

**Česká zemědělská univerzita v Praze**  
Institut vzdělávání a poradenství  
Katedra celoživotního vzdělávání a podpory studia



**Problematika distančního textu: jeho  
tvorba a čtenářská reflexe**

**Bakalářská práce**

**Autor: Michaela Holanová**

Vedoucí práce: PhDr. Lucie Smékalová, Ph.D. et Ph.D.

2019

Zadávací list



## ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: Problematika distančního textu: jeho tvorba a čtenářská reflexe vypracovala samostatně a citovala jsem všechny informační zdroje, které jsem v práci použila a které jsem rovněž uvedla na konci práce v seznamu použitých informačních zdrojů.

Jsem si vědoma, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, především ustanovení § 35 odst. 3 tohoto zákona, tj. o užití tohoto díla.

Jsem si vědoma, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím s jejím zveřejněním podle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a to i bez ohledu na výsledek její obhajoby.

Svým podpisem rovněž prohlašuji, že elektronická verze práce je totožná s verzí tištěnou a že s údaji uvedenými v práci bylo nakládáno v souvislosti s GDPR.

V Praze dne 21. 3. 2019

.....

(podpis autora práce)

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala především vedoucí mé bakalářské práce PhDr. Lucii Smékalové, Ph.D. et Ph.D., která mi po celou dobu velmi pomáhala a poskytla mi velké množství cenných rad a připomínek.

Dále bych ráda poděkovala mé rodině a partnerovi, kteří mi byly po celou dobu studia velkou oporou. Velké poděkování také patří všem respondentům, kteří se podíleli na dotazníkovém průzkumu, bez nich by tato práce nevznikla.

## **Abstrakt**

Cílem bakalářské práce je vytvořit distanční text a provést průzkum, který je splněn v praktické části bakalářské práce. Bakalářská práce se skládá z teoretické a praktické části. Teoretická část se zabývá distančním vzděláváním a distančním textem. Praktická část se zabývá tvorbou distančního textu a průzkumem, který je založen na dotazníkovém šetření, jak respondenti vnímají běžný učební text a distanční text.

V praktické části bakalářské práci se autorka pokusila vytvořit ukázkou distančního textu, který slouží pouze jako vzor, tudíž rozsah distančního textu je menší než běžná studijní opora. Za účelem provedení průzkumu, založeném na dotazníkovém šetření, byl zvolen vytvořený distanční text a běžný učební text. Obsah distančního textu a běžného učebního textu je totožný, jen je každý upraven tak, aby odpovídal svému účelu.

Distanční vzdělávání je založeno na samostudiu, a proto je nutné, aby byly studijní opory upraveny tak, aby byly k samostudiu vhodné. Distanční text je hlavní studijní oporou distančního vzdělávání, a tak je důležité se jeho tvorbě náležitě věnovat. Tento typ textu je pro svoji atraktivitu využíván i v jiných formách studia.

### **Klíčová slova:**

distanční vzdělávání, distanční text, průzkum

## **Abstract**

The aim of the Bachelor's thesis is to create distance-learning material and conduct survey-based research. Both of these objectives will be completed in the practical section of the thesis, one of the sections that comprise this thesis. The other is the theoretical section, which is concerned with the creation of distance learning and distance-learning material. The practical section deals with the creation of this material and includes the aforementioned survey-based research that enquires into the way respondents view ordinary teaching material and distance-learning material.

In the practical section, the author has endeavoured to create an example of distance learning material to serve purely as a model. Thus the size of the distance-learning material is smaller than ordinary study material. The survey-based research was based on the created distance-learning material and selected ordinary teaching material. The content of the distance-learning material and ordinary teaching material is identical. Each is only modified to suit its purpose.

Since distance education is based on self-study, it is necessary for the study material to be modified to suit this mode of learning. Distance-learning material is mainly distance education study material, so it is important to pay careful attention to its creation. Even in other forms of study, this type of material is used because of its visual appeal.

## **Keywords:**

distance education, distance-learning material, survey

## OBSAH

<b>ÚVOD .....</b>	<b>10</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>11</b>
<b>1 Cíl práce a metodika.....</b>	<b>12</b>
1.1 Cíl práce.....	12
1.2 Metodika práce .....	12
<b>2 Distanční vzdělávání.....</b>	<b>13</b>
2.1 Základní principy distančního vzdělávání.....	14
2.2 Využití distančního vzdělávání .....	15
2.3 Historie distančního vzdělávání .....	16
2.4 Tutor.....	17
2.5 Výhody a nevýhody distančního vzdělávání .....	18
2.6 Studijní opory distančního vzdělávání .....	19
2.6.1 Průvodce studiem .....	20
2.6.2 Studijní návod .....	20
2.6.3 Studijní plán .....	21
2.6.4 LMS systémy .....	21
2.6.5 e-Learning .....	22
2.6.6 Studijní texty .....	23
2.6.7 Rozhlasové a televizní vysílání .....	24
2.6.8 Počítač.....	24
2.7 Rozdíly mezi jednotlivými formami studia.....	25
2.7.1 Prezenční forma studia .....	25
2.7.2 Distanční forma studia.....	25
2.7.3 Kombinovaná forma studia.....	26
2.8 Hodnocení průběhu a výsledků studia.....	26
2.9 Moderní trendy v distančním vzdělávání.....	28
2.9.1 Elektronická konference .....	28
2.9.2 Videokonference.....	28
2.9.3 Virtuální třída .....	28
<b>3 Distanční text.....</b>	<b>29</b>
3.1 Rozdíl mezi běžným učebním textem a distančním textem .....	29
3.2 Činnosti před zahájením tvorby distančního textu.....	29



3.3	Fáze tvorby textu.....	30
3.4	Struktura distančního textu .....	31
3.5	Grafická stránka distančního textu .....	33
3.6	Tvorba distančního textu .....	34
3.6.1	Cíl .....	34
3.6.2	Čas potřebný ke studiu a obtížnost textu .....	34
3.6.3	Otázky .....	35
3.6.4	Testy.....	35
3.6.5	Klíč.....	35
3.6.6	Samostatné práce .....	36
3.6.7	Průvodce studiem distančního textu .....	36
3.6.8	Shrnutí.....	36
3.6.9	Klíčové pojmy .....	37
3.7	Jak psát distanční text .....	37
	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>38</b>
<b>4</b>	<b>Distanční text - Marketing .....</b>	<b>39</b>
<b>5</b>	<b>Běžný učební text .....</b>	<b>52</b>
<b>6</b>	<b>Průzkumné šetření .....</b>	<b>60</b>
6.1	Cíl a záměr průzkumného šetření .....	60
6.2	Metody sběru dat.....	60
6.2.1	Dotazník .....	60
6.2.2	Pilotáž dotazníku.....	60
6.3	Cílová skupina.....	61
6.4	Vyhodnocení dotazníku.....	61
6.4.1	Shrnutí průzkumného šetření .....	71
	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>72</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....</b>	<b>74</b>
	<b>SEZNAM ZKRATEK.....</b>	<b>78</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>79</b>
	<b>PŘÍLOHY</b>	

## ÚVOD

Žijeme v uspěchané době, kdy lidé nemají na nic čas, času je málo a povinností stále přibývá. Lidé nemají čas na svůj osobní život a už vůbec ne na studium a zvyšování své profesní kvalifikace. Školy se snaží nabízet obory, které lidem nabídnou možnost distanční, případně kombinované formy studia, která nezabere tolik času jako prezenční forma studia a přesto umožní studujícím získat potřebné znalosti k získání titulu. Tato forma studia je méně časově náročná, člověk netráví tolik času ve škole, ale věnuje se jiným činnostem, jako je u většiny studentů, kteří studují distanční nebo kombinovanou formu studia, práce a rodina. Tyto formy studia jsou sice méně časově náročné, co se týče trávení času ve škole, zato jsou více časově náročné, co se týče samostudia. Aby bylo samostudium pro studenty méně náročné a studenti nepostrádali vyučujícího, který výuku usnadňuje, byl vytvořen distanční text.

Když jsem nastoupila na ČZU první studijní oporou, která se mi dostala do rukou, byl distanční text od paní doktorky Smékalové „Didaktika vzdělávání dospělých“ (Smékalová, 2016). Text mě na první pohled zaujal a já si řekla, že tohle je to, čemu bych se chtěla věnovat. Po celou dobu studia jsem čekala, až se o distančním textu dozvim něco víc. Když tento čas nastal, byla jsem velmi ráda, že jsem měla možnost si zkusit tvorbu distančního textu. Při výběru tématu bakalářské práce mé rozhodnutí bylo jasné, distanční text.

Distanční forma studia je v dnešní době ve světě více rozvinutá, než je tomu v České republice. Ačkoliv distanční forma studia je u nás málo rozvinuta, distanční text, jako opora distančního studia, si své uplatnění našla. Distanční text se využívá při různých formách studia a nachází se své uplatnění.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části: část teoretickou a část praktickou. V teoretické části jsou obsaženy základní informace o distančním vzdělávání. Praktická část bakalářské práce je založena na vypracování distančního textu a průzkumu, jaký rozdíl lidé shledávají v distančním textu a běžném učebním textu.

Veškeré poznatky obsažené v textu jsou čerpány z velké části z literatury a z webových zdrojů.

## TEORETICKÁ ČÁST

# **1 Cíl práce a metodika**

## **1.1 Cíl práce**

Cíl práce se odvíjí od názvu bakalářské práce. Hlavním cílem je zpracování distančního textu a provedení průzkumu.

- popsat distanční vzdělávání
- vysvětlit pojem distanční text
- uvést požadavky na tvorbu distančního textu
- vytvořit distanční text
- provést průzkum
- vytvořit potřebné materiály k provedení průzkumu (běžný učební text a dotazník)

## **1.2 Metodika práce**

Bakalářská práce seskládá ze dvou částí, a to z teoretické části a z praktické části.

Teoretická část se zabývá distančním vzděláváním a distančním textem. První část teoretické části popisuje základní informace o distančním vzděláváním. Druhá část teoretické části bakalářské práce je věnována distančnímu textu. Tato část se zabývá pravidly pro tvorbu distančního textu a rozdíly mezi distančním textem a běžným učebním textem.

Praktická část bakalářské práce se skládá ze dvou částí, a to z tvorby distančního textu na téma Marketing a průzkumu, který se zabývá problematikou rozdílu mezi distančním textem, a běžným učebním textem.

## 2 Distanční vzdělávání

Distanční vzdělávání je forma řízeného samostudia, ve kterém student a vyučující nejsou v přímém kontaktu (Zlámalová, 2006a, s. 11). Kontakt mezi vyučujícím a studentem zastupují multimediální a komunikační prostředky. Jedná se o tištěné materiály, které jsou upravené tak, aby byly vhodné pro samostudium. Studující si samostatně rozvrhuje čas na samostudium. (Kopek, 2001, s. 4).

Jedná se o multimediální formu řízeného samostudia. Ačkoliv se hovoří o multimediálnosti distančního vzdělávání, základním studijním materiálem stále jsou tištěné texty, které se ale liší od běžných textů, které se používají v prezenční formě studia. Jsou doplněny testy, otázkami, shrnutími a podobně. Tento typ studijních textů je možné použít i v jiných formách studia jako je například prezenční studium. Naopak texty pro prezenční studium nejsou pro použití v distanční formě studia vhodné (Zlámalová, 2006a, s. 7-8).

Zlámalová (2006a, s. 13) říká, že „při distanční formě studia jsou vysoké nároky kladeny také na vzdělávací instituci. Ta musí zajišťovat studujícímu kompletní organizační servis, tak aby jeho časové ztráty byly minimální“. Mezi články organizačního servisu se řadí:

- informovanost o tom, jak distanční vzdělávání funguje
- vedení databáze studentů, vyučujících (interních i externích)
- informovanost o to, jak funguje organizace předávání materiálů potřebných ke studiu
- organizace zkoušek
- průvodce studiem pro studujícího (Zlámalová, 2006a, s. 13)

Výraznou roli v distančním vzdělávání hraje tutor. Tutor je osobním konzultantem studujícího. Studující je samostatným jedincem, který se studiu věnuje samostatně, proto potřebuje podporu ze strany tutora. Studující má možnost s tutorem

konzultovat, samostatně ho kontaktovat, radit se s ním ohledně studijních problémů a konzultovat s ním různé problémy (Zlámalová, 2006a, s. 13). Je faktem, že někteří studující podporu studia nepotřebují, samostudium zvládají sami a nemají potřebu se radit. Na druhou stranu jsou studující, kteří potřebují podporu tutora, cítí se jistější. Zlámalová (2006a, s. 14) tvrdí, že „rozdíl mezi dálkovým a distančním studiem je velmi zásadní a mnohvrstevný – rozdílná práce pedagogická, rozdílná práce v organizování a řízení studia, zcela metodicky odlišné studijní materiály, odlišné nároky na studijní schopnosti a dovednosti účastníka studia (minimálně schopnost psát v textovém editoru a komunikovat elektronickou poštou)“.

Dvořáková (1999, s. 5) říká, že „Předchůdcem distančního vzdělávání je tzv. vzdělávání korespondenční, kdy účastníci studia dostávali studijní materiály poštou a taktéž i odesílali vypracované úkoly.“

## 2.1 Základní principy distančního vzdělávání

- **Individualizace a flexibilita**- jedná se o možnost snadno měnit obsah a rozsah učiva, široká nabídka studijních možností (Zlámalová, 2001b, s. 8). Studující má možnost si podle svých potřeb volit vlastní individuální vzdělávací strategii, přizpůsobovat ji svým nárokům a potřebám, časovým možnostem (Zlámalová, 2006a, s. 10).
- **Multimediálnost**- jedná se o chápání učiva prostřednictvím více smyslů. Jedná se o obrazovou složku, zvuk, komunikaci pomocí telefonu či e-mailu či rychlý přístup k informacím. Díky multimediálnosti je studentovi umožněn neomezený kontakt s pracovníky školy.
- **Podpora studujících**- informovanost, motivace ke studiu, individuální výuka, pomoc psychologa, časový rozvrh prací a zkoušek. Toto vše se týká podpory studujících, kteří potřebují mít veškeré informace o zkouškách, úkolech a následnou reflexi.

- **Samostatnost-** studující se studiu věnuje samostatně. Během studia si volí individuální tempo učení, které mu vyhovuje. Učivo je seskupováno do malých celků, které na sebe navazují. Za každou částí učiva se nachází prostor pro zpětnou vazbu, kde si studující ověří, zda danou problematiku pochopil a dokáže ji aplikovat (Zlámalová, 2001b, s. 8-9).

Často se v souvislosti s distančním vzděláváním mluví o tzv. otevřeném vzdělávání. Jedná se o studium, kdy nejsou kladeny žádné požadavky a podmínky na přijímání uchazečů. Znamená to, že ke studiu je přijat každý, kdo projeví zájem o studium daného kurzu či programu. Pokud se v průběhu studia ukáže, že vstupní znalosti studujícího nejsou pro zvládnutí studia dostačující, je studující převeden do nižšího stupně studia. S tímto typem studia je možné se setkat v Británii. V České republice se tento typ studia nevyskytuje, neboť nespĺňuje podmínky v oblasti formálního vzdělávání (Zlámalová, 2006a, s. 14-15).

## 2.2 Využití distančního vzdělávání

S distančním vzděláváním se lze setkat především v oblasti vzdělávání dospělých. Jedná se o rekvalifikační kurzy, zvyšování kvalifikace, zájmové studium a jiné.

Distanční vzdělávání mohou nabídnout střední školy, vyšší odborné školy či vysoké školy. Velmi vhodné je distanční vzdělávání především u osob s tělesným postižením (Zlámalová, 2006a, s. 15). Studujícím s tělesným postižením může dělat každodenní dojíždění do školy velké problémy, proto jim řízené samostudium velmi pomůže uspokojit jejich zájem o vzdělání.

