

ÚVOD.....	5
1 ÚVOD DO MARKETINGU	7
1.1 CO JE MARKETING	7
1.2 MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ ŠKOLY	13
1.2.1 Marketingové makroprostředí školy	13
1.2.2 Marketingové mikroprostředí školy	26
2 MARKETINGOVÝ INFORMAČNÍ SYSTÉM ŠKOLY A ZÁKLADY MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU	29
2.1 POJEM A STRUKTURA MIS	29
2.2 ZDROJE DAT	31
2.2.1 Primární zdroje dat	31
2.2.2 Sekundární zdroje dat	33
2.3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM	34
2.3.1 Systematické pojetí procesu výzkumu	38
2.3.2 Sběr informací	43
3 MARKETINGOVÝ MIX ŠKOLY	55
3.1 DEFINICE MARKETINGOVÉHO MIXU	55
4 MARKETINGOVÝ KOMUNIKAČNÍ MIX ŠKOLY	63
5 SÍŤOVÝ MARKETING VE ŠKOLSTVÍ.....	79
6 MARKETINGOVÉ STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ.....	83
6.1 ANALÝZA VNĚJŠÍHO PROSTŘEDÍ	83
6.2 ANALÝZA VNITŘNÍHO PROSTŘEDÍ	84
ZÁVĚR.....	87
LITERATURA	89