

ABSTRAKT

Cílem této bakalářské práce je zjistit, jaká jsou preferenční kritéria rodičů při výběru mateřské školy. Tato kritéria budou sledována u dvou skupin mateřských škol. Na jednu stranu se jedná o mateřské školy z okrajové části Prahy, konkrétně se jedná o Prahu 11, kde jsou tyto školy umístěny částečně v zástavbě rodinných domů, částečně v panelovém sídlišti. Na druhou stranu se jedná o mateřské školy z centra Prahy, konkrétně z Prahy 2, které jsou umístěny ve staré zástavbě Nového Města. Cílem této bakalářské práce je tedy nejen preferenční kritéria rodičů při výběru mateřské školy zjišťovat, ale také tato kritéria u daných skupin škol porovnat.

V teoretické části se práce nejprve zabývá marketingem, dále marketingovým řízením školy a public relations. Školy mohou mít problémy se získáváním žáků a při nedostatku žáků jsou finanční zdroje školy omezeny. Škola, která se bude chtít prosadit v konkurenčním prostředí bude muset volit strategii založenou na marketingovém přístupu. Dále je pozornost věnována mateřské škole a jejímu právnímu vymezení v zákoně č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon) a aktuálním problémům (povinné předškolní vzdělávání, přijímání dětí od dvou let věku). Předmětem výzkumné části bakalářské práce je zjištění preferenčních kritérií rodičů při výběru mateřské školy pro jejich děti prostřednictvím dotazníkového šetření.

Tato bakalářská práce se může stát pro ředitele samostatně zřizovaných mateřských škol jedním z výchozích dokumentů při tvorbě marketingové strategie, aby byli připraveni reagovat na nárůst konkurence ve školství.

KLÍČOVÁ SLOVA

Mateřská škola, marketing, marketingový mix, public relations