Každý, kdo chce být úspěšný na trhu práce, musí v průběhu celého života své vzdělávání doplňovat, zvyšovat a aktualizovat. Do budoucna se bude tlak na vyšší kvalifikace stále více zvyšovat a je potřeba s tímto faktem do budoucna počítat a být na něj připraven. Vzdělávání dospělých patří v dnešní době k prioritám Evropské unie (Zlámalová, 2006a, s. 16-17).

Celoživotní vzdělávání je realizováno pomocí formálního, neformálního a informálního vzdělávání. V následujících odstavcích budou vysvětleny rozdíly mezi jednotlivými typy vzdělávání.

- **Formální vzdělávání** je realizováno ve vzdělávacích institucích, jedná se o základní, střední odborné a vysoké školy.
- **Neformální vzdělávání** se odehrává mimo vzdělávací systém. Jedná se o naplňování volného času jedince a pro rozvoj dětí a mládeže je velmi důležité. V tomto případě se hovoří o vzdělávacích aktivitách zájmového a kulturního vzdělávání, počítačové kurzy, volnočasové aktivity pro děti a mládež a podobně. Neformální vzdělávání může pozitivně ovlivnit i budoucí profesní dráhu jedince. Neformální vzdělávání je založeno na dobrovolnosti, vzájemném učení, učení pro život učení založené na zkušenosti a činnosti a podobně.
- **Informální vzdělávání** je neorganizovaný typ vzdělávání. Jedinec získává poznatky, dovednosti, zkušenosti a postoje z každodenního života, z prostředí ve kterém žije a podobně. Získávají se i volnočasovými aktivitami jako je sledování televize, poslouchání rádia, cestování, četbou, navštěvováním kulturních akcí, divadla, kina a podobně (Zlámalová, 2006a, s. 17).

### 2.3 Historie distančního vzdělávání

Forma distančního vzdělávání vznikla v polovině 19. století v Anglii a Francii. Tato forma studia vznikla společně se vznikem poštovních služeb. Tyto školy byly zaměřené hlavně na obchodní disciplíny a jazykové vzdělávání (Zlámalová, 2006a, s. 26). Zlámalová (2006a, s. 26) uvádí, že „První záznamy o této formě studia se datují od roku 1840, kdy Angličan sir Izaak Pitman inicioval vyučování stenografie korespondenční formou.“



Velký rozvoj distančního vzdělávání byl zaznamenán během první světové války, kdy byly požadovány vyšší požadavky na vzdělání. I v Sovětském svazu bylo využíváno distanční vzdělávání, využíváno bylo při výuce technických oborů, kdy výuka probíhala korespondenční formou (Zlámalová, 2006a, s. 26).

V roce 1938 byl založen Mezinárodní svaz pro korespondenční vzdělávání, což zapříčinilo rozvoj distančního vzdělávání. O rok později, v roce 1939 bylo ve Francii založeno Národní centrum pro dálkové vzdělávání (Andromedia.cz, [b.r.]).

K rozvoji distančního vzdělávání pomohlo také rádio, přes nějž se vysílaly vzdělávací pořady. Televize, telekomunikační prostředek, který snoubil zvukový záznam, obraz a pohyb. Počítač a internet, telekomunikační prostředky, bez kterých si v dnešní době život a výuky nedokážeme představit. Počítač se objevil na přelomu 70. a 80 let, internet a e-mail o několik let později, a to na konci 90. let. Na počátku 21. století se ve velkém rozsahu objevil e-Learning, který studentů a vyučujícím v mnohém nejen distanční formu studia usnadnil (Historie a současnost distančního vzdělávání, 2019). O e-Learningu hovoříme už konce 20. století, ale nebyl příliš rozšířen a propracován (CRDR, 2016).

## **2.4 Tutor**

Zlámalová (2001b, s. 12) uvádí, že „V češtině nejlépe snad odpovídá termín poradce.“ Tento pojem je nejčastěji spojován s distančním vzděláváním. Tutor je pravou rukou studujícího, je nejbližším pomocníkem studujícího (Zlámalová, 2001b, s. 12).

Tento pojem vychází z potřeby vysvětlení rozdílů mezi distančním a prezenčním studiem. Ve spojení s prezenční formou studia hovoříme o učiteli, který je se studentem v každodenním osobním kontaktu. Na dotazy studenta odpovídá přímo ve výuce, a proto není potřeba kontaktu učitele a studenta mimo dobu vyučování (Zlámalová, 2001a, s. 9).

## 2.5 Výhody a nevýhody distančního vzdělávání

V této kapitole vycházím převážně z vlastních zkušeností s distanční formou vzdělávání.

Každý studující má individuální potřeby, to, co může být pro jednoho výhodou, může být pro druhého nevýhodou a naopak. Samostudium vyžaduje jistou disciplínu a sebezapření, větší píli, a to není pro každého. Jedinec musí být sám zodpovědný za své studium a být schopný se mu věnovat individuálně, dle rozložení svých možností. Studující si musí stanovit své priority, zvážit pro a proti a až poté se rozhodnout, zda je pro něj distanční forma studia to pravé.

Mezi hlavní výhody distančního vzdělávání patří menší časová náročnost co se týče trávení času ve škole. Studující dochází do školy pouze pár dnů v semestru, a tak mu zbývá více času na ostatní aktivity. Díky menší časové náročnosti se mohou studující věnovat studiu a zároveň pracovat na plný úvazek, být na mateřské dovolené nebo se plně věnovat rodině, aniž by to na studujícím zanechalo negativní stopy. Studující si sám zjišťuje doplňující informace, to znamená, že nespolehá na přednášejícího, který mu tyto informace poskytne, studující se musí sám více snažit.

Mezi hlavní nevýhody patří soustředěnost, při samostudiu se studující věnuje dalším činnostem, tudíž se na studium plně nesoustředí (Zlámalová, 2006a, s. 24). Domácí prostředí je rušivým elementem, studující doma vidí další činnosti, kterým by se měl věnovat. V domácím prostředí cítí lákadla, která studujícího vábí k tomu, aby se přestal věnovat učivu. Mezi tato lákadla patří například počítač, televizor, mobilní telefon a jiné. Ve školním prostředí si většina studujících nedovolí během výuky nevěnovat pozornost výuce, ale mobilnímu telefonu či počítači. Při samostudiu nemají studující stanoven časový harmonogram do kdy mají určitou část učiva zvládnout, tudíž je nic nehoní a postupují pomalu. V případě, že během samostudia nerazí na nějaký problém, má možnost napsat vyučujícímu a požádat ho o pomoc, o vysvětlení (Zlámalová, 2006a, s. 24). Při distanční formě studia má studující k dispozici časový harmonogram výuky a počet možných absencí na jednotlivých předmětech, většinou absence u jednotlivých předmětů je povolena na jednu

absenci to znamená na jeden učební blok za semestr. V případě, že studující chybí více než jednou, je po něm požadován náhradní úkol, případně mu není udělen zápočet, a tudíž se nemůže zúčastnit zkoušky. Pro studující, které mají malé děti a stane se, že neseženou hlídání, je tato skutečnost stresující.

## **2.6 Studijní opory distančního vzdělávání**

Studijní opory jsou veškeré studijní materiály, které jsou speciálně připravené pro řízené samostudium (Zlámalová, 2006a, s. 57). Dvořáková (1999, s. 17) definuje studijní opory jako: „veškeré studijní a informační zdroje, které jsou součástí řízeného studijního programu a jsou připraveny speciálně pro distanční studium, nebo jsou doplněny tak, aby je bylo možno v DiV efektivně použít“. Cílem těchto materiálů je usnadnit studujícími samostatné studium. Tyto studijní materiály jsou přizpůsobeny tak, aby se s nimi studentovi co nejnadhěji spolupracovalo (Eger, Dvořáková, 2003, s. 69). Během studia se student může setkat i s materiály, které nejsou upravené pro potřeby distančního vzdělávání, ale přesto studentovi poskytnou potřebné informace.

Hlavními studijními oporami jsou mimo studijní text také multimediální pomůcky, jako jsou například již zmíněné video a audio nahrávky nebo také interaktivní programy (Zlámalová, 2006b, s. 13).

Mezi studijní opory distančního vzdělávání patří průvodce studiem, distanční studijní texty, LMS systémy, e-Learning a jiné. Během studia se studující mohou setkat také s prezentacemi, které jsou přednášeny během přednášek a poté učebními skripty, které nejsou pro distanční vzdělávání nějak zvlášť upravené. Mezi studijní opory se dále řadí video, audionahrávky a televizní programy, které studentovi mohou pomoci lépe pochopit danou problematiku a vizuálně danou problematiku nastínit (Dvořáková, 1999, s. 17- 20).

V následujících podkapitolách dojde k seznámení s jednotlivými studijními oporami a jejich využitím v distančním vzdělávání.

### **2.6.1 Průvodce studiem**

Jedná se o příručku, kterou obdrží každý student při zahájení studia. Příručka obsahuje mimo jiné informace o tom, jak si rozvrhnout čas na studium, jak se připravovat na zkoušky, jak psát samostatné práce a podobně. Dále obsahuje informace o fakultě, seznam vyučujících, kontaktní adresy a podobně. (Jiří Průcha a kol., 1997, s. 16).

Jiří Průcha a kol. (1997, s. 16) „Jde tedy o souhrn informací, rad a doporučení, které mají usnadnit studium.“

Při zápisu do studia studenti České zemědělské univerzity, Institutu vzdělávání a poradenství obdrží „Průvodce nového studenta“. V tomto dokumentu se studenti dozví důležité informace o fakultě, na které studují. Krom jiného tento dokument obsahuje informace o fakultách, které spadají pod danou školu, o poplatcích, které jsou spojeny se studiem na dané fakultě, o studijních předpisech, informace o možnostech přerušení studia a možnosti individuálního studijního plánu, jak a kde si zařídit potřebné studijní dokumenty, kde se nachází studijní knihovna, možnosti studia v zahraničí a podobně (Institut vzdělávání a poradenství, 2018).

### **2.6.2 Studijní návod**

Zlámalová (2001b, s. 42) definuje studijní návod takto: „Studijní návod je materiál, který by měl iniciovat a podporovat celý soubor vlastností a dovedností, nezbytných pro samostatné studium.“ Mimo jiné studijní návod radí studujícím jak se učit, jak si rozvrhnout čas, jak se připravovat na zkoušky a podobně. Během studia studující musí vypracovat několik písemných prací, to je pro mnohé hlavně ze začátku studia velmi frustrující. Od doby, co někteří studující opustili školu, uplynula už delší doba a za tu dobu se mnohé změnilo. Z toho důvodu existuje studijní návod, který obsahuje veškeré potřebné informace k psaní prací. Mimo jiné informace o rozsahu práce, stylu a velikosti písma, rozložení stránek, vzhled titulní strany, seznam literatury a tak podobně (Zlámalová, 2006a, s. 55- 56).

### 2.6.3 Studijní plán

Studijní plán je seznam jednotlivých předmětů, které musí student daného oboru v daném ročníku a semestru úspěšně ukončit. Každý předmět má stanoven počet kreditů, které po úspěšném zakončení předmětu studující získá (Kopek, 2001, s. 6). Počet kreditů vyjadřuje, jak je konkrétní předmět náročný (VOŠL a SLŠ Bedřicha Schwarzenberga, [b.r.]).

### 2.6.4 LMS systémy

LMS systém je systém, který pro řízení výuky řeší administrativu a organizaci výuky. Aplikace obsahuje velké množství online nástrojů, jako jsou například nástěnky, chat, diskusní fórum a jiné. Student zde nalezne učební materiály či on-line výukový obsah. Systém obsahuje správu žáků, kurzů, studijních plánů, evidenci hodnocení žáků a podobně (Pavel Lorenc, 2019).

V následujících dvou odstavcích čerpám z vlastní zkušenosti s Moodle. Mezi neznámější a velmi často využívaný LMS systém patří Moodle, kromě vysokých škol je také v menší míře využíván i na středních školách. S tímto systémem ve velkém pracují vyučující. Kdyby vyučující s Moodle nepracovali a nespravovali by ho, nebyly by informace v něm obsažené pro studenty aktuální a atraktivní. Vyučující konkrétního předmětu vytvoří v Moodle kurz, ve kterém vytvoří jednotlivé přednáškové moduly, do kterých vkládají jednotlivé prezentace, úkoly, důležité informace a podobně. Pomocí přehledu mají k dispozici seznam odevzdaných a neodevzdaných úkolů.

Systém je studentovi přístupný po zadání přihlašovacích údajů, každý student obdrží své přihlašovací údaje. Do obsahu jednotlivých předmětů se student dostane pomocí hesla, které studentovi sdělí vyučující konkrétního předmětu. Někteří vyučující nemají své kurzy opatřeny vstupním heslem, ale to je pouze výjimka. Moodle umožňuje studentům snadný přehled jednotlivých předmětů, přednášek a úkolů. Moodle obsahuje kalendář, který studujícího upozorní na datum, do kdy je potřeba odevzdat konkrétní úkol. Systém studentovi velmi usnadní samostudium,

neustále má k dispozici veškeré studijní materiály, jednotlivé prezentace a přehled všech úkolů. Pomocí Moodlu může vyučující studentovi komentovat odevzdané úkoly a tím poskytovat potřebnou zpětnou vazbu, která je velmi prospěšná a potřebná pro všechny studenty. Pokud nemá student zpětnou vazbu, neví, zda úkol vypracoval správně a případně jakých chyb se dopustil.

### 2.6.5 e-Learning

Jedná se o vzdělávací proces, který využívá moderních počítačových technologií (ITSLOVNÍK.cz, [b.r.]).

E-Learning je spojován především s osobním počítačem. Při výuce pomocí e-Learningu studenti využívají také kapesní počítače (notebooky) a mobilní telefony. V případě používání mobilních prostředků jako je notebook, tablet, mobilní telefon se hovoří o m-Learningu, tedy o mobilním vzdělávání (Easy LMS, [b.r.]).

Mezi online technologie využívané v e-Learningu patří e-booky, aplikace Google, LMS systémy, masové otevřené online kurzy, mobilní technologie a podobně.

**E-book** neboli elektronická kniha, je digitální forma textu. Jedná se především o knihy, časopisy, skripta a manuály. Ke čtení slouží čtečky, které slouží jako samostatné zařízení. Výhodou je možnost zvýrazňování důležitých pasáží textu a psaní poznámek. Velkou výhodou je, že šetří místo, studující má možnost si zvolit velikost písma dle potřeby, v textu může jednoduše vyhledávat jednotlivá slova a jsou rychle dostupné (Portál, [b.r.]).

**Google aplikace** jsou vhodnými nástroji pro sdílení materiálů mezi studenty. Jednou z neznámějších a velmi využívaných aplikací je Google disk. Jedná se o aplikaci, ve které lze v různých programech tvořit dokumenty, tabulky, formuláře, prezentace a poté je sdílet s ostatními uživateli. Všechny dokumenty jsou uloženy na tomto online úložišti, jedná se tedy i o účinnou zálohu dokumentů (Google, [b.r.]).

**LMS systémy** slouží jako podpora elektronického vzdělávání. LMS systémům je více věnováno v kapitole 2.6.4.

**Masové otevřené online kurzy (MOOC)** jsou specifickým typem online kurzu. Kurz je k dispozici zdarma neomezenému počtu uživatelů. Tyto kurzy nahrazují klasické přednášky. Výuka probíhá pomocí video přednášek, učebních textů, testů a pomocí spolupráce účastníků kurzu pomocí diskusního fóra. Po splnění podmínek účastník získá většinou certifikát o absolvování kurzu (Americké Centrum, [b.r.]). Kurzy jsou poskytovány zdarma anebo za poplatek.

Jedním z poskytovatelů kurzů v České republice je společnost Seduo. Po výběru kurzu má studující k dispozici informace o kurzu, osnovu kurzu, časovou náročnost kurzu a informace o tom, zda po ukončení kurzu obdrží účastník certifikát (Online kurzy, semináře, odborná školení a firemní vzdělávání, 1996).

