

# OBSAH

Úvod .....	1
1 Studijní průvodce .....	4
2 Pojem marketing a marketing školy .....	6
2.1 Marketing .....	6
2.2 Marketing školy (vzdělávací instituce) .....	8
2.3 Koncepce marketingu školy .....	9
2.4 Mýty a omyly ohledně marketingu školy .....	12
3 Marketingový mix a holistická koncepce marketingu .....	16
3.1 Marketingový mix .....	16
3.2 Produkt .....	19
3.3 Cena .....	22
3.4 Místo – distribuce .....	24
3.5 Marketingová komunikace .....	25
3.6 Základní vymezení nástrojů komunikačního mixu .....	28
3.7 Holistická koncepce marketingu .....	35
4 Strategické plánování rozvoje školy .....	39
4.1 Co je strategie organizace a strategické řízení? .....	41
4.2 Klíčové oblasti strategického plánu školy .....	47
5 Poslání, vize školy a marketingový audit .....	53
5.1 Poslání školy .....	54
5.2 Formulace poslání školy .....	55
5.3 Vize školy .....	59
5.4 Marketingový audit .....	64
5.5 Nástroje analýzy prostředí školy .....	67
5.6 Možná struktura marketingového auditu školy .....	78
6 Kultura školy .....	81
6.1 Koncept kultury organizace .....	82
6.2 Kultura školy a model kultury školy .....	86
6.3 Kultura školy a klima školy .....	89
6.4 Jak je možné popsat kulturu školy? .....	91
6.5 Silná a slabá kultura organizace .....	95
6.6 Změna kultury školy .....	98



7	Škola jako značka .....	101
7.1	Značka .....	101
7.2	Hodnota značky .....	105
7.3	Realizace positioningu a komunikace značky .....	109
8	Image školy .....	114
8.1	Co rozumíme pod pojmem image školy? .....	115
8.2	Autoevaluace image školy .....	117
8.3	Vyhodnocení výsledků a příprava plánu pro image školy .....	125
9	Marketingová komunikace a komunikační kampaň .....	129
9.1	Realizace reklamní (komunikační) kampaně .....	130
9.2	Média a jejich využití v reklamní kampani .....	131
9.3	Plánování komunikační (reklamní) kampaně .....	135
10	Komunikace školy s veřejností na internetu .....	146
10.1	Přímý marketing a komunikace školy na internetu .....	148
10.2	Strategie komunikace školy na internetu .....	149
10.3	Prezentace školy na internetu a www stránky školy .....	155
10.4	Komunity značek na sociálních médiích .....	163
11	Marketingový výzkum a škola .....	171
11.1	Zaměření marketingového výzkumu školy .....	172
11.2	Realizace výzkumu .....	174
11.3	Dotazování .....	178
11.4	Dotazník .....	179
11.5	Interview a focus groups .....	184
	Literatura .....	192
	Přílohy .....	200
	Rejstřík .....	214