



Obsah

Úvod.....	4
1. Manažér a jeho kompetencie.....	5
1.1 Manažérske roly	5
1.2 Manažérske funkcie	7
1.3 Požiadavky na osobnosť manažéra.....	9
2. Organizačná štruktúra	18
3. Manažment zmeny v miestnej samospráve.....	29
3.1 Typológia zmien	30
3.2 Model zmien podľa Donnellyho.....	31
3.3 Hľadanie dokonalosti v činnosti miestnej samosprávy	32
3.4 Nové prístupy k úlohám a povinnostiam manažéra miestnej samosprávy	33
4. Benchmarking v miestnej samospráve	40
4.1 Typy benchmarkingu.....	41
4.2 Benchmarkingový cyklus	42
5. Organizačná kultúra	58
5.1 Typológia organizačnej kultúry	60
5.2 Komunikácia ako integrovaná súčasť organizačnej kultúry	62
6. Miesto marketingu v regionálnom a miestnom rozvoji	70
6.1 Marketingová stratégia	70
6.2 Definovanie a výber cieľových trhov pre ponuku produktov samosprávy	71
6.3 Marketingový mix v regionálnom a miestnom marketingu	74
7. Marketingový plán regiónu a obce.....	80
8. Zadanie seminárnej práce z predmetu Manažment a marketing územných samospráv.....	84
Použitá literatúra	87