### **2.6.6 Studijní texty**

V dnešní době se velmi vyvíjí moderní technika, to znamená, že učební opory, které byly dříve velmi využívány, v dnešní době zanikají. Tato skutečnost ale neplatí, co se týče studijních textů. I přes tuto skutečnost jsou studijní texty stále oblíbené a velmi využívány. Studijní texty jsou tištěné dokumenty, každý studující má jiné potřeby, a proto tištěné studijní texty některým velmi vyhovují a jiní je považují za nevyhovující (Dvořáková, 1999, s. 17- 18). Materiály, které dříve bývaly tištěné, jsou v dnešní době většinou převedeny do elektronické podoby.

Tištěné materiály mají tu výhodu, že v nich studující může listovat, zvýrazňovat důležité pasáže textu, dopisovat poznámky. Tento typ materiálů je také lépe přenosný, stále se do kabelky lépe vejde tištěný několik stránekový text, který skoro nic neváží, než objemný a několika kilový notebook nebo tablet. Navíc moderní přístroje mohou být pro některé dospělé zdroji stresu (Dvořáková, 1999, s. 17-18). Tištěný materiál na rozdíl od notebooku a podobně se nevybije, to znamená, že je k dispozici neustále.

Studijním textem, který je speciálně upravován pro potřeby distanční formy studia, je distanční text. Distančnímu textu je věnována praktická část bakalářské práce a kapitola 3 teoretické části bakalářské práce.

### **2.6.7 Rozhlasové a televizní vysílání**

Rozhlas (rádio) a televize jsou důležitou součástí vzdělávání. Někteří vyučující využívají televizní pořady jako zpestření výuky (Dvořáková, 1999, s. 18- 19). Výhodou rozhlasového a televizního vysílání je to, že studující vysílání může brát pouze jako kulisu při jiné činnosti. Například se může věnovat domácím pracím, přitom mu v televizi běží doporučený vzdělávací program. Ačkoliv studující vykonává jinou činnost, informace obsažené v pořadu se studujícími ukládají do mozku a v případě potřeby se vybaví.

### **2.6.8 Počítač**

Jedná se o velmi často používaný prostředek při distanční formě studia (Dvořáková, 1999, s. 22). V dnešní době je počítač nezbytnou součástí života, ať už se jedná o distanční vzdělávání, práci a podobně. Počítač je využíván při e-Learningu, využívání Moodlu, odevzdávání prací, informací o studiu, při komunikaci s vyučujícími a podobně. V dnešní době již není možné odevzdávat úkoly v klasické psané formě (papír, propiska), je požadováno elektronické odevzdávání.

Pro některé studující, převážně vyšší věkové kategorie, je tato skutečnost velmi frustrující, ale každý studující se musí nějakým způsobem přizpůsobit a naučit se využívat potřebné studijní opory a technologie potřebné a nezbytné při výuce, ke kterým počítač jednoznačně patří (Dvořáková, 1999, s. 22- 23).

Pomocí počítače studenti odevzdávají vypracované úkoly, dostávají hodnocení, komunikují s pracovníky školy, získávají studijní opory, píšou semestrální a bakalářské práce, vytvářejí prezentace a tak podobně.



## **2.7 Rozdíly mezi jednotlivými formami studia**

Pro pochopení toho, jak funguje distanční studium, je potřeba si vysvětlit rozdíly mezi jednotlivými formami studia. Každá forma studia je specifická a v něčem jiná, ať už se jedná o časovou náročnost nebo třeba potřebu samostudia.

Rozlišujeme tři typy studia a to studium prezenční, distanční a kombinované. V následujících odstavcích budou popsány jednotlivé typy studia a jak fungují.

### **2.7.1 Prezenční forma studia**

Dříve se tento typ studia označoval jako denní studium. Výuka probíhá ve všední dny v dopoledních a odpoledních hodinách. Jedná se o přednášky, cvičení, semináře či kurzy. Studium je většinou doplňováno praxí, kde student získá praktické dovednosti, a to, co se naučil ve škole, si osvojí v praxi. Během výuky je student v přímém kontaktu s vyučujícím a má během výuky možnost reagovat na problémy, které v učivu student shledává. Studující se během přednášek a cvičení více věnují dané problematice a mají možnost si ji více „zažít“ (Studentskefinance.cz, [b.r.]).

Tato forma studia je vhodná pro studenty, kteří právě dostudovali na střední škole. Tito studenti většinou chodí na brigády, takže mají možnost navštěvovat školu častěji a brigádám se věnovat ve volném čase, kdy nenavštěvují školu.

### **2.7.2 Distanční forma studia**

To jak distanční forma studia vypadá a jak funguje bylo zmíněno již v předešlých kapitolách, v této kapitole dojde k stručnému shrnutí pro upřesnění rozdílů mezi jednotlivými formami studia.

Jedná se o formu řízeného samostudia. Student je během studia oddělen od vyučujících. Student a vyučující nejsou v přímém kontaktu (Studentskefinance.cz, [b.r.]). Roli vyučujícího při samostudiu nahrazuje tutor (Zlámalová, 2006a, s. 13). Ten je pro studujícího rádcem, pomocníkem, oporou a osobním konzultantem. Studující má možnost se na tutora obrátit se všemi problémy, které se studia týkají. Student

se školou komunikuje prostřednictvím internetu, e-mailu a podobně (Zlámalová, 2001a, s. 17). Výhody a nevýhody distanční formy studia jsou uvedeny výše v kapitole 1.5.

### **2.7.3 Kombinovaná forma studia**

Dříve se tato forma studia nazývala jako dálkové studium. Tato forma studia je kombinací prezenční formy studia a distanční formy studia. Jedná se o formu řízeného samostudia, avšak v přímém kontaktu s vyučujícím (Studentskéfinance.cz, [b.r.]). V následujícím textu této kapitoly čerpám z vlastní zkušenosti s kombinovanou formou studia. Studenti se účastní výuky, která probíhá v blocích, jedná se převážně o dva víkendy v měsíci. Ve výuce jsou studující pomocí přednášek sděleny základní informace, bližší informace o dané problematice mají studující ve svých rukách a věnují se samostudiu. Během samostudia mají studující za úkol bližší a hlubší nastudování dané problematiky a vypracování jednotlivých úkolů, které se dané problematiky týkají. Zakončení jednotlivých předmětů je stejné jako u prezenční formy studia, zakončení je buď udělením zápočtu anebo zkouškou. Podmínky pro studenty prezenční formy studia a kombinované formy studia jsou stejné, v ničem se neliší. Kombinovaná forma studia vyžaduje velké množství času na samostudium.

Tato forma studia je vhodná pro maminky na mateřské dovolené či pro osoby, které pracují na plný úvazek a nemají tolik volného času. Studenti, kteří se rozhodnou pro tuto formu studia, musí být schopni a ochotni věnovat velké množství svého volného času pro samostudium, které je často velmi časově náročné.

## **2.8 Hodnocení průběhu a výsledků studia**

Zlámalová (2001b, s. 28) ve své publikaci říká, že „DiV je založeno na odlišném přístupu ke studujícím.“ Odlišný přístup se odráží v nárocích na samostudium,

průběžné testy, úkoly a podobně. Co se týče samostudia, nároky na distanční studenty jsou velmi vysoké, požaduje se velmi vysoké studijní úsilí. Při samostudiu musí mít student dostatečné množství možností, jak si ověřit znalosti získané při samostudiu. Musí získat informace o kvalitě vypracování úkolů a příležitost k ověření, jak danou látku pochopil (Zlámalová, 2001b, s. 28).

Předpokládá se, že vyučující studuje problematiku, kterou učí, a tak v průběhu studia inovuje výuku. Netýká se to pouze inovace obsahu přednášek, ale také metodiky. Vyučující z výsledků testů a z připomínek a poznatků studujících přichází na problémové části přednášek, úkolů či na problémové otázky. Vyučující se snaží tyto problémové části přetvořit, aby studujícím nedělaly problémy.

Během studia jsou studující průběžně hodnoceni, hodnoceny jsou jednotlivé práce v průběhu studia. Vyučující má tak přehled o tom, jak studující chápe danou problematiku a zda se dostatečně věnuje studiu. Průběžné hodnocení je důležité i pro studující, kteří tímto způsobem dostávají zpětnou vazbu (Zlámalová, 2001b, s. 28).

Na konci textů jsou uveřejněny otázky, náměty k úvahám a různé příklady, které studujícím poskytnou zpětnou vazbu. Mohou si tímto způsobem ověřit, jak danou problematiku pochopili a zda se jejich samostudium ubírá správným směrem.

Během samostudia jsou studujícím zadávány samostatné práce. Studující práci podle zadání vyučujícího vypracuje a poté ji odešle k hodnocení. Následně je studujícímu posláno hodnocení.

Na konci letního i zimního semestru je předmět zakončen zkouškou. Zkouška musí být stejná jak pro prezenční formu studia, tak pro distanční formu studia. Zkouška je písemná, ústní anebo kombinace předešlých možností. Zkoušející oznámí známku studentovi a zanesse ji do systému, případně známku oznámí administrátorovi (Zlámalová, 2001b, s. 29).

## **2.9 Moderní trendy v distančním vzdělávání**

Doba se stále vyvíjí a vyvíjí se i informační technologie. V dnešní době je lze využít v pedagogickém procesu (Zlámalová, 2006a, s. 95).

### **2.9.1 Elektronická konference**

Elektronická konference lze využívat jako podpůrný komunikační prostředek. Jedná se o diskuzi mezi studujícími a tutorem (Zlámalová, 2006a, s. 95). Jedná se o elektronickou poštu (Západočeská univerzita v Plzni, [b.r.]).

### **2.9.2 Videokonference**

Videokonference je přenos obrazu a zvuku. Ve vzdělávání je často využíván při přenosu přednášek. Například student z České republiky se může pomocí videokonference účastnit přednášky, která se koná například ve Velké Británii. Je možné pomocí videokonference do počítače pozorovatele (studenta) přenášet také předváděnou prezentaci (AV MEDIA.cz, 2019).

### **2.9.3 Virtuální třída**

Studující se pomocí počítače, který je připojený k internetu, připojí do virtuální třídy. Musí mít dále k dispozici sluchátka s mikrofonom anebo mobilní telefon, aby se mohl aktivně účastnit výuky a komunikovat. Po připojení se studentovi zobrazí seznam účastníků a nástroje, které může využívat. Může klást otázky, odpovídat na otázky, sdílet dokumenty a podobně (ModerniRizeni.cz, [b.r.]).

### 3 Distanční text

Jedná se o studijní oporu distančního vzdělávání, speciálně upravený studijní text pro potřeby této formy studia. Úkolem distančního textu je nahradit prezenční formu studia. Díky specifickým úpravám nahrazuje vyučujícího během samostudia. Distanční text je velmi specifický svým vzhledem a velmi specifická je i jeho příprava.

#### 3.1 Rozdíl mezi běžným učebním textem a distančním textem

Běžný učební text a distanční text jsou dvě velmi rozdílné studijní opory. Každý skvěle slouží pro svoji formu studia, ale běžný učební text není vhodný pro distanční formu studia a běžný učební text pro prezenční formu studia a naopak.

**Běžný učební text (učebnice, skripta)** nemá formulovány studijní cíle. Je psán jako materiál pro čtení, tudíž v běžném učebním textu není prostor pro vpisování poznámek. Na konci kapitol se objevují otázky z zopakování celé kapitoly, většinou nejsou k dispozici odpovědi, tudíž student neví, zda na otázku odpověděl správně.

**Distanční text** na začátku každé kapitoly má definovány cíle, kterých má studující po prostudování kapitoly dosáhnout. Text je psán v kratších odstavcích, v textu jsou zvýrazňovány důležité pasáže, pojmy a podobně, text je přehlednější. V textu jsou vynechána místa pro vpisování poznámek. Otázky jsou uváděny na několika místech v kapitole, nikoliv pouze na konci. Poté následuje komentář autora, ve kterém studující najde odpověď k otázce. Snaží se vyvolat zájem o téma, vzhledově je atraktivní (Bednaříková, 2001, s. 7; Zlámalová, 2006b, s. 20-21).

#### 3.2 Činnosti před zahájením tvorby distančního textu

Před zahájením práce musí autor znát velké množství vstupních informací:

- Cílová skupina- pomáhá najít vhodnější styl psaní.
- Co studující o daném tématu doposud ví- informace o vyspělosti studujícího.

- Kompetence studujícího- co má znát, umět a podobně.
- Úroveň zařazení textu- záleží na tom, pro jaký kurz je text určen.
- Rozsah textu- distanční text by neměl přesáhnout rozsah 45 stránek.
- Požadavky na technické zpracování- sděluje zadavatel. Podává informaci o tom, co vše má text obsahovat, velikost a styl písma, grafická stránka textu, členění kapitol a podobně.
- Termín odevzdání textu (Bednaříková, 2001, s. 8-9; Zlámalová, 2006b, s. 21).

Podle Zlámalové (2006b, s. 21) „Před přípravou studijního produktu je nutno co nejpřesněji vydefinovat charakteristické znaky cílové skupiny, pro kterou je modul (kurz, studijní program) určen! Pozor na shodu mezi úrovní cílové skupiny a úrovní studijního textu. Špatný odhad intelektuálních schopností, dovedností a možností cílové skupiny ve vztahu k obtížnosti a specifikám předpokládaného studia je nejčastějším důvodem problémů. Čím větší je shoda, tím větší je účinnost studia a jeho pozitivní hodnocení ze strany pedagogů i studujících.“

### 3.3 Fáze tvorby textu

Text je tvořen ve 3 fázích:

1. **Odborník-** jeho úkolem je tvorba textu, podle požadavků. Text doplní úkoly, testy, cvičeními a podobně. Poté technicky upraví text dle zadání zadavatele.
2. **Metodik-** posoudí funkci textu a poskytne zpětnou vazbu.
3. **Grafik-** do distančního textu zasáhne výtvarnou úpravou, to znamená, že učiní text přehledný (Bednaříková, 2001, s. 9).

### 3.4 Struktura distančního textu

Zlámalová (2006b, s. 23-24) zobrazuje ve své publikaci strukturu písemných textů pro distanční vzdělávání takto:

- **Titulní list-** graficky přehledný, obsahuje výstižný cíl studia, jméno autora (ů).
- **Přehled o zařazení modulu v rámci celého kurzu-** základní informace, souvislosti- jaké předměty na přehled navazují dále a co musí mít student již v rámci studia zvládnuto, na co předmět navazuje.
- **Úvod a poučení o studiu-** průvodce textem, jak studovat (obecně i jednotlivé jednotky), upozornění na problémové pasáže, odkazy na další zdroje informací (písemné i jiné), organizační pokyny k výuce.
- **Učební cíle-** obecné, rámcové cíle celého modulu. Jedná se o učební cíle, které sleduje autor textu (učitel).
- **Studijní cíle-** konkrétní, jasně definované a kontrolované studijní cíle každé dílčí jednotky.
- **Odhad studijní zátěže-** časový odhad délky studia, potřebný k úplnému zvládnutí každé delší studijní jednotky.
- **Učební text-** látka k prostudování rozčleněná do kratších dílčích studijních jednotek, nikoliv do rozsáhlých obsahových celků.
- **Vzorová dílčí řešení- praktické příklady, příklady z konkrétní praxe, modelová řešení-** časté prokládání textu jednoduchými ilustračními řešeními, kterými autor konkretizuje obsah a zároveň motivuje studujícího ukázkou praktické použitelnosti studovaného obsahu.
- **Písemné úlohy na konci studijní jednotky-** tato zadání by neměla být formulována tak, aby k jejich zodpovězení bylo zapotřebí vrátit se o několik stránek dopředu a memorovat text. Písemné úkoly mají být formulovány problémově, tak aby donutily studujícího přemýšlet, konstruovat, hledat řešení, používat indukce a dedukce.

