

Tato bakalářská práce popisuje marketingového analýzu trhu profesního vzdělávání dospělých. Marketingová analýza či marketingový výzkum zahrnuje přípravu před počátkem podnikatelských aktivit vzdělávacích institucí, ale i průběžné zjišťování aktuálního stavu trhu. Celkový proces marketingového výzkumu zahrnuje následující části marketingových činností: výzkum tržního prostředí (demografické, ekonomické, právní, výzkum přírodního prostředí a socio-kulturní prostředí), výzkum tržních subjektů (dodavatelé, konkurence, prodejci, zákazníci, veřejnost, stát), tržní analýzu (SWOT), sběr dat, nastavení výzkumných činností a metod, dotazování, provedení výzkumu a vyhodnocení. Marketing je jednou z hlavních činností moderních vzdělávacích institucí. Aby přežily a uspěly, musí tyto společnosti znát tržní prostředí, získat dostatečné zdroje, přeměnit je na odpovídající vzdělávací programy a efektivně je předat trhu a veřejnosti. Trh profesního vzdělávání dospělých je však natolik specifický segment trhu, že je zapotřebí obecné marketingové principy upravit a nastavit dle kritérií vycházející z potřeb tohoto trhu. Tato práce z těchto potřeb vychází a nabízí řešení.