

## **Abstrakt**

Diplomová práce zpracovává téma marketingu a marketingové komunikace nestátních neziskových organizací, které se zabývají vzděláváním v rozvojových zemích. Teoretická část práce vymezuje pojem nestátní nezisková organizace, představuje konkrétní organizace zabývající se danou problematikou a popisuje marketingové prostředí, marketingový mix a nástroje marketingové komunikace nestátních neziskových organizací. Praktická část práce popisuje kvantitativní výzkum, který proběhl mezi českou veřejností, mezi nestátními neziskovými organizacemi, které se vzděláváním v rozvojových zemích zabývají a mezi firmami, které činnost těchto organizací podporují. Popisuje také analýzu ostatních zdrojů. Závěr práce je věnován návrhům na zlepšení marketingové komunikace neziskových organizací na základě výsledků, které přinesl výzkum popsáný v praktické části práce.

**Klíčová slova:** nestátní nezisková organizace, rozvojová země, vzdělávání, marketing, marketingový mix, marketingová komunikace.