



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra pedagogiky a psychologie

Bakalářská práce

**Využití projektu fiktivní firmy při výuce ekonomických
předmětů na střední škole**

Vypracoval: Ing. Jaroslava Dánová

Vedoucí práce: PhDr. Iva Žlábková, Ph. D.

České Budějovice 2019

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice dne 30. dubna 2019

Ing. Jaroslava Dánová

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala PhDr. Ivě Žlábkové, Ph. D. za odborné vedení, cenné rady, připomínky a pomoc při zpracování bakalářské práce. Dále všem respondentům a komunikačním partnerům, kteří se zúčastnili mého výzkumného šetření, a v neposlední řadě své rodině za morální podporu.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá využitím projektu fiktivní firmy při výuce ekonomických předmětů na střední škole, zejména na obchodní akademii. Cílem je zavedení projektu fiktivní firmy ve výuce ekonomických předmětů. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je popsán projekt fiktivní firmy, jeho cíle, organizační formy, vyučovací metody, hodnocení a sebehodnocení žáků a možné výstupy z projektu. V praktické části je realizován projekt fiktivní firmy při vyučování ekonomických předmětů na obchodní akademii, jako experiment, který je zhodnocen prostřednictvím evaluačního dotazníku pro žáky.

Klíčová slova

Fiktivní firma, žáci, výukové metody, ekonomické předměty, vyučovací metody, hodnocení žáků.

Abstrakt

The bachelor thesis deals with the use of a fictitious company project in teaching economic subjects at secondary school, especially at the business academy. The aim is to introduce a fictitious company project in teaching economic subjects. The thesis is divided into theoretical and practical part. The theoretical part describes the project of a fictitious company, its aims, organizational forms, teaching methods, evaluation and self-evaluation of pupils and possible outcomes of the project. In the practical part, the project of a fictitious company for teaching economic subjects at a business academy is realized as an experiment, which is evaluated through an evaluation questionnaire for pupils.

Key words

Fictitious company, pupils, teaching methods, economic subjects, teaching methods, pupil assessment.

Obsah

1	Úvod	1
2	Teoretická část práce	3
2.1	Pojem Fiktivní firma	3
2.1.1	Fiktivní firma v historické perspektivě	3
2.1.2	Fiktivní firma jako vyučovací předmět na středních školách	4
2.1.3	Cíl předmětu Fiktivní firma.....	5
2.1.4	Speciálně upravené učebny pro výuku fiktivních firem	7
2.1.5	Centrum fiktivních firem	7
2.1.6	EUROPEN – PEN INTERNATIONAL.....	13
2.1.7	Certifikáty CEFIF	13
2.2	Projekt fiktivní firma.....	13
2.2.1	Práce ve fiktivní společnosti a její organizace	14
2.2.2	Ředitel společnosti	15
2.2.3	Sekretariát.....	15
2.2.4	Finanční oddělení	16
2.2.5	Účtárna.....	16
2.2.6	Mzdová účtárna	16
2.2.7	Personální oddělení.....	16
2.2.8	Obchodní oddělení.....	16
2.2.9	Oddělení marketingu	16
2.2.10	Právní oddělení	17
2.3	Postavení žáka ve fiktivní firmě.....	17
2.4	Role učitele ve fiktivní firmě	18
2.5	Hodnocení žáků ve fiktivní firmě.....	20
2.6	Vyučovací metody ve fiktivní firmě.....	22

2.7	Použití vybraných vyučovacích metod ve fiktivní firmě.....	23
2.7.1	Inscenační metody	23
2.7.2	Problémové metody.....	24
2.7.3	Praktické metody	25
2.7.4	Dialogické metody.....	25
2.7.5	Organizační formy výuky	25
3	Praktická část	27
3.1	Obor Obchodní akademie	27
3.1.1	Charakteristika oboru Obchodní akademie	27
3.1.2	Uplatnění absolventů oboru Obchodní akademie v praxi	27
3.1.3	Profil absolventa dle Školního vzdělávacího programu	28
3.2	Projekt fiktivní firma na Obchodní akademii v Kaplici	29
3.3	Dotazníkové šetření	41
3.3.1	Vyhodnocení dotazníků.....	41
4	Diskuse	45
5	Závěr.....	48
6	Literatura.....	50
6.1	Tištěné zdroje.....	50
6.2	Elektronické zdroje.....	50
7	Seznam obrázků a tabulek	53
8	Přílohy	54

1 Úvod

„Podnik je společenská instituce pro vzdělávání úspěšných lidí, pro tvorbu úspěšných životů.“¹

Milan Zelený

V dnešní moderní době se na žáky ve výuce kladou čím dál větší nároky, a to především z hlediska praktických dovedností, proto jsou neustále hledány nové moderní metody výuky, které jsou pro žáky zábavnější, mnohdy i netradiční a zaměřeny více na praxi. Řada středních škol se snaží držet krok s moderními trendy výuky a začínají zavádět do výuky ekonomických předmětů moderní metodu podnikání formou založení fiktivní společnosti.

Bakalářská práce, která nese název „Využití projektu fiktivní firmy při výuce ekonomických předmětů na střední škole“ se zaměřuje především na zavedení a celý průběh projektu fiktivní firmy na Obchodní akademii v Kaplici.

Témata zpracovaná v této práci propojují jednotlivé výukové předměty oboru 63-41-M/02 Obchodní akademie jako jsou účetnictví, ekonomika, logistika, obchodní korespondence, informační technologie a písemná a elektronická komunikace a znalosti získané z těchto předmětů se prakticky využijí právě při výuce projektu fiktivní firma.

Bakalářská práce se skládá ze dvou částí, teoretické a praktické.

V teoretické části práce je podrobně popsán projekt fiktivní firmy, jeho cíle, organizační formy, vyučovací metody, postavení žáků ve fiktivní firmě, role vyučujících a hodnocení žáků a jednotlivé výstupy z projektu a porovnání projektu fiktivní firmy s projektem založení reálných společností.

V praktické části práce je skutečně realizováno zavedení projektu fiktivní firmy na Obchodní akademii v Kaplici v rámci vyučování ekonomických předmětů. Tento experiment je v této části

¹ Zdroj: <https://citaty.net/citaty/4337-milan-zeleny-podnik-je-spolecenska-institute-pro-vzdelavani-usp/>

podrobně popsán a pomocí evaluačních dotazníků pro žáky celkově zhodnocen pomocí grafického znázornění a následné slovní interpretace.

Avšak téma fiktivní firmy je tak obšírné, že není možné jej v této práci celé obsáhnout.

Cílem práce je zavedení projektu fiktivní firma na kaplické střední škole. Projekt též může sloužit jako učební materiál, vhodný pro tento studijní program a zároveň jako zjištění po zhodnocení dotazníkového šetření, zda se tento experiment povedl.

2 Teoretická část práce

2.1 Pojem Fiktivní firma

„Výchova k podnikavosti je důležitá součástí vzdělávání a musí být akcentována napříč všemi obory středního vzdělávání i v jejich vzdělávacích programech. Je nástrojem růstu, konkurenceschopnosti a zaměstnanosti mladých lidí v globálním prostředí. Zkušenost s podnikáním žáci mohou získat i mnoha dalšími aktivitami, spjatými s praktickým vyučováním, s životem a chodem školy či kontaktem s regionální podnikatelskou komunitou a zaměstnavateli. Významným nástrojem je také projektové vyučování.“²

Fiktivní firma je nástrojem pro rozvoj podnikatelských kompetencí žáků středních a vyšších odborných škol. Poskytuje jim možnost aktivně rozvíjet své obchodní dovednosti a znalosti. Jedná se o virtuální společnost, která je vedena, jako by skutečně existovala. Simuluje reálné procesy, produkty a služby.³

2.1.1 Fiktivní firma v historické perspektivě

Historie konceptu fiktivních firem sahá až do 17. století v Německu. Tento koncept se začal využívat především k proškolení nových pracovníků v manufakturní výrobě. Již v minulosti začali vedoucí pracovníci přemýšlet nad tím, jakým způsobem využívat kompetence svých podřízených a zahrnout je tak do svých podnikových záměrů a strategií. V průběhu roku 1975 bylo na území Německa registrováno okolo 120 fiktivních firem a během několika příštích let se počet fiktivních firem stále zvyšoval. Tato moderní forma vedení fiktivních firem jako rekvalifikace pro nezaměstnané se postupně rozšířila i do ostatních evropských měst.⁴

² Rozvoj výchovy k podnikání a podnikavosti v odborném vzdělávání. In: Www.nuv.cz [online]. Praha: NUV, 2018, 11.4.2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: http://www.nuv.cz/uploads/MOV/Resume_z_odborneho_panelu_MOV_11_4_2018.pdf

³ Co je to fiktivní firma?. *Národní ústav pro vzdělávání* [online]. Praha, 2018 [cit. 2018-06-14]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/co-je-to-fiktivni-firma>

⁴ ROTPORT, Miloslav a Jiří KOUDELA. *Didaktika předmětu práce ve fiktivní firmě*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2008. ISBN 80-7079-078-4.

Na území České republiky se fiktivní firmy dostaly až po sametové revoluci, kdy došlo i ke změnám přístupu ve školství. Jako průkopník je považován Mgr. Petr Slanař z Vídně, který o této vzdělávací metodě přednášel na Vysoké škole ekonomické v Praze. A uspořádal několik seminářů na téma fiktivních firem určených pro učitele středních odborných ekonomických škol. Obsahem těchto seminářů byl především přínos fiktivních firem pro praktickou přípravu budoucích pracovníků v tržní ekonomice. Dalším průkopníkem této moderní formy výuky byl doc. Ing. Miloslav Rotport, CSc., který se nechal inspirovat kolegy z Univerzity v Bratislavě, kteří tuto moderní formu výuky využili ke zpestření výuky ekonomických předmětů na odborných středních školách. V únoru roku 1992 se konalo shromáždění obchodních akademií při MŠMT ČR a výsledkem bylo zveřejnění informací o tzv. CEFIF, Centrum fiktivních firem. V České republice bylo toto centrum vytvořeno na Katedře didaktiky ekonomických předmětů na VŠE v Praze. Prvním vedoucím CEFIF se stal právě Doc. Ing. Miloslav Rotport, CSc.⁵

V současné době je v CEFIF v ČR registrováno 338 fiktivních firem, z nejrůznějších středních, vyšších odborných škol a gymnázií. Seznam fiktivních firem lze nalézt na webových stránkách Národního ústavu vzdělávání v části CEFIF/seznamy⁶.

