

Práce pojednává o pozici marketingu v organizacích poskytujících vzdělávací služby v rámci České republiky. Nabízí rovněž manažerům škol ucelený pohled na jeho využití při řízení organizace. Práce je koncipována do dvou částí. První se zabývá legislativou a trendy ve vzdělávání jedinců s postižením, stejně jako marketingem a jeho specifiky ve školství. Druhá část prezentuje výsledky SWOT analýzy, focus group, obsahové analýzy dokumentů a kvalitativního výzkumu, které se snaží zmapovat současný stav marketingu v Základní škole a Mateřské škole, příspěvková organizace ve Vysokém Chlumci, jejíž součástí je speciální třída. V ní jsou vzděláváni a integrováni jedinci s postižením. Na základě zjištěných informací byla definována hlavní a podrobná zjištění. Součástí práce je rovněž návrh na doporučení, která mohou konkrétní organizaci efektivně pomoci. Práce se zabývá klíčovým problémem organizace a její doporučení budou realizována v praxi.