

7

— **Předmluva**

9

— **Současná situace financování v kultuře**

9 Krize veřejných zdrojů

12 Diverzifikace zdrojů a fundraising

17

— **Analýza připravenosti organizace na fundraising**

18 Základní předpoklady

19 Řídící orgán organizace

21 Marketing

24 Management organizace

27

— **Stanovení cílů a strategie rozvoje fundraisingu**

28 Historie a tradice

29 Skladba zdrojů

32 Analýza současné situace

40 Trendy rozvoje fundraisingu do budoucna

51

— **Vytipování a průzkum potenciálních dárců**

51 Segmentace trhu dárců

54 Kruhy dárců

57 Průzkum dárců

61 Metody průzkumu dárců



Obsah:

65

Motivace dárců a fundraisingový argument

65 Osobní motivace dárců

67 Motivace firem

72 Motivace nadací a dalších institucionálních dárců

81

Metody fundraisingu

81 Plán komunikace s dárcem

84 Přehled metod fundraisingu

112 Kultura jako marketingový nástroj

111 Kritéria hodnocení účinnosti metod fundraisingu

113

Fundraising v kulturním prostředí ČR – inspirace z USA

127

Anotace

129

Abstract