



Abstrakt:

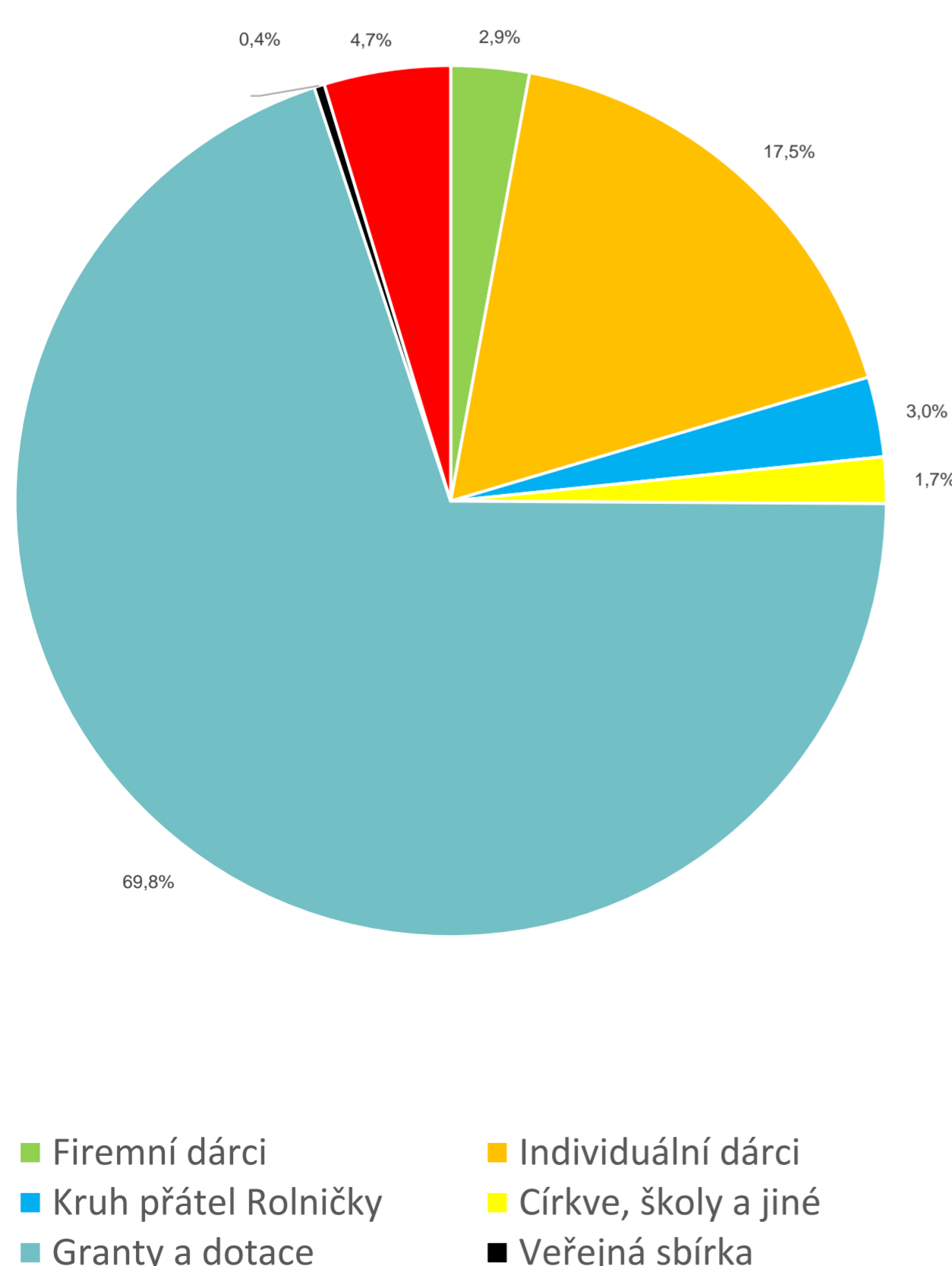
Bakalářská práce se zabývá marketingem neziskových organizací a s tím spojenou problematikou. Cílem práce je sestavit funkční marketingovou strategii pro neziskovou organizaci Diakonii Rolnička, opírající se o provedenou situační analýzu a výzkum. Práce se člení na teoretickou a praktickou část. V teoretické části jsou vymezeny pojmy marketing, marketingová strategie, vize, mise, cíle, proces STP, marketingový mix a SWOT analýza. Dále lze v této části nalézt popis neziskového sektoru, jeho členění a financování. V praktické části je představena vybraná nezisková organizace, prezentován rozhovor, analyzováno dotazníkové šetření a poskytnuté interní dokumenty. Závěr práce popisuje vytvořenou marketingovou strategii vybrané organizace.

