

ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s.

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

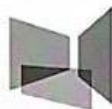
Studijní obor/specializace: 6208R190 Podniková ekonomika a řízení lidských zdrojů

**MODERNÍ TECHNOLOGIE UPLATNĚNÉ VE
VZDĚLÁVÁNÍ ZAMĚSTNANCŮ V ORGANIZACI**

Bakalářská práce

Andrea ŠTUTZBARTOVÁ

Vedoucí práce: Mgr. Eva Švejdarová, Ph.D., M.A.



ŠKODA AUTO Vysoká škola

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Zpracovatelka: **Andrea Štutzbartová**

Studijní program: Ekonomika a management

Obor: Podniková ekonomika a řízení lidských zdrojů

Název tématu: **Moderní technologie uplatněné ve vzdělávání zaměstnanců v organizaci**

Cíl: Cílem mé bakalářské práce je zjistit, jak moderní technologie pomáhají ve vzdělávání zaměstnanců v konkrétně vybrané organizaci. Na základě toho poté definovat jednotlivé metody vzdělávání a druhy moderních technologií k tomu využívané.

Rámcový obsah:

1. Definice jednotlivých metod vzdělávání zaměstnanců a jejich vývoj.
2. Vymezení termínu andragogika, moderních technologií a metod využívaných při vzdělávání zaměstnanců.
3. Proces vzdělávání zaměstnanců ve ŠKODA AUTO a.s., popsán průběh jednotlivých metod vzdělávání.
4. Dotazníkové šetření u zaměstnanců, podle výsledků navrzení změn ve vzdělávání zaměstnanců.
5. Zhodnocení výsledků a poznatků dotazníkového šetření.

Rozsah práce: 25 – 30 stran

Seznam odborné literatury:

1. HRONÍK, F. *Rozvoj a vzdělávání pracovníků*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 233 s. ISBN 978-80-247-1457-8.
2. VETEŠKA, J. *Aktuální otázky vzdělávání dospělých.: Andragogika na prahu 21. století*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. ISBN 978-80-7452-012-9.
3. BENEŠ, M. *Andragogika*. 2. vyd. Praha: Grada, 2014. 176 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-4824-5.
4. VODÁK, J. *Efektivní vzdělávání zaměstnanců*. 2. vyd. Praha: GRADA, 2011. ISBN 978-80-247-3651-8.
5. TORRINGTON, D. *Humane Resource Management*. Prentice Hall Press, 2018.


Datum zadání bakalářské práce: prosinec 2019

Termín odevzdání bakalářské práce: prosinec 2020

L. S.



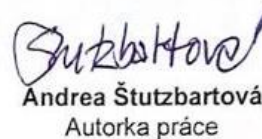
Mgr. Eva Švejdarová, Ph.D., M.A.
Vedoucí práce



doc. PhDr. Karel Pavlica, Ph.D.
Garant studijního oboru



Mgr. Petr Šulc
Prorektor ŠAVŠ



Andrea Štutzbartová
Autorka práce

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci vypracoval(a) samostatně a použité zdroje uvádím v seznamu literatury. Prohlašuji, že jsem se při vypracování řídil(a) vnitřním předpisem ŠKODA AUTO VYSOKÉ ŠKOLY o.p.s. (dále jen ŠAVŠ) směrnici OS.17.10 Vypracování závěrečné práce.

Jsem si vědom(a), že se na tuto závěrečnou práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, že se jedná ve smyslu § 60 o školní dílo a že podle § 35 odst. 3 je ŠAVŠ oprávněna mou práci využít k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna podle § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách.

Beru na vědomí, že ŠAVŠ má právo na uzavření licenční smlouvy k této práci za obvyklých podmínek. Užiji-li tuto práci, nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, mám povinnost o této skutečnosti informovat ŠAVŠ. V takovém případě má ŠAVŠ právo ode mne požadovat příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to až do jejich skutečné výše.

V Mladé Boleslavi dne 8. 12. 2020

Děkuji Mgr. Evě Švejdarové, Ph.D., M.A. za odborné vedení závěrečné práce, poskytování rad a informačních podkladů.

Dále děkuji svým kolegům Ing. Radce Bürger, Ing. Pavlu Odvárkovi, MBA a Ing. Štěpánce El Amouri za vstřícnost a poskytnutí potřebných informací nutných ke zpracování této bakalářské práce.

Obsah

Úvod	7
1 Teoretická část	8
1.1 Vzdělávání obecně	8
1.2 Vzdělávání dospělých	9
1.3 Význam vzdělávání pro budoucnost podniků	10
1.4 Vzdělávání ve společnosti ŠKODA AUTO a.s.	11
2 Představení ŠKODA AUTO a.s.	12
3 Moderní technologie uplatněné ve vzdělávání	14
3.1 E-learning	15
3.2 Mediatéka	16
3.3 Webináře	16
3.4 Digitální knihovna ODILO	17
3.5 Skype pro firmy	17
3.6 Virtuální realita	17
4 Praktická část	19
4.1 Cyklus vzdělávání zaměstnanců ve ŠKODA AUTO a.s.	19
4.2 Dotazníkové šetření	21
4.3 Metoda sběru dat	21
4.4 Analýza dotazníkového šetření	22
4.5 Zhodnocení a návrh doporučení	39
Závěr	43
Seznam literatury	44
Seznam obrázků a tabulek	45
Seznam příloh	47

Seznam použitých zkratk a symbolů

BOZP	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
EMS	„Environmental Management System“, Systém environmentálního řízení
EnMS	„Energienagementsystem“, Systém managementu hospodaření s energií
EU	Evropská Unie
IT	Informační technologie
LDAP	Lightweight Directory Access Protocol
LMS	Learning Management System
MAG	Mitarbeitergespräch, rozhovor se zaměstnancem
PC	Personal Computer, osobní počítač
PO	Požární ochrana
QMS	„Quality Management System“, Systém řízení kvality
SW	Software
ŠA	ŠKODA AUTO a.s.
THZ	Technickohospodářský zaměstnanec
VR	Virtuální realita
VW	Volkswagen AG

Úvod

Moderní technologie jsou dnes již neoddělitelnou součástí našich životů, stejně tak i vzdělávání zaměstnanců je nedílnou součástí motivace pracovníků, proto bylo zvoleno téma „Moderní technologie uplatněné ve vzdělávání zaměstnanců v organizaci“. Moderní technologie jsou v dnešní době hojně využívány při vzdělávání zaměstnanců. Nejen, že vzdělávání obohatí, ale také usnadní jeho proces.

Pro zpracování této bakalářské práce byla zvolena společnost ŠKODA AUTO a.s. Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit, jak jsou moderní technologie, především moderní metody vzdělávání, nápomocné v procesu vzdělávání v konkrétně vybrané organizaci. Dále analyzovat pomocí dotazníkového šetření využívané metody vzdělávání zaměstnanců. Zjistit, které jsou nejvíce využívány a které nejefektivnější.

Teoretická část je dělena do tří kapitol. V první kapitole je čtenář seznámen s pojmem vzdělávání, dále je blíže specifikováno vzdělávání dospělých. Také je v první kapitole popsán význam vzdělávání pro budoucnost podniků a v závěru první kapitoly je popsáno vzdělávání ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. Ve druhé kapitole je představena společnost ŠKODA AUTO a.s. jako taková. V poslední kapitole teoretické části, tedy ve třetí kapitole, jsou definovány jednotlivé moderní technologie, které se uplatňují ve vzdělávání zaměstnanců v této organizaci.

Praktická část je rozdělena na pět částí. V první části je popsán samotný cyklus vzdělávání ve ŠKODA AUTO a.s., dále je popsáno dotazníkové šetření. Následuje seznámení čtenáře s vybranou metodou sběru dat. V druhé části je čtenář seznámen s analýzou, která byla provedena formou dotazníkového šetření, tedy s jednotlivými výsledky samotných otázek. Na konci praktické části je zhodnocení analýzy dotazníkového šetření a návrh doporučení.

Téma své bakalářské práce jsem si zvolila na základě své dlouhodobé stáže ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. na oddělení, které se věnuje vzdělávání zaměstnanců a se všemi metodami, které jsou zmíněné v bakalářské práci, jsem se setkala nebo se jich osobně zúčastnila. Díky této stáži ve ŠKODA AUTO a.s. jsem získala spoustu cenných zkušeností, které mi pomohou v mém budoucím profesním životě.

1 Teoretická část

V teoretické části bakalářské práce je čtenář na úvod seznámen se vzděláváním obecně a s definicí vzdělávání dospělých. Následujícím tématem je význam vzdělávání zaměstnanců pro budoucnost podniků. Dále jsou v teoretické části popsány jednotlivé moderní technologie, či metody, které jsou používány ke vzdělávání zaměstnanců ve společnosti ŠKODA AUTO a.s.

1.1 Vzdělávání obecně

V dnešní době je stále více kladen důraz na naše vzdělání. V minulosti byl člověk vzdělaný, pokud uměl číst, psát a počítat. To je dnes už samozřejmostí. Většina lidí po základní škole rozvíjí své vzdělání dále na středních a vysokých školách. Také univerzity třetího věku jsou velice oblíbené u těch, kteří se chtějí vzdělávat i v pozdějším věku.

Podle pana Vetešky je vzdělávání proces, v němž si jedinec osvojuje soustavu poznatků a činností, kterou vnitřním zpracováním – učením – přetváří na vědomosti, znalosti, dovednosti a návyky. Dále také dodává, že proces vzdělávání probíhá mezi dvěma činiteli, tedy vzdělavatelem (učitel, lektor) a vzdělávaným (žák, student, účastník vzdělávacího procesu), a to ve dvou rovinách, formální a neformální. Z pohledu vzdělavatele jde o vyučování, z pohledu vzdělávaného jde o proces učení se. V žebříčku hodnot je vzdělávání postaveno velmi vysoko, charakterizuje osobnost a zároveň podporuje její rozvoj (Veteška, 2016).

Dále je možné vzdělávání definovat jako cílevědomý proces realizace určitých pedagogických cílů a ideálů. Plánovaný proces, v kterém je zprostředkování systematické a obsahově, věcně a časově strukturované. A institucionalizovaný proces, který je vedený většinou profesionály (Beneš, 2014).

Z pohledu historie bychom mohli mezi osobnosti, které významně ovlivnily vzdělávání na našem území, zařadit Jana Ámose Komenského, který byl tvůrcem originální, filozoficky ukotvené pedagogické soustavy v českých zemích, dále se zabýval všeobecnou teorií výchovy a didaktikou. Jan Ámos Komenský je považován za zakladatele moderní pedagogiky a často bývá označován za „učitele národů“.

Další významnou osobností je Marie Terezie, která v druhé polovině 18. století zavedla povinnou školní docházku. Po její smrti v jejích reformách pokračoval syn

Josef II., oba byli hlavními představiteli myšlenky vzdělanosti a rozumu, kterou se vyznačuje celý směr Osvícenství.

Česká novodobá pedagogika má své počátky v národním obrození na přelomu 18. a 19. století. V současné době probíhá vzdělávání na pěti stupních a představuje společenskou instituci řízenou tak, aby vyhovovala očekáváním a požadavkům státu, rodičů, žáků a celé společnosti.

1.2 Vzdělávání dospělých

V současnosti je velmi oblíbené se vzdělávat v dospělosti, ale i v pozdějším věku na univerzitách třetího věku. Lidé stále častěji chtějí rozšiřovat své znalosti ve všech možných oblastech. Svě nově nabyté znalosti mohou pak dále využít a uplatit jak ve svém soukromém, tak profesním životě.

V literatuře najdeme mnoho různých definic vzdělávání dospělých. Avšak velmi dobře ji vyjádřil Beneš (2003) a to takto: „Vzdělávání dospělých je organizovaná (nebo sebe organizovaná), cílevědomá a více či méně institucionalizovaná pomoc dospělému člověku, skupinám lidí nebo organizací, týkající se zvládnutí určitých problémů pomocí učení či uspokojení potřeb pro poznání. Vzdělávání dospělých se stává součástí života neustále se rozšiřujícího okruhu lidí, přesto ale není pro jejich život dominantní. Vzdělávání dospělých:

1. Je nabídka, kterou využívá dospělý podle svých potřeb nebo pod tlakem okolností, není tedy permanentní (nepřetržitě).
2. Spíše doprovází, než se snaží řídit dospělého člověka.
3. Nezahrnuje veškeré učení dospělého – dospělý se učí zvládat své problémy většinou vně andragogických situací.“

Vzdělávání dospělých je obecný pojem pro vzdělávání dospělé populace. Obsahuje veškeré vzdělávací aktivity realizované jako řádné školské vzdělávání dospělých (pro získání určitého stupně vzdělávání) nebo jako další vzdělávání a vzdělávání seniorů. Vzdělávání dospělých je chápáno jako významný nástroj společenského rozvoje a prosperity (Palán, 2003).

Andragogika je věda o vzdělávání dospělých a je součástí systému sociálních věd a věd o výchově a vzdělání. Objektem je dospělý člověk. Předmětem je proces organizovaného učení a sociální souvislosti tohoto učení. Andragogika především

zkoumá teorii a praxi vzdělávání a péči o dospělé jedince. Vzdělávání dospělých se realizuje v procesu učení. Andragogika je věda, která pomáhá dospělým se efektivně učit a pozitivně formovat vlastní osobnost se všemi jejími složkami, dále pomáhá zdokonalovat osobnost člověka. Pojem andragogika vyjadřuje doprovázení člověka při jeho cestě za vzdáváním, poznáním a pochopením světa, tato cesta ale není samoúčelná (Beneš, 2003).

1.3 Význam vzdělávání pro budoucnost podniků

Pro podniky, které chtějí být na trhu úspěšné, je velice důležité investovat do rozvoje svých zaměstnanců. Základním předpokladem pro zvýšení efektivnosti, celkové výkonnosti a konkurenční schopnosti podniku je investice do lidského kapitálu.

Již v druhé polovině 20. století se projevila zvýšená poptávka po kvalifikované pracovní síle. Tu vyvolaly především vzniklé ekonomické a sociální změny jako rozvoj technologií, globalizace trhu, postupující urbanizace apod. (Šerák, 2009).

Nejen pro podnik přináší vzdělávání přínosy, ale hlavně pro samotné zaměstnance, kteří si stále častěji uvědomují, jak je důležité své dovednosti a znalosti neustále rozvíjet a zdokonalovat. Díky podpoře z fondů EU roste nabídka i poptávka po vzdělávacích kurzech.