2.1.2 Fiktivní firma jako vyučovací předmět na středních školách

V současné době se projekt fiktivní firma často využívá k výuce na středních odborných školách s ekonomickým zaměřením, tj. především na obchodních akademiích. Zařazuje se do vyučovacích předmětů jako předmět Fiktivní firma. V tomto odborném předmětu dochází k vzájemnému propojení teoretických poznatků získaných z ostatních ekonomických předmětů (Ekonomika, Bankovníctví, Účetnictví, Obchodní korespondence, Písemná a elektronická komunikace, Informační technologie a cizí jazyky) s praxí, získanou právě při fungování ve fiktivní firmě.

⁵ Stručná historie [online]. Praha: NUV, 2014 [cit. 2018-06-14]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/strucna-historie>

⁶ CEFIF [online]. Praha: NUV, 2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem>

Dle Rotporta by se fiktivní firma měla vyučovat ve 3. a 4. ročníku, jako povinný či volitelný předmět. Udává, že lepší výsledky dosahují fiktivní firmy těch žáků, kteří se rozhodli pro založení fiktivní firmy samostatně, a proto je vhodné zařadit předmět fiktivní firma do volitelných předmětů.

Fiktivní firma pracuje jako skutečná firma (výrobní, obchodní, dopravní apod.) Využívá podklady z ekonomické praxe a řídí se platnými právními předpisy.

Rotport dodává, že ve firmě probíhají všechny základní činnosti:

- Nákup, prodej, reklama.
- Písemná a elektronická komunikace.
- Fakturace a účtování.
- Činnosti firemního sekretariátu, apod.

Rotport uvádí, že jediný (i když podstatný) rozdíl ve srovnání se skutečnou firmou je v tom, že ve fiktivní firmě nedochází ke skutečnému pohybu zboží a peněz.

Fiktivní firma pracuje s originálními podklady z praxe, s fiktivním zbožím a fiktivními penězi.

Podle Rotporta by měla výuka fiktivních firem probíhat v souvislém bloku nejlépe po 4, případně po 3 hodinách týdně. Z důvodu přiblížení k firemnímu sektoru, ve kterém zaměstnanci pracují též několik hodin denně.

2.1.3 Cíl předmětu Fiktivní firma⁷

Cílem výuky ve fiktivní firmě je trénovat iniciativu, samostatnost a také poskytnout žákům znalosti, jak založit a vést obchodní společnost nebo živnost. Žáci se učí pracovat v týmu, přijímat odpovědnost, rozvíjet iniciativu a zlepšovat své měkké a také odborné dovednosti. Důležitý je i trénink prezentace výsledků jak svých, tak celé společnosti.

⁷ SŠO. SŠO [online]. České Budějovice, 2017, 2017 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.sso.cz/fiktivni-firmy/detail/clanek/>

Předmět fiktivní firma propojuje několik předmětů dohromady, které na sebe navzájem navazují a zároveň se prolínají. Prohlubuje se tak oblast teoretická i praktická. Ve výuce předmětu fiktivní firma se žáci efektivně a soustavně připravují na budoucí povolání, a tím získávají i reálnou představu o chodu skutečné firmy.

Práce ve fiktivní firmě integruje jednotlivé odborné ekonomické předměty a poskytuje žákům znalosti a dovednosti, které upotřebí při zakládání vlastní firmy, nebo které jim umožní získat zaměstnání po dokončení jejich vzdělávání. Předmět fiktivní firma je ideálním řešením učební praxe.

Ačkoliv nejsou používány reálné peníze, ale fiktivní, ostatní akce probíhají ve stejné podobě, jako je tomu v reálném světě – firmy jsou zakládány podle stejné legislativy jako reálné společnosti, živnostenské listy jsou vydávány, povinné odvody placeny, platební příkazy jsou zadávány, faktury vystavovány, účty vedeny, mzdy vypláceny. Fiktivní firma používá nástroje marketingu jako je průzkum trhu, reklama, připravuje se na veletrhy apod.⁸

Fiktivní firma velmi často spolupracuje s reálnou podnikatelskou sférou (reálným podnikem) – prodává jeho výrobky, poskytuje jeho služby, nese jeho jméno nebo svým jménem sponzora připomíná. Na oplátku dostává propagační předměty, rady a někdy i technickou a materiální pomoc.

Výhody pro reálné firmy plynoucí ze spolupráce s firmou fiktivní:

- Dobře připravená pracovní síla.
- Snížené náklady na vyhledávání nových zaměstnanců.
- Snížení času nutného na zapracování.
- Vyvarování se chybám při umístování nových pracovníků.
- Dobré public relation.
- Možnost volně otestovat průzkum trhu pro nové výrobky.

⁸ STEJSKALOVÁ, Pavla. *Didaktika praktického vyučování obchodu a služeb: určeno pro studenty oboru Učitelství praktického vyučování*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6456-0.

2.1.4 Speciálně upravené učebny pro výuku fiktivních firem

Pro výuku fiktivních firem je důležité přizpůsobit učebnu tak, aby reálně odpovídala firemnímu prostředí. Rozmístění stolů by mělo být odlišné než v ostatních školních učebnách. Nejlépe je uzpůsobit stoly a židle, dle jednotlivých firemních úseků (např. sekretariát, ředitelství, obchodní oddělení, oddělení marketingu apod.). Učebna by měla být vybavena internetovým připojením, počítači a nejrůznějšími softwary, potřebnými k fiktivnímu podnikání (účetní software, MS Office apod.), kancelářskými potřebami a dalším vybavením souvisejícím s provozem fiktivní firmy.

2.1.5 Centrum fiktivních firem⁹

CEFIF vznikl v České republice v roce 1992, na VŠE v Praze. Od roku 2002 je CEFIF součástí Národního ústavu odborného vzdělávání a od roku 2003 je možná spolupráce se zahraničními fiktivními společnostmi, protože CEFIF byl zapojen do členství v EUROOPEN – PEN INTERNATIONAL.

Hlavním úkolem CEFIF je koordinovat činnost sítě fiktivních firem v České republice, poskytovat podporu a poradenství žákům a učitelům působícím ve fiktivních firmách. (NUV)

CEFIF má též důležitou funkci v poskytování informací žákům i učitelům, prostřednictvím jednotlivých úřadů, které CEFIF zaštiťuje.

⁹ CEFIF [online]. Praha: NUV, 2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem>

Úřady CEFIF¹⁰:

- Rejstříkový soud
- Živnostenský úřad
- Finanční úřad
- Správa sociálního zabezpečení
- ZDRAFIK - fiktivní zdravotní pojišťovna
- Pojišťovna CEFIF
- Centrální dodavatel
- FIBA banka
- CEFIFBANKA
- Informační centrum

¹⁰ Úřady CEFIF. *Národní ústav vzdělávání* [online]. Praha: NUV, 2018, 2011-2018 [cit. 2018-06-14].
Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/urady-cefif>

Rejstříkový soud

Provádí evidenci fiktivních firem, které se do fiktivního obchodního rejstříku zapisují a zároveň přiděluje IČ fiktivní společnosti.

Živnostenský úřad

V České republice funguje prostřednictvím CEFIF živnostenský úřad, a to systémem centrálních registračních míst (CRM). Fiktivní firmy si prostřednictvím živnostenského úřadu zakládají své živnosti. K tomu je zapotřebí tzv. Jednotný registrační formulář, na základě kterého, si firmy založí úplně nové živnosti, či si je v průběhu podnikání mohou doplnit či změnit prostřednictvím tzv. „Změnového listu“.

Fiktivní společnosti jsou evidovány v živnostenském rejstříku, který vykonává tyto činnosti podle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) a zák. č. 130/2008 Sb. ve znění pozdějších předpisů:

- Provádí živnostenskou kontrolu a ukládá pokuty za porušení povinností podle živnostenského zákona.
- Plní další úkoly stanovené zvláštními právními předpisy.
- Vede živnostenský rejstřík a podává informace o zápisech v ŽR.
- Vydává výpisy z živnostenského rejstříku.
- Další činnosti.

Finanční úřad

Na začátku podnikání se všechny fiktivní firmy musejí přihlásit k dani z příjmů a k dani ze závislé činnosti a funkčních požitků. Dále je možnost přihlášky k plátcovství DPH. Každá firma, která se přihlásí na CEFIF získá automaticky své identifikační číslo a daňové identifikační číslo. Sídlo finančního úřadu pro fiktivní firmy je v Praze.

Správa sociálního zabezpečení

Fiktivní firmy se přihlašují na Českou správu sociálního zabezpečení se sídlem v Praze. Registrují se zde společnosti, dále přihlášky a odhlášky zaměstnanců, přehledy pojistného, vyplacení nemocenského pojištění apod.

ZDRAFIK – Fiktivní zdravotní pojišťovna

Na fiktivní zdravotní pojišťovnu se registrují fiktivní firmy, zasílají podklady k platbám pojistného, hromadná hlášení zaměstnanců apod. Tato pojišťovna má sídlo opět v Praze.

Pojišťovna CEFIF

Tato fiktivní pojišťovna zajišťuje pro své klienty tato pojištění.

