

Obsah

Úvod	7
1. Využití marketingu v dalším vzdělávání	9
<i>Jaroslav Mužík</i>	<i>.....</i>
1.1 Koncept a pojetí dalšího vzdělávání	11
1.2 Využití marketingových analýz při tvorbě kompetenčních vzdělávacích modelů	17
1.3 Marketingový environment v dalším vzdělávání	34
1.4 Marketingové zjišťování vzdělávacích potřeb	43
Použitá literatura a zdroje	49
2. Aplikace zásad marketingu v dalším vzdělávání.....	53
<i>Milan Rataj.....</i>	<i>.....</i>
2.1 Specifika dalšího vzdělávání a marketingu	55
2.2 Vybrané možnosti aplikace marketingu v dalším vzdělávání	58
2.3 Marketingové nástroje pro vzdělávací instituce.....	76
Použitá literatura a zdroje	80
3. Sociální sítě v praxi vzdělávací společnosti	83
<i>Vojtěch Bednář.....</i>	<i>.....</i>
3.1 Sociální sítě v roce 2013	85
3.2 Nástroje veřejné komunikace pro vzdělávací společnost	87
3.3 Praktické tipy k vytvoření prezentace na Facebooku	88
3.4 Sociální sítě z pohledu managementu kontaktů a informací	89
Použitá literatura a zdroje.....	92
4. Slovníček klíčových pojmů.....	93
<i>Milan Rataj.....</i>	<i>.....</i>
Použitá literatura a zdroje.....	102