Lidé musejí být motivováni se učit a vzdělávat. Měli by si být vědomi toho, že současnou úroveň jejich znalostí, dovedností nebo schopností je třeba rozvinout nebo zlepšit, aby byli schopni vykonávat svou práci ke své vlastní spokojenosti i ke spokojenosti ostatních. Aby byli motivováni, musejí ve vzdělávání najít uspokojení. Lidé bývají ochotnější se vzdělávat, jestliže to uspokojuje jednu nebo více jejich potřeb (Armstrong, 2017).

Základním cílem podnikového vzdělávání je především dosažení změn v myšlení a chování pracovníků, které jsou rozhodující pro další rozvoj firmy a pro dosažení a udržení její konkurenceschopnosti. Nové znalosti, dovednosti a pracovní návyky jsou pouhým prostředkem a podmínkou úspěchu. Jde o vzájemné propojení ochoty k vynaložení určitého úsilí, schopností k osvojení si nových pracovních postupů a možnosti zúčastnit se podnikového vzdělávání a uplatnit nové formy chování v pracovních činnostech (Tureckiová, 2004).

1.4 Vzdělávání ve společnosti ŠKODA AUTO a.s.

Ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. má převážnou většinu vzdělávacích metod na starosti ŠKODA Akademie. Ta je zodpovědná za personální rozvoj zaměstnanců ve ŠKODA AUTO a.s., dále za rozvoj jejich odborných i nad odborných kompetencí. Zaměstnanci Akademie se za tímto účelem podílejí na tvorbě personálně-rozvojových konceptů a nástrojů s ohledem na strategii VW Group Academy. Další stěžejní činností ŠKODA Akademie je odborné vzdělávání učňů a rozvoj talentů. Vedle standardní nabídky vzdělávání, která zahrnuje více než 300 kurzů, jsou pro jednotlivé odborné oblasti organizovány i akce šité na míru.

Dále sem patří také diagnostické instrumenty (Assessment a Development Center), nová média a odborná příprava, jazykové kurzy, a nakonec kurzy pro prohlubování kvalifikace. ŠKODA Akademie provádí také online vzdělávání. Rozšířená nabídka online samostudia představuje velký význam pro rozvoj zaměstnanců a jejich profesní růst. Zaměstnanci mají přístup bez omezení do vzdělávacích platforem eDoceo, kde naleznou velké množství e-learningových kurzů či vzdělávacích videí, mohou si zdarma „vypůjčit“ eBooky nebo audioknihy v aplikaci ODILO, či využít některý z doporučených zdrojů pro samostudium v rámci jazykové přípravy (Interní materiály ŠKODA AUTO a.s., 2020).

2 Představení ŠKODA AUTO a.s.

ŠKODA AUTO a.s. je pátou nejstarší automobilkou na světě, má více než stoletou nepřetržitou historii a je největším výrobcem automobilů v České republice. Pozice společnosti v automobilovém průmyslu vždy byla, a i nadále je nepřehlédnutelná – a to také díky tomu, že je již téměř 30 let součástí koncernu VOLKSWAGEN. Stala se silnou a mezinárodně úspěšnou firmou, aktivně působící na více než 100 trzích a nabízející zákazníkům celkem 9 modelových řad.



Zdroj: (Interní materiály ŠKODA AUTO a.s.)

Obr. 1 Modelová řada ŠKODA AUTO a.s.

ŠKODA AUTO a.s. vznikla ze společnosti Laurin & Klement, která vyráběla v Mladé Boleslavi kola a motorky již od roku 1895. V roce 1899 začala továrna Laurin & Klement vyrábět i motocykly Slavia. Automobily začala vyrábět v roce 1905. Prvním modelem automobilu bylo Voiturette A, který se stal okamžitě trhákem. Společnost sídlí v Mladé Boleslavi, kde se nachází i největší výrobní závod. V České republice má ŠKODA AUTO a.s. další dva výrobní závody, a to v Kvasinách a ve Vrchlabí. Vozy s okřídleným šípem ve znaku se však, většinou prostřednictvím Koncernových partnerství, vyrábí také v Číně, Rusku, na

Slovensku, v Německu, v Alžírsku a Indii, ve spolupráci s lokálními partnery pak rovněž na Ukrajině a v Kazachstánu.

ŠKODA AUTO a.s. je dlouhodobě největší českou firmou podle tržeb, největším českým exportérem a jedním z největších českých zaměstnavatelů. ŠKODA AUTO a.s. má přes 34 800 zaměstnanců (Výroční zpráva ŠKODA AUTO a.s., 2019).

3 Moderní technologie uplatněné ve vzdělávání

V této kapitole byly informace o jednotlivých moderních technologiích a všechny potřebné podklady získávány z interních zdrojů a materiálů společnosti ŠKODA AUTO a.s., které byly poskytnuty k vypracování této bakalářské práce.

Neustále zvyšující se komplexita informací a nutnost flexibilizace a individualizace vzdělávání vede firmy ke stále většímu využití digitálních technologií jako cestu pro přenášení vzdělávacích obsahů.

Mezi současné formy online vzdělávání ve ŠKODA Akademii patří e-learning (vzdělávací platforma eDoceo), který obsahuje cca 250 tréninků v českém i anglickém jazyce. Pro samostudium ve formě video formátů slouží Mediatéka (součástí LMS eDoceo), která obsahuje cca 500 videí. Metoda kombinace online a prezenční výuky se nazývá Blended learning. Ve ŠKODA Akademii je využita např. v rámci rekvalifikačního programu Karosář. Zaměstnanci dostanou připravené iPady s nainstalovanými aplikacemi a samostudiem se vzdělávají. V rámci prezenčních kurzů pak prohlubují své praktické znalosti. Tyto tréninky jsou pouze v českém jazyce.

Webináře a online školení se využívají pomocí konferenčních platforem jako je např. Skype pro firmy. Webinář je možné nahrát a poté vložit do Mediatéky, kde ho může zaměstnanec zhlédnout kdykoliv ve svém volném čase. Výhodou této formy vzdělávání je místní a časová flexibilita.

Digitální knihovna ODILO obsahuje cca 200 eBooků a audio knih, které si mohou zaměstnanci vypůjčit. Studium je možné také zatraktivnit různými vzdělávacími aplikacemi. Jedná se o aplikace, které jsou doporučeny k samostudiu, např. Duolingo, které je skvělou aplikací na zlepšování svých jazykových schopností. V budoucnosti budou přibývat i externí vzdělávací platformy, které budou umožňovat napojení na LMS, např. Pluralsight, a umožní přístup k velkému množství odborných kurzů, zejména pro specialisty v oblasti informačních technologií.

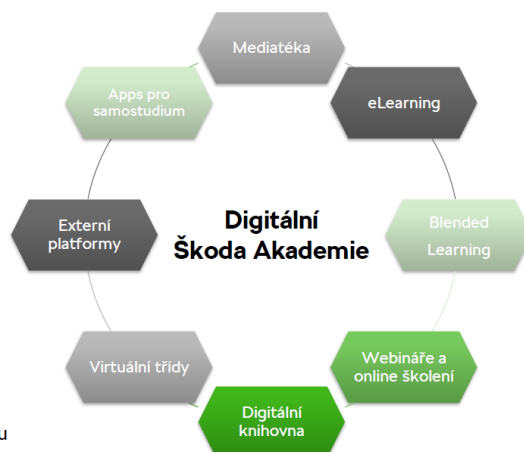
Současné formy online vzdělávání ve Škoda Akademii

eLearning (eDoceo)
ca. 250 tréninků
(CZ, EN)

Mediatéka (eDoceo)
ca. 480 videí (CZ, EN)

Blended Learning
Rekvalifikační program
karosář (samostudium
s iPady)
(CZ)

**Webináře a online
školení**
Za využití konferenčních
platform, možnost záznamu



Digitální knihovna Odilo
ca. 180 eBook a Audio
(CZ, EN)

Virtuální třídy
Jazyková příprava, produkt
Speex

Apps
Doporučené Apps pro
samostudium např.
jazyky Duolingo

Externí vzdělávací platformy
V přípravě
Napojení na externí
LMS např. Pluralsight

Zdroj: (Interní materiály ŠKODA AUTO a.s.)

Obr. 2 Současné formy online vzdělávání ve ŠKODA Akademii

3.1 E-learning

Vlivem vzrůstajícího významu moderních technologií a rychlosti změn ve všech oblastech lidského života prožívá e-learning jako jedna z pokrokových metod výuky svůj „boom“. E-learning využívá v procesu vzdělávání komunikační a informační technologie. Jednoduše řečeno je to studium elektronických (e-learningových) výukových programů na osobních počítačích (PC). Stále častěji se začíná také používat pojem m-learning, jedná se o studium elektronických výukových programů na mobilních zařízeních.

E-learning může při vhodném využívání přinášet řadu výhod, finančních úspor a v dnešním světě moderních organizací a společností může hrát i klíčovou úlohu pro získání konkurenční výhody. E-learning, ale nemůže vždy a všude a za všech podmínek efektivně nahradit všechny oblasti vzdělávání. Pro některé typy obsahů nebo malé počty studujících může být e-learning i naprosto nevhodný nebo výrazně nákladnější, než při použití jiné metody či formy vzdělávání (např. praktický výcvik, prezenční vzdělávání, kaskádové školení apod.).

LMS (Learning Management System) je řídicí systém elektronického vzdělávání, jehož hlavní funkcí je tvorba, distribuce a administrace elektronických vzdělávacích kurzů. Většina LMS systémů je založena na webových technologiích, umožňujících přístup k elektronickým kurzům způsobem "anytime and anywhere" ("kdykoliv

a kdekoliv"). E-learning ve spojení s efektivním využíváním LMS přináší značné úspory na administrativě (20-50 %) a výrobě obsahu (až 40 %) oproti e-learningu bez použití LMS.

Mezi hlavní výhody e-learningu rozhodně patří neomezený a rychlý přístup k informacím, e-kurzům, možnost individuální volby času, místa, délky, intenzity, tempa studia a stejné informace pro všechny uživatele. Dále bychom mezi výhody mohli zařadit možnost využití interaktivního a multimediálního obsahu, možnost aktualizace stávajících kurzů, aktuálnost informací, úspora časů a nákladů (např. stravné, cestovné, doba strávená cestou na kurz a z kurzu) a nakonec zpřístupnění informací pro mnohem větší množství zaměstnanců a zvýšení zodpovědnosti zaměstnanců za vlastní rozvoj.

3.2 Mediatéka

Mezi další možnosti vzdělávání, které společnost ŠKODA AUTO a.s. nabízí zaměstnancům, patří Mediatéka. Jedná se o knihovnu médií vzdělávacího systému eDoceo, obsahující množství multimediálních vzdělávacích materiálů určených pro zaměstnance. V přehledu nalezne zaměstnanec obsah pro pracovní i osobní rozvoj, záznamy přednášek s moderními tématy i výborně zpracovaného průvodce anglickým jazykem. Mediatéka také obsahuje povinná školení jako je Hospodářská soutěž, Protikorupční školení, Pravidla bezpečnosti IT, Ochrana osobních údajů atd. Mediatéka umožňuje zaměstnancům také přístup z domova po využití účtu LDAP.

3.3 Webináře

Webinář je další velmi zajímavou formou online komunikace, která probíhá prostřednictvím internetu a je vedena přednášejícím. Jedná se o alternativní formu semináře, jež má informativní charakter a nevyžaduje fyzickou přítomnost na konkrétním místě. Pojem „webinář“ pochází ze spojení slov web a seminář.

Výhodou webináře je, že šetří čas i peníze. Šetří drahocenné minuty potřebné na přepravu na přednášku v obou směrech. Šetří také náklady na dopravu, pronájem sálu, nebo samotné opakování přednášky.

Ve ŠKODA Akademii připravují webináře s časovou dotací cca 30 minut a k jejich technické realizaci je využívána, na všech firemních počítačích, dostupná aplikace Skype pro firmy. Nastavení systému ale také umožňuje nabídnout webináře

i ostatním zaměstnancům, kteří se mohou k vysílání připojit z privátních počítačů, například z pohodlí domova. Všichni se tak mohou účastnit online formy webináře a přes chat komunikovat s přednášejícím, nebo si později pustit webinář ze záznamu uloženém v Mediatéce.

3.4 Digitální knihovna ODILO

Zaměstnanci ŠKODA AUTO a.s. mohou ke svému osobnímu rozvoji využít i digitální knihovnu ODILO, která přináší možnost knihy nejen číst, ale i poslouchat. Čas a místo si zaměstnanci vyberou sami dle své chuti a možnosti.

V nabídce digitální knihovny najdou zaměstnanci pečlivě vybrané české i anglické bestsellery, které pomohou s rozvojem, jak v pracovním, tak osobním životě. Ke knihám se dostanou z počítače, tabletu i chytrého telefonu, a to přes webový prohlížeč, nebo aplikaci. Díky nainstalované aplikaci na mobilním zařízení si mohou zaměstnanci vzít knihy kamkoliv s sebou, dokonce i mimo dosah internetu, jelikož se knihy dají stáhnout. Avšak maximálně na 3 týdny, s limitem 2 titulů pouze v kombinaci 1x e-kniha a 1x audio kniha.

3.5 Skype pro firmy

Nejčastějším komunikačním prostředkem používaným ve ŠKODA AUTO a.s. kromě e-mailu nebo mobilního telefonu je i aplikace Skype pro firmy. Tato aplikace není používána pouze pro komunikaci mezi zaměstnanci. Vzdělávací akce, určené pro zaměstnance, které probíhají prezenčně v učebnách, bylo potřeba kvůli rozšiřujícím se opatřením proti šíření viru COVID-19 přesunout do formy online výuky. K tomu ŠKODA AUTO a.s. využívá právě zmíněný Skype pro firmy. Školitel si v prostředí Skype vytvoří svou vlastní virtuální místnost. Na tu pak dostanou přihlášení účastníci odkaz a připojí se k výuce přes svůj pracovní počítač.

3.6 Virtuální realita

Další moderní technologií, kterou ŠKODA AUTO a.s. využívá ke vzdělávání svých zaměstnanců je virtuální realita. Virtuální realita (VR) je technologie, která umožňuje uživatelům ocitnout se v simulovaném prostředí a je doprovázena interakcí s ním. VR vytváří iluzi skutečného světa, v tomto případě skutečného pracovního prostředí. V tom si zaměstnanci mohou vyzkoušet či natrénovat skutečné pracovní postupy.

