



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

Маркетингова стратегия / специалност Бизнес администрация

КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

**МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ ЗА ДАРИТЕЛСКА
КАМПАНИЯ НА ФОНДАЦИЯ „КЕШИ” И НАБИРАНЕ НА
СРЕДСТВА ЗА ДЕЙНОСТТА Й**

Изготвил:

Проверил:

2017

УВОД

През последните 40 години, ролята на маркетинга за неправителствените организации в т.ч. фондациите е нараснала значително, тъй като тези организации са осъзнали значението на маркетинга за подобряването разбирането на клиентите и другите заинтересовани страни. Има техники и инструменти, които са от еднакво значение за търговските организации и фондациите, където идеята не е да се увеличи акционерната стойност. Котлър и Леви (1969) са първите, които забелязват потенциала от разширяването на приложното поле на маркетинга¹.

Това е важно за нова фондация като „Кеши”, защото нейната нова компания за набиране на средства има за цел да гарантира общественото доверие в процеса на даряване. Кеши ще използва различни маркетингови инструменти. Набирането на средства е в основата на всяка благотворителна организации. То намира израз в най-различни маркетингови стратегии на различните екипи с оглед насърчаване на това колко е лесно, забавно, и в крайна сметка, възнаграждаващо да се подкрепи инициативата на Кеши.

1. Предмет на дейност на Кеши

Целите на Фондацията са да насърчава качеството на образование на територията на селските общини в България.

Нейната основна цел е промоция на образование въз основа на следните по-долу изброени дейности.

За насърчаване на публично-частни партньорства за предоставяне на начално образование за всички чрез множество системи със специален фокус върху общности в неравностойно положение въз основа на безвъзмездни средства и заеми. Подкрепата чрез заеми и безвъзмездни средства може да бъде използвана за създаване на съоръжения, обучение на учители, подкрепа на учебната програма и ресурсни центрове.

- В подкрепа на инициативи в средното образование, особено техническата обезпеченост включително грамотност в информационните технологии (ИТ) грамотност.

- Да улесни публично-частните инициативи за промоция на елементарни, технически и информационни програми.

¹ Kotler, P. (2000), 'Future markets', *Executive Excellence*, 17, 2, 6.