- **Průvodce textem (průvodní slovo autora)**- krátké textové pasáže, které obsahují pomocné slovo autora, návod, jak si v dané chvíli počínat, na co se soustředit apod. Cílem těchto pasáží je navodit kontakt autora (učitele) se studujícím, radit mu, zpříjemnit náročné samostudium, upozornit na nutnost odpočinku, osvěžení atd.
- **Shrnutí**- krátké, výstižné a upevňující shrnutí na konci každé studijní jednotky, závěrečný přehled na konci každého většího obsahového celku (kapitoly) i v závěru celého modulu.
- **Seznam doporučené literatury**- je třeba uvádět nejen tituly, které mohou být značně rozsáhlé, ale spíše výběr konkrétních stránek doporučených k prostudování, spolu se zdůvodněním, proč mají být prostudovány.
- **Otázky k sebehodnocení**- jsou umístěny na vhodném místě v textu, nejlépe na konci každé studijní jednotky nebo určitého studovaného celku (kapitoly), po jejich zodpovězení je studující informován o svých pokrocích.
- **Odpovědi na otázky, klíč**- vypracovaná kontrola k sebehodnocení, většinou na konci studijního textu.
- **Samostatná práce (práce opravovaná tutorem)**- eseje, projekty, případové studie, krátká písemná zadání, testy zadávané v rámci textu. Tyto práce jsou průběžně hodnoceny tutorem a výsledky v nejkratší době sdělovány studujícím. Zahraniční literatura používá názvu Tutor Marked Assignment (TMA).
- **„Slepá zkouška“**- studující má možnost před závěrečnou zkouškou si ověřit, zda má dostatečné schopnosti k jejímu úspěšnému složení.
- **Glosář**- souhrnný výkladový slovník pojmů a definic, které jsou používány v textu a tam jsou průběžně vysvětleny (doslovná citace Zlámalová, 2006b, s. 23-24).

Aby byl text srozumitelný, musí být členěn do krátkých odstavců, věty by měly být krátké, používat česká slova, při použití zkratk definovat význam zkratky a docílit



srozumitelnosti textu pomocí obrázků, vysvětlivek a podobně (Zlámalová, 2006b, s. 24).

### 3.5 Grafická stránka distančního textu

Zlámalová (2006b, s. 29) říká: „Dobře zpracovaný distanční studijní text poznáte na první pohled.“ Text musí nahradit atmosféru ve škole a zároveň být použitelný dle potřeb studujícího. Je vhodné použít větší formát stránek a písma, dbát na ne příliš velký rozsah textu (pokud text přesahuje rozsah 120 stránek, je vhodné ho rozdělit do dvou částí), důležité je používání grafů, obrázků a podobně (Zlámalová, 2006b, s. 29). Důležité je brát v potaz také praktičnost formátu distančního studijního textu. Studující ho chtějí efektivně využívat, a tak je důležité, aby byl skladný, vešel se do kabelky a nezabíral moc místa.

Distanční text je svým vzhled velmi typický, jedním ze znaků jsou sloupce. Text využívá dva sloupce a to sloupec hlavní a popisný. V hlavním sloupci se nachází studijní text. Popisný sloupec se nachází na vnější straně stránky, jsou zde umísťovány piktogramy a marginálie. Piktogramy a marginálie slouží pro usnadnění orientace v textu. Popisný sloupec slouží také jako prostor pro poznámky studujícího (Zlámalová, 2006b, s. 29).

**Marginálie** je veškerý text umístěný autorem v popisném sloupci. Slouží ke zdůraznění významu, objasnění textu, popisu a podobně. Vše v popisném sloupci musí být srozumitelné a stručné (Bednaříková, 2001, s. 51- 52).

**Piktogram** je souhrnný název pro ikony, loga, značky, které jsou umísťovány v popisném sloupci. Jedná se o obrázky, které znázorňují aktivity, pokyny, upozornění a podobně. Použité piktogramy jsou uvedeny a vysvětleny v úvodu distančního textu (Bednaříková, 2001, s. 52). Baterie používaných piktogramů by měla být pro všechny autory stejná. Pokud bude autor používat své piktogramy, musí počítat s tím, že studujícímu orientaci v textu příliš neusnadní. Některé vysoké školy mají vytvořenou vlastní baterii piktogramů, které autoři distančních

vzdělávacích textů používají ve všech textech, které jsou vytvořeny v rámci školy (Zlámalová 2006b, s. 29- 30).

### **3.6 Tvorba distančního textu**

Distanční text je svým vzhledem a svou tvorbou velmi specifickým učebním textem. Jejich hlavním úkolem je nahrazení prezenční výuky (Dvořáková, 1999, s. 25). V následujících kapitolách budou vysvětleny a popsány jednotlivé části distančního textu dle požadavků na tvorbu distančního studijního textu.

#### **3.6.1 Cíl**

Studijní cíle musí být jasné a konkrétní, jsou uváděny na začátku každé studijní kapitoly (Zlámalová, 2006b, s. 31). Bednaříková (2001, s. 12) říká, že: „Učební cíl v textu pro distanční vzdělávání vyjadřuje zejména potřeby studenta.“ Cíl musí studujícím říci, čeho mají během studia dané kapitoly dosáhnout. Díky tomu student dosahuje větší efektivity během samostudia (Eger, 2001, s. 20). Cíle musí být pro studenta, který studuje samostatně, snadno kontrolovatelné, aby si mohl jednoduše ověřit, zda dosáhl požadovaného cíle (Zlámalová, 2006b, s. 31). Při definici cílů je nejlepší použití tzv. aktivních sloves jako jsou například definovat, napsat, přeložit, diskutovat, porovnat, vybrat, vysvětlit a podobně (Bednaříková, 2001, s. 14- 16).

#### **3.6.2 Čas potřebný ke studiu a obtížnost textu**

Na začátku každé kapitoly by měl být uveden čas potřebný ke studiu. Tento údaj pomáhá studentovi si rozvrhnout harmonogram učiva a plánovat si volná čas (Zlámalová, 2006b, s. 33). Bednaříková (2001, s. 23) „Nejčastěji uváděný odhad časové délky potřebný k nastudování 15 stran studijního materiálu je 2- 3 hodiny.“

Aby autor zjistil, jak je daný text obtížný, existují vzorce na výpočet obtížnosti textu, jedním z nich je FOG Index. Vzorec počítá s počtem slov, počtem vět a počtem

trojslabičných slov. Výsledné číslo autorovi řekne, jak je daný text obtížný (Eger, 2001, s. 23- 24).

### **3.6.3 Otázky**

Otázky aktivizují studujícího a poskytují mu potřebnou zpětnou vazbu (Zlámalová, 2006b, s. 35). Některé typy otázek upozorňují na určitou část textu, vybízejí ke vzpomínání a podobně. Další typ otázek vybízí k opakování a přemýšlení. Mezi tento typ řadíme otázky kontrolní, k zamyšlení a sebehodnotící. Kontrolní otázky slouží k zopakování učiva. Otázky k zamyšlení slouží k ověření, zda student učivu porozuměl, jedná se také o práce, které jsou odesílány tutorovi k poskytnutí zpětné vazby. Sebehodnotící otázky vyžadují ověření porozumění dané kapitoly, vyžadují odpověď. Správnou odpověď student nalezne buď v klíči k řešeným úkolům anebo v závěru kapitoly (Zlámalová, 2006b, s. 35- 36).

Co se týče otázek, i jejich tvorba a umístování v textu má svá pravidla. Otázky by měly být v textu seskupeny ve skupince po 3, neměly by se v textu objevovat příliš často, nejprve by měly být zadány lehčí otázky a poté těžší, otázky formulovat jasně a stručně (Bednaříková, 2001, s. 38).

### **3.6.4 Testy**

Studenti potřebují neustálou reflexi, mají potřebu si neustále ověřovat, zda danou problematiku správně pochopili. Z toho důvodu patří testy k velmi oblíbeným aktivitám. Mezi nejpoužívanější druhy testu patří testy s různými variantami odpovědí (více, žádná nebo jedna správná odpověď), doplňovací (volný prostor pro vyjádření odpovědi), ANO x NE (Bednaříková, 2001, s. 39).

### **3.6.5 Klíč**

Každý úkol, test, který byl v textu zadán, musí mít v kapitole nebo na konci studijního textu odpověď (Bednaříková, 2001, s. 39). Většinou se nachází na konci

studijního textu (Zlámalová, 2006b, s. 24). Pokud se jedná o otázku, na kterou je možné odpovědět více způsoby a více odpovědí je správných, je nutné uvést v klíči všechny možné způsoby odpovědí. Pokud není možné do klíče uvést všechny možné odpovědi, je nutné studujícího upozornit na to, že více odpovědí je správných (Bednaříková, 2001, s. 40).

### **3.6.6 Samostatné práce**

Samostatná práce je typ úkolu, který po vypracování studující odesílá k opravě. Při vypracování práce student využívá znalosti a dovednosti, které během studia textu získal. V tomto případě má student možnost projevit vlastní iniciativu. Po odeslání práce je studentovi zaslána zpětná vazba s hodnocením. V zadání samostatné práce by měly být uvedeny požadavky na zpracování, případně mohou být součástí průvodce studiem (Bednaříková, 2001, s. 41- 42).

### **3.6.7 Průvodce studiem distančního textu**

Průvodce studiem svým způsobem zastupuje roli vyučujícího při samostudiu. Průvodce studiem studujícímu radí, upozorňuje na různé problémy a úskalí, motivuje, sděluje vlastní zkušenosti a podobně. V textu je umístěn na místě, kde je potřeba na něco upozornit, o něčem informovat a podobně (Bednaříková, 2001, s. 42- 43).

### **3.6.8 Shrnutí**

Shrnutí je studenty vyhledáváno při opakování dané látky. Ve shrnutí se student dozví o tom nejdůležitějším, co se v textu nachází (Bednaříková, 2001, s. 43).

### **3.6.9 Klíčové pojmy**

Jedná se o soupis pojmů, u kterého je důležité aby si student zapamatoval (Bednaříková, 2001, s. 43). Soupis pojmů je uváděn buď na začátku anebo na konci kapitoly. Pokud jsou klíčové pojmy uvedeny na začátku text, student ví, na jaké pojmy se má zaměřit (Zlámalová, 2006b, s. 34).

## **3.7 Jak psát distanční text**

Studijní text by měl studujícího povzbuzovat a aktivizovat. Aby toho bylo docíleno, je nutné dodržet hlavní zásady:

- Dialog se čtenářem vést přátelsky.
- Psát lidsky, to znamená vyvarovat se nesrozumitelným výrazům.
- Text doplňovat radami, například jak text studovat, doporučení pauzy v učení a podobně (Bednaříková, 2001, s. 29- 30).

## **PRAKTICKÁ ČÁST**

## **4 Distanční text - Marketing**

Podle požadavků na tvorbu distančního textu je v této kapitole praktické části bakalářské práce vytvořen distanční text na téma Marketing. Tento text byl dále použit jako materiál pro průzkumné šetření viz. kapitola 6.

Vytvořený distanční text slouží k ukázce, jak distanční text vypadá. V distančním textu jsou uvedeny základní informace týkající se marketingu. Z praktických důvodů se v distančním textu nenachází obsah. Kapitoly v distančním textu nenavazují na kapitoly v bakalářské práci, tudíž jsou číslovány samostatně a to od čísla 1. Jedná se o samostatnou část bakalářské práce.

Vytvořený distanční text je určen pro studenty středních a vysokých škol, kteří se zabývají studiem marketingu. Text není určen pouze pro studenty distanční formy vysokoškolského studia, ale také jako doporučený studijní materiál pro studenty středních škol a pro studenty prezenční a kombinované formy studia. Text je primárně vytvořen pro samostudium.

# Marketing

Distanční text

Michaela Holanová

POVK 2018/2019

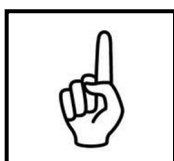
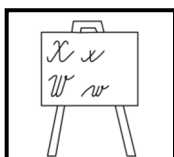
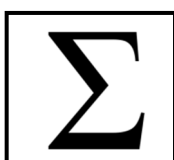


## ÚVOD

Marketing je jedním z nejdůležitějších nástrojů podnikání. Každý podnikatel či manažer s marketingem pracuje, využívá marketingových analýz a marketingových výzkumů. Velké podniky mají sestavený tým odborníků, který se marketingem zabývá a s výsledky výzkumů pracuje. Marketing je v první řadě zaměřen na zákazníka, to znamená, že zjišťuje jeho potřeby. V druhé řadě je marketing zaměřen na produkt, zajímá se o to, jak dostat produkt k zákazníkovi a jak v něm vytvořit pocit, že tento produkt potřebuje.

Tento text je napsán tak, aby byl pro studenty co nejsrozumitelnější a obsahoval důležité a potřebné informace. Tento distanční text obsahuje textové marginálie (poznámky na vnějších okrajích za čarou) a obrazové marginálie (ikony) pro lepší orientaci v textu při distančním studiu. Před studováním textu je důležité osvojit si význam jednotlivých ikon, seznam ikon naleznete v kapitole s názvem ***Seznam použitých ikon***.

Doporučuji věnovat pozornost ikoně s názvem ***Důležitá pasáž textu***, tato část je velmi důležitá a je nutné ji podrobně nastudovat. Další důležitou ikonou je ***Průvodce studiem***, tato ikona nahrazuje vyučujícího, sdělí studujícímu rady k zapamatování složitější části textu a nastíní studujícímu danou problematiku.

**SEZNAM POUŽITÝCH IKON****Průvodce studiem****Cíl****Klíčová slova****Důležitá pasáž textu****Příklad****Otázka k zamyšlení****Shrnutí****Literatura a informační zdroje**

## **MARKETING**

### **Vážení studující,**

v tomto dokumentu se budeme zabývat marketingem. V podnikatelské sféře je marketing velmi důležitým nástrojem, a proto je důležité o marketingu mít základní znalosti. Během studia tohoto dokumentu získáte znalosti o marketingovém výzkumu, analýzách, vzniku marketingu a podobně.



### **Po prostudování tohoto dokumentu budete schopni:**

- Definovat marketing.
- Vyjmenovat a popsat nástroje marketingu.
- Vyjmenovat a definovat vývojové etapy a podnikatelské koncepce.
- Popsat metody výzkumu.



***Marketing, etapa, podnikatelská koncepce, analýza, výzkum, Bostonská analýza, SWOT analýza.***



### **1. Definice**

Marketing je proces zaměřený na uspokojování potřeb zákazníka (Smetana, Marešová, 2000, s. 35). Ke zjišťování potřeb zákazníka jsou využívány nástroje, metody a techniky marketingového výzkumu. Důležité je sledovat vývoj okolního prostředí firmy, jako jsou ekonomické, politické, demografické a další faktory, kterým se firma musí přizpůsobovat (Marketing, [b.r.]). Dále sledujeme konkurenci, dodavatele a odběratele. Cílem je nabídnout zákazníkovi výrobky a služby s co největší přidanou hodnotou, ve správný čas, na správném místě a za vhodnou cenu.

*definice*

Když si z definice vybereme nejdůležitější pojmy, **můžeme definovat takto:** marketing je o tom, jak mít správný produkt, ve správný čas, na správném místě, pro správného zákazníka, s přiměřenou podporou prodeje.



## **2. Vznik a vývoj**

Marketing vzniká na přelomu 19. a 20. století v USA. V tomto období převažovala poptávka nad nabídkou, a tak nebyl zájem zaměřovat se na reklamu a docházelo ke snaze o maximalizaci obrátu a zisku. Firmy se proto zabývaly problematikou, jak vyrobit co nejvíce zboží s minimálními náklady.