Pomocí virtuální reality se zaučují hlavně úplní začátečníci, kteří se touto technologií učí zacházet se zařízením, s kterým později na svém pracovišti přijdou do styku a učí se na ní základní procesy a postupy. Ve virtuální realitě je nasimulované pracovní prostředí v měřítku 1:1, díky tomu si mohou zaměstnanci představit reálnou velikost pracovního stroje či robota a celkovou velikost pracovního prostředí.

Velkou výhodou této technologie při vzdělávání zaměstnanců je úspora peněz a prostoru a vyhnutí se kolizi při výrobě, kdy jde o čas. Mezi další výhodou bychom mohli také zařadit to, že přes virtuální realitu může ŠKODA AUTO a.s. zaučit své zaměstnance na novém stroji, který ještě fyzicky nemá k dispozici a tím urychlit proces zabíhání nového stroje či robota do výroby. Bohužel má to i svá úskalí. Pokud jde o stroj, který ještě dodavatelská firma oficiálně nepředstavila, může být překážkou „know-how“, které firma ke stroji má a je potřeba za něj zaplatit.

ŠKODA AUTO a.s. využívá virtuální realitu ke školení zaměstnanců, kteří pracují s roboty v lakovně a svařovně. Protože je frekvence závad nižší, než tomu dříve bývalo a zaměstnanec se s poruchou stroje či robota neseťká tak často, je potřeba zaměstnance průběžně zaučovat právě pomocí virtuální reality.

Virtuální realita je pro firmu nákladnou technologií. Tato technologie je, ale stále méně nákladná, než nákup dalších strojů či robotů navíc, na kterých by se mohli zaměstnanci zaučovat.

4 Praktická část

4.1 Cyklus vzdělávání zaměstnanců ve ŠKODA AUTO a.s.

Zaměstnanci a jejich vzdělávání je jednou z klíčových úloh v řízení podniku. Právě kontinuální vzdělávání a rozvoj zaměstnanců vedou ke konkurenceschopnosti firmy. V rámci rozvoje zaměstnance je důležitá identifikace potenciálu ke vzdělávání. K tomu slouží celá řada nástrojů, jako rozhovor se zaměstnancem, povinné kvalifikace spojené s výkonem dané profese na základě zákonných norem či různé formy Assessment či Development center.

a) Zákonné či vnitropodnikové školení na pracovišti

Každý zaměstnanec, který začíná pracovat na novém pracovišti, musí být před zahájením práce proškolen o zásadách BOZP, PO, EMS, EnMS a QMS, popřípadě o dalších vnitropodnikových tématech (např. compliance¹). Školící podklady obsahují dle potřeby otázky pro ověření znalostí. Ověření může být provedeno též pohovorem se zaměstnancem. Za ověření znalostí zdokonalování odpovídá přímý nadřízený zaměstnance. Školení na pracovišti je dokumentováno podpisem zaměstnance.

b) Rozhovor se zaměstnancem

Rozhovor se zaměstnancem neboli MAG, z německého Mitarbeitergespräch, je klíčovým nástrojem k motivaci, řízení výkonu a personálního rozvoje zaměstnance. Cílem tohoto rozhovoru se zaměstnancem je stanovení transparentních a závazných cílů, zviditelnění a ocenění výkonu zaměstnance, rozpoznání a podpora potencionálu a plánování následovníků.

Osobní setkání výrazně přispívají k budování otevřené kultury, důvěry a vzájemného respektu. Upřímný dialog umožní získat otevřenou zpětnou vazbu a nastavit očekávání jak ze strany nadřízeného, tak i ze strany zaměstnance. Tento rozhovor se doporučuje spojit s pravidelným hodnocením výkonu. Zaměstnanec tak bude ve stejný čas informován nejen o hodnocení svého pracovního výkonu, ale zároveň může nadřízený se svým zaměstnancem prodiskutovat i jeho další osobní rozvoj a důležitá témata spojená s integritou a compliance.

¹ Všeobecný název pro soulad s pravidly.

Vlastní vzdělávání zaměstnance může probíhat v různých formách. Vedle klasických školení v prezenční či online podobě to mohou být také různé on the job aktivity, jako je sharing zaměstnanců či pracovní rotace.

Dále bychom sem mohli zařadit job rotaci THZ zaměstnanců. V dnešní době je otevřenost ke změnám důležitým předpokladem pro spokojený a úspěšný pracovní život. Díky rotacím se zaměstnanci stávají lépe uplatitelní na trhu práce a zároveň si posilují jistotu udržení zaměstnání. Cílově by doba setrvání na pracovní pozici neměla přesáhnout 7 let, do 4 let není rotace zaměstnance systémově řešena, pokud zaměstnanec sám neinicuje. Job rotace je běžným rozvojovým opatřením. Nové úkoly jsou příležitostí nejen k rozvoji, ale i k získání nových znalostí a zkušeností.

Hlavním a důležitým komunikačním partnerem v tomto tématu je v první řadě přímý nadřízený. Téma rozvoje prostřednictvím job rotace by tak mělo být součástí pravidelného personálního pohovoru mezi přímým nadřízeným a samotným zaměstnancem. Personální útvar zde vystupuje jako partner podporující obě strany v průběhu celého procesu.

Mezi přínosy job rotací THZ zaměstnanců rozhodně patří lepší kariérní možnosti a vyšší jistota zaměstnání, rozšíření kontaktů v rámci společnosti, získání přehledu o různých oblastech společnosti a také snížení rizika jednotvárnosti vykonávané práce. Pro vedoucí má job rotace přínos ve zvýšení motivace a flexibility zaměstnanců, kvalifikace zaměstnanců pro několik pracovních pozic (snadnější zastupitelnost) a zaměstnanci lépe porozumí vazbám firemních procesů. Dále bychom sem mohli zařadit příležitost k rozvoji vlastních manažerských kompetencí, výměna nejlepších příkladů s ostatními útvary společnosti a v neposlední řadě předcházení rizikům v souvislosti s compliance.

Dalším krokem v rámci vzdělávacího cyklu ve firmě je transfer znalostí do praxe a vyhodnocování přínosu rozvojového opatření. Mezi přínosy vzdělávání pro firmu patří nové nápady, úhly pohledu a kritické myšlení, zvýšení produktivity a efektivnosti, odbourávání orientace pouze na zájmy vlastního útvaru a zlepšení spolupráce a předcházení rizikům v souvislosti s compliance.

4.2 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je jedna z technik terénního sběru informací. Potřebné informace jsou od zkoumaných osob získány písemně či elektronicky, prostřednictvím otázek, obsažených v dotazníku. Charakteristickým rysem dotazníkového šetření je, že zjišťuje potřebné údaje zprostředkovaně, prostřednictvím subjektivní výpovědi zkoumaných osob. Dalšími charakteristickými rysy jsou, že nedochází k přímé interakci mezi výzkumným pracovníkem a respondentem a řadí se mezi techniky vysoce formalizované a standardizované.

Těmito charakteristickými rysy dotazníkového šetření jsou dány jak přednosti, tak nedostatky této výzkumné techniky a je tím určena její oblast aplikace. Neexistence přímého styku mezi tazatelem a respondentem, dává zkoumaným osobám větší důvěru v anonymitu šetření. Dále má respondent možnost si odpověď libovolně dlouho rozmyslet. Dotazníkové šetření patří mezi nejproduktivnější techniky; může za relativně velmi krátkou dobu získat údaje od velmi vysokého počtu jedinců, a to i od jedinců prostorově velmi vzdálených nebo v prostoru rozptýlených.

V dotazníku se užívá různých typů otázek. Otázky můžeme dělit na otázky otevřené, tj. na takové, které respondent odpovídá vlastními slovy, a na otázky uzavřené, při kterých je odpověď zaznamenávána označením nejvhodnější alternativy ze seznamu předem připravených odpovědí. Dále je možné použití otázek polouzavřených. Jedná se o otázky, které dávají respondentovi možnost odpovědět buď zaškrtnutím některé varianty z předložené množiny odpovědí, nebo pokud mu nevyhovuje žádná varianta, může zodpovědět otázku jako otevřenou (Sociologická encyklopedie, 2018).

4.3 Metoda sběru dat

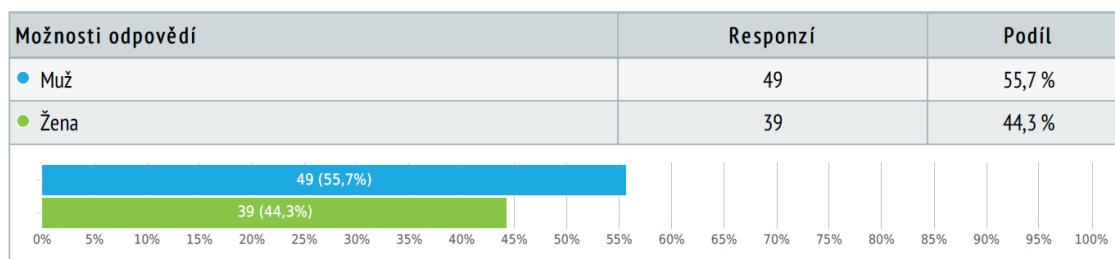
Pro praktickou část bakalářské práce byla zvolena analýza vzdělávání zaměstnanců ve ŠKODA AUTO a.s. pomocí kvantitativního sběru dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření probíhalo v listopadu 2020 s cílem zjistit míru rozšíření a vědění moderních metod vzdělávání ve ŠKODA AUTO a.s. Dotazník obsahuje celkem 29 otázek (viz Příloha 1). Respondenti u otázek vždy zaškrtovali jednu nebo více možností, několik otázek bylo otevřených. Struktura respondentů byla zjištěna otázkami 1, 2 a 3. Výsledky dotazníkového šetření byly zpracovány do tabulek a grafů se slovním komentářem. Dotazník navštívilo celkem 166 respondentů.

Pouze 88 respondentů dotazník vyplnilo, 76 respondentů si dotazník pouze zobrazilo nebo nedokončilo.

4.4 Analýza dotazníkového šetření

Otázka č. 1: Pohlaví

Tab. 1 Pohlaví

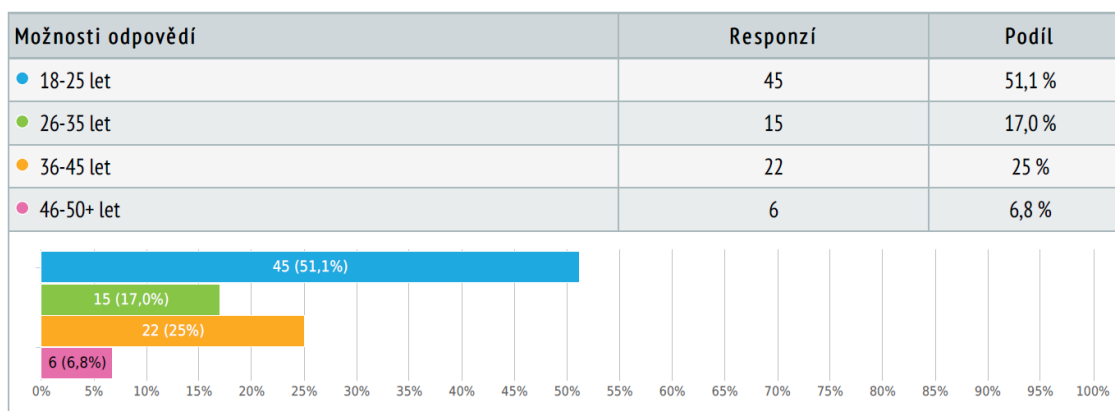


Zdroj: (Vlastní zpracování)

V této otázce byl zjištěn poměr mužů a žen. Z celkového počtu 88 respondentů dotazníkové šetření bylo zjištěno, že dotazník vyplnilo 49 mužů a 39 žen.

Otázka č. 2: Kolik Vám je let?

Tab. 2 Věk



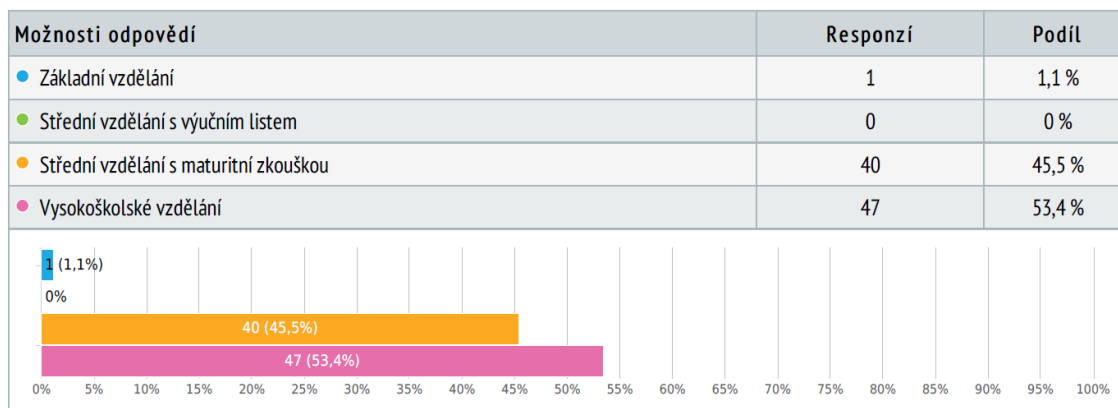
Zdroj: (Vlastní zpracování)

Ve druhé otázce byla zjištěna věková struktura respondentů. Z tabulky výše vyplývá, že nejvíce, tedy 45 respondentů, bylo ve věku 18 až 25 let. Druhá nejvíce početně zastoupená věková kategorie byla ve věku 36 až 45 let. V této kategorii

bylo 22 respondentů. Následuje kategorie 26 až 35 let, v které bylo 15 respondentů a nejméně respondentů bylo v kategorii 46 a více let, pouze 6 respondentů.

Otázka č. 3: Jaké je Vaše nejvyšší vzdělání?

