

Obsah

Úvod	8
1 Fenomén image	9
1.1 Podstata, vlastnosti a tvorba image	9
1.2 Image firmy/organizace	14
1.3 Image školy	15
2 Analýza image vzdělávací instituce	18
2.1 Faktory působící na tvorbu image vzdělávací instituce	18
2.2 Marketing vzdělávacích institucí	29
3 Image vzdělávací instituce a kvalita	40
3.1 Image vzdělávací instituce	40
3.2 Kvalita, hledání indikátorů a autoevaluace	50
4 Co představuje vzdělávání typu MBA	64
4.1 Motivace ke studiu a image školy	64
4.2 Charakter studia	65
4.3 Formy studia	66
4.4 Výukové metody	67
4.5 Volba vhodného studijního programu	68
5 Hodnocení kvality škol a studijních programů MBA	70
5.1 Akreditace studijních programů a škol	70
5.2 Žebříčky image manažerských škol	72
6 Image manažerské školy	74
6.1 Jak se pomocí žebříčků měří a porovnává image škol	77
6.2 Kritéria hodnocení kvality škol používaná v žebříčcích	79

7	Způsoby hodnocení image škol MBA	81
7.1	Metoda žebříčku firmy Princeton Review	81
7.1.1	Stručná charakteristika a hodnotící kritéria	81
7.1.2	Hodnocení metody	82
7.1.3	Žebříček za r. 2004 podle Princeton Review	82
7.2	Metoda žebříčku časopisu U. S. News and World Report	83
7.2.1	Stručná charakteristika a hodnotící kritéria	83
7.2.2	Hodnocení metody	84
7.2.3	Žebříček na r. 2005 podle U. S. News and World Report:	85
7.3	Metoda žebříčku časopisu Business Week	86
7.3.1	Stručná charakteristika a hodnotící kritéria	86
7.3.2	Hodnocení metody	88
7.3.3	Žebříček za r. 2004 podle časopisu Business Week:	89
7.4	Metoda žebříčku deníku Financial Times	91
7.4.1	Stručná charakteristika a hodnotící kritéria	91
7.4.2	Hodnocení metody	92
7.4.3	Žebříčky za r. 2002 – 2004 podle deníku Financial Times	93
7.5	Metoda žebříčku Economist Intelligence Unit	94
7.5.1	Stručná charakteristika a hodnotící kritéria	94
7.5.2	Hodnocení metody	96
7.5.3	Pořadí důležitosti kritérií ve výzkumu EIU	96
7.5.4	Žebříček za r. 2004 podle EIU	97
7.6	Metoda žebříčku deníku The Wall Street Journal	98
7.6.1	Stručná charakteristika a hodnotící kritéria	98
7.6.2	Hodnocení metody	100
7.6.3	Žebříček za r. 2004 podle deníku The Wall Street Journal	103
7.7	Metoda žebříčku Wehrliho	103
7.7.1	Stručná charakteristika a hodnotící kritéria	103
7.7.2	Hodnocení metody	104
7.8	Metoda žebříčku Marr/Kirkwoodova	104
7.8.1	Stručná charakteristika a hodnotící kritéria	104
7.8.2	Hodnocení metody	105
7.8.3	Žebříček za r. 2004 podle Marr/Kirkwooda	106

7.9	Další specializované žebříčky	107
7.10	Hodnocení image on-line studia	109
8	Význam žebříčků image	113
8.1	Hodnocení sledovaných kritérií	113
8.2	Jaká další kritéria by měli sledovat studenti	114
8.3	Jak jsou žebříčky hodnoceny školami	116
8.4	Jak hodnotí žebříčky zaměstnavatelé	118
8.5	Jak správně posuzovat žebříčky image	119
8.6	Unifikace žebříčků	122
8.7	Komerční význam žebříčků	122
9	Metodika hodnocení manažerských škol v ČR pomocí žebříčku image	123
	Použitá literatura a prameny	127
	Přílohy	135
	Rejstřík pojmů	137
	Rejstřík zkratek	139
	O autorech	140