Pro společnosti:

- Zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za své zaměstnance a případnou škodu
- Zákonné povinné pojištění pro cestovní kanceláře v případě úpadku
- Živelné pojištění
- Pojištění pro případ krádeže a loupežného přepadení
- Pojištění technických rizik
- Pojištění odpovědnosti za škody
- Havarijní pojištění

Pro klienty fyzické osoby:

- Životní pojištění
- Úrazové pojištění
- Cestovní pojištění (pojištění léčebných výloh při cestách do zahraničí)

Firmy musí vyplnit přihlášku k zákonnému pojištění a v případě zájmu o další pojištění sepiší pojistnou smlouvu na vybraný druh pojištění s touto pojišťovnou.

Centrální dodavatel

Je speciálním typem služby pro fiktivní firmy, která spočívá v tom, že tento dodavatel vyplňuje mezery na fiktivním trhu zboží a služeb. Uplatňuje se v případě, že firmy nemohou sehnat určité druhy zboží či služby od ostatních fiktivních firem či dodavatelů a tudíž si mohou objednat požadované zboží či službu u tzv. centrálního dodavatele. Objednávky se ale přijímají pouze dle elektronicky vytvořených formulářů z CEFIF. Jiné písemné objednávky nejsou akceptovány.

FIBA banka

U této fiktivní banky si mohou fiktivní společnosti založit devizový účet. Tento účet je určen pouze pro platby do zahraničí, tudíž se předpokládá, že společnosti budou provádět obchody se zahraničními fiktivními dodavateli či odběrateli a tím budou prováděny i fiktivní zahraniční platby. Minimální vklad na tento účet činí 3 000 EUR.

CEFIF banka

Fiktivní firmy si zakládají u této obchodní banky běžné podnikatelské účty, které slouží k platbám v české měně mezi tuzemskými fiktivními firmami. Existuje možnost plateb i do zahraničí podle speciálně upraveného příkazu k úhradě pro zahraniční platbu.

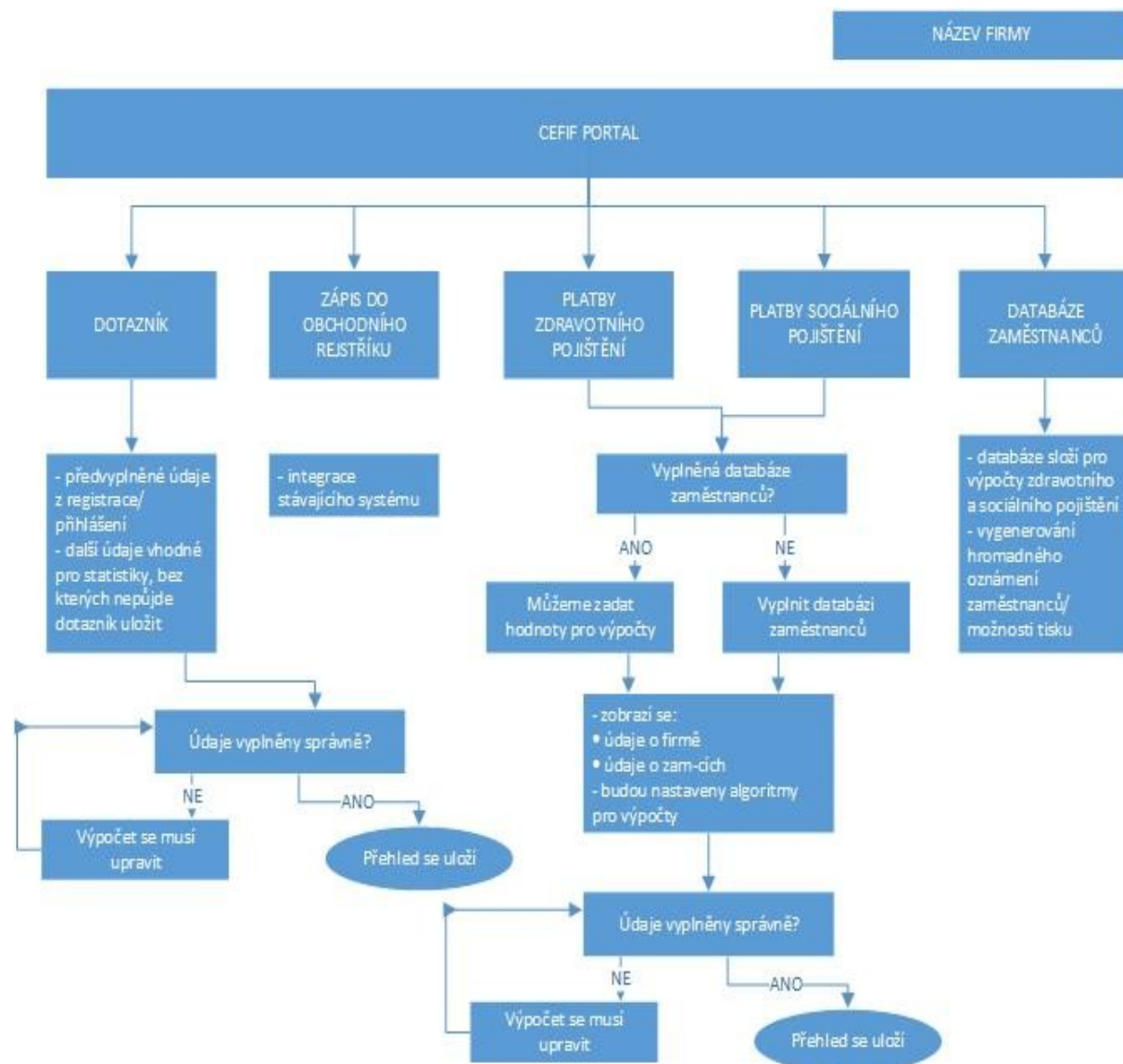
Informační centrum

Informační centrum CEFIF poskytuje fiktivním firmám nejrůznější informace v průběhu školního roku týkající se vedení firem, zákonů a vyhlášek, různých legislativních změn, účtů a poplatků, které jsou firmy povinny platit a dodržovat. Dále zasílá firmám každý školní rok nejrůznější dotazníky, které jsou firmy povinny vyplnit.

Portál CEFIF

Jedná se o speciální aplikaci, která prozatím není plně v provozu, ale měla by fungovat na principu sdružování informací, přehledů a přihlášek a registrů na jednom místě střediska CEFIF. Aplikace bude rozdělena do několika modulů (viz obrázek).

Obrázek 1: Moduly Portálu CEFIF¹¹



Zdroj: www.nuv.cz

¹¹ <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/cefif-portal>

2.1.6 EUROOPEN – PEN INTERNATIONAL¹²

Mezinárodní síť sdružující fiktivní firmy z celého světa. Na webových stránkách této organizace je k dispozici databáze všech fiktivních firem, adresář zahraničních center fiktivních firem, přehled mezinárodních veletrhů a spoustu dalších informací spojených vedením fiktivních firem.

2.1.7 Certifikáty CEFIF¹³

Pokud fiktivní společnosti splní veškerá kritéria a práce ve fiktivní firmě přináší výsledky, existuje možnost požádat CEFIF o udělení certifikátu, který dokládá žákům práci ve fiktivní firmě. O tento certifikát žádají zpravidla vyučující jednotlivých fiktivních firem.

2.2 Projekt fiktivní firma¹⁴

Založení fiktivní společnosti probíhá jednodušeji, než založení společnosti reálné. CEFIF totiž nevyžaduje zcela podrobnou dokumentaci, jako tomu bývá u reálných firem. Není nutné dokládat například výpis z rejstříku trestů či souhlas místních orgánů s umístěním provozovny. CEFIF ale vyžaduje, aby všechny zaslané dokumenty k založení společnosti byly zcela úplné a správné, jinak může dojít k tomu, že CEFIF dokumentaci k zakládající společnosti nepřijme.

Předepsaný postup při zakládání fiktivních společností dle Národního ústavu pro vzdělávání (NÚV):

- Správná volba oboru podnikání a právní formy podnikání, náplň činnosti firmy.
- Přihláška školy do CEFIF dle pokynů NÚV.
- Přihláška plátce daně z příjmů, závislé činnosti a funkčních požitků, přihláška k DPH.
- Zakladatelský rozpočet – sestavení zahajovací rozvahy, výše základního kapitálu apod.
- Zaslání veškeré dokumentace na CEFIF včetně společenské smlouvy či zakladatelské listiny, která musí obsahovat podpisy všech společníků či majitelů firmy, žádost

¹² *Penworldwide* [online]. Essen, Německo: Penworldwide, 2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.penworldwide.org/>

¹³ NUV. *NUV* [online]. Praha: NUV, 2018, 2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/certifikaty-cefif>

¹⁴ *RVP* [online]. Praha, 2019 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://digifolio.rvp.cz/view/view.php?id=3965>

o koncesi či ohlášení živnosti, přihlášku plátce daní, návrh na zápis do obchodního či živnostenského rejstříku a průvodní dopis.

- Kontrola dokumentace na CEFIF – zaslání živnostenského oprávnění a výpis z obchodního či živnostenského rejstříku.
- Zřízení účtu u CEFIF banky či FIBA banky (smlouva, podpisový vzor apod.).
- Přihláška ke zdravotnímu pojištění ZDRAFIK – zdravotní pojišťovna.
- Přihláška k sociálnímu pojištění – Správa sociálního pojištění.