Tab. 3 Vzdělání

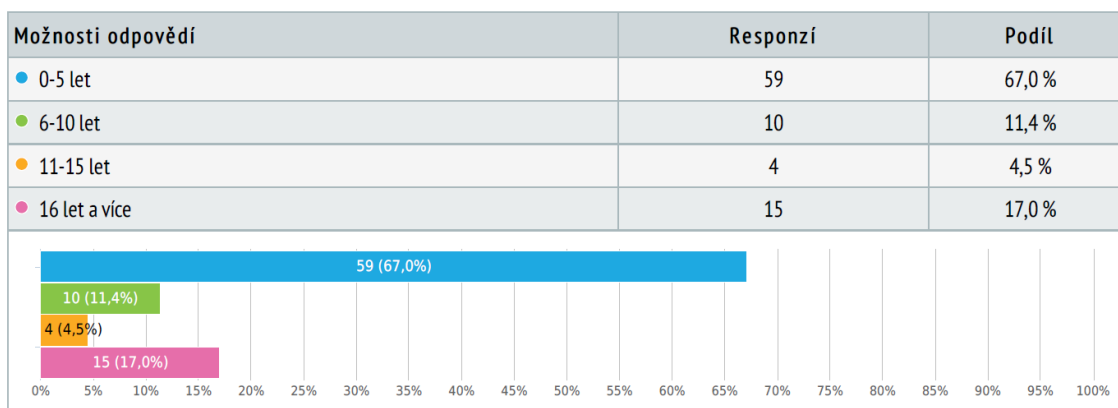


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Dále bylo zjišťováno nejvyšší dosažené vzdělání respondentů. Z 88 respondentů má pouze jeden základní vzdělání. Střední vzdělání s výučním listem neměl nikdo z dotazovaných. Střední vzdělání s maturitní zkouškou mělo celkem 40 respondentů. Nejvíce respondentů, tedy 47, má nejvyšší dosažené vzdělání vysokoškolské.

Otázka č. 4: Jak dlouho ve ŠKODA AUTO a.s. pracujete?

Tab. 4 Délka pracovního poměru

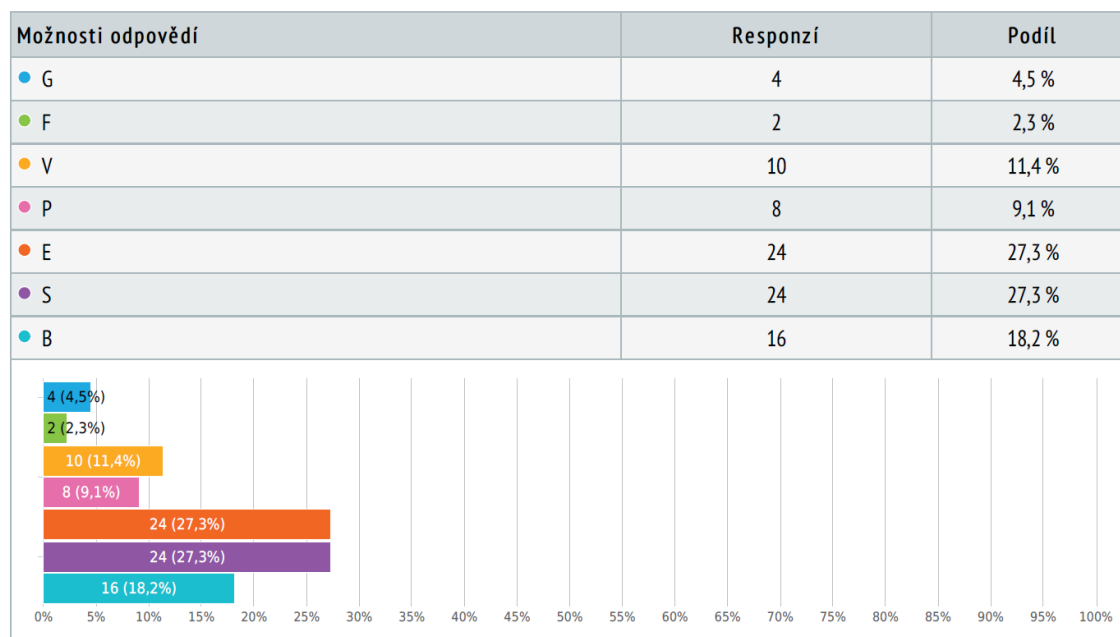


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Ve čtvrté otázce bylo zjišťováno, jak dlouho respondenti pracují ve ŠKODA AUTO a.s. Největší počet dotazovaných pracuje ve firmě maximálně 5 let, celkem 59 respondentů. V rozmezí 6 až 10 let pracuje ve firmě 10 respondentů. Nejméně respondentů bylo v rozmezí 11 až 15 let, pouze 4 respondenti. A 15 dotazovaných pracuje ve ŠKODA AUTO a.s. více jak 16 let.

Otázka č. 5: Jaké je Vaše profesní zařazení (oblast)?

Tab. 5 Profesionální zařazení

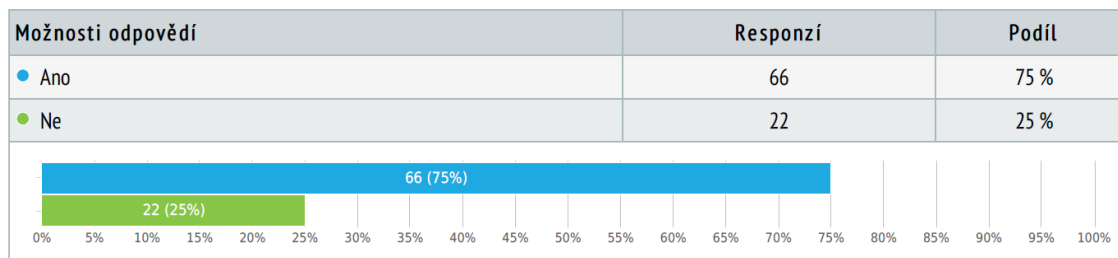


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z tabulky výše lze vidět kolik respondentů bylo z různých oblastí ve ŠKODA AUTO a.s. Nejvíce respondentů bylo z oblasti S (Řízení lidských zdrojů) a E (Technický vývoj), u obou oblastí celkem 24 respondentů. Z oblasti B (Nákup) vyplnilo dotazník 16 respondentů, z oblasti P (Výroba a logistika) bylo 8 respondentů. Z oblasti G (Vedení společnosti) byli pouze 4 dotazovaní a nejméně dotazovaných bylo z oblasti F (Finance a IT), pouze 2 respondenti.

Otázka č. 6: Zúčastnili jste se vzdělávacího kurzu/akce, které ve ŠKODA AUTO a.s. nabízí ŠKODA Akademie?

Tab. 6 Účast na vzdělávacím kurzu/akci

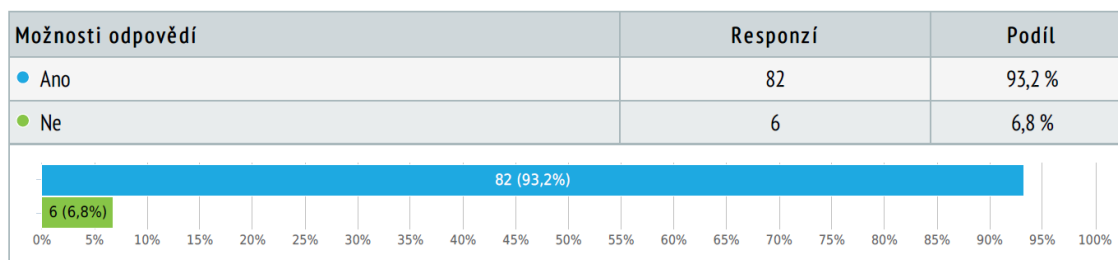


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z tabulky č. 6 vyplývá, že převážná většina respondentů se zúčastnila vzdělávací akce, kterou nabízí ŠKODA Akademie, přesněji 66 dotazovaných. ŠKODA Akademie nabízí širokou škálu vzdělávacích kurzů, např. IT kurzy, jazykové kurzy, nad odbornou přípravu atd. Pouze 22 dotazovaných se nezúčastnilo žádné vzdělávací akce.

Otázka č. 7: Jste spokojeni s možnostmi se více vzdělávat ve svém zaměstnání?

Tab. 7 Spokojenost

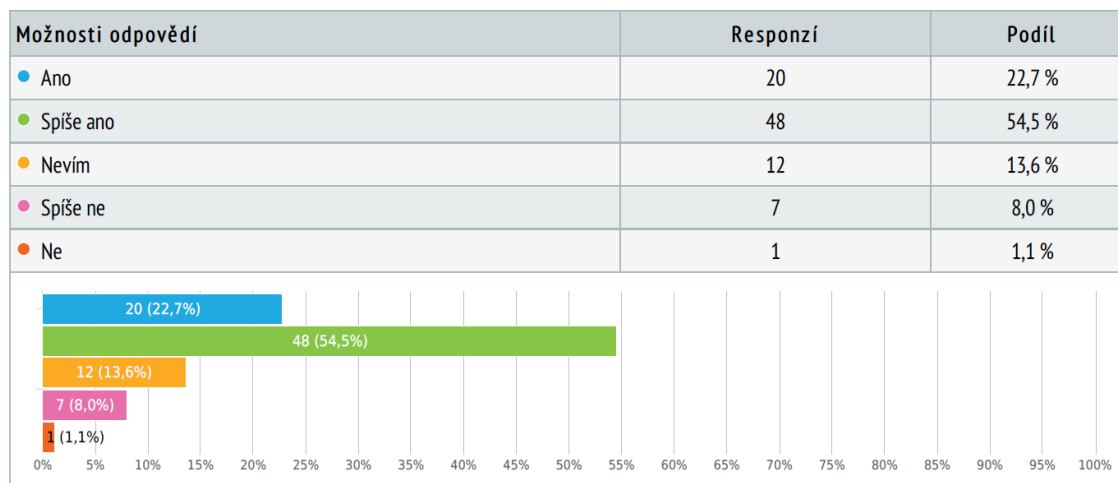


Zdroj: (Vlastní zpracování)

V otázce č. 7 byl respondentům položen dotaz, zda jsou spokojeni s možnostmi se více vzdělávat ve svém zaměstnání. Z výsledků lze jasně vidět, že více jak 93 %, tedy 82 respondentů je s touto možností spokojeno. Pouze 6 respondentů s touto možností spokojeno není.

Otázka č. 8: Usnadňují Vám nově nabyté vědomosti ze vzdělávání práci ve firmě?

Tab. 8 Usnadnění práce

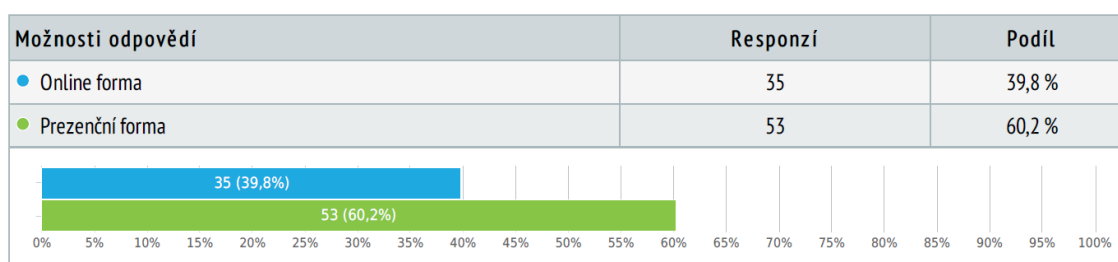


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z tabulky výše lze jednoznačně vidět, že zaměstnancům nabyté vědomosti usnadňují práci ve firmě. 20 respondentů odpovědělo ano a 48 respondentů odpovědělo spíše ano. Nevím odpovědělo 12 respondentů. Spíše ne vybralo 7 respondentů, a ne vybral pouze 1 respondent.

Otázka č. 9: V jaké formě preferujete vzdělávání?

Tab. 9 Forma vzdělávání

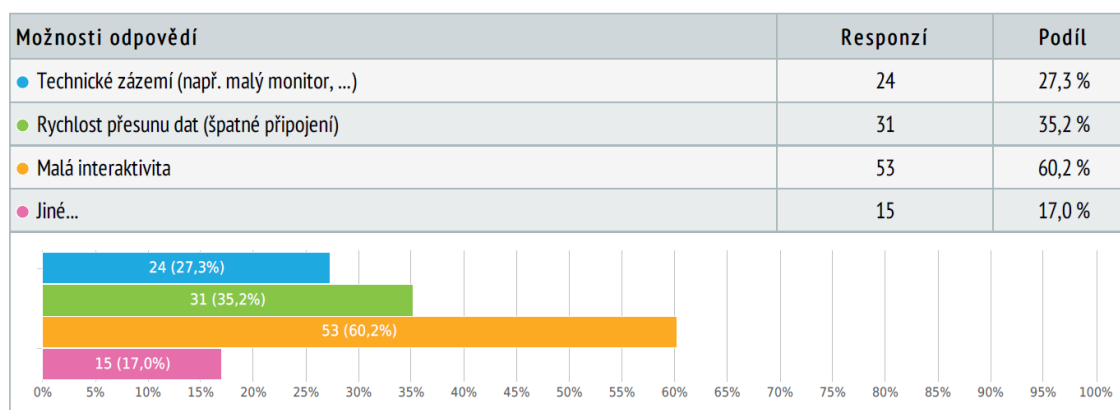


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Více zaměstnanců preferuje spíše prezenční formu vzdělávání, přesněji 53 dotazovaných. Skoro 40 %, přesněji 35 dotazovaných preferuje online formu vzdělávání.

Otázka č. 10: Co Vás limituje při online formě vzdělávání?

