

Bakalářská práce se zabývá vlivem vnějších faktorů na marketingovou strategii soukromé mateřské školy při jejím založení.

Literární rešerše charakterizuje teoretické zpracování tržního prostředí a faktorů působících na prostředí školy. Bakalářská práce dále vychází ze současného stavu mateřských škol, vlivů makroprostředí a mezoprostředí školy, které úzce s problematikou souvisejí a které jsou pro další kroky studie důležitým ukazatelem.

V empirické části je proveden výzkum, který slouží jako hlavní zdroj informací pro tvorbu marketingové strategie. Cílem je zjistit, zda existuje určitá skupina lidí, která je ochotna investovat vyšší finanční prostředky do předškolního vzdělávání svých dětí. Ve výzkumné fázi jsou prověřeny potřeby a zájmy rodičů o službu soukromé mateřské školy.

Na základě získaných údajů o stavu makroprostředí a mezoprostředí školy a na základě vyhodnocení empirického výzkumu je proveden návrh marketingové strategie.

Vypracovaná studie bude přínosem pro vedoucí pracovníky v oblasti školství včetně pedagogů, kteří uvažují o založení soukromého předškolního zařízení.