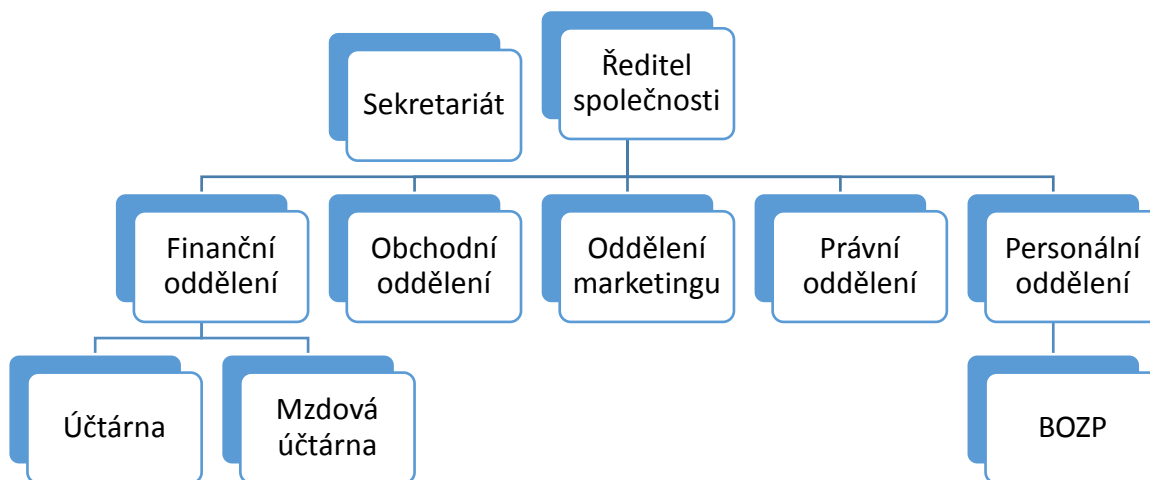
2.2.1 Práce ve fiktivní společnosti a její organizace

Po založení fiktivní firmy se vyučující a žáci zaměří na organizace práce. Zde vyučující sdělí žákům, jaké jsou ve firmě nezbytné pracovní úseky a oddělení, žáci si mezi sebou určí jednotlivé pracovní pozice. Rozhodující faktory jsou schopnosti, dovednosti a znalosti jednotlivých žáků. Pokud se vyskytnou při domluvě problémy, jednotlivé pracovní pozice určuje učitel. Mezi nezbytné pracovní úseky se řadí řídicí úsek, sekretariát, finanční úsek, obchodní oddělení, personální oddělení, oddělení marketingu aj.¹⁵

Žáci si v rámci rozhodování o fungování společnosti vytvářejí svou vlastní organizační strukturu. Struktura by měla být tvořena s ohledem na počet žáků ve třídě a měla by být optimálně sestavena, aby každý žák měl ve firmě své uplatnění. V této organizační struktuře bude jasně dané, kdo bude na určitou pracovní pozici přidělen. Organizační struktura se v průběhu roku může měnit v závislostech na aktuálních úkolech a prioritách fiktivních firem.

¹⁵ VÁVROVÁ, Gabriela. Fiktivní firma v kurikulu Obchodní akademie [online]. Brno, 2015 [cit. 2018-06-14]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/o1ceu6?info=1;isslret=Gabriela%3BV%C3%A1vrov%C3%A1%3B;zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DGabriela%20V%C3%A1vrov%C3%A1%26start%3D1>. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita.

Obrázek 2: Návrh možné organizační struktury¹⁶



Zdroj: Přepracováno autorkou

2.2.2 Ředitel společnosti

Dle Rotporta plní ředitel ve firmě rozhodující roli. Je zodpovědný za celkový chod firmy. K jeho činnostem patří rozdělování jednotlivých úkolů na oddělení a určování termínů pro jejich splnění. Odpovídá za vztahy firmy CEFIF i k jednotlivým firmám. Na jeho dobrých organizačních schopnostech do značné míry závisí dobré fungování firmy jako celku. Musí proto zvolit i vhodnou formu kontroly plnění přidělených úkolů. Ředitel společnosti je jedním z klíčových faktorů úspěchu či neúspěchu celé společnosti. Většinou si ho ostatní žáci sami zvolí. Pokud se nemohou žáci dohodnout, určí pozici ředitele vyučující. Ředitel jmenuje top management a svého zástupce, který ho nahrazuje v době jeho nepřítomnosti.

2.2.3 Sekretariát

Sekretariát plní úlohu vyřizování, zaregistrování, a předání veškerých písemností, které procházejí fiktivní firmou na příslušná oddělení. Zodpovídá za řádné kontakty firmy s okolím. A zajišťuje kontakt mezi ředitelem a top managementem firmy.

¹⁶ KLÍNSKÝ, Petr, Otto MÜNCH, Yveta FRYDRYŠKOVÁ a Jarmila ČECHOVÁ. *Ekonomika pro ekonomicky zaměřené obory středních škol*. Čtvrté, aktualizované vydání. Praha: Eduko nakladatelství, 2018-. ISBN 978-80-88057-47-5.

2.2.4 Finanční oddělení

Zajišťuje veškerou agendu týkající se chodu podniku z hlediska financí. Zaměstnanci finančního oddělení mají povinnost zpracovávat finanční plány, vést účty a podávat průběžné finanční zprávy. Sledují finanční toky, vedou finanční doklady a komunikují s úřady.

2.2.5 Účtárna

V účtárně je zajištěna veškerá dokumentace a evidence o fiktivní firmě. Pokud je společnost obchodní společností vede se účetnictví, dříve podvojně. U podnikání fyzických osob se vede daňová evidence, dříve jednoduché účetnictví. Účtárna odpovídá za včasné a správné vedení účetních dokladů a odvody příslušných daní, dále odvody pojistného apod. Zodpovídá za vyplňování daňových přiznání a včasné podání.

2.2.6 Mzdová účtárna

Zodpovídá za výpočty a odvody mezd, eviduje informace o pracovnících a úzce spolupracuje s ostatními odděleními v souvislosti s péčí o zaměstnance např. personální oddělení.

2.2.7 Personální oddělení

Zaštiťuje celou personální agendu, výběr a rozmisťování pracovníků. Zaměstnanci zodpovídají za zápisy ze schůzí, kontrolují docházku, vedou osobní karty všech zaměstnanců firmy, evidují osobní složky zaměstnanců, provádějí školení zaměstnanců o bezpečnosti a ochraně zdraví při práci a požární ochraně (BOZP a PO, sepisují se zaměstnanci pracovní smlouvy, rozvazují se zaměstnanci pracovní poměr apod.

2.2.8 Obchodní oddělení

Má na starosti především styk se zákazníky a dodavateli. Zaměstnanci sjednávají nejrůznější obchodní transakce a kontrakty. Starají se o odbyt a zásobování.

2.2.9 Oddělení marketingu

Koordinuje přípravu reklamní kampaně, určuje cíle prodeje a navrhuje jeho stimuly. Má na starosti správnou distribuci produktu.

Rotport udává, že úkolem oddělení marketingu je příprava nabídkového katalogu, který je nezbytný pro řádné fungování firmy. Z dosavadních zkušeností vyplývá, že příprava katalogu je sice velmi náročná, ale pro žáky velmi zajímavá činnost. Prostor zde dostávají především žáci, kteří mají kreativní schopnosti. Podle jeho názoru by právě toto oddělení mělo vést přehled o adresách odběratelů a vyhledávat a kontaktovat odběratele nové.

2.2.10 Právní oddělení

Mezi hlavní úkoly tohoto oddělení patří zejména právní poradenství v oblasti obchodního či občanského práva. Důležité úlohy plní zaměstnanci právního oddělení při sepisování zakládacích smluv či listin, dále při kontrolách pracovních smluv, řešení možných konfliktů v průběhu podnikání, např. reklamace, upomínky, dodavatelsko-odběratelské spory či spory se zaměstnanci.

2.3 Postavení žáka ve fiktivní firmě¹⁷

Žák, který se aktivně zapojí do projektu fiktivní firma, se stává součástí fungujícího systému. Práce ve fiktivní firmě je určitou specifickou formou výuky, zvanou skupinové vyučování. Zároveň se ve fiktivní firmě využívá tzv. tandemová výuka, což znamená propojení jednotlivých ekonomických předmětů v jednom okamžiku. Žáci využijí znalosti z předmětu Ekonomika, Účetnictví, Bankovníctví, Pojišťovnictví, Doprava, Logistika, Obchodní korespondence, Informační technologie a Písemná a elektronická komunikace.

Žák ve fiktivní firmě pracuje samostatně a samostatně se rozhoduje. Důležitá je ovšem týmová spolupráce v rámci jedné fiktivní firmy.

Rotport (2013) tvrdí, že neméně významným požadavkem na žáka je schopnost týmového řešení úkolů a týmové spolupráce vůbec. Každý žák by měl být veden k tomu, aby pro svůj kolektiv udělal vše. Tato schopnost je jedním z typických rysů práce ve fiktivní firmě a je také jedním z cílů této práce. Vytváří se tak jedna z vlastností nezbytných pro praktické uplatnění budoucích absolventů v praxi.

Při práci ve fiktivní společnosti by žák již měl umět pracovat s informačními technologiemi a s textem, aby si dokázal vyhledávat všechny informace, potřebné ke své práci. Působnost žáka ve fiktivní firmě má pozitivní vliv na rozvoj jeho znalostí a dovedností, které jistě uplatní ve svém budoucím povolání. Zároveň se žák ve výuce fiktivní firmy orientuje spíše na praktičnost než na teorii.

¹⁷ ROTPORT, Miloslav a Jiří KOUDELA. *Didaktika předmětu práce ve fiktivní firmě*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1995. ISBN 80-707-9078-4.

V rámci obchodní komunikace zahrnuje práce žáka, dle Stejskalové, tyto základní okruhy:

- **Dialogy** – jednání s dodavateli/odběrateli, diskuze o obsahu obchodních dopisů, diskuze v rámci firemní politiky.
- **Obchodní dopisy** – slovní zásoba, stylizace, správný výběr formuláře a jeho vyplnění.
- **Telekomunikace** – zásady telefonních hovorů.
- **Zpracování textů** – popis výrobků, v marketingu (např. reklama), oblast zpráv.
- **Zpracování dat na počítači** – oblast účetní a korespondenční.