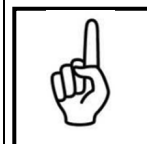
vznik a  
vývoj

Marketing prochází 3 **vývojovými etapami:**

vývojové etapy

### **1. etapa**

V této etapě poptávka byla větší než nabídka. Podnikatelé řeší technickou stránku výroby a výkon zaměstnanců. Marketing spočívá v jednoduché reklamě a v oceňování zboží.



### **2. etapa**

Ve 2. etapě je poptávka stejná jako nabídka. Sílí konkurence, firmy se začínají zajímat o zákazníka a odlišují své zboží, roste kupní síla obyvatelstva a vzdělanost.



### **3. etapa**

V poslední etapě je poptávka menší než nabídka. Nabídka mnohonásobně převyšuje poptávku. Marketing se prolíná se všech činností firmy. V této etapě jde o to sjednotit zájem firmy se zájmy zaměstnanců (Smetana, Marešová, 2000, s. 37).



Během tohoto vývoje se změnilo podnikatelské myšlení, a proto rozeznáváme **5 podnikatelských koncepcí:**

podnikatelské  
koncepce

**výrobní (1900- 1920)**

Tato podnikatelská koncepce vychází z rozdělení nákladů a předpokládá, že čím větší produkce, tím nižší náklady na jeden produkt, to znamená, že lze prodávat za nižší cenu. Představiteli této koncepce jsou Henry Ford a Tomáš Baťa.

**výrobní (1920- 1940)**

Podnikatelé vycházejí z myšlenky, že v každé době se najde zákazník, který je ochoten si připlatit za kvalitu, proto zdokonalují svůj produkt a jeho vlastnosti s tím, že jeho cena je vysoká.

**prodejní (1950-1960)**

Podnikatel vychází z myšlenky, že je nutno zákazníkovi zboží nutit, bez ohledu na jeho potřeby, dochází k masovému rozvoji reklamy.

**marketingová (1960- 1970)**

Jedná se o moderní podnikání. Podnikatel vychází z přesvědčení, že svých cílů dosáhne pouze tehdy, pozná-li dobře potřeby zákazníků a ty pak uspokojí efektivněji než konkurence. Podnikatel nejprve zkoumá trh a pak reaguje výrobou.

**sociální (1970- dosud)**

Podnikatel se snaží o to mít v souladu své zájmy (zisk) s uspokojením zákazníků, ale se zachováním prospěchu celé společnosti, firma se chová zodpovědně (Smetana, Marešová, 2000, s. 37- 38).

**3. Marketingový výzkum**

Rozlišujeme výzkum nabídky (konkurence) a poptávky (zákazníka) (Marketingové noviny.cz, 2001). Zdroje dat pro výzkum jsou primární (získány poprvé) a sekundární (získány dříve) (Smetana, Marešová, 2000, s.55).

*marketingový  
výzkum*

## metody výzkumu

metody  
výzkumu

### 1. pozorování

Tato metoda se provádí buď lidmi, nebo sledovací technikou. Výhodou je malá finanční náročnost. Nevýhodou je, že poznáváme chování zákazníků, ale nepoznáme důvody tohoto chování.

### 2. dotazování

Rozlišuje 3 typy dotazování: telefonické, ústní interview a písemné.

U **telefonického dotazování** je výhodou cena a anonymnost. Nevýhodou je nízká ochota respondenta.

**Ústní interview** probíhá mezi tazatelem a respondentem. Je finančně i časově náročnější. Nevýhodou je ztráta anonymity. Výhodou je, že lze sledovat reakce respondenta.

**Písemné dotazování** probíhá na internetu (anketa), je zasílaná poštou (dotazníky: nevýhodou je nízká návratnost). Výhodou písemného dotazování je anonymita respondenta (Smetana, Marešová, 2000, s. 59).

Jaká metoda výzkumu je podle vás **nejúčinnější a proč?**



### 4. Marketingové analýzy

marketingové  
analýzy

#### SWOT analýza

Je to analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Analýza umožňuje zhodnotit pozici firmy, přehodnotit stanovené cíle a vybrat odpovídající podnikatelskou strategii (SWOT analýza pro podnikatele, 2011).

## analýza zákazníka

Rozpoznáváme vlivy:

- **kulturní**- kultura není vrozená, ale získaná z prostředí, kde žijeme. Je ovlivněna společnou historií, náboženstvím, geografickou polohou, historickým vývojem.
- **osobní**- člověk prochází v průběhu života různými fázemi spotřebního chování, které je ovlivňováno jeho věkem a stadiem životního cyklu.
- **sociální**- společnost je obvykle uspořádána do společenských skupin, které vyznačují podobnými hodnotami, chováním a zájmy. Nejvlivnější společenskou skupinou bývá rodina, zejména rozdělení jednotlivých rolí členů rodiny.
- **psychologické**
  - *Motivace*- důležitá pro pochopení příčin jeho chování
  - *Vnímání*- způsob přijímání, organizování a interpretování podmětů, které na člověka působí .
  - *Učení*- proces změn v chování jednotlivce na základě získaných zkušeností.
  - *Postoje*- získané výchovou v rodině, působením jiných sociálních skupin, učením a vlastním chováním, na jejichž základě člověk reaguje pozitivně, nebo negativně na určitý produkt.
  - ovlivňují nákupní chování spotřebitelů (Smetana, Marešová, 2000, s. 62- 64)



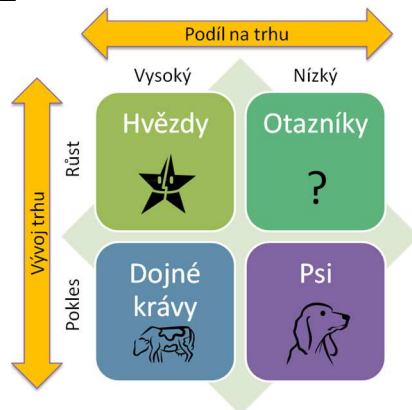
## Bostonská analýza

Tato analýza se provádí na grafu viz. *schéma č.1*. Analýza bere v úvahu 2 faktory z vývoje produktů.

**První faktorem** je podíl na trhu, počítá se podílem tržeb za danou strategickou podnikatelskou jednotku k tržbám na celém trhu, nebo častěji tržba nejvýznamnějšího konkurenta (Managerka.cz, [b.r.]).

**Druhým faktorem** je tempo růstu, které počítá s poměrem tržeb k předchozím obdobím.

#### 4.1. Schéma č. 1\_ Bostonská matice



Zdroj: <https://exceltown.com/navody/byznys/bostonska-matice-bcg-matice/>

**Otazníky**, jde o nadějně produkty, které jsou na rychle se rozvíjícím trhu, ale mají na něm nízký podíl. V této fázi se firma snaží tržní podíl zvyšovat.

**Hvězdy**, produkty, které mají velký podíl na rychle rostoucím trhu. Tyto produkty jsou bezproblémové a firmy se je snaží v pozici hvězdy držet co nejdéle.

**Dojné krávy**, produkty, které mají velký tržní podíl na méně perspektivním trhu. Tyto produkty nejsou na první pohled atraktivní, často jsou zastaralé, ale firmám mohou přinášet velké zisky.

**Bídící psi**, produkty, které se neuplatní ani na klesajícím trhu. Firma se jich obvykle snaží zbavit (Bostonská matice, 2008).





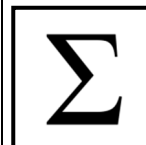
Na trhu se vyskytuje velké množství zboží, **zamyslete se**, jaké konkrétní zboží je: otazník, hvězda, dojná kráva a bídný pes (u každého uveďte jedno zboží).



Nyní se nacházíte na konci distančního textu. Na konec si ještě pročtete shrnutí, ve kterém jsou shrnuté základní informace. Pokud vám ještě není něco úplně jasné, doporučuji se k dané části textu vrátit.



Marketing uspokojuje potřeby zákazníka. **Vznikl** na přelomu 19. a 20. století v USA. V této době převažovala poptávka nad nabídkou. Marketing prochází 3 **vývojovými etapami**, které se liší podle toho, jaký je poměr mezi nabídkou a poptávkou.



**Marketingový výzkum** se zabývá zjišťováním potřeb zákazníka. Každý zákazník je jedinečný a má jedinečné potřeby, a tak je důležité zjistit, co jednotlivé skupiny zákazníků potřebují a požadují.

Marketing využívá **marketingové analýzy**, které se zabývají analýzou firmy (SWOT analýza), analýzou zákazníka a analýzou produktu (Bostonská analýza).

**LITERATURA A INFORMAČNÍ ZDROJE**

- SMETANA, František a MAREŠOVÁ, Eva. *Ekonomika pro střední a vyšší hotelové školy 2*. Praha: Fortuna, 2000. ISBN 80-7168-730-8
- Bostonská matice. Magdalena Čevelová marketingová čarodějnice [online]. ©2008 [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: <https://www.cevelova.cz/bostonska-matice/>
- Managerka.cz: Bostonská matice – matice růstu a tržního podílu. *Managerka.cz - Web pro ženy* [online]. Copyright © [b.r.] [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: <http://www.managerka.cz/bostonska-matice-%E2%80%93-matice-rustu-a-trzniho-podilu/>
- Marketing: Marketingový vývoj- Úloha marketingu v podniku. *Marketing* [online]. [b.r.] [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: [http://marketing.topsid.com/index.php?war=marketingovy\\_vyvoj](http://marketing.topsid.com/index.php?war=marketingovy_vyvoj)
- Marketingové noviny.cz: Marketingový výzkum globálního trhu (1.). *Marketingové noviny.cz* [online]. Copyright © Helena Kopecká 2001 [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: [http://www.marketingovenoviny.cz/marketing\\_2617/](http://www.marketingovenoviny.cz/marketing_2617/)
- SWOT analýza pro podnikatele - příklad - iPodnikatel.cz. *iPodnikatel.cz: Pomůžeme vám vydělat peníze* [online]. Copyright © 2011 [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Marketing/swot-analyza-odhali-pravdivou-tvar-vasi-firmy-a-pomuze-vam-nahlednout-do-budoucnosti.html>

**ZDROJE OBRÁZKŮ**

- <http://graphemica.com>
- <http://www.i-creative.cz>
- <https://adoora.es/es/imagenes>
- <https://cz.123rf.com>
- <https://rychnovsky.denik.cz>
- <https://thenounproject.com>
- <https://www.onlinewebfonts.com>

## **5 Běžný učební text**

Běžný učební text byl vytvořen pro účely průzkumného šetření. Běžný učební text a distanční text mají totožný obsah, který je upraven tak, aby byl vhodný pro daný účel.

# Marketing

Běžný učební text

Michaela Holanová

POVK 2018/2019

## **1. Definice**

Marketing je proces zaměřený na uspokojování potřeb zákazníka (Smetana, Marešová, 2000, s. 35). Ke zjišťování potřeb zákazníka jsou využívány nástroje, metody a techniky marketingového výzkumu. Důležité je sledovat vývoj okolního prostředí firmy jako jsou ekonomické, politické, demografické a další faktory, kterým se firma musí přizpůsobovat (Marketing, [b.r.]). Dále sledujeme konkurenci, dodavatele a odběratele. Cílem je nabídnout zákazníkovi výrobky a služby s co největší přidanou hodnotou, ve správný čas, na správném místě a za vhodnou cenu.

## **2. Vznik a vývoj**

Marketing vzniká na přelomu 19. a 20. století v USA. V tomto období převažovala poptávka nad nabídkou, a tak nebyl zájem zaměřovat se na reklamu a docházelo ke snaze o maximalizaci obratu a zisku. Firmy se proto zabývaly problematikou, jak vyrobit co nejvíce zboží s minimálními náklady.

Marketing prochází 3 ***vývojovými etapami***:

### **1. etapa**

V této etapě poptávka byla větší než nabídka. Podnikatelé řeší technickou stránku výroby a výkon zaměstnanců. Marketing spočívá v jednoduché reklamě a v oceňování zboží.

### **2. etapa**

Ve 2. etapě je poptávka stejná jako nabídka. Sílí konkurence, firmy se začínají zajímat o zákazníka a odlišují své zboží, roste kupní síla obyvatelstva a vzdělanost.

### **3. etapa**

V poslední etapě je poptávka menší než nabídka. Nabídka mnohonásobně převyšuje poptávku. Marketing se prolíná se všech činností firmy. V této etapě jde o to sjednotit zájem firmy se zájmy zaměstnanců (Smetana, Marešová, 2000, s. 37).

Během tohoto vývoje se změnilo podnikatelské myšlení, a proto rozeznáváme **5 podnikatelských koncepcí:**

#### **výrobní (1900- 1920)**

Tato podnikatelská koncepce vychází z rozdělení nákladů a předpokládá, že čím větší produkce, tím nižší náklady na jeden produkt, to znamená, že lze prodávat za nižší cenu. Představiteli této koncepce jsou Henry Ford a Tomáš Baťa.

#### **výrobní (1920- 1940)**

Podnikatelé vycházejí z myšlenky, že v každé době se najde zákazník, který je ochoten si připlatit za kvalitu, proto zdokonalují svůj produkt a jeho vlastnosti s tím, že jeho cena je vysoká.

#### **prodejní (1950-1960)**

Podnikatel vychází z myšlenky, že je nutno zákazníkovi zboží nutit, bez ohledu na jeho potřeby, dochází k masovému rozvoji reklamy.

#### **marketingová (1960- 1970)**

Jedná se o moderní podnikání. Podnikatel vychází z přesvědčení, že svých cílů dosáhne pouze tehdy, pozná-li dobře potřeby zákazníků a ty pak uspokojí efektivněji než konkurence. Podnikatel nejprve zkoumá trh a pak reaguje výrobou.

#### **sociální (1970- dosud)**

Podnikatel se snaží o to mít v souladu své zájmy (zisk) s uspokojením zákazníků, ale se zachováním prospěchu celé společnosti, firma se chová zodpovědně (Smetana, Marešová, 2000, s. 37- 38).

### **3. Marketingový výzkum**

Rozlišujeme nabídky (konkurence) a výzkum poptávky (zákazníka) (Celer, marketingovenoviny.cz, 2004). Zdroje dat pro výzkum jsou primární (získány poprvé) a sekundární (získány dříve) (Smetana, Marešová, 2000, s. 55).

## **metody výzkumu**

### **1. pozorování**

Tato metoda se provádí buď lidmi, nebo sledovací technikou. Výhodou je malá finanční náročnost. Nevýhodou je, že poznáváme chování zákazníků, ale nepoznáme důvody tohoto chování.

### **2. dotazování**

Rozlišuje 3 typy dotazování: telefonické, ústní interview a písemné.

U **telefonického dotazování** je výhodou cena a anonymnost. Nevýhodou je nízká ochota respondenta.

**Ústní interview** probíhá mezi tazatelem a respondentem. Je finančně i časově náročnější. Nevýhodou je ztráta anonymity. Výhodou je, že lze sledovat reakce respondenta.

**Písemné dotazování** probíhá na internetu (anketa), je zasílaná poštou (dotazníky: nevýhodou je nízká návratnost). Výhodou písemného dotazování je anonymita respondenta (Smetana, Marešová, 2000, s. 59).

## **4. Marketingové analýzy**

### **SWOT analýza**

Je to analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Analýza umožňuje zhodnotit pozici firmy, přehodnotit stanovené cíle a vybrat odpovídající podnikatelskou strategii (SWOT analýza pro podnikatele, 2011).



## analýza zákazníka

Rozpoznáváme vlivy:

- **Kulturní-** kultura není vrozená, ale získaná z prostředí kde žijeme. Je ovlivněna společnou historií, náboženstvím, geografickou polohou, historickým vývojem.
- **Osobní-** člověk prochází v průběhu života různými fázemi spotřebního chování, které je ovlivňováno jeho věkem a stadiem životního cyklu.
- **Sociální-** společnost je obvykle uspořádána do společenských skupin, které se vyznačují podobnými hodnotami, chováním a zájmy. Nejvlivnější společenskou skupinou bývá rodina, zejména rozdělení jednotlivých rolí členů rodiny.
- **Psychologické**
  - *Motivace-* důležitá pro pochopení příčin jeho chování.
  - *Vnímání-* způsob přijímání, organizování a interpretování podmětů, které na člověka působí.
  - *Učení-* proces změn v chování jednotlivce na základě získaných zkušeností.
  - *Postoje-* získané výchovou v rodině, působením jiných sociálních skupin, učením a vlastním chováním, na jejichž základě člověk reaguje pozitivně nebo negativně na určitý produkt.
  - ovlivňují nákupní chování spotřebitelů (Smetana, Marešová, 2000, s. 62- 64).

