Úkoly k předmětu Sociální marketing – kombinované studium

Vytvořte dokument na zadané téma, které se vztahuje ke každému tématu a vložte jej do moodlu na označené místo u předmětu.

**Úkol č. 1**

Vytvořte SWOT analýzu na vámi vybranou firmu, společnost, podnik nebo organizaci z neziskového sektoru. Rozsah přibližně 2-3 strany textu.

**SWOT analýza by měla obsahovat tyto složky:**

• **Situační analýza**. Popis dané organizace a jejího zasazení do prostředí, ve kterém působí. Tato část prezentuje závažné údaje o prostředí, konkurenci a o různých silách v makroprostředí. Jak je definován trh, jak je velký a jak rychle roste? Které důležité trendy ovlivňují trh? Jaká je nabídka produktů a které důležité problémy by měla společnost řešit? Veškeré údaje jsou pak využity k provedení analýzy SWOT.

• **SWOT analýza**. Zachycuje klíčové silné a slabé stránky společnosti a ukazuje příležitosti a hrozby.

**Úkol č. 2**

Vaším úkolem je pro vámi vybranou cílovou skupinu popsat prostředky a způsoby, kterých je zapotřebí užít pro PR aktivity neziskové organizace, kterou chcete propagovat. Vyberte cílové publikum, stanovte cíle, navrhněte rozpočet a najděte zdroje financování. Rozsah přibližně 3-4 strany textu.

**Hlavní „okruhy“ cílových skupin PR neziskových organizací dle Radima Bačuvčika:**

1. **Vnitřní veřejnost** (zaměstnanci, dobrovolníci, členové), jejíž loajalita vytváří základ pro úspěšnou komunikaci s okolím.
2. **Vnější veřejnost**, případně její část, která má vzhledem k neziskovým organizacím kontrolní roli a může apelovat na potenciální donátory.
3. **Donátoři** a jejich jednotlivé skupiny
4. **Legislativci**, kteří jsou voleni veřejností.
5. **Média**, která jednak zprostředkovávají komunikaci s ostatními cílovými skupinami, mohou však jejich názory a rozhodování podstatně ovlivňovat, a proto jsou pro PR neziskové organizace samostatnou cílovou skupinou s výrazným mocenským potenciálem.
6. **Zaměření: Marketingový výzkum; tvorba dotazníků.**

**Úkol č. 3**

Definujte problému a cíl výzkumu, resp. výzkumné otázky v rámci zjišťování informací v občanském sektoru. Vytvořte dotazník o cca 10 otázkách, ve kterých se pokusíte položit otázky tak, abyste cíl výzkumu naplnili. Popište, koho se budete dotazovat a kde.

**Úkol č. 4**

Navrhněte sociálně marketingovou kampaň pro organizaci neziskového sektoru. Zahrňte do ní:

* Popis hlavního poselství marketingové kampaně (hlavní idea, myšlenka)
* Vymezení zadavatele i pořadatele sociálně marketingové kampaně
* Cílové skupiny marketingové kampaně (pro koho je určena)
* Způsoby provedení (jakým způsobem a jakými prostředky budete pracovat)
* Měření zpětné vazby a účinnosti kampaně

Rozsah přibližně 3-4 strany textu.