, který naleznete zde: https://docs.google.com/forms/d/1rLfix8nXPfvR4rUzUGyxSe3bD22KQSP0W_vmompG3fo/viewform?usp=send_form

Dotazník obsahuje 3 otázky, jejichž vyplnění je povinné ("required", tzn. bez jejich vyplnění není možné přejít dále). Tyto otázky jsou označeny červenou hvězdičkou (*). Některé otázky umožňují vyplnit kolonku "other", tzn. "jiné". Tato kolonka je určena pro otevřenou odpověď v případě, že výčet odpovědí není pro Vaši organizaci plně vyhovující či dostatečný. V dotazníku je možné se pohybovat "tam a zpět" pomocí tlačítek "back" a "continue". **Dotazník odešlete pomocí tlačítka "submit"**, které je součástí poslední stránky dotazníku. Pokud si přejete, aby dotazník zůstal anonymní, je možné tento požadavek zapsat v závěrečné části dotazníku, v části věnované Vaším komentářům.

Moc Vás prosím o **vyplnění dotazníku do 10.6.2014 do 23.59**.

Pokud si nepřejete na dotazník odpovídat, ocením, pokud mi sdělíte, jaké důvody vás k tomu vedou.

Předem Vám děkuji za spolupráci a za Váš čas!

S přáním úspěšného týdne
Nina Vejsadová

Marketing neziskových organizací

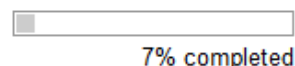
* Required

Jak se jmenuje Vaše organizace? *

Kolik má Vaše organizace v současné době zaměstnanců?

Kolik má Vaše organizace v současné době dobrovolníků?

Continue »



Marketing neziskových organizací

* Required

Marketing a Vaše organizace

Jaké postavení má marketing ve Vaší organizaci? *

- Velmi důležitý
- Spíše důležitý
- Spíše nedůležitý
- Nedůležitý

Využíváte v marketingu služeb třetích stran (PR agentura...)?

- ano
- ne

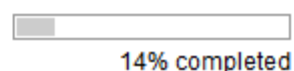
Kdo má ve Vaší organizaci na starosti marketing a marketingovou komunikaci? *

zaškrtněte prosím všechny možnosti

- vedení organizace (předseda, místopředseda, člen představenstva...)
- více zaměstnanců
- 1 zaměstnanec na celý úvazek
- 1 zaměstnanec vykonávající současně i jiné činnosti
- dobrovolník či dobrovolníci
- nikdo
- Other:

« Back

Continue »



Marketing neziskových organizací

Marketingová komunikace ve Vaší organizaci

Využíváte k propagaci své organizace reklamu?

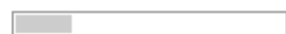
Za reklamu se považuje inzerce v novinách, TV, v rádiu...

ano

ne

« Back

Continue »



21% completed

Marketing neziskových organizací

Marketingová komunikace ve Vaší organizaci

V jakých médiích bylo/je možné se s touto reklamou setkat?

zaškrtněte prosím všechny možnosti

TV

Kino

Tisk (noviny, časopisy...)

Internet (PPC reklama, bannery...)

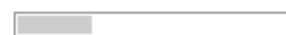
Outdoor (billboardy, citylighty...)

Indoor (plochy např. uvnitř nákupního střediska...)

Other:

« Back

Continue »



28% completed

Marketing neziskových organizací

Marketingová komunikace ve Vaší organizaci

Využíváte k propagaci své organizace PR (public relations, vztahy s veřejností)?

ano

ne

« Back

Continue »



35% completed

Marketing neziskových organizací

Marketingová komunikace ve Vaší organizaci

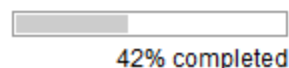
Které nástroje PR používáte?

zaškrtněte prosím všechny možnosti

- Logo
- Vizitky
- Tiskové zprávy či tiskové konference
- Výroční zprávy
- Interní komunikace v rámci organizace
- Lobbying / záštita známé osobnosti
- Informační brožury / letáčky
- Other:

« Back

Continue »



Marketing neziskových organizací

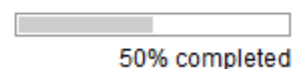
Marketingová komunikace ve Vaší organizaci

Využíváte k propagaci své organizace internet?

- ano
- ne

« Back

Continue »



Marketing neziskových organizací

Marketingová komunikace ve Vaší organizaci

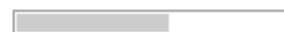
Jaké nástroje komunikace na internetu používáte?

zaškrtněte prosím všechny možnosti

- Www stránky
- Blog
- Newsletter
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- LinkedIn
- Foursquare
- Afilliate programy
- SEO optimalizace www stránek
- Slevové portály
- Other:

« Back

Continue »



57% completed

Marketing neziskových organizací

Marketingová komunikace ve Vaší organizaci

Účastníte se s Vaší organizací veletrhů či výstav?

- ano
 ne

Má Vaše organizace "Klub přátel"?

- ano
 ne

Disponuje Vaše organizace drobnými dárkovými předměty (propisky, odznaky...)?

- ano
 ne

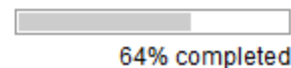
Pořádá Vaše organizace jakékoliv soutěže (o vstupné na benefiční koncert, drobný dárek...)?