Tab. 10 Omezení online vzdělávání

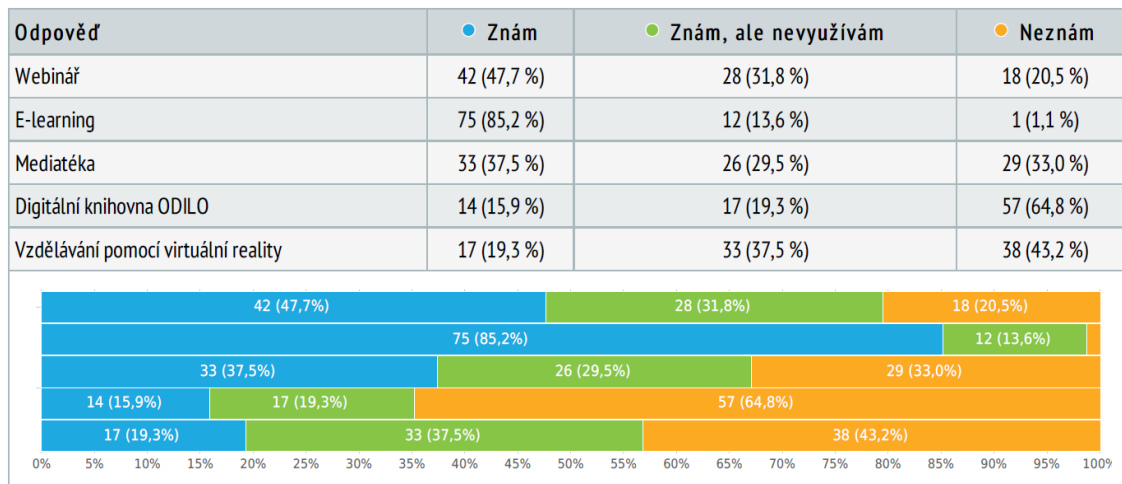


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Nejvíce dotazovaných limituje při online formě vzdělávání malá interaktivita, dále rychlost přenosu dat (ne každý má doma dobré připojení k internetu), třetí obtíží při online výuce je pro zaměstnance technické zázemí. Mimo tyto 3 možnosti, mohli dotazovaní do kolonky „Jiné...“ napsat sami svou odpověď. Do odpovědi „Jiné...“ respondenti vyplnili, že online forma vzdělávání je omezuje v osobním kontaktu, reakci kolegů, mimice, řeči těla a popovídání si s kolegy o přestávkách. Dále respondenti odpověděli, že je limituje domácí prostředí; nevhodné, zastaralé a chybějící IT nástroje; nedostatek časových možností z důvodu časové náročnosti náplně práce; zdatnost v práci s moderními technologiemi a pracovní vytíženost. Respondenti také odpověděli, že je při online formě vzdělávání limituje jejich práce. Tím je míněno, že i když účastník kurzu není v práci, kvůli vzdělávací akci, tak mu z práce volají, a to ho vyrušuje. Také se tu objevila odpověď, že se účastník dokáže při prezenční formě lépe soustředit, protože ho doma u počítače stále něco rozptyluje, zároveň si ale myslí, že je online forma vzdělávání výborným doplňkem k prezenční formě.

Otázka č. 11: Jakou z níže uvedených metod vzdělávání znáte ve ŠKODA AUTO a.s.?

Tab. 11 Metody vzdělávání

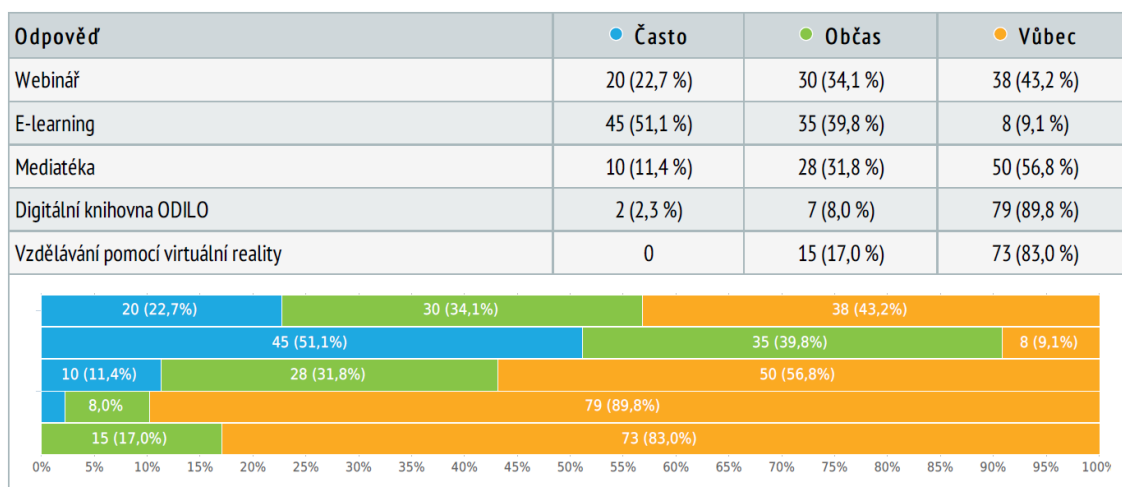


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z výsledků otázky č. 11 vyplývá, že nejvíce zaměstnanci znají metodu e-learning. Celkem 75 respondentů tuto metodu zná, pouze 12 respondentů e-learning zná, ale nevyužívá a pouze 1 respondent tuto metodu vzdělávání nezná. Druhou nejvíce známou metodou vzdělávání jsou dle výsledků webináře. Ty zná 42 respondentů, 28 respondentů je zná, ale nevyužívá a 18 respondentů webináře nezná vůbec. Mediatéku zná dle výsledků 33 respondentů, 26 respondentů ji zná, ale nevyužívá. A 29 respondentů Mediatéku nezná vůbec. Se vzděláváním pomocí virtuální reality se setkalo dohromady 17 respondentů, 33 respondentů vzdělávání pomocí virtuální reality zná, ale nevyužívá a 38 respondentů tuto metodu vzdělávání vůbec nezná. Nejméně známou metodou je digitální knihovna ODILO. Tu zná pouze 14 respondentů. Digitální knihovnu ODILO zná, ale nevyužívá 17 respondentů a 57 respondentů ji nezná.

Otázka č. 12: Jakou vzdělávací metodu využíváte nejčastěji?

Tab. 12 Využívání metod vzdělávání

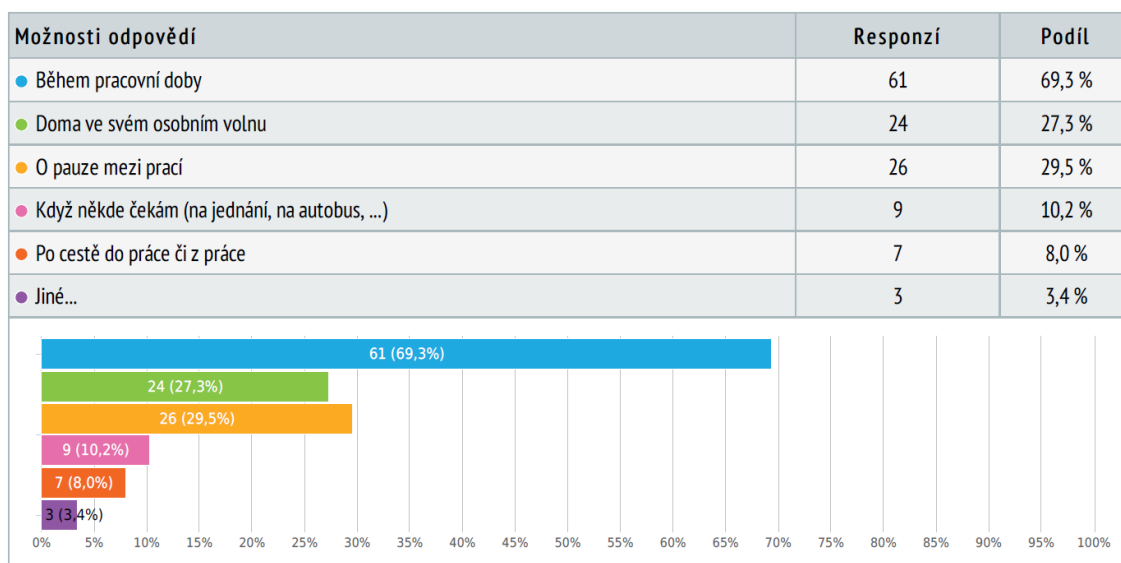


Zdroj: (Vlastní zpracování)

E-learning často využívá 45 respondentů, občas ho využívá 35 respondentů a 8 respondentů ho nevyužívá vůbec. Webináře často používá celkem 20 respondentů, občas je využívá 30 respondentů a vůbec je nevyužívá 38 respondentů. Mediatéku často využívá 10 respondentů, občas ji využívá 28 respondentů a vůbec ji nepoužívá 50 respondentů. Digitální knihovnu ODILO často využívají pouze 2 respondenti, 7 respondentů ji využívá občas a 79 respondentů ji nevyužívá vůbec. Vzdělávání pomocí virtuální reality často nevyužívá žádný z respondentů. Občas ji využívá 15 respondentů a 73 respondentů ji nepoužívá vůbec.

Otázka č. 13: Kdy sledujete vzdělávací kurzy/akce nejčastěji?

Tab. 13 Sledování vzdělávacích kurzů

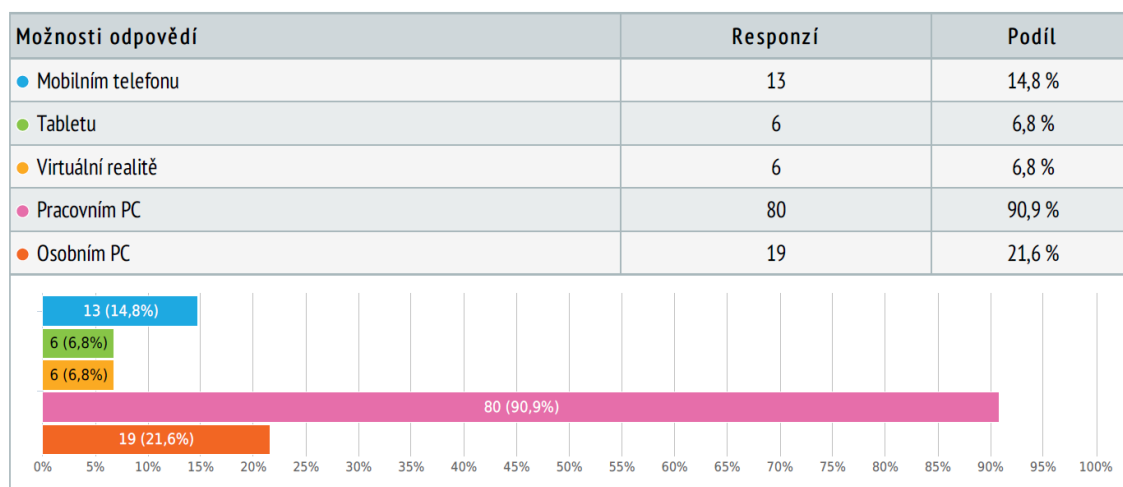


Zdroj: (Vlastní zpracování)

V otázce č. 13 respondenti odpovídali, kdy sledují vzdělávací kurzy/akce nejčastěji. Nejvíce respondentů sleduje vzdělávací kurzy/akce během své pracovní doby, celkem 61 respondentů. 26 respondentů je sleduje během své pauzy mezi prací, 24 respondentů sleduje vzdělávací kurzy/akce doma ve svém osobním volnu. Při čekání na jednání nebo třeba autobus sleduje vzdělávací kurzy/akce 9 respondentů. Po cestě do práce či z práce je sleduje 7 respondentů. Odpověď „Jiné...“ vyplnili 3 respondenti. Jejich odpovědi byly, že vzdělávací kurzy/akce nesledují, když nemusí.

Otázka č. 14: Absolvovali jste vzdělávací kurz na ...?

Tab. 14 Absolvování kurzu

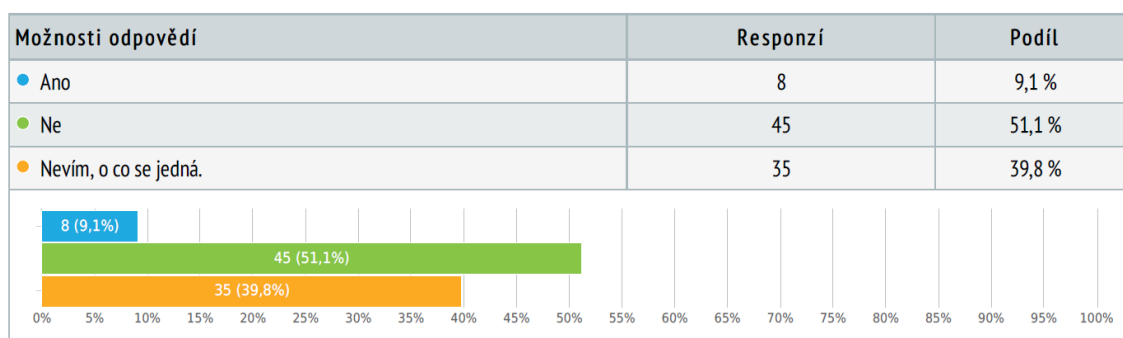


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z tabulky výše je jednoznačné, že nejvíce respondentů absolvovalo vzdělávací kurz/akci na svém pracovním počítači, přesněji 80 respondentů. Na osobním počítači absolvovalo vzdělávací kurz/akci 19 respondentů. Na mobilním telefonu absolvovalo vzdělávací kurz/akci 13 respondentů a 6 respondentů absolvovalo vzdělávací kurz/akci na tabletu a virtuální realitě.

Otázka č. 15: Využíváte digitální knihovnu ODILO?

Tab. 15 Využití digitální knihovny ODILO

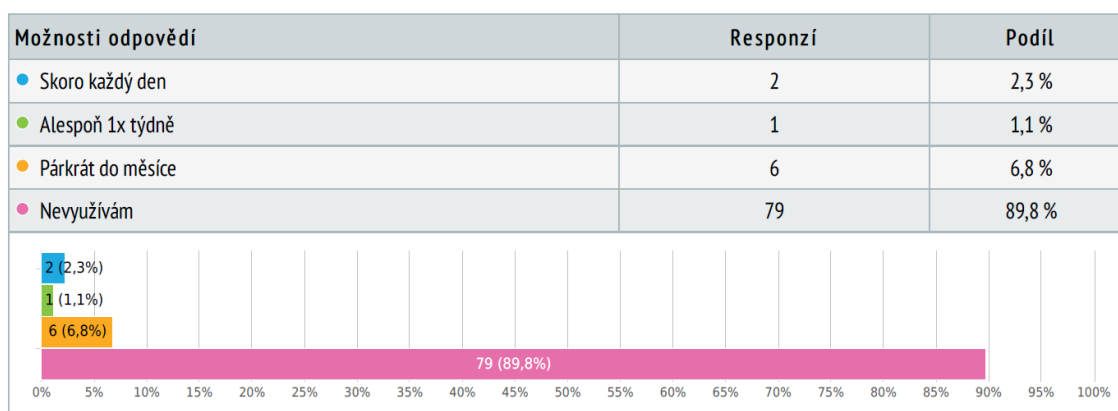


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Digitální knihovnu ODILO využívá 8 respondentů, 45 respondentů ji nevyužívá a 35 respondentů neví, o co se jedná.

Otázka č. 16: Jak často využíváte digitální knihovnu ODILO?

