

**NEWTON College**

# **DISERTAČNÍ PRÁCE**

**2022**

**Ing. Jiří HORECKÝ, Ph.D., MBA**



**MSc.**

**Disertační práce**

**Postgraduální studijní program: Moderní marketing**

**Aplikace marketingových nástrojů v sociálních službách pro  
seniory**

Vypracoval: Ing. Jiří Horecký, Ph.D., MBA

Školitel práce: Ing. Ludmila Navrátilová, Ph.D.

Praha

2022

## **ABSTRAKT**

Obsahem teoretické části práce bude popis marketingu sociálních služeb, tj. základní popis sociálního sektoru s akcentem na dlouhodobou péči, rozdílné pojetí poskytovaných služeb, popis odlišností marketingových nástrojů a komunikačních kanálů v případě sociálních služeb. Dále pak identifikace potřeb a důvodů pro využívání marketingu v tomto segmentu.

V praktické části pak budou vytvořeny „guidelines“ pro poskytovatele sociálních služeb, tj. doporučené postupy, jejichž aplikace danou organizací provede krok za krokem vytvořením marketingové strategie, včetně stanovení akčních plánů, systémů jejich vyhodnocení, modifikací apod.

Navržené postupy a metodika budou ověřeny v rámci dvouúrovňové fokusní skupiny expertů ze segmentu sociálních služeb. Zpětné vazby budou zapracovány do finální verze. Fokusní skupiny budou také identifikovat současný stav a míru potřeb poskytovatelů sociálních služeb.

## **ABSTRACT**

The content of the theoretical part of this dissertation work is the description of marketing of social services thus elementary description of the social sector with an accent to the long-term care for older persons, different approach of how the services are provided, description of marketing tools and communication channels. Further on also identification of needs and reasons for using marketing in this sector.

The practical part consists of „guidelines“ for social services providers thus recommended procedures whose application will lead these organizations step by step to creation of a marketing strategy including action plans, systems, evaluation, modifications, etc.

The proposed procedures and methodology will be verified within a two-level focus group of experts from the social services segment. Feedback will be incorporated into the final version. The focus groups will also identify the state of play and needs of social service providers.

## OBSAH

<b>ÚVOD .....</b>	<b>9</b>
<b>TÉMA PRÁCE A ZDŮVODNĚNÍ TÉMATU .....</b>	<b>10</b>
<b>VYMEZENÍ CÍLŮ PRÁCE .....</b>	<b>11</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE .....</b>	<b>13</b>
<b>1 VEŘEJNÝCH SEKTOR A VEŘEJNÉ SLUŽBY .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Sociální služby .....</b>	<b>13</b>
1.1.1 Dlouhodobá péče o seniory .....	15
1.1.2 Projekce vývoje dlouhodobé péče.....	17
<b>1.2 Specifika sociálních služeb.....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Dílčí závěr teoretické části práce .....</b>	<b>19</b>
<b>1.4 Marketing sociálních služeb .....</b>	<b>19</b>
<b>ANALYTICKÁ ČÁST PRÁCE .....</b>	<b>21</b>
<b>2 MARKETING SOCIÁLNÍCH SLUŽEB .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Základní premise a definice marketingu.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2 Marketing sociálních služeb a neziskových organizací .....</b>	<b>22</b>
2.2.1 Současná situace marketingu sociálních služeb v ČR.....	23
2.2.2 Budoucnost marketingu sociálních služeb .....	24
<b>2.3 Zákazníci/klienti sociálních služeb.....</b>	<b>25</b>
<b>2.4 Kvalita sociálních služeb .....</b>	<b>27</b>
<b>2.5 Marketingové nástroje .....</b>	<b>29</b>
2.5.1 Strategické plánování .....	30
2.5.2 Definice poslání organizace .....	30
2.5.3 Hodnocení vnitřního a vnějšího prostředí organizace .....	31
2.5.4 Marketingová strategie, marketingové plány a cíle .....	31
<b>2.6 Formulace cílů .....</b>	<b>33</b>
2.6.1 Strategické cíle.....	33
2.6.2 Operativní cíle .....	33
2.6.3 Marketingové cíle.....	34
<b>2.7 Definice produktu, popř. výkonu .....</b>	<b>35</b>