2.4 Role učitele ve fiktivní firmě

Učitel, jako hlavní činitel edukačního procesu, je v rámci výchovně – vzdělávacího procesu subjektem i objektem, který prostřednictvím dalších činitelů a jejich vzájemných vztahů realizuje edukační cíle.

Podle Tomčíka učitel je profesionál, který je pedagogicky způsobilý. Jeho působnost je nejenom odborná, vědecká, ale i didaktická a sociální.

Tomčík dále udává, že učitel plánuje, organizuje, řídí a kontroluje optimální rozvoj žáků pro aktuální potřeby celé společnosti, ale i možnosti žáků. Práce pedagoga je nejenom pravomocná, ale i odpovědná vůči celé společnosti, rodičům, ale i žákům samotným.

Role učitele ve fiktivní firmě hraje velmi důležitou úlohu. Učitel své žáky musí umět zaujmout a vést správným směrem, prostřednictvím svých znalostí, zkušeností, schopností a dovedností.

Mezi klíčové dovednosti vyučujícího fiktivních společností podle Kyriacoua patří:

- **Plánování a příprava** – zvolit cíle, kterých mají žáci dosáhnout.
- **Realizace vyučovací jednotky** – jak by měla probíhat vyučovací hodina.
- **Řízení vyučovací hodiny** – dokázat udržet pozornost a zájem o aktivní účast žáka na hodině.
- **Klima třídy** – motivovat žáky.
- **Kázeň** – udržet pořádek ve třídě.
- **Hodnocení prospěchu** – zvolit správné hodnocení, nezaujaté, motivující.
- **Reflexe vlastní práce a evaluace** – dokázat ohodnotit svoji práci a zlepšit ji.

Firma a její činnost by měly být především důsledkem snahy a tvrdé práce žáků. Vyučující jsou k dispozici proto, aby směřovali firmu správným směrem, byli nápomocni svými zkušenostmi a pomohli při kritických situacích. Vyučující má funkci spíše konzultanta či koordinátora nebo poradce. Zaměřuje se na podnikatelskou stránku, pomáhá s marketingovou kampaní apod. Zpravidla by neměl být ve firmě zaměstnán.

Učitel bývá zpravidla přítomen na všech schůzích a jednáních firmy, má přehled o všech činnostech, sleduje žáky a jejich práci. Pomáhá a podporuje žáky v top managementu, stimuluje kreativitu žáků a dohlíží na správný chod firmy. Zasahuje pouze v případě, že by se podnikatelské aktivity fiktivní firmy neubíraly správným směrem.

Stejskalová udává, že vyučující by měl být dobře orientován zejména ve dvou oblastech. A to v oblasti ekonomické a didaktické.

Oblast ekonomická – vyučující se musí orientovat ve všech ekonomických činnostech, které jsou ve firmě potřeba. Jeho znalosti a dovednosti musí být na vysoké praktické úrovni, protože musí být schopen dané dokumenty (např. mzdové listy, faktury) pro jasnou představu žáků prakticky vytvořit či vyplnit. Nestačí jen teoretické vysvětlení. Podstatná je i orientace v právní úpravě jednotlivých ekonomických činností, schopnost pracovat s výpočetní technikou a znalost v oblasti ekonomických softwarů)¹⁸

Oblast didaktická – vyučování ve fiktivní firmě se zcela svým obsahem a organizací liší od teoretických předmětů. Pracuje se zde ve skupinách, které mají rozdílnou pracovní náplň, tudíž učitel není schopen se v jeden okamžik věnovat všem žákům. Rozhodující je, jaký styl vedení žáků zvolí a jak bude žáky motivovat k dosažení výsledků. Dalším důležitým požadavkem je dovednost objektivně hodnotit žáky, dobře vést vyučovací proces a být nakloněn inovacím ve vyučování.

¹⁸ VÁVROVÁ, Gabriela. *Fiktivní firma v kurikulu Obchodní akademie* [online]. Brno, 2015 [cit. 2018-06-14]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/o1ceu6?info=1;isshret=Gabriela%3BV%C3%A1vrov%C3%A1%3B;zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DGabriela%20V%C3%A1vrov%C3%A1%26start%3D1>. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita.

Učitel by se měl klást velký důraz na přípravu výuky ve fiktivní firmě. Příprava by měla být propracovaná a dlouhodobě sestavená, vzhledem k tomu, že výuka fiktivní firmy trvá jeden školní rok. Učitel by měl hned na začátku výuky stanovit cíl, kterého chce dosáhnout a jakým způsobem.

Správná příprava by podle Kyriacoua měla proběhnout ve čtyřech základních krocích:

- Výběr výukových cílů (naučit žáky sepsat zakladatelskou listinu, vybrat správnou formu podnikání, vystavit fakturu apod.).
- Výběr činností a rozvržení hodiny (výklad, práce ve skupině, domácí práce apod.).
- Příprava pomůcek (počítač, internet, odborná literatura, časopis apod.).
- Způsob hodnocení a sledování práce žáků (diskuze, představení práce žáků formou prezentace apod.).

Vyučující by měl mít sestaven harmonogram výuky pro celý školní rok, alespoň orientačně, aby žáci byli seznámeni s činnostmi, které je čekají a utvořili si tak představu o tom, jak budou fungovat ve firmě v průběhu celého roku.

2.5 Hodnocení žáků ve fiktivní firmě

Dle Somra přináší formy hodnocení v pedagogické praxi mnoho problematických otázek a stále je hledán optimální způsob, jak výsledky hodnocení nejlépe vyjadřovat a sdělovat žákům. V procesu hodnocení je možné použít různé formy hodnocení neboli způsoby vyjadřování výsledků hodnocení: klasifikaci a slovní hodnocení.

Výuka fiktivní firmy je velmi specifickým vyučovacím projektem, a proto je nutné přistupovat k hodnocení práce žáků ve fiktivní firmě též specificky. Dochází ke specifické týmové práci, rozvojem komunikačních dovedností žáků, k rozvoji organizace práce a samostatnosti žáků a k rozvoji jejich kooperačních schopností.

Tyto zvláštnosti, dle Rotporta, se musí projevit i v odlišném hodnocení a klasifikaci žáků. Speciální forma práce vyžaduje i změny v možnostech hodnocení. Přitom nové přístupy v hodnocení nemusí být vždy v protikladu k dosavadním, které jsou používány v ostatních předmětech. Dokonce se zdá nezbytné, aby (v podmínkách fiktivních firem na našich středních školách) bylo toto hodnocení v souladu s požadavky klasifikačního řádu.

Dle Pötsche je při hodnocení žáků nutné se zaměřit na tyto základní otázky:

- Zda hodnotit každého jednotlivce nebo skupinu, v níž žák pracoval jako celek.
- Jakou formu má hodnocení mít (zda použít klasickou stupnici známek, slovní hodnocení či pracovní posudek).

Odpověď na výše uvedené otázky není zcela jednoduchá. Každé hodnocení má své výhody i nevýhody. V praxi se dají použít i vzájemné kombinace jednotlivých metod hodnocení.

Není možné použít pouze běžné hodnocení a metody prověřování dovedností získaných z praxe. Učitel by měl hodnotit práci žáka především na základě vlastního pozorování v průběhu výuky projektu, zda a jakým způsobem žák plní své povinnosti a úkoly, které mu byly uloženy či jak dokáže pracovat v týmu, ve stresových situacích. Dalšími důležitými aspekty jsou znalost dokumentace, aktivita, kvalita a rychlost práce či úroveň komunikace.

Na základě tohoto podrobného pozorování učitel je schopen určit základní kvalifikační stupně.

Stejskalová sjednotila kvalifikační stupně takto:

- Včasné vyřizování veškerých písemností.
- Vlastní iniciativa a aktivita.
- Stupeň samostatnosti v rozhodování.
- Znalost potřebné dokumentace.
- Kvalita a rychlost pracovních činností.
- Úroveň organizace práce.
- Vlastní náměty na zkvalitňování práce.
- Používání vlastního úsudku.
- Úroveň komunikace ve skupině.

Celkovou působnost každého žáka ve fiktivní firmě by měli zhodnotit nejen vyučující, ale i samotní žáci. Každý ředitel by měl být při hodnocení vyučujícímu nápomocen a měl by umět zhodnotit své podřízené. Na základě poznatků od ředitele firmy, by měl vyučující sestavit výsledné hodnocení.

2.6 Vyučovací metody ve fiktivní firmě

Jednotná definice pro pojem vyučovací metoda není zcela známa. Existuje však několik možností, jak tento pojem podrobněji vysvětlit.

Mojžíšek uvádí, že pod pojmem vyučovací metoda bývá obvykle chápán způsob dosahování cíle vyučování nebo cesta uspořádaná určitým způsobem tak, aby žák dosáhl poznání.

Podle Skalkové se v didaktice pod pojmem vyučovací metoda chápou způsoby záměrného uspořádání činností učitele a žáků, které směřují ke stanoveným cílům.

Vintr a kolektiv popisují, že vyučovací metody tvoří (společně s organizačními formami a uplatňováním didaktických principů a zásad vyučování) základní složku výchovně vzdělávacího procesu. Přímou se ovlivňují, neboť každá vyučovací metoda se realizuje v nějaké formě, a každá vyučovací forma bez konkrétního metodického obsahu je nereálná.

Vintr a kolektiv dále uvádí, že vyučovací metodu lze charakterizovat jako způsob realizace výchovně vzdělávacího obsahu, který je určitou metodou přeměňován ve skutečnost.

Kritéria pro volbu vyučovacích metod dle Vintra a kolektivu.

