

## Obsah

Obsah .....	5
Úvod .....	9
1 Marketing a škola .....	11
1.1 Škola a trh .....	13
1.2 Podstata marketingu .....	15
1.3 Koncepce školního marketingu .....	23
1.4 Přínos školního marketingu .....	27
1.5 Obsah školního marketingu .....	29
Shrnutí .....	33
2 Prostředí školy .....	35
2.1 Makroprostředí školy .....	37
2.1.1 Ekonomické vlivy .....	38
2.1.2 Demografické vlivy .....	41
2.1.3 Politické vlivy .....	42
2.1.4 Kulturní vlivy .....	43
2.2 Vnější mikroprostředí školy .....	45
2.2.1 Struktura vzdělávací soustavy .....	45
Mateřské školy .....	47
Základní školy .....	50
Speciální školy .....	56
Střední školy .....	58
Gymnázia .....	62
Střední odborné školy .....	63
Střední odborná učiliště .....	64
Integrované střední školy .....	66
Pomaturitní studium a vyšší odborné vzdělávání .....	67
Vyšší odborné školy .....	68
Školská zařízení .....	71
Školní družiny a kluby .....	72
Základní umělecké školy .....	73
Střediska pro volný čas dětí a mládeže .....	73
Školní stravování .....	74
Domovy mládeže .....	74
Školská zařízení pro výkon ústavní výchovy .....	75
Vysoké školství .....	76

	Vysoké školy .....	79
	Vysokoškolský institut .....	80
	Externí vzdělávací instituce .....	81
	Ostatní organizace řízené MŠMT .....	81
2.2.2	Konkurence .....	84
2.2.3	Zákazníci školy .....	93
	Žáci a studenti .....	95
	Rodiče .....	100
	Zaměstnavatelé .....	105
	Veřejnost .....	109
2.3	Vnitřní prostředí školy .....	111
2.3.1	Klima školy .....	112
2.3.2	Kultura školy .....	116
	Verbální symboly kultury školy .....	124
	Symboly chování .....	126
	Vizuální symboly .....	127
	Změna kultury školy .....	129
2.3.3	Organizační model školy .....	134
	Shrnutí .....	140
3	Informační systém školy .....	143
3.	Systém vnitřních informací .....	145
3.2	Systém externích informací .....	148
3.3	Marketingový výzkum .....	149
3.3.1	Vymezení problému a cílů výzkumu .....	150
3.3.2	Získávání informací .....	151
	Pozorování .....	152
	Průzkum .....	153
3.3.3	Analýza údajů .....	162
	Shrnutí .....	164
4	Strategické plánování školy .....	165
4.1	Analýza vnějšího prostředí .....	167
4.2	Analýza vnitřního prostředí .....	171
4.3	Poslání a cíle školy .....	175
4.3.1	Cíle školy .....	178
4.4	Strategie školy .....	180
	Shrnutí .....	190
5	Trh školy a cílený marketing .....	191
5.1	Segmentace trhu školy .....	198



5.2	Tržní zacílení .....	206
5.3	Tržní umístění .....	208
5.3.1	Image školy .....	209
	Měření image školy .....	216
	Shrnutí .....	221
6	Vzdělávací program .....	223
6.1	Vzdělávací nabídka školy .....	225
6.2	Vlastnosti vzdělávacího programu .....	228
6.3	Životní cyklus vzdělávacího programu .....	230
6.4	Tvorba nového programu .....	234
6.4.1	Analýza příležitostí .....	236
6.4.2	Výběr námětů .....	237
6.4.3	Tvorba programu .....	238
6.4.4	Uvedení na trh .....	250
6.5	Kvalita vzdělávacího programu .....	252
6.5.1	Podmínky vzdělávacího procesu .....	255
6.5.2	Vstupy vzdělávacího programu .....	256
6.5.3	Vyučovací proces .....	264
6.5.4	Výstupy vzdělávacího programu .....	268
6.6	Vnímání kvality .....	272
6.7	Spokojenost žáků a studentů .....	274
6.7.1	Zjištění spokojenosti .....	275
6.7.2	Zvyšování spokojenosti .....	277
	Shrnutí .....	279
7	Cena .....	281
7.1	Stanovení výše školného .....	284
7.1.1	Nákladová metoda .....	286
7.1.2	Metoda dle vnímání hodnoty zákazníkem .....	288
7.1.3	Metoda orientovaná na konkurenci .....	289
7.1.4	Diferenciace školného .....	290
	Shrnutí .....	292
8	Distribuce vzdělávacího programu .....	293
	Shrnutí .....	297
9	Komunikace školy .....	299
9.1	Principy marketingové komunikace .....	299
9.2	Osobní komunikace .....	305
9.3	Vztah k veřejnosti .....	308

9.3.1	Kroky v procesu PR.....	309
9.3.2	Nástroje PR.....	311
9.4	Reklama.....	316
9.4.1	Volba média.....	319
	Shrnutí.....	325
10	Relační marketing školy.....	327
10.1	Tvorba vztahové sítě.....	329
10.2	Životní cyklus vztahů.....	332
10.3	Zásady osobního jednání.....	334
10.4	Vztah k podnikům a odborná praxe.....	337
	Shrnutí.....	340
11	Nábor studentů.....	341
11.1	Proces náboru žáků.....	342
11.2	Faktory ovlivňující volbu školy.....	346
	Shrnutí.....	348
12	Evaluace školy.....	349
12.1	Vnitřní hodnocení kvality.....	352
12.1.1	Hodnocení poslání, cílů a podmínek školy.....	353
12.1.2	Studijní plány a osnovy, organizace studia.....	354
12.1.3	Studenti školy a jejich výsledky.....	357
12.1.4	Personální oblast.....	358
12.1.5	Materiální zabezpečení.....	359
12.1.6	Řízení školy a její strategie.....	361
12.1.7	Systém řízení a kontroly kvality.....	364
12.1.8	Závěr a opatření.....	365
12.2	Vnější hodnocení kvality.....	366
12.2.1	Návštěva komise na škole.....	366
12.2.2	Zpracování zprávy komise.....	368
12.2.3	Závěr evaluace.....	368
	Shrnutí.....	369
	Seznam obrazových příloh.....	373
	Seznam použité a doporučené literatury.....	375
	Rejstřík.....	377