

Rigorozni prace se skhida z peti kapitol, z nichZ prvni tff se zaby-vaji teoretickymi vYchodisky v oblasti znalostniho managementu, ucici se organizace a strategickeho fizeni lidskYch zdroju. Ctvrta cast se zaby-va fidicimi a transformacnimi procesy, ktore probihaji ve vzdelavacich firmach. Posledni kapitola je zamerena na marketing v rozvoji dalsiho vzdelavani. Charakter trZnich vztahu ve vzdelav<ini vytvari pfedpoklady ph uplatneni marketingu v 16to oblasti.