Tab. 16 Časové využití digitální knihovny ODILO

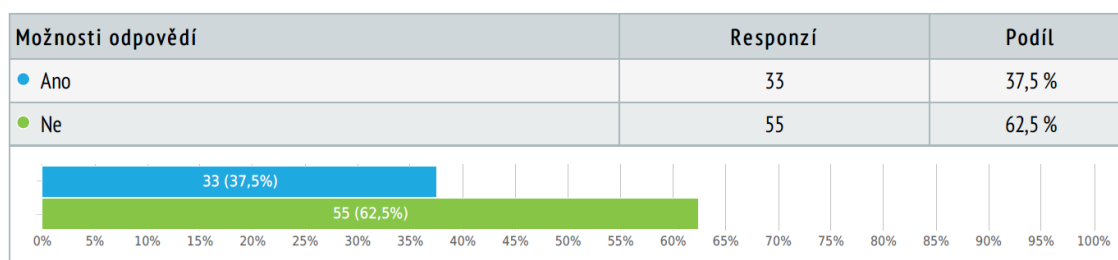


Zdroj: (Vlastní zpracování)

S otázkou č. 15 souvisí i otázka č. 16. Z výsledků vyplývá, že 79 respondentů digitální knihovnu ODILO nevyužívá, 6 respondentů ji využívá párkrát do měsíce, 2 respondenti ji využívají skoro každý den a pouze 1 respondent ji využívá alespoň 1x týdně.

Otázka č. 17: Chtěli byste, aby digitální knihovna ODILO obsahovala více knih a audio knih? Pokud ano, co byste uvítali v digitální knihovně ODILO?

Tab. 17 Obsah digitální knihovny ODILO



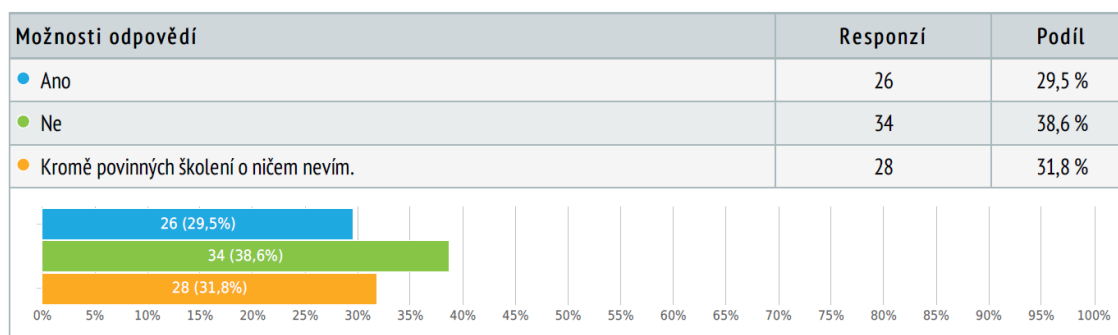
Zdroj: (Vlastní zpracování)

V otázce č. 17 byl respondentům položen dotaz, zda by chtěli, aby digitální knihovna ODILO obsahovala více knih a audio knih a pokud ano, tak co by uvítali v digitální knihovně ODILO. Z celkových 88 respondentů jich 33 odpovědělo ano a 55 respondentů odpovědělo ne. Respondenti, kteří odpověděli ano, by uvítali

v digitální knihovně technicky zaměřené knihy, také by uvítali témata jako je koučování, životní příběhy lidí, práce s lidmi, osobnostní typy a knihy pro práci. Dále by byli rádi za rozšíření nabídky, tedy více českých knih, více bestsellerů, více audio knih, dále odborné články, cestopisy a také velmi zajímavé téma: pravidelný podcast specifický k životě ve ŠKODA AUTO a.s. – rozhovory s kolegy atd.

Otázka č. 18: Absolvovali jste e-learningový kurz v Mediatéce?

Tab. 18 Absolvovanost e-learningových kurzů

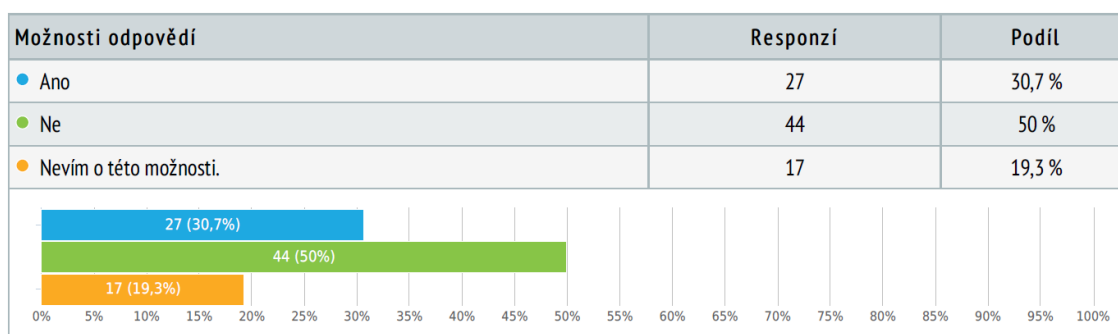


Zdroj: (Vlastní zpracování)

V otázce č. 18 respondenti odpovídali, zda absolvovali e-learningový kurz v Mediatéce. E-learningový kurz v Mediatéce absolvovalo celkem 26 respondentů, 34 respondentů odpovědělo ne, že žádný e-learningový kurz v Mediatéce neabsolvovali. A 28 respondentů neví, že kromě povinných školení jsou v Mediatéce videa, která si mohou pustit a vzdělávat se samostudiem.

Otázka č. 19: Sledujete vzdělávací videa v Mediatéce?

Tab. 19 Sledovanost vzdělávacích videí

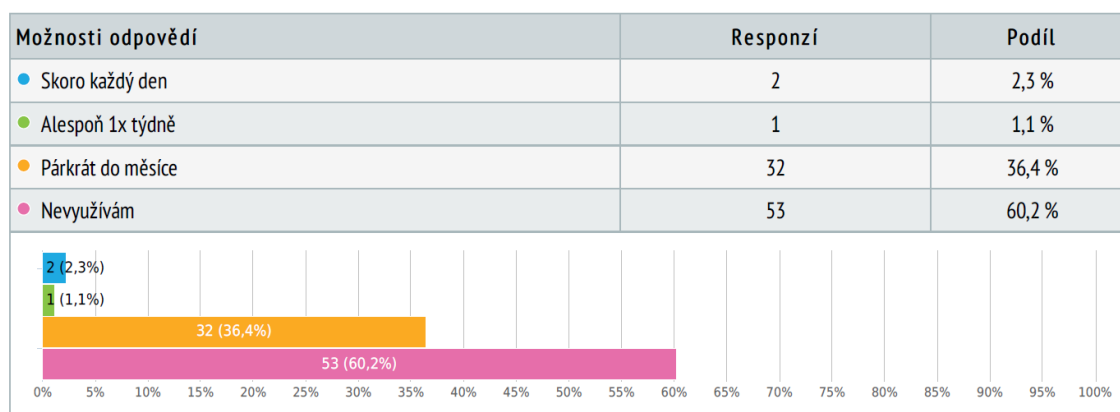


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Otázka č. 19 souvisí s otázkou č. 18 a týká se opět Mediátéky. V této otázce respondenti odpovídali, zda sledují vzdělávací videa v Mediátéce. Celkem 27 respondentů odpovědělo ano, že sledují vzdělávací videa v Mediátéce, 44 respondentů odpovědělo ne, že nesledují a 17 respondentů neví o tom, že se v Mediátéce dají sledovat vzdělávací videa mimo povinná školení.

Otázka č. 20: Jak často využíváte Mediátéku ke sledování vzdělávacích videí?

Tab. 20 Četnost využití Mediátéky

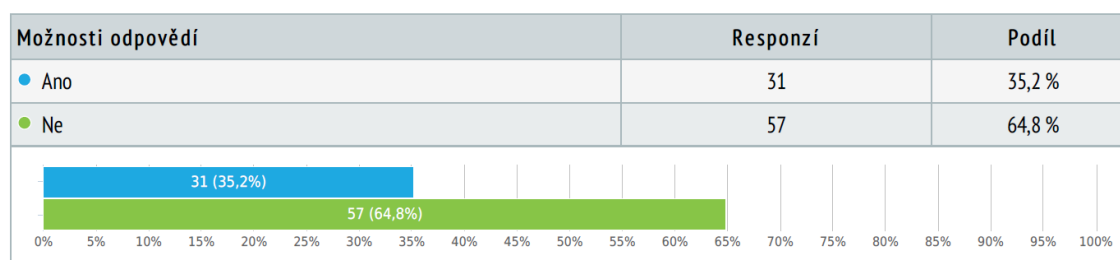


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z výsledků z tabulky výše lze vidět, že 53 respondentů nevyužívá Mediátéku ke sledování vzdělávacích videí, 32 respondentů odpovědělo, že ji využívá párkrát do měsíce, 2 respondenti využívají Mediátéku ke sledování vzdělávacích videí skoro každý den a 1 respondent ji využívá alespoň 1x týdně.

Otázka č. 21: Chtěli byste, aby Mediátéka obsahovala více vzdělávacích videí? Pokud ano, co byste v Mediátéce uvítali?

Tab. 21 Obsah Mediátéky

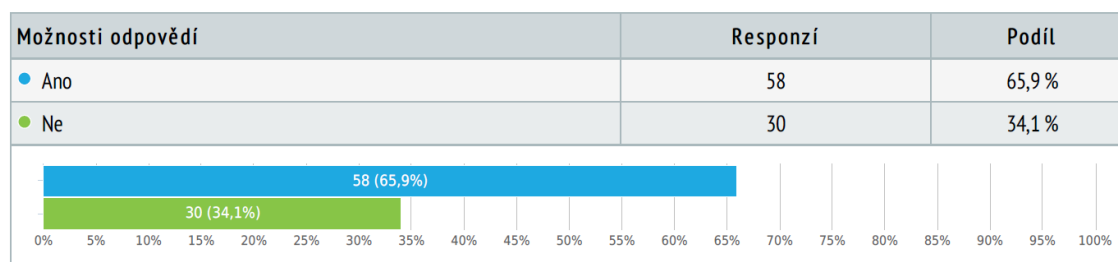


Zdroj: (Vlastní zpracování)

V otázce č. 21 byl respondentům položen dotaz, zda by chtěli, aby Mediátéka obsahovala více vzdělávacích videí a pokud ano, tak co by v Mediátéce uvítali. Celkem 57 respondentů odpovědělo ne a 31 respondentů odpovědělo ano. Respondenti, kteří odpověděli ano, by v Mediátéce uvítali více návodů na práci s programy a návody na práci se systémy využívanými v jednotlivých oblastech. Dále videa na téma jako je péče o duševní zdraví, analýza konkurence, nové technologie a trendy, up to date videa a výuková videa k němčině nebo jiným jazykům. Mezi odpověďmi se objevili i odpovědi, že by respondenti uvítali intuitivnější vyhledávání a ovládání nebo aspoň návod, jak s Mediátékou zacházet.

Otázka č. 22: Znáte online semináře neboli webináře?

Tab. 22 Webináře

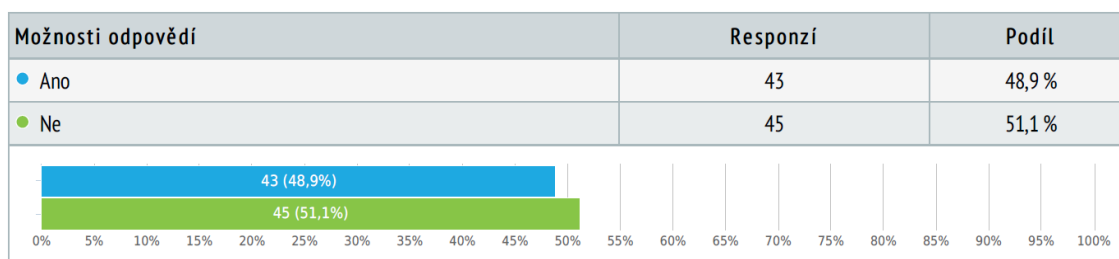


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z tabulky výše je patrné, že převážná většina respondentů zná online semináře neboli webináře, přesněji 58 respondentů, 30 respondentů webináře nezná.

Otázka č. 23: Zúčastnili jste se živého vysílání webináře?

Tab. 23 Účast na webinářích

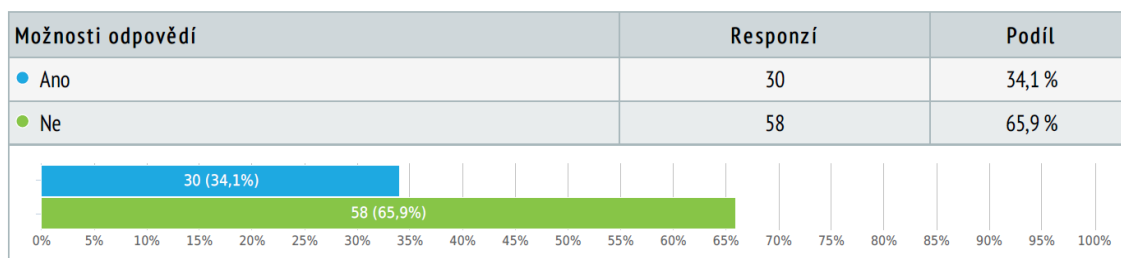


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Webinářů se zúčastnilo 43 respondentů a 45 respondentů odpovědělo, že se nezúčastnili žádného webináře.

Otázka č. 24: Pustili jste si někdy záznam z webináře v Mediatéce?

Tab. 24 Záznam z webináře

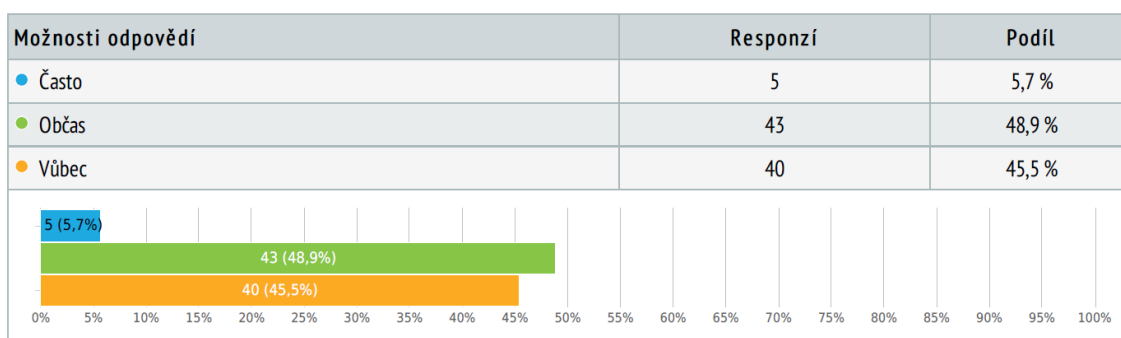


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z tabulky výše vyplývá, že záznam z webináře si v Mediatéce pustilo celkem 30 respondentů, naopak 58 respondentů odpovědělo, že si záznam z webináře v Mediatéce nikdy nepustili.