Každá použitá metoda ve výuce by měla mít tyto vlastnosti:

- Být informativně nosná – předávat plnohodnotné a obsahově nezkrácené informace.
- Působit emotivně, aktivizovat žáka, rozvíjet jeho tvořivost a samostatnost.
- Respektovat systém vědy a poznání – nenarušovat logické a vědecké uspořádání žáka.
- Být výchovnou.
- Být adekvátní žákům i učitelům.
- Být ekonomická pokud jde o využívání času a aplikovatelná pro konkrétní výuku.

2.7 Použití vybraných vyučovacích metod ve fiktivní firmě¹⁹

Při výuce projektu fiktivní firmy je nutné využívat takové výukové metody, které jsou zaměřeny na samostatnou práci žáků a rozvoj jejich aktivit. Každý učitel by měl využívat takové metody, které respektují specifika tohoto projektu.

V průběhu celého vyučovacího procesu se využívají tyto metody:

- Inscenační metody
- Problémové metody
- Praktické metody
- Dialogické metody

2.7.1 Inscenační metody

Podstata inscenačních metod spočívá v hraní rolí osob zúčastněných v určité simulované sociální situaci. Role žáků mohou být zvolené nebo přidělené.

Výchovně vzdělávací význam těchto metod ve fiktivní firmě spočívá především v tom, že žáci zastávají určité pozice ve firmě a získávají nové emocionální zkušenosti a osvojují si vzájemné reakce v simulačních situacích.

¹⁹ SKALKOVÁ, Jarmila. *Obecná didaktika: vyučovací proces, učivo a jeho výběr, metody, organizační formy vyučování*. Praha: Grada, 2007. Pedagogika (Grada). ISBN 978-802-4718-217.

Dle Kalhouse a Obsta (2009) se inscenační metody dají rozdělit takto:

- **Strukturovaná inscenace** – při ní je zadán konkrétní úkol a situace, které jsou dopředu stanoveny.
- **Nestrukturovaná inscenace** – má improvizovaný charakter, úkoly ani situace nejsou dopředu známy.
- **Mnohostranná inscenace** – při ní jsou všichni účastníci aktivními aktéry. Po dokončení inscenace následuje diskuze s cílem celkového zhodnocení.

2.7.2 Problémové metody

Podstatou problémových metod je cílevědomé navození didaktických problémů, při kterých žáci hledají řešení díky svým dříve získaným vědomostem a dovednostem. Tato metoda zvyšuje samostatnost a efektivitu, rozvíjí aktivitu žáků, odstraňuje stereotyp a posiluje sebedůvěru.

Podle Vávrové je základem stanovení vhodného problému, který u žáků vyvolá myšlenkové úsilí, během kterého žáci využijí svých získaných dovedností nebo vědomostí. Zároveň po vyřešení problému získají nové znalosti.

Problémové metody se řeší v několika fázích projektu:

- Vymezení problému
- Seznámení se s podstatou problému
- Hledání řešení
- Realizace zvoleného problému
- Konfrontace závěrů vyřešeného problému

Ve fiktivní firmě je vhodné využití problémových metod právě z toho důvodu, že předmět fiktivní firma se učí ve vyšších ročnících střední školy, kdy žáci mají získané ekonomické a účetní znalosti, které využijí při různých problémových situacích či při řešení problémových úkolů.

2.7.3 Praktické metody

Praktická činnost žáků ve výchovně vzdělávacím procesu zvyšuje jejich samostatnost a odpovědnost a zároveň aktivitu a vytrvalost.

Dle Tomčíka praktická metoda rozvíjí efektivně výchovně vzdělávací proces a také zlepšuje schopnost učení se, resp. trvalejší uchování nových poznatků v paměti žáka.

2.7.4 Dialogické metody

Do dialogických metod se zahrnují metody založené na přímé interakci mezi učitelem a žákem.

Rozčleňují se takto:

- **Rozhovor** – metoda spočívá v tom, že se pokládají otázky a pomocí odpovědí se vysvětluje určitý jev, či problém a vede žáky k novým poznatkům.
- **Dialog** – metoda spočívající ve vzájemné komunikaci vyučujícího a žáka.
- **Diskuze** – vzájemný rozhovor mezi všemi členy třídy, při kterém dochází k řešení problému.
- **Brainstorming** – burza nápadů, která slouží k hledání a nalezení nových poznatků v krátkém čase. Brainstorming má také písemnou formu zvanou brainwriting, která spočívá v tom, že žáci píšou své nápady na papír či tabuli a ostatní se přidávají.

2.7.5 Organizační formy výuky

Organizační forma výuky obecně znamená uspořádání podmínek k funkční realizaci edukačního procesu, v jejímž rámci se používají různé výukové metody a didaktické prostředky.

Organizační formy, dle žáka, vytvářejí v těsné souvislosti s metodami výuky předpoklady pro úspěšný průběh výuky.

Formy výuky je možné dělit různým způsobem, např. podle Maňáka a Švece na formy podle²⁰:

- Charakteru výukového prostředí (výuka ve třídě, v dílně, v muzeu, ...).
- Délky trvání (vyučovací hodina, speciální kurz, ...).
- Vztahu k osobnosti žáka (výuka hromadná, individuální, ...).

²⁰ MAŇÁK, Josef a Vlastimil ŠVEC. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. ISBN 80-731-5039-5.

Skalková zmiňuje organizační formy vyučování, které se vyvinuly až do současné doby a lze je vyčlenit jako tyto základní proudy:

- Frontální vyučování v systému vyučovacích hodin.
- Skupinové a kooperativní vyučování.
- Individualizované a diferencované vyučování.
- Systém různých organizačních forem uplatňovaný při realizaci projektů a integrovaných učebních celků.
- Domácí učební práce žáků.

Výše uvedené formy se v praxi navzájem prolínají a podporují a vyučující zvolí formu a variantu, která je podle něj nejvhodnější a závisí na stanovených cílech práce vyučujícího, charakteru látky, připravenosti a specifických požadavcích žáků. Ve fiktivní firmě se především využívají formy skupinového a kooperativního vyučování a systém různých organizačních forem uplatňovaný při realizaci projektů.

Vyučující ve fiktivní firmě motivuje a vede žáky k práci ve skupinách, ve kterých žáci pracují převážnou část vyučovací doby. Žáci musejí navzájem spolupracovat a utvářet tak fungující pracovní týmy.

Fiktivní firma je specifickým výukovým projektem, který je nutné mít podrobně připravený. Propojuje teoretickou výuku s praktickými zkušenostmi a utváří tak z žáků kvalifikované ekonomy, připravené pro budoucí povolání.

3 Praktická část

3.1 Obor Obchodní akademie

Výuka fiktivní firmy je vyučován v rámci předmětu Ekonomika na Gymnáziu, Střední škole ekonomické a Středním odborném učilišti Kaplice. Výuka probíhá v druhém a třetím ročníku oboru Obchodní akademie.

3.1.1 Charakteristika oboru Obchodní akademie

Název školy: Gymnázium, Střední odborná škola ekonomická a Střední odborné učiliště Kaplice

Adresa školy: Pohorská 86, 382 41 Kaplice

Zřizovatel: Krajský úřad Jihočeského kraje

Studijní kód/obor: 63-41-M/02 Obchodní akademie

Zaměření: Obchodní akademie se zaměřením na logistiku a ekonomiku dopravy
Obchodní akademie se zaměřením na cestovní ruch a ekonomiku

Obor Obchodní akademie se zaměřením na logistiku a ekonomiku dopravy či cestovní ruch a ekonomiku je čtyřletý studijní obor zakončený maturitní zkouškou a je určen jak pro dívky, tak pro chlapce.

Cílem studia je připravit vysoce kvalifikované absolventy, kteří zvládají veškeré činnosti spojené s řízením jednotlivých úseků ve firmách. Získávají znalosti z ekonomie, účetnictví, skladování, logistických, spedičních, dopravních služeb nebo služeb cestovního ruchu.

Součástí studia je výuka cizích jazyků, angličtiny a němčiny.

V průběhu studia absolvují studenti praxi v reálném prostředí firem, ve fiktivní firmě nebo ve výukovém programu JA Firma.

3.1.2 Uplatnění absolventů oboru Obchodní akademie v praxi

Absolvent se uplatní v pozicích ekonom, mzdový referent, účetní asistent, statistik, obchodní zástupce, referent ve státní správě, bankovní a pojišťovací pracovník, administrativní pracovník, asistent, organizační pracovník, personalista, pracovník marketingu, obchodní referent. V oblasti dopravní infrastruktury v České republice i v Evropské unii může pracovat jako manažer nebo samostatný referent provozu silniční, železniční, letecké, městské a vnitrozemské vodní dopravy, logistik v dopravě a přepravě, zasilatel apod. Absolventi ŠVP

Cestovní ruch a ekonomika se uplatní např. jako pracovníci cestovních kanceláří, cestovních agentur, turistických informačních center a hotelových komplexů a dále jako průvodci cestovního ruchu, popř. ve veřejné správě na úseku rozvoje cestovního ruchu.

Absolventi mohou pokračovat ve studiu na vysokých školách či vyšších odborných školách.

3.1.3 Profil absolventa dle Školního vzdělávacího programu²¹

Zavedením nového oboru na Obchodní akademii v Kaplici se zaměřením na logistiku a ekonomiku dopravy se musel upravit i Školní vzdělávací program pro tento studijní obor.

