

OBSAH

	Str.
ÚVOD	7
ALEXANDER ALBERT VPLYV ŠKOLSKEJ KULTÚRY NA VÝBER VYSOKEJ ŠKOLY The Influence of School Culture as a Determining Factor in Choosing a University	11
JIM BLYTHE MARKETING PODNIKATELSKÉ FAKULY Marketing the Business School	14
JAROSLAVA DĚDKOVÁ NUTNOST MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE ŠKOLY The Necessity of Marketing Communication of the School	23
TOMÁŠ DOLEŽAL PODPORA INFORMOVANOSTI STUDENTŮ O MOŽNOSTECH STUDIA V ZAHRANIČÍ On Supporting Students' Informedness about Possibilities of Studying Abroad	28
FRANTIŠEK FREIBERG MARKETING PROGRAMŮ KONTINUÁLNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ POSKYTOVANÝCH VYSOKÝMI ŠKOLAMI Marketing University Outreach Programs	34
ZUZANA FREIBERGOVÁ MARKETING A INTERNACIONALIZACE VYSOKÉHO ŠKOLSTVÍ Marketing and Internationalization of Higher Education	41
CHRISTINE HODGSON PROMĚNY KULTURY: PROČ ROSTE VÝZNAM MARKETINGU VYSOKÝCH ŠKOL Changing the Culture: Why Marketing Is a Serious Issue for Universities	49
PETR HOLEC MARKETING ČESKÝCH VYSOKÝCH ŠKOL Marketing of the Czech Universities	56

KATEŘINA HORÁKOVÁ	
VÝZNAM A ROLE CELOŽIVOTNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ V INFORMAČNÍ SPOLEČNOSTI	61
Importance and Role of Lifelong Education in an Information Society	
JOSEF HYNEK	
MARKETING NA INTERNETU	70
Marketing on Internet	
DAGMAR JAKUBÍKOVÁ	
ÚSPĚCH MARKETINGU ZÁVISÍ NA KULTUŘE	75
Marketing power should respect culture	
FRANTIŠEK JEŽEK A JANA KLEČKOVÁ	
MÁ SMYSL FORMULOVAT VE VYSOKÉM ŠKOLSTVÍ STRATEGIE?	89
Is There a Point in Formulating Strategies for University Education?	
IRMA KOPÁČKOVÁ	
VYUŽÍVÁNÍ SYSTÉMU „5P“ NA VYSOKÉ VOJENSKÉ ŠKOLE POZEMNÍHO VOJSKA VE VYŠKOVĚ	95
Using „5p“ System on Military University of the Ground Forces Vyškov	
FRANTIŠEK KRONTORÁD	
MANAŽERSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ V PODNICÍCH ČR V ZRCADLE PRŮZKUMU VZDĚLÁVACÍCH POTŘEB, REALIZOVANÉM ATKM	97
Management Training in Czech Companies: A View Resulting From a Study by the Czech Association of Management Trainers and Consultants	
HANA LOŠŤÁKOVÁ	
VÝZKUM UPLATNĚNÍ ABSOLVENTŮ EKONOMICKO-MANAŽERSKÝCH OBORŮ Z TECHNICKÝCH VYSOKÝCH ŠKOL JAKO ZÁKLAD TVORBY STUDIJNÍCH PROGRAMŮ	107
Research of Allocation of Graduates of Economy and Managerial Study Programmes from Technical Universities as Basis for Development of These Study Programmes	
KAREL MACÍK	
MARKETING VYSOKÝCH ŠKOL – PŘEDSTAVY A SKUTEČNOST	117
Marketing at Universities – Ideas and Reality	
MILADA MARHOUNOVÁ	
MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE VYSOKÝCH ŠKOL	127
Marketing Communication of Universities	

SHEILA MILLARD	
STUDENT COBY KLIENT	138
The Student as Client	
MÜLLEROVÁ LENKA	
UČÍCÍ SE SPOLEČNOST	146
The Learning Society	
JOHN PRATT AND YVONNE HILLIER	
TRH EXTERNÍHO POSTGRADUÁLNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ	154
The Market for Part Time Postgraduate Education	
ANTHONY PYNE	
MARKETING „NOVÉ“ UNIVERZITY	165
Marketing a „New„ University	
JOSEF ROSENBERG	
MARKETING UNIVERZITY JAKO VÝCHODISKO JEJÍ STRATEGIE	175
University Marketing – A Basis For The Creation Of A University Strategy	
VLASTIMIL SKOČIL	
50 LET VYSOKOŠKOLSKÉ ELEKTROTECHNIKY Z POHLEDU PODNIKŮ A ABSOLVENTŮ	181
50 Years of Electrical Engineering for Insights of Companies and Alumni	
RÓBERT ŠTEFKO	
ŠPECIFICKÉ MARKETINGOVÉ INŠTRUMENTÁRIUM V RIADENÍ VYSOKEJ ŠKOLY - NOVÝ MODEL DEFINOVANÝ NA BÁZE ANALYTICKÉHO PRÍSTUPU	187
Specific Marketing Instrumentarium Applied to the University Management – the New Model Defined by Analytical Approach	
RÓBERT ŠTEFKO	
EMPIRICKÁ ANALÝZA AKCEPTÁCIE MARKETINGOVEJ KONCEPCIE VRCHOLOVÝM MANAGEMENTOM ŠTÁTNYCH VYSOKÝCH ŠKÔL A IMPLIKÁCIE V KVALITE	198
Empirical Analysis of Marketing Conception Acceptance by Top Management of State Higher Educational Institutions and Implications in Quality	

ZDENĚK ŠTĚPÁNEK

**ŘÍZENÍ VYSOKÉ ŠKOLY SE STÁVÁ STÁLE VÍCE MANAŽERSKOU
ČINNOSTÍ S VÝRAZNÝM EKONOMICKÝM PODTEXTEM** 206

The Management of a University is Becoming Continuously More of a
Managerial Activity with a Significant Economic Base-Line

JOZEF STRIŠŠ

**MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA AKO ČINITEL, OVPLYVNŮJÚCI
POZÍCIU UNIVERZITY NA TRHU VZDELÁVANIA** 213

Marketing Communication – Factor that Influences the Position of the
University at the Market of Education

DAVID A. TURNER

VNITŘNÍ MARKETING VYSOKÝCH ŠKOL 218
Internal Marketing in Higher Education

IVAN VÁGNER

**K MARKETINGOVÉ ORIENTACI UNIVERZITY VE VÝCHOVNĚ-
VZDĚLÁVACÍ OBLASTI** 228

Some Opinions to University Marketing Orientation in Educational Area

JOSEF VOLEK

**AKTUÁLNÍ MOŽNOSTI MARKETINGU VYSOKOŠKOLSKÉHO
VZDĚLÁVÁNÍ V OBLASTI DOPRAVY A SPOJŮ.** 236

Recent Marketing Possibilities of Higher Education Programmes of
Transportation and Communications

KURT KINAST

**ŘÍZENÍ “PUBLIC RELATIONS” A VZTAHŮ K BÝVALÝM STUDENTŮM
VE VYSOKOŠKOLSKÝCH INSTITUCÍCH** 241

Managing Public and Alumni-Relations in Institutions of Higher
Education

GERHARD A. WÜHRER

VYSOKÉ ŠKOLY A JEJICH MARKETING V BUDOUCNU 249
Universities and the Marketing of Them in the Future