Otázka č. 25: Jak často se hlásíte na webinář?

Tab. 25 Četnost hlášení na webinář

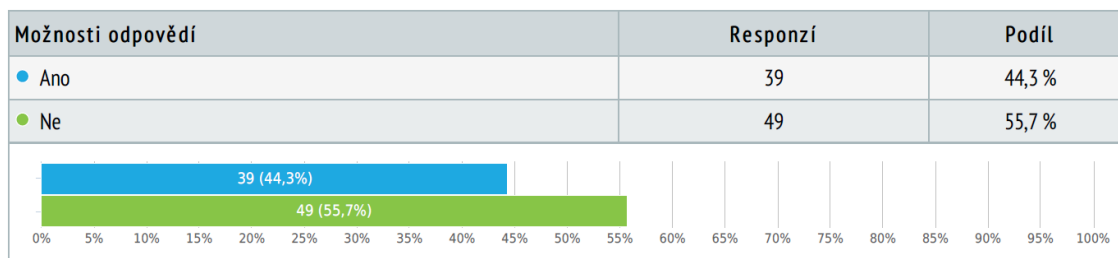


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z výsledků otázky č. 25 je patrné, že pouze 5 respondentů se na webináře hlásí často. Nejvíce respondentů, přesněji 43, se jich hlásí na webináře občas. Vůbec se na webináře nehlasí 40 respondentů.

Otázka č. 26: Chtěli byste, aby se webináře více rozšířily? Pokud ano, v čem byste chtěli webináře rozšířit?

Tab. 26 Rozšíření webinářů

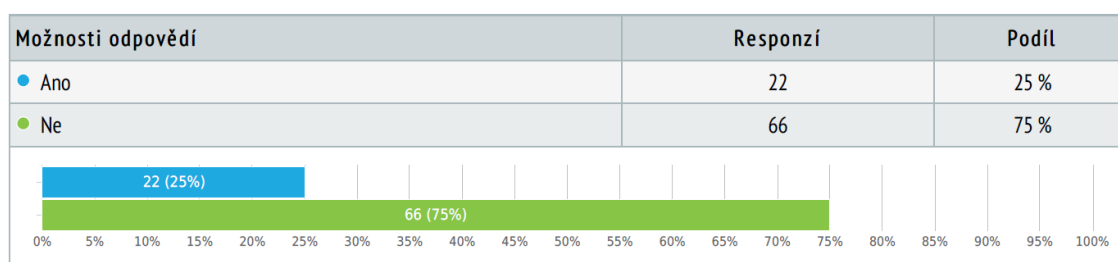


Zdroj: (Vlastní zpracování)

V otázce č. 26 respondenti odpovídali, zda by chtěli, aby se webináře více rozšířily. Z 88 respondentů jich 39 odpovědělo ano, že by chtěli, aby se webináře více rozšířili a 49 respondentů odpovědělo ne. Respondenti, kteří odpověděli ano, by nejvíce uvítali vyšší četnost webinářů, protože je baví a jsou pro ně zajímavé. Dále respondenti napsali, že by uvítali ve webinářích témata jako IT podpora, SW podpora, také více přednášek od interních odborníků, veškerá soft skills² témata, trendy v automobilovém průmyslu a sketchnoting³.

Otázka č. 27: Absolvovali jste vzdělávací kurz/akci, kde byla použita virtuální realita?

Tab. 27 Vzdělávací kurz/akce s virtuální realitou



Zdroj: (Vlastní zpracování)

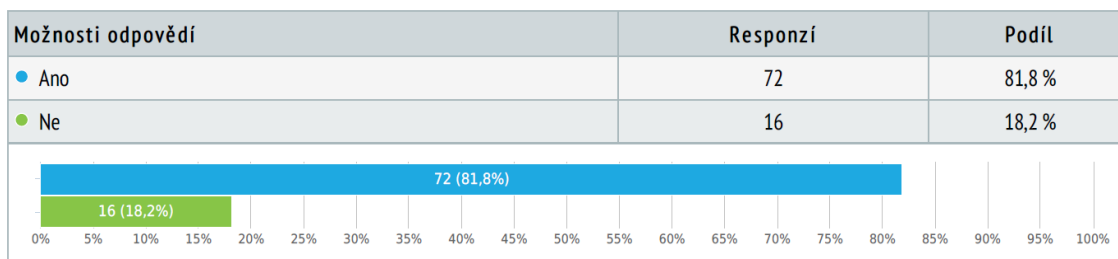
² Jemné dovednosti jsou kompetence v oblasti chování, mají vztah k sociální/emoční inteligenci.

³ Sketchnoting, také běžně označovaný jako vizuální zaznamenávání, je kreativní a grafický proces, jehož prostřednictvím může jednotlivec zaznamenávat své myšlenky pomocí ilustrací, symbolů, sktruktur a textů.

Z výsledků otázky č. 27 vyplývá, že tři čtvrtiny respondentů neabsolvovali vzdělávací kurz/akci, kde byla použita virtuální realita, přesněji 66 respondentů, naopak 22 respondentů absolvovalo vzdělávací kurz/akci, kde byla virtuální realita použita.

Otázka č. 28: Líbí se vám možnost se vzdělávat pomocí virtuální reality?

Tab. 28 Líbivost vzdělávání pomocí VR

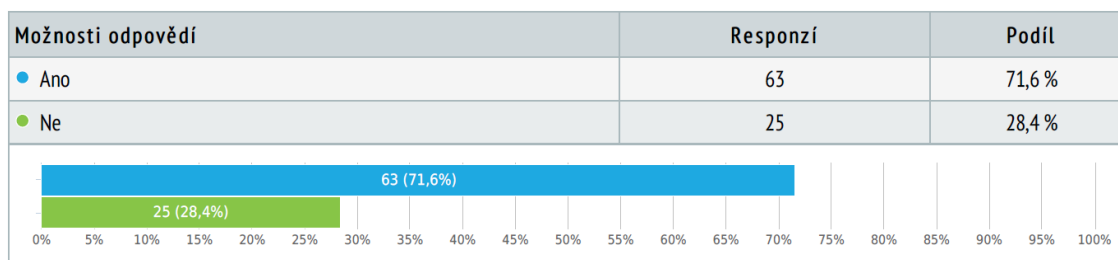


Zdroj: (Vlastní zpracování)

Z tabulky výše je jednoznačné, že převážné většině respondentů by se vzdělávání pomocí virtuální reality líbilo, přesněji 72 respondentům. Pouze 16 respondentům se tato metoda vzdělávání nelíbí.

Otázka č. 29: Chtěli byste, aby byla virtuální realita ve firmě více využívána? Pokud ano, kde byste ji chtěli více využívat?

Tab. 29 Využití VR



Zdroj: (Vlastní zpracování)

V poslední otázce byli respondenti tázáni, zda by chtěli, aby byla virtuální realita ve firmě více využívána. Na tuto otázku odpovědělo 63 respondentů ano a 25 respondentů ne. Respondenti, kteří odpověděli ano, dále napsali, že by virtuální realitu chtěli více využívat v logistice, v automotive nebo ve více

technických aktivitách, v klasickém vzdělávání použít VR jako doplněk, při údržbě robotů, ve vývoji, při haptice/ovládání ve voze, v technickém vzdělávání a také v marketingu.

4.5 Zhodnocení a návrh doporučení

4.5.1 Zhodnocení výsledků dotazníkového šetření

V předchozí kapitole byly graficky znázorněny a slovně okomentovány odpovědi respondentů v jednotlivých otázkách dotazníkového šetření. V této kapitole budou jednotlivé výsledky zhodnoceny a poté bude navrženo doporučení.

V dotazníkovém šetření je řešeno vzdělávání zaměstnanců ve společnosti ŠKODA AUTO a.s., přesněji několik metod moderního vzdělávání ve ŠKODA AUTO a.s., mezi které patří Digitální knihovna ODILO, e-learning, Mediatéka, webináře a vzdělávání pomocí virtuální reality.

V úvodních otázkách dotazníkového šetření bylo zjištěno, že se 75 % respondentů zúčastnilo vzdělávacího kurzu/akce, které ve ŠKODA AUTO a.s. nabízí ŠKODA Akademie. Dále, více jak 93 % respondentů je spokojeno s možností se více vzdělávat ve svém zaměstnání a převážné většině respondentů nově nabyté vědomosti ze vzdělávání usnadňují práci ve firmě. Skoro 40 % respondentů preferuje vzdělávání v online formě, více jak 60 % respondentů preferuje spíše prezenční formu vzdělávání. Nejvíce respondenty v online formě vzdělávání limituje malá interaktivita během vzdělávacího kurzu/akce, ale také malá rychlost přenosu dat a technické zázemí.

Digitální knihovna ODILO je podle výsledků dotazníkového šetření nejméně známou metodou uplatněnou ve vzdělávání zaměstnanců ve ŠKODA AUTO a.s. Tento výsledek je zapříčiněn tím, že digitální knihovna ODILO je poměrně novou záležitostí, která je dostupná pro zaměstnance ŠKODA AUTO a.s. a tak je pochopitelné, že se zatím tolik ve firmě nerozšířila. Tuto metodu využívá opravdu jen pár respondentů, přesněji 7 respondentů ji využívá občas a pouze 2 respondenti ji využívají často.

E-learning je naopak nejvíce známou a využívanou metodou vzdělávání ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. Tuto metodu zná více jak 90 % respondentů a více

jak 80 % respondentů ji využívá, pouze 9 % respondentů tuto metodu vzdělávání nevyužívá.

Mediatéku zná skoro 70 % respondentů, ale není zase tak hojně využívána. Pouze 43 % respondentů ji využívá, 56 % respondentů ji nevyužívá vůbec. Z dalších zjištěných výsledků vyplývá, že tento výsledek je zapříčiněn neznalostí Mediatéky jako takové. Z výsledků dotazníkového šetření bylo vyzorováno, že spousta respondentů nemá povědomí o tom, že se v Mediatéce nachází kromě povinných školení i vzdělávací videa na různá témata, pomocí kterých se mohou sami vzdělávat. Dále bylo zjištěno, že Mediatéka není moc využívána, pouze 3 % respondentů ji využívají aktivně, lehce přes 36 % respondentů ji využívá párkrát do měsíce a přes 60 % ji nevyužívá vůbec. Tím může být zapříčiněn výsledek, že přes 60 % respondentů nechce, aby Mediatéka obsahovala více vzdělávacích videí.

Webináře jsou druhou nejvíce známou metodou vzdělávání ve ŠKODA AUTO a.s. Skoro 80 % respondentů tuto metodu zná a pouze 20,5 % respondentů ji nezná. Webináře využívá více jak 56 % respondentů, 43 % respondentů webináře nevyužívá. Z těchto výsledků vyplývá, že webináře jsou známou metodou vzdělávání, ale ne každý respondent, který webináře zná, je také využívá. Dále bylo v dotazníkovém šetření zjištěno, že více jak 65 % respondentů si nikdy nepustilo záznam z webináře v Mediatéce. Z výsledků je dále patrné, že pouze 44 % respondentů by chtělo webináře více rozšířit, naopak více jak 55 % respondentů je rozšířit nechce.

Vzdělávání pomocí virtuální reality je také poměrně známou metodou vzdělávání ve ŠKODA AUTO a.s. Skoro 60 % respondentů tuto metodu zná, 43 % respondentů tuto metodu nezná. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že i když se jedná o celkem známou metodu vzdělávání, tak 75 % respondentů nikdy neabsolvovalo vzdělávání s virtuální realitou, pouze 25 % ano. Zároveň se respondentům ale tato metoda vzdělávání velice líbí, přesněji skoro 82 % respondentům, pouze 18 % respondentů se tato možnost nelíbí. Velký počet respondentů, skoro 72 % by chtělo, aby bylo vzdělávání pomocí virtuální reality více využíváno. Dle těchto výsledků je vzdělávání pomocí virtuální reality pro zaměstnance velmi zajímavou metodou, bohužel se jedná o metodu vzdělávání velmi nákladnou a náročnou, proto není ve firmě tolik rozšířena.

4.5.2 Návrh doporučení

Na základě porovnání výsledků dotazníkového šetření jsou firmě navržena doporučení, která povedou k větší efektivitě jednotlivých metod vzdělávání a k jejich většímu rozšíření mezi zaměstnance společnosti ŠKODA AUTO a.s.

Ze zjištěných dat lze odhadnout, že převážná většina respondentů je s nabídkou a možností se vzdělávat ve svém zaměstnání spokojena. Dále lze ze zjištěných dat posoudit, že některé metody vzdělávání, které jsou v dotazníkovém šetření analyzovány, nejsou ve firmě tolik rozšířeny.

Na základě těchto výsledků je doporučeno, jak dostat tyto metody vzdělávání více do podvědomí zaměstnanců. Jednou z možností, jak tyto metody dostat více do podvědomí zaměstnanců, je více o nich mluvit. Nadřízení by měli být podrobněji obeznámeni s těmito metodami vzdělávání a poté s nimi seznámit i své podřízené. Mnoho zaměstnanců by určitě rádo tyto metody vzdělávání využívalo, bohužel o nich nevědí nebo je neznají.

Dalším z návrhů, jak tyto metody dostat více do podvědomí zaměstnanců, je seznámení s jednotlivými metodami vzdělávání již při náboru. Následuje doporučení, jak na jednotlivé metody vzdělávání více poukazovat. Například publikovat více novinek o jednotlivých metodách vzdělávání na zaměstnaneckém portále ŠKODA Space – příspěvek, kde bude zaměstnanec seznámen s novou metodou vzdělávání, která je k dispozici, ale také příspěvek o možnosti se přihlásit na volné termíny určitého vzdělávacího kurzu/akce, webináře atd.