Absolvent tohoto oboru získává a rozšiřuje si tyto kompetence:

- Uplatňuje principy logistiky při řízení materiálového toku.
- Orientuje se v základních principech komunální politiky.
- V praxi aplikuje své znalosti makroekonomických a mikroekonomických vazeb v národním hospodářství.
- Charakterizuje organizačně-institucionální uspořádání EU a příslušného regionu.
- Zpracovává na počítači běžné písemnosti podle pravidel normalizované úpravy.
- Vede administrativní agendu.
- Uvažuje a jedná ekonomicky v osobním i pracovním životě, pracuje hospodárně.
- Vyřizuje základní soukromou i obchodní korespondenci ve dvou cizích jazycích.
- Využívá dva cizí jazyky při komunikaci se zahraničními partnery.
- Jedná s kooperujícími útvary a s tržními partnery.
- Provádí konzultační a poradenskou činnost v dílčích úsecích správy a samosprávy.
- Využívá znalosti psychologie při obchodním jednání.
- Má potřebné zeměpisné znalosti a posoudí specifika daného regionu.

²¹ ŠVP *logistika a ekonomika dopravy*. Kaplice, 2014. Dostupné také z: www.geukaplice.cz/dokumenty/

3.2 Projekt fiktivní firma na Obchodní akademii v Kaplici

Projekt fiktivní firma se na Obchodní akademii v Kaplici začal vyučovat ve školním roce 2016/2017 v souvislosti se změnou školního vzdělávacího programu právě v oboru Obchodní akademii se zaměřením na logistiku a ekonomiku dopravy.

V současné době se projekt fiktivní firma na obchodní akademii vyučuje již třetím školním rokem. V roce 2017/2018 byli do tohoto projektu zapojeni žáci 2. ročníku, v počtu 12 žáků. V roce 2018 /2019 se s velkým zájmem do tohoto projektu zapojili ti samí žáci již třetího ročníku, v počtu opět 12 žáků.

Fiktivní firma se vyučuje v rámci hodin předmětů Ekonomika a Obchodní korespondence, a to 2 hodiny týdně. Škola uzpůsobila dvě učebny pro výuku fiktivních společností a učebny byly vybaveny tak, aby co nejméně odpovídaly skutečnému prostředí reálných firem.

Úvodní hodina projektu fiktivní firma

V úvodní hodině fiktivní firmy se vyučující snaží vysvětlit žákům, co je v následujícím školním roce čeká. Žákům je vysvětlen postup fungování fiktivní firmy prostřednictvím prezentace a následně jsou žáci seznámeni s harmonogramem školního roku v tomto projektu.

Sestavení orientačního harmonogramu vyučujícím pomůže žákům lépe si rozvrhnout práci na celý školní rok.

Obrázek 3 Harmonogram fiktivní firmy

Harmonogram fiktivní firmy ve školním roce xxxx/xxxx		
Měsíc	Orientační náplň činností firmy	Poznámky žáků
Září	Informativní hodina o fiktivní firmě, návrh organizační struktury ve firmě, volba právní formy podnikání, brainstorming, volba podnikatelského záměru	
Říjen	Výběrová řízení na jednotlivé pracovní pozice ve firmě, sestavení skutečné organizační struktury, určení předmětu podnikání, zpracování podnikatelského plánu, název a logo firmy, registrace do CEFIF	
Listopad	Marketingový průzkum, analýza konkurence, plán jednotlivých oddělení firmy	
Prosinec	Výroba, propagace, prodej, účetnictví	
Leden	Příprava na veletrhy	
Únor	Výroba, propagace, prodej	
Březen	Workshopy firem se zahraniční účastí	
Duben	Veletrhy	
Květen	Setkání fiktivních firem s BHAK Freistadt	
Červen	Sestavení výroční zprávy, účetní závěrka, závěrečné personální pohovory, ukončení činnosti firmy	

Zdroj: vlastní zpracování

Motivace žáků

V projektu fiktivní firma je velmi důležitá motivace žáků v realizaci tohoto vzdělávacího programu. Pokud budou žáci ve firmě pozitivně motivováni a budou firmě věnovat dostatek času, je to klíč k úspěchu nejen jejich firmy, ale zároveň osobního růstu žáků a získaných zkušeností, které jistě uplatní v praxi.

Přehled získaných kompetencí u žáka v projektu fiktivní firma

Obrázek 4 Přehled získaných kompetencí u žáka v projektu fiktivní firma

Osobní růst	Komunikace a vystupování	Zkušenosti, znalosti a dovednosti	Tým	Výhoda v budoucím povolání
<ul style="list-style-type: none">•operativní řešení problémů•organizace času•získání vůdčích schopností•kreativita a inovace•seznámení se s principy etického chování	<ul style="list-style-type: none">•zkušenosti s prezentací firmy•komunikace s úřady, firmami•využití moderních informačních technologií•komunikace v cizích jazycích	<ul style="list-style-type: none">•znalosti z podnikání•znalosti legislativy•uplatnění nabytých zkušeností v praxi	<ul style="list-style-type: none">•týmová spolupráce•diskuze•přijímání kritiky•kompromis•odpovědnost za svá rozhodnutí	<ul style="list-style-type: none">•předpoklady pro úspěšné podnikání v reálu•pracovní zkušenosti•zkušenosti se zahraničím

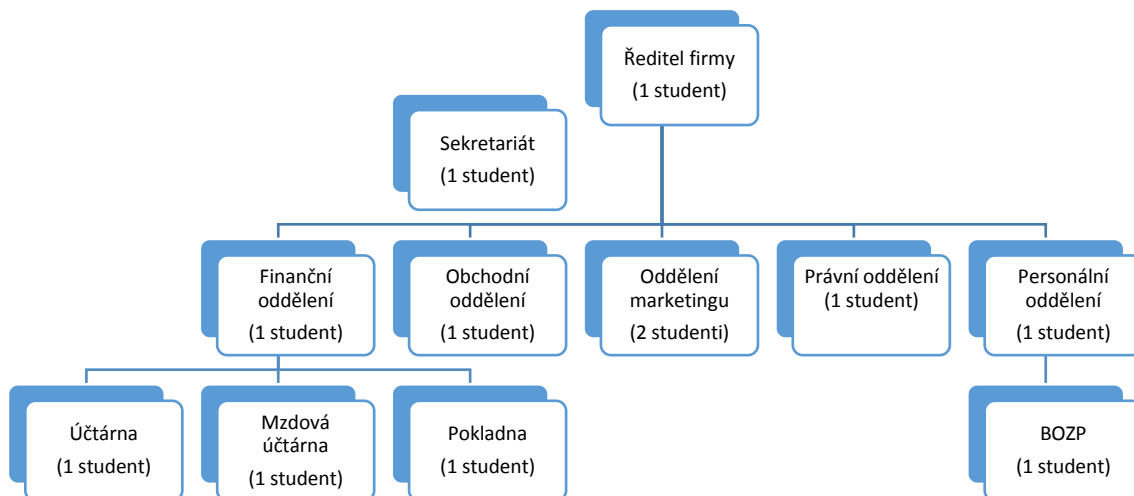
Zdroj: Vlastní zpracování

Návrh organizační struktury

Jak už bylo výše uvedeno, do projektu fiktivní firmy se zapojilo 12 žáků, 2. ročníku obchodní akademie. Tito žáci dostali za úkol vypracovat návrh organizační struktury fiktivní firmy. Organizační struktura je pro každou fiktivní firmu velmi důležitá, aby si žáci uvědomili, kdo bude na vrcholu firmy a komu se bude zodpovídat ostatní top management, jaké pravomoci a kompetence má každý člen firmy a kdo je komu podřízený. V každém školním kolektivu je vůdčí osobnost, která je respektována ostatními, proto je nutné, aby si žáci vybrali svého ředitele či prezidenta sami, protože prezident je jeden z klíčových faktorů úspěchu či neúspěchu firmy.

Žákům, kteří se chtěli ucházet o post ředitele firmy, byl zadán vyučující úkol, aby si připravili do další firemní schůzky „ředitelskou kampaň“, tzn. řeč s prezentací, strategií a cíly, které chtějí s firmou dosáhnout apod. Na základě této kampaně ostatní žáci vybírají nejlepšího kandidáta.

Obrázek 5 Žáky sestaven návrh organizační struktury



Zdroj: vlastní zpracování

Sestavení týmu snů

Dalším úkolem žáků, kteří si již vybrali svého ředitele, je sestavení motivačních dopisů a strukturovaných životopisů s žádostmi o místo, o které mají zájem se ve firmě ucházet. V sestavování těchto dokumentů jim pomohou znalosti získané z předmětů Obchodní korespondence a Písemná a elektronická komunikace, ve kterých je tomuto tématu věnováno mnoho vyučovacích hodin.

Moderní personalistické nástroje

Společně se strukturovaným životopisem a motivačním dopisem žáci přikládají i tzv. videomedailonky, které jsou jednoduché, rychlé a výstižné, trvají přibližně 30 až 60 vteřin a zároveň představí uchazeče o danou pozici ve firmě a současně nastíní i jeho záměr a motivaci na pracovní pozici. Je nutné žáky připravovat na prezentaci své osoby i tímto způsobem, v souvislosti s rozmachem moderních technologií, aby si rozšířili své obzory a dokázali případně svému potencionálnímu zaměstnavateli, že daný žák je pro pozici ve firmě tím správným kandidátem.

LinkedIn

Zároveň je nutné žáky seznámit s tzv. populárními sociálními sítěmi, které přinášejí obrovskou pomoc v dnešní personalistice. LinkedIn je profesní sociální síť, kterou využívá přes více než 350 milionů uživatelů, kteří se zde prezentují a zachycují zde své profesní zkušenosti, znalosti a dovednosti. Žáci se na LinkedIn registrují, vkládají tam svá portfolia a zároveň si prohlížíjí portfolia jiných prezentujících se osob na LinkedIn a získávají tak další zkušenosti své profesní prezentace (www.linkedin.com).

Výběrové řízení

Žáci, kteří jsou zapojeni do fiktivních firem, si každoročně procházejí pravým výběrovým řízením, které pro ně naše škola uspořádá. Žáci se skutečně připravují na pohovory před skutečnou výběrovou komisí složenou z manažerů reálných firem či bankovních a státních institucí. Každý kandidát včetně ředitele firmy si musí obhájit pozici, o kterou se uchází. Pro naše žáky je to cenná zkušenost, kterou uplatní i ve svém profesním životě.

