

Marketingové řízení školy

Efektivní škola

Profesionální vedení školy

Sdílení vize a akceptování cílů školy
spolupracovníky

Vhodné edukační prostředí

Evaluace kvality práce školy

Učící se škola

Otevřená škola

Vzdělávání probíhá ekonomicky
efektivním způsobem

Podstata marketingového řízení školy

- Nabídka vzdělávacích programů a poptávka po nich na rozdíl od trhu zboží či jiných služeb nefunguje zcela tržně
- Co je to marketing školy? – Je to proces řízení, jehož výsledkem je poznání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníků a klientů školy efektivním způsobem zajišťujícím současně splnění cílů školy
- Priority v marketingovém řízení školy:
- Strategické řízení školy
- Styl řízení školy
- Vytvoření efektivní organizace
- Uplatnění vnitřního, personálního marketingu školy
- Uplatňování relačního marketingu
- Soustavná evaluace výsledků práce školy

- Směna na trhu vzdělání
- Hierarchie lidských potřeb (Maslow)
- Velká setrvačnost ve školství
- Věkové zvláštnosti a vzdělávací potřeby žáků
- Rozpor mezi potřebou vzdělání a přáním žáků

Koncepce školního marketingu

- Cíle školy
- Uspokojování potřeb a přání zákazníků
- Veřejný zájem

Přínosy marketingového řízení školy

- Zvýšení kvality a pestrosti vzdělávací nabídky
- Plnění cílů školy
- Informovanost
- Financování
- Loajalita

Omyly a mýty týkající se školského marketingu

- Marketing není vlastně nic jiného než reklama a propagace školy
- Marketing je zaměřen pouze na cílové skupiny mimo školu
- Marketing se týká pouze managementu školy
- Přání a potřeby žáků jsou shodnými pojmy