- ano
 ne

Pořádá Vaše organizace benefiční akce (koncerty, výstavy...)?

- ano
 ne

[« Back](#) [Continue »](#)



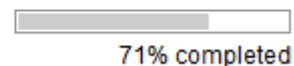
Marketing neziskových organizací

Fundraising a Vaše organizace

Využívá vaše organizace fundraisingu (získávání finančních i nefinančních prostředků na podporu činnosti organizace)?

- ano
 ne

[« Back](#) [Continue »](#)



Marketing neziskových organizací

Fundraising a Vaše organizace

Jaké postavení má fundraising ve Vaší organizaci?

- Velmi důležitý
- Spíše důležitý
- Spíše nedůležitý
- Nedůležitý

Z jakých zdrojů pochází příjmy Vaší organizace?


zaškrtněte prosím všechny možnosti

- Individuální dárci
- Firemní dárci
- Nadace a nadační fondy
- Státní správa a EU
- Vlastní činnost
- Other:

Kdo odpovídá za fundraising Vaší organizace?

zaškrtněte prosím všechny možnosti

- vedení organizace (předseda, místopředseda, členové představenstva...)
- více zaměstnanců
- 1 zaměstnanec na celý úvazek
- 1 zaměstnanec vykonávající současně i jiné činnosti
- dobrovolník či dobrovolníci
- nikdo z organizace
- Other:


78% completed

Marketing neziskových organizací

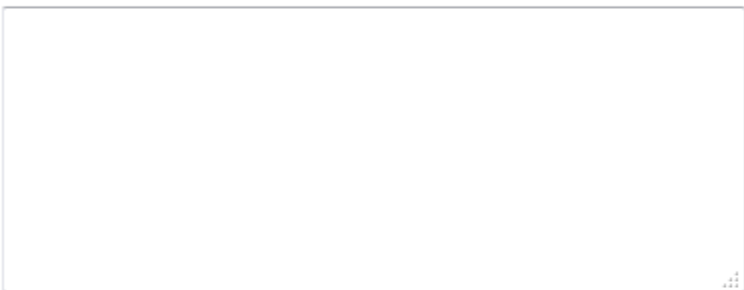
Jaké 3 komunikační kanály považujete za nejefektivnější, pokud chcete oslovit individuální dárce?



Jaké 3 komunikační kanály považujete za nejefektivnější, pokud chcete oslovit firemní dárce?



Jaké 3 komunikační kanály považujete za nejefektivnější, pokud chcete oslovit osobu, která by mohla Vaší organizaci poskytovat záštitu?



« Back

Continue »



85% completed

Marketing neziskových organizací

Chcete doplnit ještě nějaké informace k tématu dotazníku?

Pokud máte nějaký postřeh, nápad či dotaz ohledně dotazníku, můžete jej napsat sem.

Marketing neziskových organizací

Děkuji za vyplnění dotazníku a za Váš čas!

Pokud budete mít zájem o doporučení, která by mohla vést ke zlepšení marketingové komunikace Vaší organizace, neváhejte mi napsat na email vejsadova.nina@gmail.com!

Never submit passwords through Google Forms.

Příloha číslo 4.: Průvodní dopis a dotazník zaměřený na firemní dárce

Dobrý den,

jmenuji se Nina Vejsadová a právě dokončuji svoji diplomovou práci na téma Marketingová komunikace nestátních neziskových organizací, které se zabývají vzděláváním v rozvojových zemích. V souvislosti s tímto bych Vás ráda požádala a vyjádření k Vaší podpoře _____ (bylo doplněno jméno neziskové organizace, pozn.autorky) .

Dotazník o 4 otázkách naleznete zde:

https://docs.google.com/forms/d/1mjLpFfRD0vDC_v3IMeaqFGQ_v2bYzshxuW-4Rx4GQI/viewform?usp=send_form

Vyplnění dotazníku Vám zabere maximálně 5 minut. Po jeho vyplnění jej prosím nezapomeňte odeslat pomocí tlačítka „submit“, které se nachází na poslední – čtvrté – straně dotazníku.

Děkuji za spolupráci a přeji hezký zbytek dne!

Nina Vejsadová

Podpora neziskových organizací

* Required

Jak se jmenuje Vaše firma? *

Continue »



25% completed

Podpora neziskových organizací

Podpora neziskových organizací

(popište prosím formu podpory/spolupráce, např. "poskytnutí našich produktů výměnou za propagaci" apod.)

Jak jste se o organizaci a o možnosti podpory této organizace dozvěděli?

(např. z médií, oslovi nás, aktivně takové projekty vyhledáváme...)

Jaké 3 faktory byly pro poskytnutí podpory rozhodující a vedly k dárcovství právě této neziskové organizaci?

Kde (v čem) vidíte případný prostor pro zlepšení spolupráce s organizací?

« Back

Continue »



50% completed

Podpora neziskových organizací

Podpora neziskových organizací

Chcete doplnit ještě nějaké informace k tématu dotazníku?
(pokud ano, můžete tak učinit zde)

« Back

Continue »



75% completed

Podpora neziskových organizací

Děkuji Vám za Váš čas a přeji hezký zbytek dne!

« Back

Submit



100%: You made it.

Never submit passwords through Google Forms.