

7	—	Předmluva
9	—	Současná situace financování v kultuře
9		Krise 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



O
b
s
a
h
:

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