S těmito doporučeními je úzce spjatá i samotná motivace zaměstnanců. Ta souvisí s tím, jak jsou zaměstnanci ve firmě spokojeni a jaký mají zájem o nabízené vzdělávací kurzy/akce a jak moc si uvědomují samotnou důležitost těchto vzdělávacích kurzů/akcí. Pokud jsou zaměstnanci motivováni ke vzdělávání ve firmě, dosahují vyšších výkonů a nově nabytými znalostmi si mohou svou práci výrazně urychlit a zjednodušit. Motivovaní zaměstnanci jsou produktivnější, práce ve firmě je těší a díky tomu se firma stává i konkurenceschopnější na trhu práce.

Výsledky dotazníkového šetření naznačují, že motivace se vzdělávat společně s širokou škálou vzdělávacích kurzů/akcí a jednotlivými metodami vzdělávání je orientována správným směrem. Zaměstnanci mají zájem se vzdělávat a zvyšovat si svou kvalifikaci v jednotlivých odvětvích, chtějí se uplatnit na trhu práce a udržet si

své pracovní místo. Firma nabízí mnoho metod vzdělávání, které jsou velmi zajímavé a důležité a byla by škoda je nevyužít naplno a zaměstnance neseznámit se všemi těmito možnostmi.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, jak jsou moderní metody nápomocné v procesu vzdělávání ve společnosti ŠKODA AUTO a.s., dále bylo cílem práce analyzovat pomocí dotazníkového šetření využívané metody vzdělávání zaměstnanců a zjistit, které metody jsou nejvíce využívány a které nejučinnější.

V teoretické části byly vymezeny pojmy související se vzděláváním zaměstnanců ve společnosti. Dále byl v teoretické části popsán význam vzdělávání pro budoucnost podniků a v závěru kapitoly bylo popsáno vzdělávání ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. Ke konci teoretické části byla představena společnost ŠKODA AUTO a.s. a definovány jednotlivé moderní technologie, které se uplatňují ve vzdělávání zaměstnanců v této organizaci.

V praktické části bylo k analýze použito dotazníkové šetření. V dotazníku byli respondenti tázáni na jednotlivé metody vzdělávání ve ŠKODA AUTO a.s. Respondenti odpovídali na to, jaké metody vzdělávání znají, jak často jednotlivé metody využívají a zda by chtěli některé metody více rozšířit. Z dotazníkového šetření byla získána kvantitativní data, která byla vyjádřena pomocí tabulek a grafů. Z výsledků vyplynulo, že zaměstnanci o vzdělávání ve společnosti mají zájem, bohužel ne všechny metody vzdělávání jsou ve firmě dostatečně rozšířeny a využívány. V závěru práce bylo navrženo několik doporučení, která by mohla pomoci s rozšířením metod vzdělávání mezi větší počet zaměstnanců společnosti.

Společnost ŠKODA AUTO a.s. si je vědoma důležitosti své zaměstnance neustále vzdělávat a zlepšovat jejich kvalifikaci. Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že zaměstnanci jednotlivé metody vzdělávání zajímají a s nabídkou vzdělávacích kurzů/akcí jsou spokojeni.

Seznam literatury

ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. *Armstrong's handbook of human resource management practice*. 14th edition. London: KoganPage, 2017. ISBN 978-0-7494-7411-9.

BENEŠ, Milan. *Andragogika*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. 176 s. ISBN 978-80-247-4824-5.

BENEŠ, Milan. *Andragogika – teoretické základy*. EUROLEX Bohemia, 2003. 216 s. ISBN 80-86432-23-8.

Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO a.s. [online], Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO, a.s., 2020 [2020-12-9]. Dostupné z: <https://eportal.skoda-auto.cz/>.

PALÁN, Z.: *Základy andragogiky*. Praha: VŠ J.A. Komenského, 2003, 199 s. ISBN 80-86723-03-8.

Sociologická encyklopedie [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2017 [2020-11-08]. Dostupné z: <https://1url.cz/CzgOO>.

ŠERÁK, Michal. *Zájmové vzdělávání dospělých*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 207 s. ISBN 978-80-7367-551-6.

ŠKODA AUTO Česká republika [online]. Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO, a.s., 2019 [2020-09-20]. Dostupné z: <https://www.skoda-auto.cz/>.

ŠKODA AUTO, a.s. Výroční zpráva 2019. 1. vyd. Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO a.s. 2020.

TURECKIOVÁ, Michaela. *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2004, ISBN 80-247-0405-6.

VETEŠKA, Jaroslav. *Přehled andragogiky: úvod do studia vzdělávání a učení se dospělých*. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-1026-9.

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obr. 1 Modelová řada ŠKODA AUTO a.s.....	12
Obr. 2 Současné formy online vzdělávání ve ŠKODA Akademii	15

Seznam tabulek

Tab. 1 Pohlaví	22
Tab. 2 Věk.....	22
Tab. 3 Vzdělání	23
Tab. 4 Délka pracovního poměru	23
Tab. 5 Profesní zařazení	24
Tab. 6 Účast na vzdělávacím kurzu/akci	25
Tab. 7 Spokojenost	25
Tab. 8 Usnadnění práce	26
Tab. 9 Forma vzdělávání.....	26
Tab. 10 Omezení online vzdělávání	27
Tab. 11 Metody vzdělávání	28
Tab. 12 Využívání metod vzdělávání	29
Tab. 13 Sledování vzdělávacích kurzů	30
Tab. 14 Absolvování kurzu	31
Tab. 15 Využití digitální knihovny ODILO	31
Tab. 16 Časové využití digitální knihovny ODILO	32
Tab. 17 Obsah digitální knihovny ODILO	32
Tab. 18 Absolvovanost e-learningových kurzů	33
Tab. 19 Sledovanost vzdělávacích videí	33
Tab. 20 Četnost využití Mediatéky	34

Tab. 21 Obsah Mediatéky	34
Tab. 22 Webináře	35
Tab. 23 Účast na webinářích	35
Tab. 24 Záznam z webináře	36
Tab. 25 Četnost hlášení na webinář	36
Tab. 26 Rozšíření webinářů	37
Tab. 27 Vzdělávací kurz/akce s virtuální realitou	37
Tab. 28 Líbivost vzdělávání pomocí VR	38
Tab. 29 Využití VR	38

Seznam příloh

Příloha 1 Dotazník k praktické části	48
--	----

Příloha 1 Dotazník k praktické části

Následující otázky byly použity v dotazníkovém šetření k analýze vzdělávání ve společnosti ŠKODA AUTO a.s.:

1. Pohlaví:
 - a) Muž
 - b) Žena

2. Kolik Vám je let?
 - a) 18–25 let
 - b) 26–35 let
 - c) 36–45 let
 - d) 45–50+ let

3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
 - a) Základní vzdělání
 - b) Střední vzdělání s výučním listem
 - c) Střední vzdělání s maturitní zkouškou
 - d) Vysokoškolské vzdělání

4. Jak dlouho ve ŠKODA AUTO a.s. pracujete?
 - a) 0–5 let
 - b) 6–10 let
 - c) 11–15 let
 - d) 16 let a více

5. Jaké je Vaše profesní zařazení (oblast)?
 - a) G
 - b) F
 - c) V
 - d) P
 - e) E
 - f) S
 - g) B

6. Zúčastnili jste se vzdělávacího kurzu/akce, které ve ŠKODA AUTO a.s. nabízí ŠKODA Akademie?
- a) Ano
 - b) Ne
7. Jste spokojeni s možnostmi se více vzdělávat ve svém zaměstnání?
- a) Ano
 - b) Ne
8. Usnadňují Vám nově nabyté vědomosti ze vzdělávání práci ve firmě?
- a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Nevím
 - d) Spíše ne
 - e) Ne
9. V jaké formě preferujete vzdělávání?
- a) Online forma
 - b) Prezenční forma
10. Co Vás limituje při online formě vzdělávání?
- a) Technické zázemí (např. malý monitor, ...)
 - b) Rychlost přesunu dat (špatné připojení)
 - c) Malá interaktivita
 - d) Jiné ... (*otevřená otázka*)
11. Jakou z níže uvedených metod vzdělávání znáte ve ŠKODA AUTO a.s.?
- a) Webinář
 - b) E-learning
 - c) Mediatéka
 - d) Digitální knihovna ODILO
 - e) Vzdělávání pomocí virtuální reality

12. Jakou vzdělávací metodu využíváte nejčastěji?
- a) Webinář
 - b) E-learning
 - c) Mediatéka
 - d) Digitální knihovna ODILO
 - e) Vzdělávání pomocí virtuální reality
13. Kdy sledujete vzdělávací kurzy/akce nejčastěji?
- a) Během pracovní doby
 - b) Doma ve svém osobním volnu
 - c) O pauze mezi prací
 - d) Když někde čekám (na jednání, na autobus, ...)
 - e) Po cestě do práce či z práce
 - f) Jiné ... (*otevřená otázka*)
14. Absolvovali jste vzdělávací kurz na ...?
- a) Mobilním telefonem
 - b) Tabletou
 - c) Virtuální realitě
 - d) Pracovním PC
 - e) Osobním PC
15. Využíváte digitální knihovnu ODILO?
- a) Ano
 - b) Ne
 - c) Nevím, o co se jedná.
16. Jak často využíváte digitální knihovnu ODILO?
- a) Skoro každý den
 - b) Alespoň 1x týdně
 - c) Párkrát do měsíce
 - d) Nevyužívám

17. Chtěli byste, aby digitální knihovna ODILO obsahovala více knih a audio knih?
Pokud ano, co byste uvítali v digitální knihovně ODILO?
- a) Ano
 - b) Ne
18. Absolvovali jste e-learningový kurz v Mediatéce?
- a) Ano
 - b) Ne
 - c) Kromě povinných školení o ničem nevím.
19. Sledujete vzdělávací videa v Mediatéce?
- a) Ano
 - b) Ne
 - c) Nevím o této možnosti.
20. Jak často využíváte Mediatéku ke sledování vzdělávacích videí?
- a) Skoro každý den
 - b) Alespoň 1x týdně
 - c) Párkrát do měsíce
 - d) Nevyužívám
21. Chtěli byste, aby Mediatéka obsahovala více vzdělávacích videí? Pokud ano, co byste v Mediatéce uvítali?
- a) Ano
 - b) Ne
22. Znáte online semináře neboli webináře?
- a) Ano
 - b) Ne
23. Zúčastnili jste se živého vysílání webináře?
- a) Ano
 - b) Ne
24. Pustili jste si někdy záznam z webináře v Mediatéce?
- a) Ano
 - b) Ne

25. Jak často se hlásíte na webinář?

- a) Často
- b) Občas
- c) Vůbec

26. Chtěli byste, aby se webináře více rozšířily? Pokud ano, v čem byste chtěli webináře rozšířit?

- a) Ano
- b) Ne

27. Absolvovali jste vzdělávací kurz/akci, kde byla použita virtuální realita?

- a) Ano
- b) Ne

28. Líbí se Vám možnost se vzdělávat pomocí virtuální reality?

- a) Ano
- b) Ne

29. Chtěli byste, aby byla virtuální realita ve firmě více využívána? Pokud ano, kde byste ji chtěli více využívat?

- a) Ano
- b) Ne

ANOTAČNÍ ZÁZNAM

AUTOR	Andrea Štutzbartová		
STUDIJNÍ PROGRAM/OBOR/SPECIALIZACE	6208R190 Podniková ekonomika a řízení lidských zdrojů		
NÁZEV PRÁCE	Moderní technologie uplatněné ve vzdělávání zaměstnanců v organizaci		
VEDOUCÍ PRÁCE	Mgr. Eva Švejdarová, Ph.D., M.A.		
KATEDRA	KRLZ – Katedra řízení lidských zdrojů	ROK ODEVZDÁNÍ	2020
POČET STRAN	52		
POČET OBRÁZKŮ	2		
POČET TABULEK	29		
POČET PŘÍLOH	1		
STRUČNÝ POPIS	<p>Tématem této bakalářské práce jsou Moderní technologie uplatněné ve vzdělávání zaměstnanců v organizaci. Pro zpracování bakalářské práce byla zvolena společnost ŠKODA AUTO a.s. Cílem bakalářské práce je zjistit, jak jsou moderní technologie, především moderní metody vzdělávání, nápomocné v procesu vzdělávání v konkrétně vybrané organizaci. Dále analyzovat využívané metody vzdělávání zaměstnanců a zjistit, které jsou nejvíce využívané a které nejúčinnější. Pomocí analýzy navrhnout změny, které by vedly k rozšíření vzdělávacích metod více mezi zaměstnance společnosti. Teoretická část je zaměřena na výklad pojmu vzdělávání a dále na jednotlivé moderní technologie, kterou jsou při vzdělávání ve ŠKODA AUTO a.s. využívány. V praktické části je analyzováno dotazníkové šetření, které se týká vzdělávání ve ŠKODA AUTO a.s. Na základě výsledků dotazníkového šetření jsou navržena doporučení.</p>		
KLÍČOVÁ SLOVA	Vzdělávání, vzdělávání dospělých, andragogika, metody vzdělávání		

ANNOTATION

AUTHOR	Andrea Štutzbartová		
FIELD	6208R190 Business Administration and Human Resources Management		
THESIS TITLE	Modern technologies applied in the education of employees in the organization		
SUPERVISOR	Mgr. Eva Švejdarová, Ph.D., M.A.		
DEPARTMENT	KRLZ – Department of Human Resources Management	YEAR	2020
NUMBER OF PAGES	52		
NUMBER OF PICTURES	2		
NUMBER OF TABLES	29		
NUMBER OF APPENDICES	1		
SUMMARY	<p>The topic of this bachelor thesis is Modern technologies applied in the education of employees in the organization. The company ŠKODA AUTO a.s. was chosen for the elaboration of the bachelor's thesis. The aim of the bachelor thesis is to find out how modern technologies, especially modern methods of education, help in the process of education in a specifically selected organization. Further analyze the methods used to train employees and find out which are the most used and which are the most effective. Use the analysis to suggest changes that would lead to the expansion of more training methods among the company's employees. The theoretical part is focused on the interpretation of the concept of education and further on the individual modern technologies that are in education in ŠKODA AUTO a.s. used. In the practical part, a questionnaire survey is analyzed, which concerns education in ŠKODA AUTO a.s. Based on the results of the questionnaire survey, recommendations are proposed.</p>		
KEY WORDS	Education, adult education, andragogy, methods of education		