Abstract:

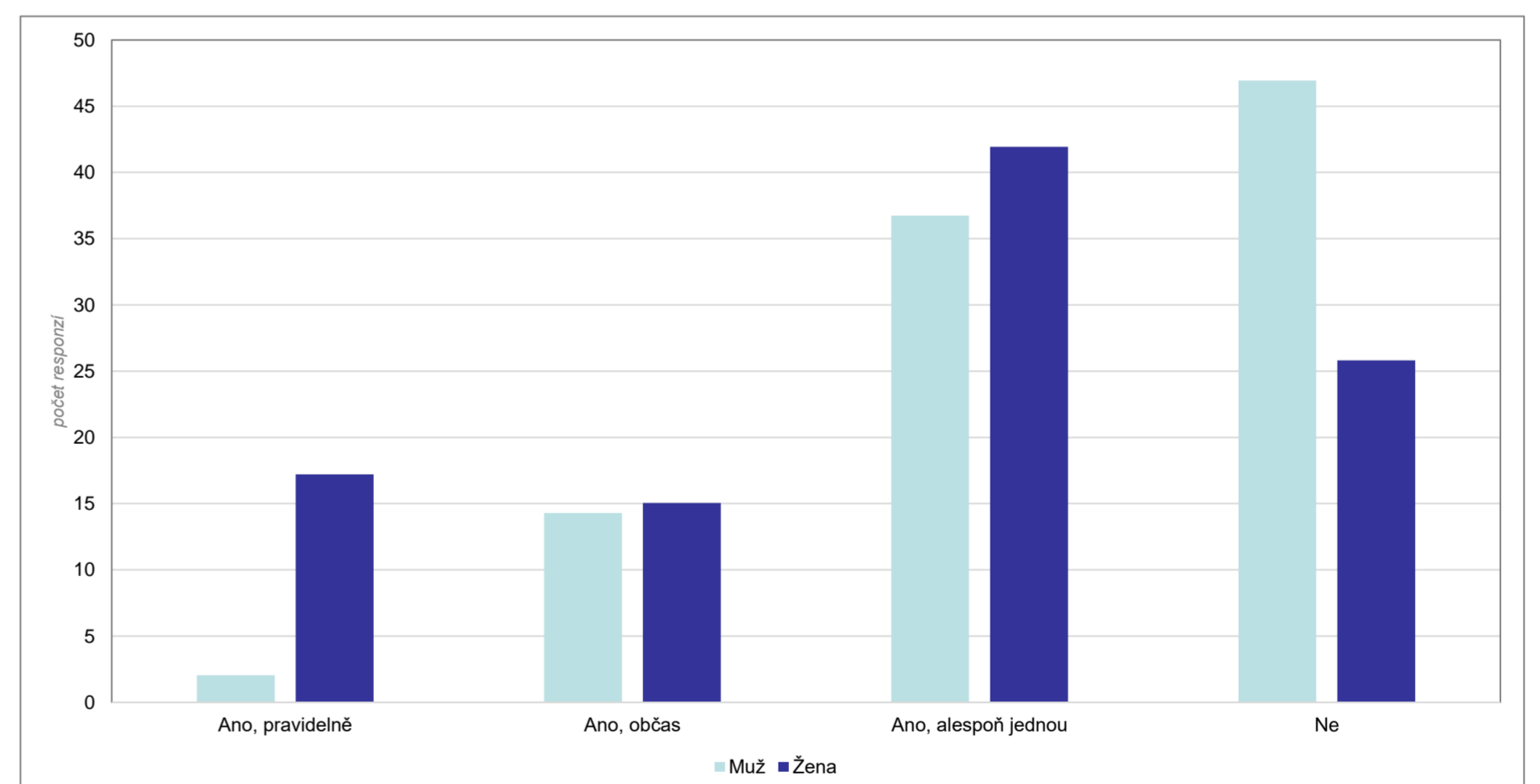
The bachelor thesis deals with the marketing of non-profit organizations and related issues. The aim of the work is to create a functional marketing strategy for the non-profit organization Diakonie Rolnička, based on situational analysis and research. The work is divided into theoretical and practical part. The theoretical part of the thesis defines the terms marketing, marketing strategy, vision, mission, goals, STP process, marketing mix and SWOT analysis. Furthermore, a description of the non-profit sector, its breakdown and financing can be found in this section. The practical part presents a selected non-profit organization, an interview, analysed a questionnaire survey and provided internal documents. The conclusion describes the created marketing strategy of the selected organization.

Cíl bakalářské práce:

Cílem, této bakalářské práce je sestavit funkční marketingovou strategii pro neziskovou organizaci Diakonii Rolnička, sídlící v okrese Tábor.



Podíl zdrojů financování na celkové částce roku 2020, zdroj: Rolnička, vlastní zpracování autorky 2022



Výše částky s ohledem na věkové kategorie, vlastní zpracování autorky 2022

Závěr bakalářské práce:

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že respondenti by nejspíše přispěli organizaci, zabývající se pomocí nemocným a lidem s různými typy postižení. Nezisková organizace Diakonie Rolnička by se měla snažit tuto skutečnost využít. Dobrým doporučením pro ni by mohlo být využívání přicházejících příležitostí vyplývajících z provedené SWOT analýzy. Takovou příležitostí je například spojení s dalšími organizacemi ziskové-ho, ale i neziskového sektoru, vytvoření větší škály výrobků či uspořádání nové akce pro veřejnost za podpory silných stránek. V rámci komunikační strategie tak bylo navrženo pořádat nové benefiční akce ve spojení s lokální ziskovou organizací. Diakonie Rolnička by také měla zvážit působnost na nových komunikačních kanálech, kde by měla možnost představit svou činnost, ale i své produkty široké veřejnosti.