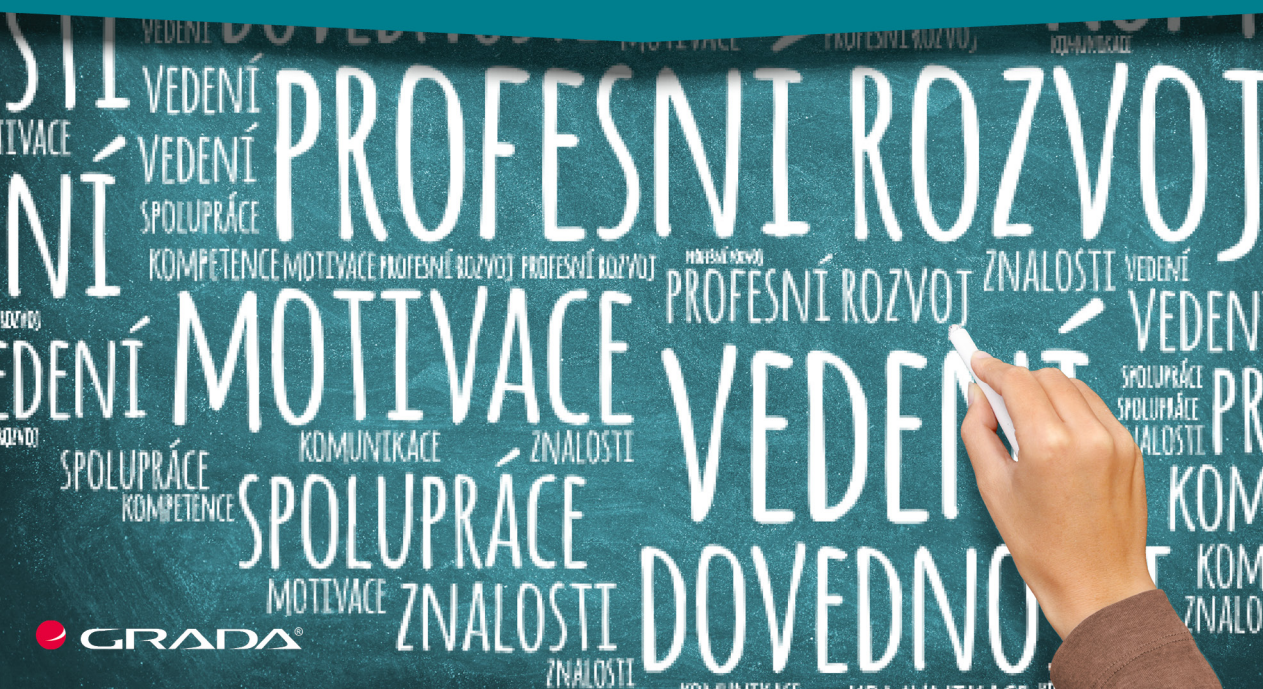


Mgr. Lenka Polášková

KOMPETENCE leadera školy

MANAŽER

Marketingová komunikace v praxi škol



Za řadu inspirativních námětů, příkladů dobré praxe a motivaci k profesnímu rozvoji děkuji laskavé kolegyni Petře Kalouskové a profesorce Růženě Petříkové.

Zároveň patří mimořádné poděkování Květě Štěpaníkové z nakladatelství Grada Publishing, a. s., za podporu a příležitost vydat tuto knihu.

Lenka Polášková

Mgr. Lenka Polášková

KOMPETENCE leadera školy

MANAŽER

Marketingová komunikace v praxi škol



Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

Mgr. Lenka Polášková

Kompetence ledera školy

Marketingová komunikace v praxi

Vydala Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401
www.grada.cz
jako svou 8422. publikaci

Odpovědná redaktorka PhDr. Dana Pokorná
Grafická úprava a sazba Jan Šístek
Návrh a zpracování obálky Vojtěch Kočí
Počet stran 96
První vydání, Praha 2022
Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., 2022

ISBN 978-80-271-4770-0 (ePub)
ISBN 978-80-271-4769-4 (pdf)
ISBN 978-80-271-3229-4 (print)