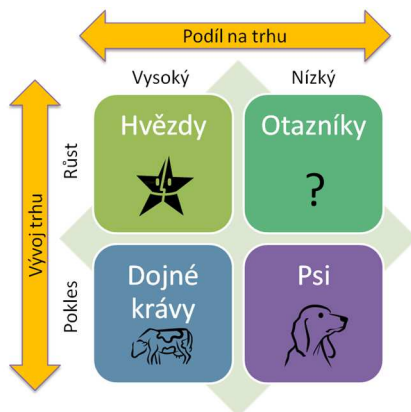
## Bostonská analýza

Tato analýza se provádí na grafu viz. *schéma č. 1*. Analýza bere v úvahu 2 faktory z vývoje produktů.

**První faktorem** je podíl na trhu, počítá se podílem tržeb za danou strategickou podnikatelskou jednotku k tržbám na celém trhu nebo častěji tržba nejvýznamnějšího konkurenta.

**Druhým faktorem** je tempo růstu, které počítá se poměrem tržeb k předchozím obdobím.

#### 4.1. Schéma č. 1\_ *Bostonská matice*



Zdroj: <https://exceltown.com/navody/byznys/bostonska-matice-bcg-matice/>

**Otazníky**, jde o nadějně produkty, které jsou na rychle se rozvíjejícím trhu, ale mají na něm nízký podíl. V této fázi se firma snaží tržní podíl zvyšovat.

**Hvězdy**, produkty, které mají velký podíl na rychle rostoucím trhu. Tyto produkty jsou bezproblémové a firmy se je snaží v pozici hvězdy držet co nejdéle.

**Dojné krávy**, produkty, které mají velký tržní podíl na méně perspektivním trhu. Tyto produkty nejsou na první pohled atraktivní, často jsou zastaralé, ale firmám mohou přinášet velké zisky.

**Bídící psi**- produkty, které se neuplatní ani na klesajícím trhu. Firma se jich snaží zbavit (Bostonská matice, 2008).

## **LITERATURA A INFORMAČNÍ ZDROJE**

- SMETANA, František a Eva MAREŠOVÁ. *Ekonomika pro střední a vyšší hotelové školy 2*. Praha: Fortuna, 2000. ISBN 80-7168-730-8
- Bostonská matice. Magdalena Čevelová marketingová čarodějnice [online]. ©2008 [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: <https://www.cevelova.cz/bostonska-matice/>
- Managerka.cz: Bostonská matice – matice růstu a tržního podílu. *Managerka.cz - Web pro ženy* [online]. Copyright © [b.r.] [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: <http://www.managerka.cz/bostonska-matice-%E2%80%93-matice-rustu-a-trzniho-podilu/>
- Marketing: Marketingový vývoj- Úloha marketingu v podniku. *Marketing* [online]. [b.r.] [cit. 19.02.19]. Dostupné z: [http://marketing.topsid.com/index.php?war=marketingovy\\_vyvoj](http://marketing.topsid.com/index.php?war=marketingovy_vyvoj)
- Marketingové noviny.cz: Marketingový výzkum globálního trhu (1.). *Marketingové noviny.cz* [online]. Copyright © Helena Kopecká 2001 [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: [http://www.marketingovenoviny.cz/marketing\\_2617/](http://www.marketingovenoviny.cz/marketing_2617/)

## **ZDROJE OBRÁZKŮ**

- <https://exceltown.com/navody/byznys/bostonska-matice-bcg-matice/>

## **6 Průzkumné šetření**

Pro účely průzkumu byl vytvořen běžný učební text (viz.kapitola 5), distanční text (viz. kapitola 4) a dotazník (viz. příloha č. 1). Běžný učební text a distanční text mají stejný obsah, liší se pouze způsobem zpracování, aby byl vhodný pro daný účel.

### **6.1 Cíl a záměr průzkumného šetření**

Jako téma průzkumu byl zvolen rozdíl mezi distančním textem a běžným učebním textem. Cílem průzkumu bylo zjistit, jaký text je pro dotazované atraktivnější, s jakým se jim lépe pracuje, a možná využitelnost ve výuce.

### **6.2 Metody sběru dat**

Dotazování probíhalo pomocí elektronického dotazníku. Dotazník byl vytvořen pomocí formuláře Google. Distanční text, běžný učební text a dotazník, byly uloženy na Google disk a dotazovaným byl zaslán odkaz pro vyplnění dotazníků.

#### **6.2.1 Dotazník**

Jak již bylo zmíněno, dotazování probíhalo pomocí elektronického dotazníku. Otázky v dotazníku byly zvoleny tak, aby byly pro respondenty co nejvíce srozumitelné a vedly ke splnění cíle průzkumného šetření. Vzor dotazníku je uveden v příloze č. 1.

#### **6.2.2 Pilotáž dotazníku**

Než dotazník rozeslán respondentům, bylo zvoleno 10 respondentů, kteří se účastnil pilotáže. Po provedení pilotáže, bylo pozměněno znění problémových otázek a některé otázky byly vyřazeny. Díky pilotáži bylo zjištěno, že pro respondenty je více atraktivní elektronický dotazník, se kterým se respondentům

lépe pracovalo. Z toho důvodu byl zvolen způsob dotazování pomocí elektronického dotazníku.

### 6.3 Cílová skupina

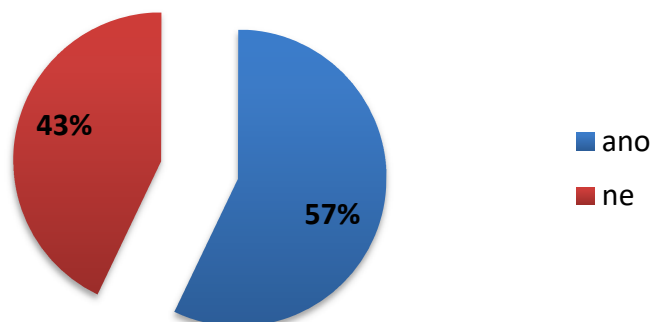
Cílovou skupinou jsou muži a ženy ve věku 18- 60. Minimální věková hranice 18 let byla zvolena z důvodu plnoletosti. U plnoletého jedince není zapotřebí podpis zákonného zástupce, který umožní využít dotazník pro dané účely.

Cílovou skupinou byli studenti středních škol, vysokoškolští studenti prezenční formy studia, vysokoškolští studenti kombinované formy studia a zaměstnanci.

### 6.4 Vyhodnocení dotazníku

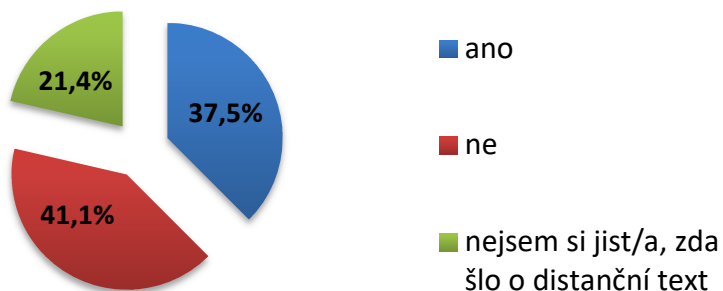
Na otázky dotazníku odpovědělo celkem 56 respondentů

#### 1. ***Věděli jste, co je distanční text dříve, než jste pracovali s tímto konkrétním?***



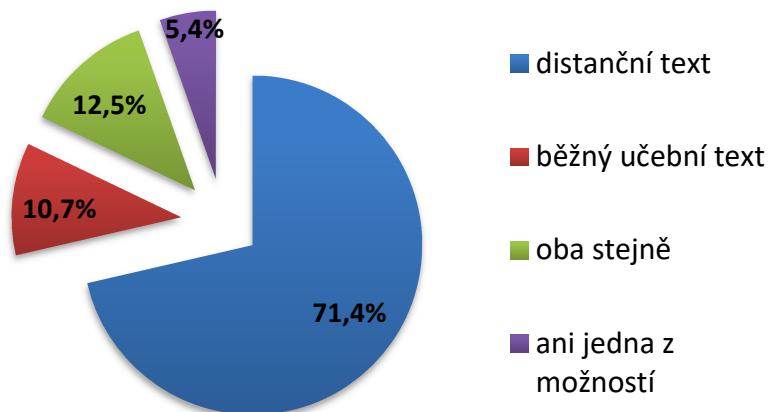
Z grafu vychází, že většina respondentů znala distanční text ještě předtím, než začala studovat distanční text, který byl součástí průzkumu.

**2. Učili jste se již dříve z distančního textu?**



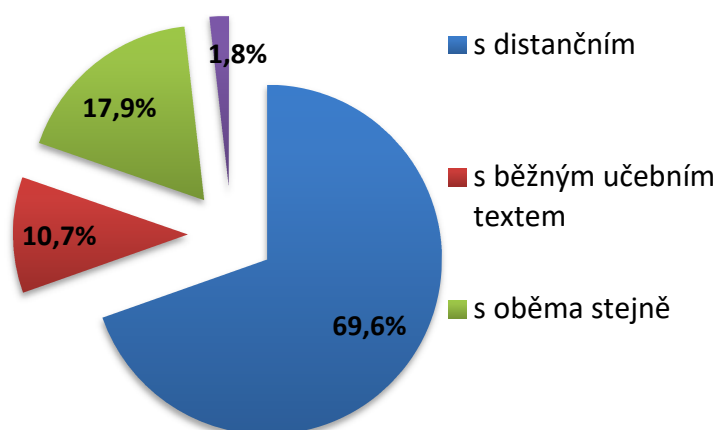
Většina respondentů nevyužívala distanční text při studiu, zhruba třetina při studiu distanční text využívala a pětina dotazovaných si není jista, zda se jednalo o distanční text.

**3. Když srovnáte distanční text a běžný učební text, který vás na první dojem více zaujal?**



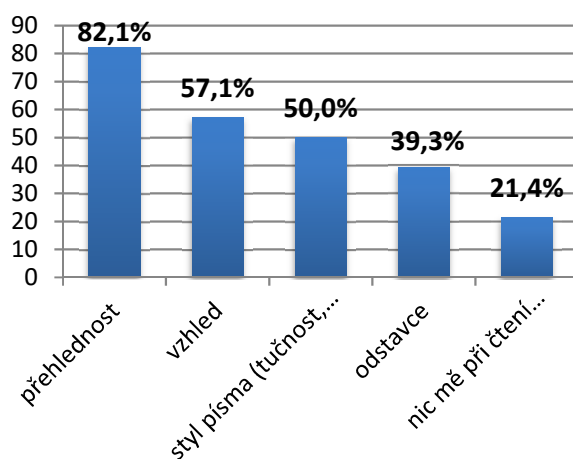
Pro více jak 70% respondentů je nejvíce atraktivním distanční text. Přisuzováno je to tomu, že byl pro respondenty srozumitelný. Rozdělení kapitol, piktogramy a marginálie zvyšují atraktivnost textu.

4. *S jakým textem se vám pracovalo lépe?*



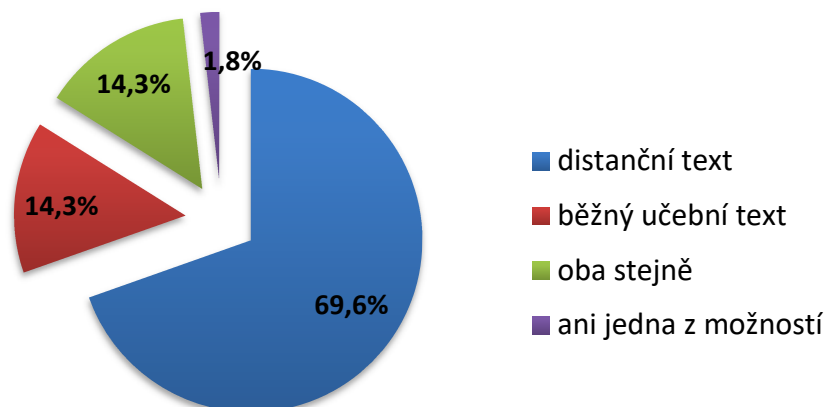
Lépe se dotazovaným pracovalo s distančním textem. Jak bylo již zmiňováno, piktogramy a marginálie usnadňují orientaci v textu a tím je práce s textem jednodušší.

5. *Vyberte aspekty, kvůli kterým se Vám s Vámi vybraným textem lépe pracovalo (dle odpovědi u otázky č.4)? (vyberte více možností)*



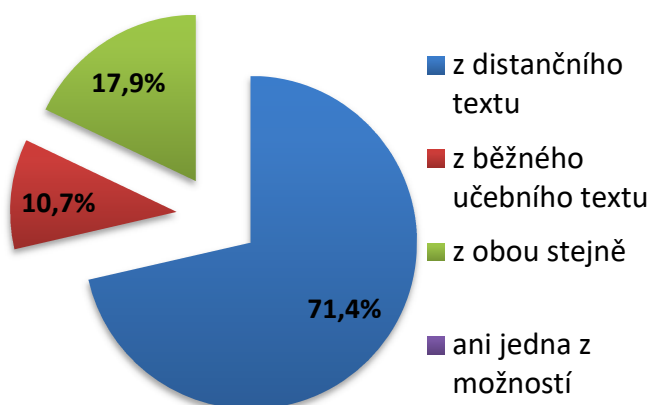
Pouze jedna pětina dotazovaných snadněji práci s textem nepřisuzuje přehlednosti. Většině z dotazovaných se díky přehlednosti textu pracovalo s konkrétním textem lépe.

**6. Který text vám připadal přehlednější?**



Co se týče přehlednosti, distanční text považují respondenti za nejprehlednější.

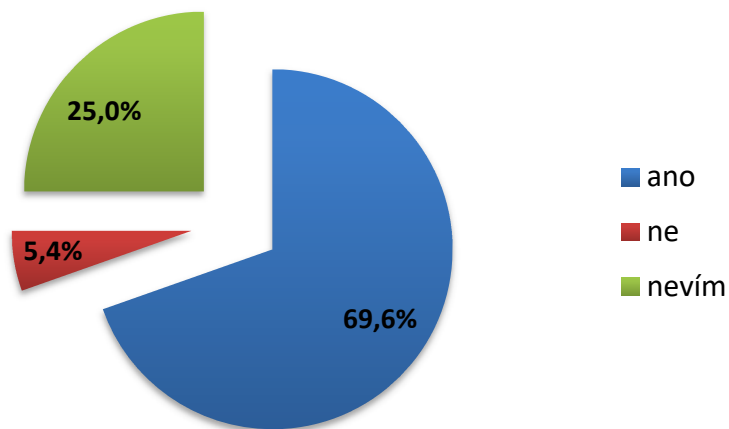
**7. Z kterého textu by se Vám lépe učilo?**



Jako text vhodný ke studiu většina zvolila distanční text. Je to přisuzováno tomu, že distanční text obsahuje otázky k zamyšlení a průvodce studiem, který studujícímu pomáhá při učení. Otázky studujícího pobouzí k aktivizaci. Otázka pro studenty také slouží jako možnost k reflexi, která je při studiu pro studenty velmi důležitá.

