

ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE ORGANIZACJAMI NON PROFIT W POLSCE

Autor: Jarosław Domański

Rozdział 1. Organizacje pozarządowe i ich miejsce w gospodarce - perspektywa klasyfikacyjna

- 1.1. Trzeci sektor gospodarki
- 1.2. Definicje, cechy i cele organizacji non profit
- 1.3. Klasyfikacja organizacji pozarządowych
- 1.4. Międzynarodowe organizacje pozarządowe
- 1.5. Rozmiary trzeciego sektora na świecie i w Polsce

Rozdział 2. Współczesne badania nad zarządzaniem strategicznym organizacjami non profit - perspektywa teoretyczna

- 2.1. Podstawy zarządzania strategicznego
 - 2.1.1. Istota strategii
 - 2.1.2. Definicja i szkoły zarządzania strategicznego
- 2.2. Główne kierunki badań nad zarządzaniem strategicznym w trzecim sektorze - analiza literatury XXI wieku
- 2.3. Potrzeba zarządzania strategicznego
- 2.4. Modele procesu planowania strategicznego w organizacjach non profit
- 2.5. Badania nad zjawiskiem konkurencji w organizacjach pozarządowych
- 2.6. Jeśli nie konkurencja, to co? Alianse jako forma interakcji między organizacjami trzeciego sektora
- 2.7. Zidentyfikowane luki badawcze

Rozdział 3. Wybrane metody diagnozy organizacyjnej trzeciego sektora w Polsce - perspektywa analityczna

- 3.1. Analiza stopnia globalizacji polskich organizacji pozarządowych
 - 3.1.1. Wyzwania globalizacyjne
 - 3.1.2. Stopień globalizacji organizacji pozarządowych
 - 3.1.3. Konkluzja
- 3.2. Analiza wykorzystania Internetu w działalności organizacji non profit
 - 3.2.1. Wprowadzenie
 - 3.2.2. Osiąganie celów statutowych
 - 3.2.3. Internet w strategii fundraisingu
 - 3.2.4. Internet w działaniach public relations
 - 3.2.5. Wykorzystanie serwisów internetowych polskich organizacji non profit na tle organizacji działających w Stanach Zjednoczonych
 - 3.2.6. Konkluzja
- 3.3. Analiza otoczenia metodą mapowania interesariuszy
 - 3.3.1. Otoczenie i metody jego analizy
 - 3.3.2. Interesariusze organizacji non profit
 - 3.3.3. Mapa wpływu interesariuszy organizacji non profit
 - 3.3.4. Konkluzja
- 3.4. Analiza grup strategicznych polskich organizacji non profit
 - 3.4.1. Wprowadzenie
 - 3.4.2. Analiza grup strategicznych jako metoda diagnozy organizacji non profit
 - 3.4.3. Zmienne badawcze
 - 3.4.4. Wyniki badań - próba ogólnopolska
 - 3.4.5. Wyniki badań - organizacje mazowieckie

3.4.6. Konkluzja

Rozdział 4. Zarządzanie w organizacjach non profit - perspektywa strategiczna

- 4.1. Analiza koncepcji zarządzania strategicznego w ujęciu organizacji non profit
- 4.2. Propozycje metodologiczne - problem i cele badawcze, hipoteza i jej operacjonalizacja
- 4.3. Autorski model procesu zarządzania strategicznego dla organizacji non profit
- 4.4. Proces zarządzania strategicznego w świetle wyników badań własnych
 - 4.4.1. Weryfikacja hipotezy
 - 4.4.2. Stosowane metody analizy strategicznej
 - 4.4.3. Cele krótkoterminowe i długoterminowe
 - 4.4.4. Strategie działania
 - 4.4.5. Kontrola i korekta planów w procesie ich wdrażania
 - 4.4.6. Współpraca między organizacjami trzeciego sektora
- 4.5. Zarządzanie strategiczne w wybranych organizacjach - studia przypadku
 - 4.5.1. Stowarzyszenie Przymierze Rodzin
 - 4.5.2. Federacja Inicjatyw Oświatowych
 - 4.5.3. Wnioski z badania jakościowego

Rozdział 5. Założenia teorii zarządzania strategicznego w ujęciu organizacji non profit - perspektywa rozwojowa

- 5.1. Potrzeba specjalistycznej wiedzy z zakresu zarządzania w rozwijającym się polskim trzecim sektorze
- 5.2. Główne kierunki przyszłych badań w zakresie zarządzania organizacjami non profit
- 5.3. Wnioski z przeprowadzonych analiz polskich organizacji pozarządowych
- 5.4. Dyskusja nad zaproponowanym modelem procesu zarządzania strategicznego w organizacjach non profit
- 5.5. Założenia nowej teorii zarządzania strategicznego w trzecim sektorze

Zakończenie

Bibliografia

Załącznik. Charakterystyki przeprowadzonych badań

Badanie stopnia globalizacji

Badanie wykorzystania Internetu

Badanie interesariuszy

Badanie grup strategicznych

Główne badanie kwestionariuszowe

Indeks