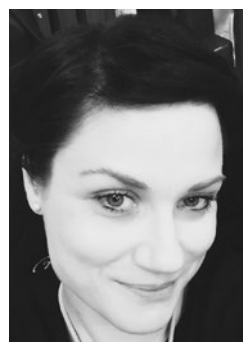
Obsah

O autorece	7
Úvod	9
1 Ředitel školy – leader školy	11
1.1 Práva a povinnosti ředitele školy – legislativní rámec	12
1.1.1 Ředitel školy zodpovídá za organizaci provozu a podmínky provozu	12
1.2 Jmenování ředitele školy – požadavky, možnosti, limity	14
1.2.1 Specifické situace a jmenování ředitele školy – konkurzní řízení	15
1.2.2 Profil uchazeče	17
1.3 Česká školní inspekce a oblast řízení	21
1.3.1 Školský management a management zdrojů	22
1.3.2 Metodická pomůcka – seznam dokumentace požadované Českou školní inspekci	24
2 Strategická analýza a koncept rozvoje školy	27
2.1 Strategické plánování	28
2.2 Školní vzdělávací program a strategická analýza	29
2.2.1 Školní vzdělávací program a jeho obsah	32
2.3 Strategická analýza a koncept rozvoje školy	33
3 Management ve školství	37
3.1 Řízení výkonu v organizaci	38
3.1.1 Diversity management	40
3.1.2 Age management	40
3.2 Inspirace v oblasti managementu znalostí – segment obchodu a služeb	40
3.2.1 Management kvality – model excellence	41
3.2.2 Ředitel školy a profesní rozvoj pedagogického týmu	42
3.2.3 Význam řízení znalostí	45

3.3	Hodnoticí pohovory	47
3.4	Praktická rovina pedagogických rad	52
3.5	Úvod do time managementu	54
4	Marketingová komunikace a variabilita v segmentu školství	57
4.1	Marketingová komunikace	58
4.2	Reklama	60
4.3	Podpora prodeje – jen s opatrností	63
4.4	Public relations (vztahy s veřejností)	64
4.5	Webová prezentace školy	66
4.6	Přímý marketing	68
5	Marketingový mix – stručný přehled problematiky	69
5.1	Marketingový mix a segment školství	70
5.1.1	<i>Produkt a škola</i>	72
5.1.2	<i>Cena</i>	76
5.1.3	<i>Distribuce – prodejní cesty</i>	77
5.1.4	<i>Propagace – klíč k úspěchu</i>	78
5.2	Zajímavosti z pedagogické praxe – propagace zařízení předškolní výchovy a vzdělávání v praxi	80
	Závěr	85
	Literatura	87

O autorce

Mgr. Lenka Polášková působí již více než dvacet let jako lektorka, autorka a pedagožka. Specializuje se na oblast managementu, legislativu a marketingové komunikace v segmentu školství a vzdělávání. V minulosti publikovala řadu metodických materiálů určených vedoucím pedagogickým pracovníkům. Externě spolupracuje s organizacemi, které se zabývají dalším vzděláváním pedagogických pracovníků.



Úvod

Kniha je pilotním materiálem pro ředitele škol a školských zařízení. Propojuje témata manažerské literatury a marketingu s reálnou pedagogickou praxí segmentu školství. Svým konceptem je unikátní. Zejména rovina managementu znalostí a oblast marketingové komunikace klade v současné době mimořádný důraz na nezbytnost rozšiřování kompetencí vedoucích pedagogických pracovníků napříč všemi stupni a typy škol a samozřejmě také školských zařízení. A nejen to, velmi důležité jsou tyto kompetence také u studentů různých typů oborů zaměřených na pedagogiku.

Kniha má čtenáři přinést zejména metodickou podporu v oblasti kroků směřujících ke zlepšení, vyšší efektivitě a dosahování cílů v rovině managementu a základů marketingové komunikace. Segment školství je však naprosto specifický, a nelze tedy komplexně uplatňovat všechny nástroje, které by byly relevantní v segmentu obchodu, služeb a podnikání. Cílem knihy je inspirovat, sdílet a podporovat a současně poskytnout čtenáři dostatek prostoru pro úvahu a zamyšlení. Školství je stále na pomyslné startovací čáře v rovině sdílení know-how.

Kniha je mezi učebnicemi managementu ojedinělá v rovině využití v segmentu školství a vzdělávání. Je stručná a přináší vhled do oblastí, které jsou pro vedení školy výzvou. Publikace zúročuje autorčinu více než patnáctiletou pedagogickou praxi, studium pro ředitele škol a školských zařízení, studium v oblasti řízení lidských zdrojů a marketingové komunikace.

Proč jsou pojmy management, marketing, krizový management, delegování nebo time management ve školství stále opomíjené? Co znamenají pojmy marketingová komunikace, řízení znalostí nebo public relations? Jaká je skutečná role vedoucího pracovníka ve školství? Nejen na tyto otázky přináší publikace odpověď.