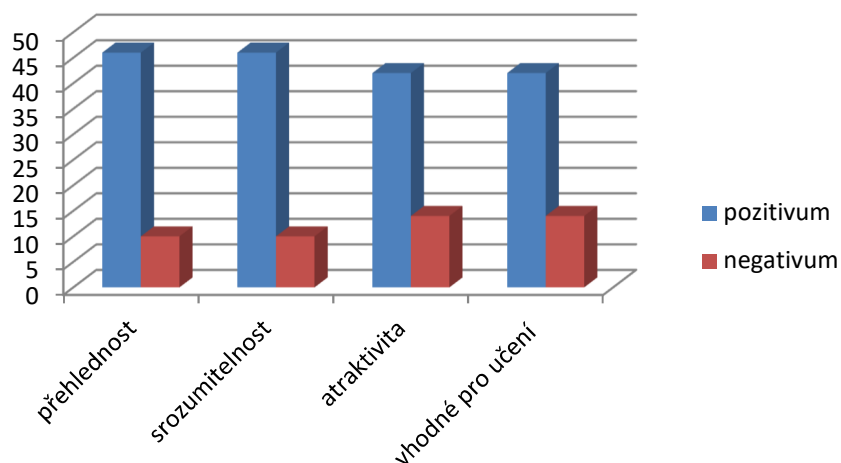


8. **Myslíte si, že by distanční text mohl být využíván i při Vaší formě studia, ve které se teď nacházíte?**



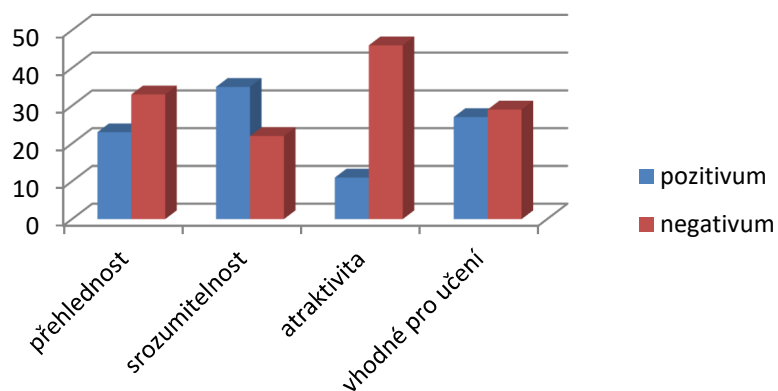
Většina respondentů považuje distanční text jako vhodnou studijní oporu při své formě učiva. Z jednotlivých odpovědí vyplývá, že zaměstnanci, by při studiu přivítali jako studijní oporu distanční text.

9. **Srovnejte distanční a běžný učební text. Označte pozitiva (+) a negativa (-) distančního textu. (u každého bodu označte negativum (+) či pozitivum (-))**



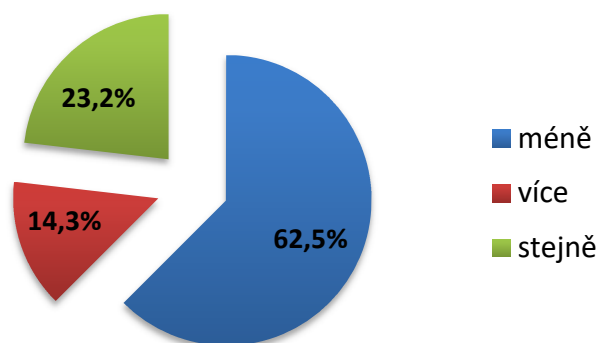
Pozitiva u distančního textu výrazně převládají, pouze malá část dotazovaných distanční text považuje za neatraktivní.

10. **Srovnejte distanční a běžný učební text. Označte pozitiva (+) a negativa (-) běžného učebního textu. (u každého bodu označte negativum (+) či pozitivum (-))**



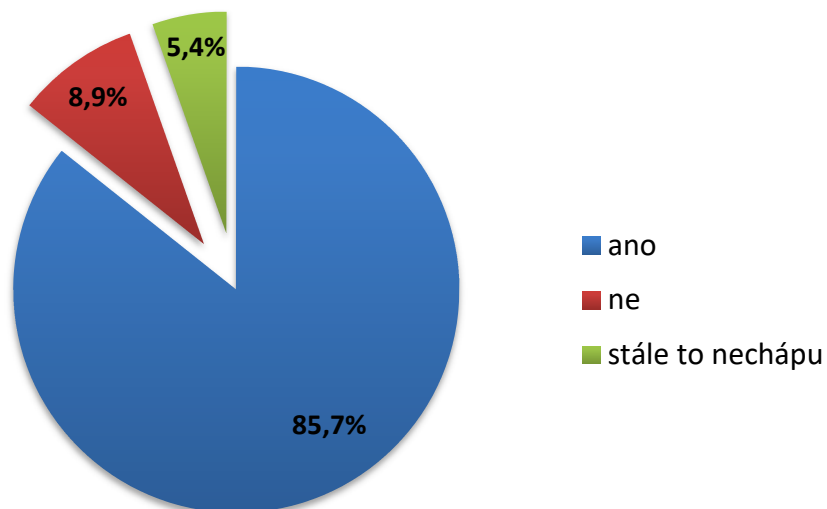
Běžný učební text v porovnání s distančním textem považuje převážná část respondentů za neatraktivní, nepřehledný a ne příliš vhodný ke studiu.

11. **Kolik času Vám zabralo prostudování distančního textu oproti běžnému učebnímu textu?**



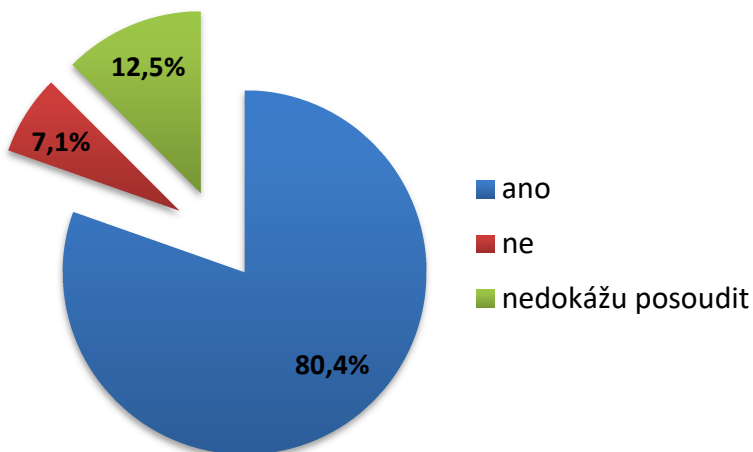
Převážné části studujících prostudování distančního textu zabralo méně času než prostudování běžného učebního textu. Tato skutečnost je přisuzována tomu, že respondenti nezodpovídali otázky a nezaobírali se aktivizačními prvky, tudíž text pouze přečetli. Díky atraktivitě distančního textu se stal pro respondenty text čtivým a tím rychleji prostudovaným.

**12. Bylo pro vás snadné pochopit, jak s distančním textem pracovat?**



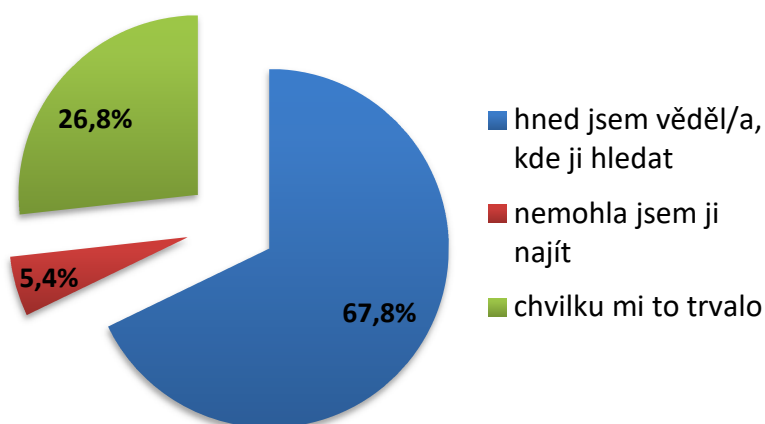
Z výsledků vyplývá, že práce s distančním textem je pro studující snadno pochopitelná, především díky margináliím a piktogramům, které jsou vhodně zvoleny.

**13. Je pro vás distanční text přehledný?**



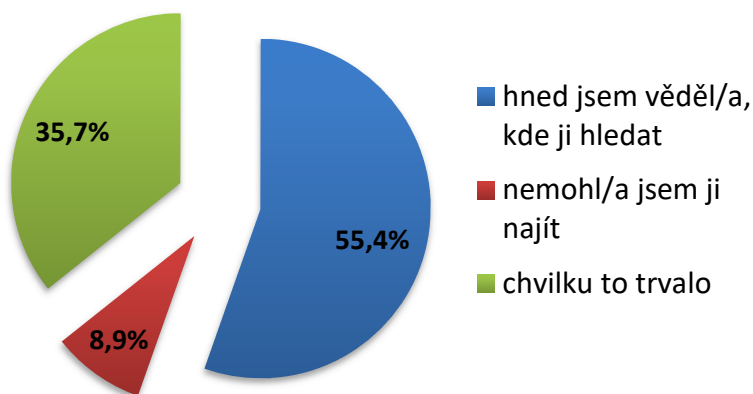
Přehlednost je to, co respondenti považují za největší přednost distančního textu. Oproti tomu běžný učební text příliš přehledný není, text je příliš zhuštěný a podobně.

14. *Pokuste se v distančním textu naleznout informaci o konkrétním tématu, kterým jsou metody výzkumu. Jak obtížně se Vám tato informace hledala?*



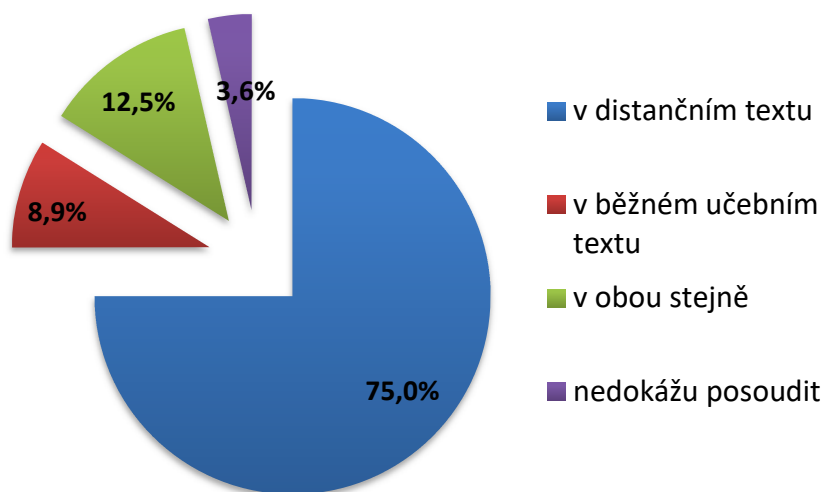
Přehlednost je velmi často zmiňovaný pojem, který je spojený s distančním textem. Díky přehlednosti se respondenti v textu dokázali zorientovat a vyhledat požadovanou informaci.

15. *Pokuste se v běžném učebním textu naleznout informaci o konkrétním tématu, kterým jsou metody výzkumu. Jak obtížně se Vám tato informace hledala?*



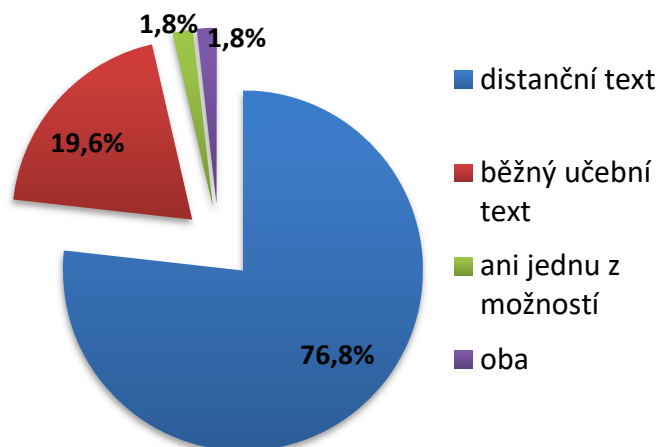
V běžném textu respondenti byli schopni taktéž snadno vyhledat požadovanou informaci, ale procento úspěšnosti snadného a rychlého vyhledávání se ve srovnání s distančním textem u běžného textu snižuje.

**16. V jakém textu se Vám informace o metodách výzkumu hledala lépe?**



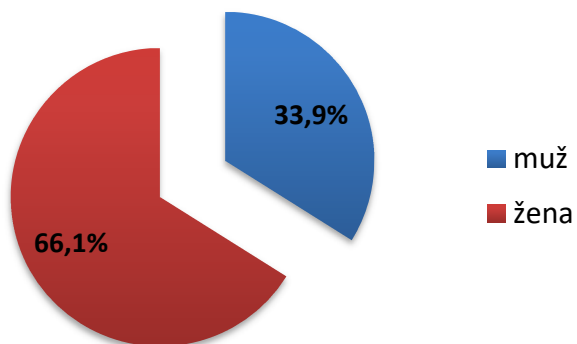
Jako text, ve kterém se nejlépe vyhledávají potřebné informace, pojmy a podobně, respondenti z velké části označují distanční text.

**17. Který text byste si pro samostudium vybral/a?**



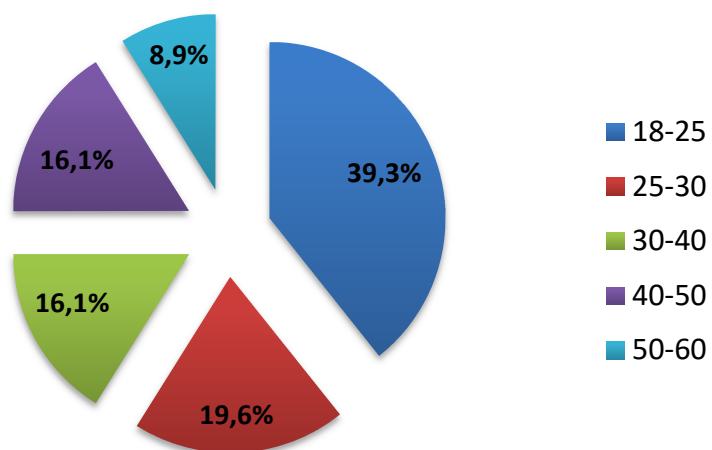
Jako text vhodný k samostudiu respondenti zvolili distanční text. Pouze velmi malé množství respondentů za text vhodný k samostudiu zvolilo kombinaci distančního textu a běžného učebního textu. Z jednotlivých odpovědí vyplývá, že běžný učební text by si je studiu zvolili respondenti ve věku 40-60 let.

## 18. Pohlaví



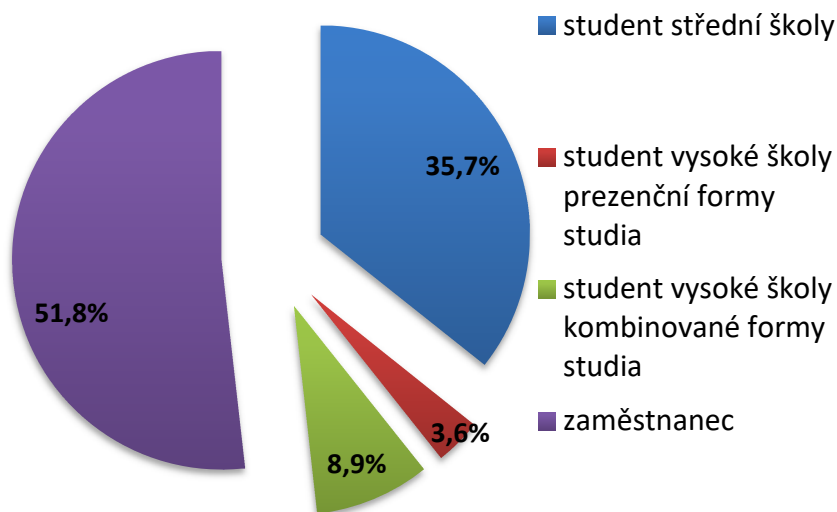
Velká část dotazovaných byly ženy.

