

Marketingová komunikace základní školy

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá problematikou marketingové komunikace ve školství. Cílem práce je komparace marketingové komunikace základních škol v hlavním městě a základních škol v okrese Nymburk z pohledu rodičů. Tato zjištění budou provedena na základě rozeslaných dotazníků v elektronické formě, které budou adresovány rodičům žáků z pěti základních škol v Praze 12 a pěti základních škol v okrese Nymburk. Cílem dotazování bude alespoň 70 % návratnost z celkově rozeslaných 300 dotazníků. Následně bude vyhodnoceno dotazníkové šetření a budou analyzovány rozdíly v marketingové komunikaci v Praze a v okrese Nymburk. Výzkumné šetření se zaměřuje na rozdíly v používaných marketingových nástrojích, komplexnosti poskytovaných informací prostřednictvím webových stránek základních škol a také otázkou, zda je komunikace rozhodujícím faktorem při výběru základní školy. Krátce se také zabývá produktem školy, který úzce souvisí s marketingovou komunikací a mixem. V závěru práce je uveden stav obou srovnávaných okresů základních škol. Srovnání zohledňuje, jak věk, tak i vzdělání respondentů. A navíc informuje rodiče o aktuálním stavu marketingové komunikace mezi školami a rodiči. Tato práce by měla pozitivně přispět jak rodičům, tak ředitelům škol, kteří z výsledků uvidí, zda komunikace a vnímání základní školy jsou v souladu s rodiči, nebo zda bude vhodné provést některé úpravy, které přispějí ke vzájemné spokojenosti.