## 19. Věk



Věk respondentů byl rovnoměrně rozložen. Žádná věková kategorie výrazně nepřevažovala ani nezaostávala.

## 20. Jsem .....



Více jak 35% respondentů byli studenti střední škol. Tato skutečnost je přisuzována tomu, že dotazník byl studentům zadán ze strany vyučujících, tudíž studenti vyplnění brali jako povinnost.

### 6.4.1 Shrnutí průzkumného šetření

Z výsledků průzkumu vyplývá, že distanční text se u velké části respondentů stal favoritem ve srovnání s běžným učebním textem. Většina se s distančním textem již setkala, ačkoliv s ním nepracovala, nevyžívala ho při studiu. Respondenti distanční text označili jako přehlednou a atraktivní studijní oporu, kterou by si zvolili při formě svého studia. K upodivu prostudování distančního textu respondentům zabralo méně času než prostudování běžného učebního textu. Jak bylo již zmíněno, tato skutečnost je přisuzována atraktivitě distančního textu, který se díky tomu stal pro respondenty lépe čtivým.

## ZÁVĚR

Během vyhodnocování průzkumu jsem celkem se třemi respondenty provedla krátké shrnutí ohledně distančního textu. Vyplynulo z toho, že distanční text si představovali jako běžný učební text, tedy text plný faktů se spoustou často nepřehledného textu. Jak z teoretické, tak i praktické části bakalářské práce zaměřené na distanční text vyplývá, tato skutečnost není pravdivá. Distanční text slouží jako náhrada vyučujícího při samostudiu, tudíž je kladem velký důraz na jeho přehlednost a grafickou úpravu. Distanční text při distanční formě studia dokáže velmi zkrátit časovou náročnost studia. Což vyplývá i z výsledku průzkumu.

Cílem bakalářské práce bylo informovat o distančním vzdělávání a distančním textu pomocí odborné literatury a webových zdrojů. Cílem bylo zpracovat distanční text podle zásad pro psaní distančního textu a využití poznatků z teoretické části bakalářské práce. Informace o tom, jak psát distanční text, se v literatuře často odlišují, nejsou to zásadní rozdíly, ale pouze rozdíly v důsledku vývoje vzdělávání a požadavků na něj. V praktické části byl vytvořen distanční text, který slouží jako ukázka, jak má distanční text vypadat. Větší rozsah nebyl zvolen z důvodu limitů bakalářské práce a také pro to, že se má jednat pouze o ukázku distančního textu, tudíž byl zvolen menší rozsah.

Při tvorbě distančního textu jsem využívala program Word, jelikož s tímto programem velmi efektivně pracuji, přišel mi jako nejvhodnější pro účel vytvoření distančního textu. Při studování zásad psaní distančního textu mi přišlo vytvoření distančního textu jako jednoduchá záležitost. Opak byl pravdou. Problém neshledávám v zásadách psaní distančního textu a tvorbě jeho obsahu, ale v grafické stránce. Naformátování dokumentu, aby byly splněny grafické zásady distančního textu, byla činnost, která mi zabrala nejvíce času. Výběr vhodných piktogramů a jejich vložení do textu byl další problém. Ačkoliv se tvorba distančního textu zdá jako snadná, není tomu tak, a je proto třeba si na tvorbu textu udělat dostatečné množství času. Věřím, že se mi podařilo vytvořit distanční text, který



obsahuje vše, co distanční text má a že studující distanční text nadchne stejně tak, jako mě a velkou část respondentů uvedeného průzkumu.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Literární zdroje

- BEDNAŘÍKOVÁ, Iveta. *Vytváření studijních textů pro distanční vzdělávání*. Olomouc: Andragogé - Centrum otevřeného a distančního vzdělávání Univerzity Palackého, 2001. 59 s., [10] s. příl. Texty k otevřenému a distančnímu vzdělávání. Andragogika. ISBN 80-244-0277-7.
- DVOŘÁKOVÁ, Eva. *Několik poznámek o distančním vzdělávání*. Vyd. 1. Liberec: Technická univerzita, Referát distančního vzdělávání, 1999. 36 s. ISBN 80-7083-332-7.
- EGER, Ludvík. *Jak tvořit distanční text*. 2. vyd. V Plzni: Západočeská univerzita, Ekonomická fakulta, 2001. 46, 11 s. ISBN 80-7082-770-X.
- KOPEK, Rudolf. *Průvodce distančním studiem*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, Katedra celoživotního vzdělávání, 2001. 31 s. ISBN 80-7082-800-5.
- PRŮCHA, Jiří a kol. *Požadavky na akreditaci studijních programů a kurzů distančního vzdělávání*. Dotisk [1. vyd.]. Praha: Centrum pro studium vysokého školství, 1997. 41 s. ISBN 80-238-2408-2.
- SMETANA, František a MAREŠOVÁ, Eva. *Ekonomika 2 pro střední a vyšší hotelové školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2000. 221 s. ISBN 80-7168-730-8.
- ZLÁMALOVÁ, Helena. *Tutor distančního vzdělávání*. Olomouc: Andragogé - Centrum otevřeného a distančního vzdělávání Univerzity Palackého, 2001a. 41 s. Texty k otevřenému a distančnímu vzdělávání. Andragogika. ISBN 80-244-0283-1.
- ZLÁMALOVÁ, Helena. *Úvod do distančního vzdělávání*. Olomouc: Andragogé - Centrum otevřeného a distančního vzdělávání Univerzity Palackého, 2001b. 66 s. Testy k otevřenému a distančnímu vzdělávání. Andragogika. ISBN neuvedeno
- ZLÁMALOVÁ, Helena. *Distanční vzdělávání a eLearning* [online]. Praha: Vysoká škola J.A.Komenského, Národní centrum distančního vzdělávání, 2006a. 108 s. [cit. 7.2.2019]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/317846-Distanzni-vzdelavani-a-elearning-ucebni-text-pro-distanzni-studium.html>

- ZLÁMALOVÁ, Helena. *Příručka pro autory distančních vzdělávacích opor: jak tvořit distanční studijní text*. Vyd. 1. Praha: Centrum pro studium vysokého školství, Národní centrum distančního vzdělávání, 2006b. 67 s. ISBN 80-86302-39-3.

### **Webové zdroje**

- Americké Centrum: Online kurzy MOOC . *Americké centrum Praha: Welcome to the American Center | Americké Centrum* [online]. [b.r.] [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <http://www.americkecentrum.cz/online-kurzy-mooc>
- Andromedia.cz: Dějiny distančního vzdělávání. *Andromedia.cz: Sdílením informací ke konkurenční výhodě* [online]. [b.r.] [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <http://www.andromedia.cz/andragogicky-slovník/dejiny-distancniho-vzdelavani>
- AV MEDIA.cz: Videokonference. *AV MEDIA.cz: Audiovizuální řešení* [online]. Copyright © 2019 AV MEDIA, a. s. [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://www.avmedia.cz/produkty/videokonference>
- Bostonská matice. *Magdalena Čevelová marketingová čarodějnice* [online]. Copyright ©2008 [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: <https://www.cevelova.cz/bostonska-matice/>
- CRDR: Co je to e-learning a jaká je jeho historie. *CRDR: Školení BOZP, školení PO - online, rychle a levně* [online]. Copyright © 2019 CRDR spol. s r.o. [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://www.skolenibozp.cz/aktuality/co-je-to-elearning-a-jaka-je-jeho-historie/>
- Easy LMS: What Is Mobile Learning (M-Learning)? Advantages & Disadvantages. *Easy LMS: Online LMS software (Learning Management System)* [online]. Copyright © [b.r.] [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://www.easy-lms.com/knowledge-center/lms-knowledge-center/mobile-learning/item10388>
- Google.cz. *Google* [online]. [b.r.] [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <http://www.google.cz/drive/apps.html>

- Historie a současnost distančního vzdělávání. DISTANČNÍ MINIMUM. DISTANČNÍ MINIMUM (kurz) Úvod do DiV Modul č. 1: Úvod do DiV Příloha č. 2 © Centrum distančního. - ppt stáhnout. *SlidePlayer - Nahrávejte a Sdílejte své PowerPoint prezentace* [online]. Copyright © 2019 SlidePlayer.cz Inc. [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://slideplayer.cz/slide/3165689/>
- VOŠL a SLŠ Bedřicha Schwarzenberga. *Hlavní stránka - VOŠL a SLŠ Bedřicha Schwarzenberga, Písek* [online]. Copyright © [b.r.][cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://www.lespi.cz/files/projekty/esf/skola-praxe-uspech-na-trhu-prace/kreditni-system-ects.pdf>
- Institut vzdělávání a poradenství. [online]. Copyright © 2018 Česká zemědělská univerzita v Praze [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://www.ivp.czu.cz/cs/r-6930-studium/r-6943-informace-pro-studenty/r-8813-pruvodce-noveho-studenta>
- ITSLOVNÍK.cz. *E-learning* [online]. [b.r.] [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/e-learning>
- Managerka.cz: Bostonská matice – matice růstu a tržního podílu. *Managerka.cz - Web pro ženy* [online]. Copyright © [b.r.] [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: <http://www.managerka.cz/bostonska-matice-%E2%80%93-matice-rustu-a-trzniho-podilu/>
- Marketing: Marketingový vývoj- Úloha marketingu v podniku. *Marketing* [online]. [b.r.] [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: [http://marketing.topsid.com/index.php?war=marketingovy\\_vyvoj](http://marketing.topsid.com/index.php?war=marketingovy_vyvoj)
- Marketingové noviny.cz: Marketingový výzkum globálního trhu (1.). *Marketingové noviny.cz* [online]. Copyright © Helena Kopecká 2001 [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: [http://www.marketingovenoviny.cz/marketing\\_2617/](http://www.marketingovenoviny.cz/marketing_2617/)
- ModerniRizeni.cz. *E-learning- Virtuální třída* [online]. [b.r.] [cit. 27.02.19]. Dostupné z: <https://modernirizeni.ihned.cz/c1-13441840-e-learning-virtualni-trida>

- Online kurzy, semináře, odborná školení a firemní vzdělávání – Seduo.cz. *Online kurzy, semináře, odborná školení a firemní vzdělávání – Seduo.cz* [online]. Copyright © 1996 [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://www.seduo.cz/>
- Pavel Lorenc: Co je LMS a proč byste jej měli mít?. *Pavel Lorenc: Webové stránky a e-learningové kurzy* [online]. Copyright © 2019 [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://pavellorenc.cz/co-je-lms/>
- Portál. *Co je elektronická kniha (e-kniha, e-book, online kniha)?* [online]. [b.r.] [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://obchod.portal.cz/dokument/co-je-to-e-kniha>
- Studentskefinance.cz: Formy studia na vysoké škole: Prezenční, distanční a kombinovaná. *Studentskefinance.cz - Studentské slevy, brigády, studium na vysoké škole* [online]. [b.r.] [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://student.finance.cz/pruvodce-studiem/vysoka-skola/formy-studia/>
- SWOT analýza pro podnikatele - příklad - iPodnikatel.cz. *iPodnikatel.cz: Pomůžeme vám vydělat peníze* [online]. Copyright © 2011 [cit. 19.02.2019]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Marketing/swot-analyza-odhali-pravdivou-tvar-vasi-firmy-a-pomuze-vam-nahlednout-do-budoucnosti.html>
- Západočeská univerzita v Plzni. *Elektronická pošta v síti WEBnet-Elektronická konference* [online]. [b.r.] [cit. 27.02.2019]. Dostupné z: <https://mail.zcu.cz/dokumentace/konference.html>

## **SEZNAM ZKRATEK**

**DiV**- distanční vzdělávání

**[b.r.]**- bez roku

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1: Dotazník- distanční text a běžný učební text

## PŘÍLOHY

### Příloha č. 1

## Dotazník- distanční text a běžný učební text

Vážený dotazovaný/ Vážená dotazovaná,

tento dotazník slouží k účelům zpracování bakalářské práce na téma Distanční text a jeho tvorba na konkrétní téma. Dotazník je anonymní, tudíž neuvádějte jméno.

**Nejprve si prostudujte distanční text a běžný učební text, poté vyplňte dotazník.**

Vyplněním tohoto dotazníku souhlasíte s jeho zpracováním a uchováním k účelům zpracování bakalářské práce na téma Distanční text a jeho tvorba na konkrétní téma.

Děkuji za vyplnění dotazníku a tím za pomoc při tvorbě bakalářské práce, Michaela Holanová.

**(pokud není uvedeno jinak, vyberte pouze jednu možnost)**

1. Věděli jste co je distanční text dříve, než jste pracovali s tímto konkrétním?

- ano
- ne

2. Učili jste se již dříve z distančního textu?

- ano
- ne
- nejsem si jist/a zda šlo o distanční text



3. Když srovnáte distanční text a běžný učební text, který vás na první dojem více zaujal?

- distanční text
- běžný učební text
- oba stejně
- ani jedna z možností

4. S jakým textem se vám pracovalo lépe?

- s distančním textem
- s běžným učebním textem
- s oběma stejně
- ani s jedním se mi nepochybovalo dobře

5. Vyberte aspekty, kvůli kterým se vám s vámi vybraným textem lépe pracovalo (dle odpovědi u otázky č.4)?

(vyberte více možností)

- přehlednost
- vzhled
- styl písma (tučnost, podtržení, kurzíva)
- odstavce
- rozsah
- nic mě při čtení nerušilo

6. Který text vám připadal přehlednější?

- distanční text
- běžný učební text
- oba stejně
- ani jedna z možností

7. Z kterého textu by se vám lépe učilo?

- z distančního textu
- z běžného učebního textu
- z obou stejně
- ani jedna z možností

8. Myslíte si, že by distanční text mohl být využíván i při vaší formě studia, ve které se teď nacházíte?

- ano
- ne
- nevím

9. Srovnajte distanční a běžný učební text. Označte pozitiva (+) a negativa (-) distančního textu.

(u každého bodu označte negativum (+) či pozitivum (-))

- přehlednost
- srozumitelnost
- atraktivita
- vhodné pro učení

10. Srovnajte distanční a běžný učební text. Označte pozitiva (+) a negativa (-) běžného učebního textu. (u každého bodu označte negativum (+) či pozitivum (-))

- přehlednost
- srozumitelnost
- atraktivita
- vhodné pro učení

11. Kolik času vám zabralo prostudování distančního textu oproti běžnému učebnímu textu?

- méně
- více
- stejně

12. Bylo pro vás snadné pochopit jak s distančním textem pracovat?

- ano
- ne
- stále to nechápu

13. Je pro vás distanční text přehledný?

- ano
- ne
- nedokážu posoudit

14. Pokuste se v **distančním textu** nalézt informaci o konkrétním tématu, kterým jsou metody výzkumu. Jak obtížně se vám tato informace hledala?

- hned jsem věděl/a kde ji hledat
- nemohl/a jsem ji najít
- chvíli mi to trvalo

15. Pokuste se v **běžném učebním textu** nalézt informaci o konkrétním tématu, kterým jsou metody výzkumu. Jak obtížně se vám tato informace hledala?

- hned jsem věděl/a kde ji hledat
- nemohl/a jsem ji najít
- chvíli to trvalo

16. V jakém textu se vám informace o metodách výzkumu hledala lépe?

- v distančním textu
- v běžném učebním textu
- v obou stejně
- nedokážu posoudit

17. Který text byste si pro samostudium vybrali?

- distanční text
- běžný učební text
- ani jednu z možností
- jiné.....

18. Pohlaví

- muž
- žena

19. Věk

- 18-25
- 25-30
- 30-40
- 40-50
- 50-60

20. Jsem.....

- student střední školy
- student vysoké školy prezenční formy studia
- student vysoké školy kombinované formy studia
- zaměstnanec