Role vyučujícího

Fiktivní firma a její vedení by se měly nechat na žácích, kteří se aktivně do firem zapojí a vyučující je k dispozici pouze jako kouč či poradce, který pomáhá svými zkušenostmi a znalostmi. Vyučující je přítomen všech schůzek a jednání firem, má přehled o veškerých aktivitách firem, sleduje a kontroluje žáky a jejich činnost, podporuje a pomáhá ředitelům firem, stimuluje kreativitu žáků a zasahuje v případě, že se aktivita fiktivních firem ubírá nesprávným směrem.

Vyučující může též fungovat ve fiktivní firmě jako konzultant, který se zaměří především na podnikatelskou činnost firem a jejich projektů. Pomáhá žáky navádět a stimulovat k tomu, aby dokázali najít své potenciální zákazníky, zjistili jejich potřeby a přání, může jako konzultant pomoci při tvorbě marketingové strategie a kampaně. Zároveň vyučující pořádá pro jednotlivé firmy v průběhu roku nejrůznější semináře a workshopy, související vždy s probíranou problematikou daného tématu.

Název fiktivní firmy

Název fiktivní firmy by měl být takový, aby vzbuzoval důvěryhodnost a profesionalitu. Jméno firmy může i nemusí souviset s produkty či službami, které se žáci rozhodnou vyrábět či poskytovat. S názvem firmy souvisí i logo či firemní barvy.

Žáci si zvolili ve školním roce 2017/2018 názvy firem ZODIAC a CATCH A DREAM.

Výběr předmětu podnikání

Žáci se v následujících několika setkáních zaměřili na výběr předmětu podnikání, tak aby dosáhli co největšího úspěchu se svou firmou. Úkolem vyučujícího je pomoci žákům s výběrem produktů či služeb, se kterými budou mít firmy úspěch na trhu fiktivních firem.

Brainstorming

Moderní a především funkční metodou, kterou naši žáci využívají při výběru předmětu podnikání, je metoda brainstorming. Touto týmovou činností žáci vygenerují co nejvíce nápadů na dané téma. Cílem této metody je předpoklad, že tým dohromady vymyslí více nápadů a možností, než jednotlivec. Nápady mohou být jakékoliv a v jakémkoliv množství. Aktivita brainstormingu trvá přibližně 10 až 15 minut. Důležitá je motivace skupiny k týmové práci.

Postup brainstormingu obou fiktivních firem

- Na tabuli se napíše předmět brainstormingu.
- Členové firem postupně sdělují ostatním své nápady.
- Vyučující vystupuje v roli moderátora brainstormingu a zapisuje nápady a návrhy na tabuli.
- Po 5 až 10 minutách dochází žákům nápady.

Další postup

- Žákům je poskytnut čas asi 24 hodin na výběr.
- Následuje výběr nejvhodnějších nápadů.

Pravidla brainstormingu

- Dodržovat čas vyhrazený brainstormingu.
- Zákaz veškeré kritiky a komentářů.
- Všechny návrhy a nápady se zaznamenávají na tabuli.
- Čím více nápadů, tím lépe.

Na základě provedené metody brainstormingu firma ZODIAC se zabývá výrobou bižuterie z ekologických materiálů a kamenů podle znamení zvěrokruhu a firma CATCH A DREAM výrobou ekologických plátěných tašek s vlastními ručně malovanými motivy a výrobou lapačů snů.

Analýza trhu a marketingový průzkum

Každá fiktivní firma, než začne svou podnikatelskou činnost, si musí udělat analýzu trhu a svůj marketingový průzkum. Obě firmy si vytvořily dotazníky a oslovily své respondenty, aby si potvrdily, že o jejich produkty bude zájem a správně se zaměřily na danou cílovou skupinu zákazníků a v neposlední řadě na cenu vyráběných produktů.

Příprava marketingového průzkumu

Při sestavování dotazníků si žáci museli zodpovědět následující otázky:

- Popsat a stručně charakterizovat svůj produkt, a zda o tento produkt bude zájem.
- Jaké jsou nejdůležitější vlastnosti tohoto produktu.
- Popsat cílovou skupinu zákazníků.
- Jaký problém daný produkt řeší.
- Kolik je zákazník ochoten za tento produkt zaplatit.

Analýza konkurence

Zároveň si žáci museli vyhledat společnosti v okolí sídla firmy, které nabízejí stejné nebo podobné produkty, aby si zanalyzovali, zda je jejich podnikatelský záměr vůbec realizovatelný.

Protože, dobrá znalost konkurence může žákům pomoci najít správnou techniku prodeje, marketingu a dosáhnout tak svým stanoveným cílům.

Založení fiktivních firem

Vzhledem k tomu, že žáci již měli veškeré potřebné údaje k založení fiktivních firem, vytvořili dokumentaci pro CEFIF a odeslali přihlášky na nejrůznější instituce, finanční správu, zdravotní pojišťovnu, správu sociálního pojištění apod.

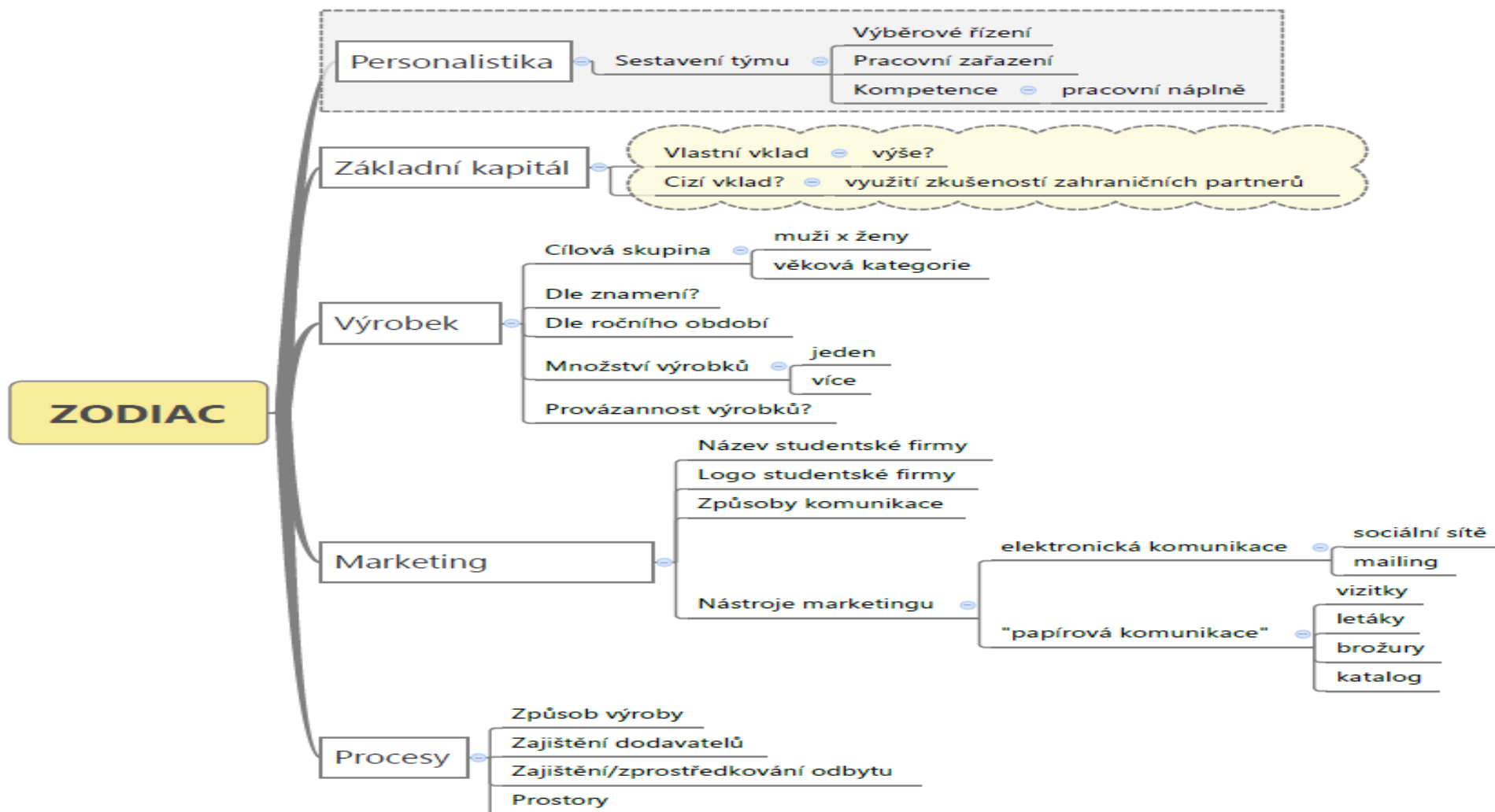
Podnikatelský plán

Každá z firem musela předložit podnikatelský plán, který byl sestaven ze čtyř částí:

- Výrobní strategie (zdroje, výrobní proces, výrobní cena, výrobní náklady, dodavatelé).
- Marketingová strategie (problém, cílový zákazník, konkurence, propagace, distribuce).
- Prodejní strategie (prodejní kanály).
- Finanční plán (kapitál, náklady na 1 ks výrobku, prodejní cena, marže, bod zvratu).

Jsou-li stanoveny základní body a pravidla založení fiktivní firmy, je nutné nechat žáky přemýšlet a vytvářet si svůj tým a svou firmu. Jak již bylo uvedeno dříve, nejčastěji používanou metodou je moderovaný brainstorming, kdy vyučující pokládá otázky na názory žáků a snaží se jim pomoci v rozhodování. Výsledkem pak může být myšlenková mapa, viz následující obrázek.

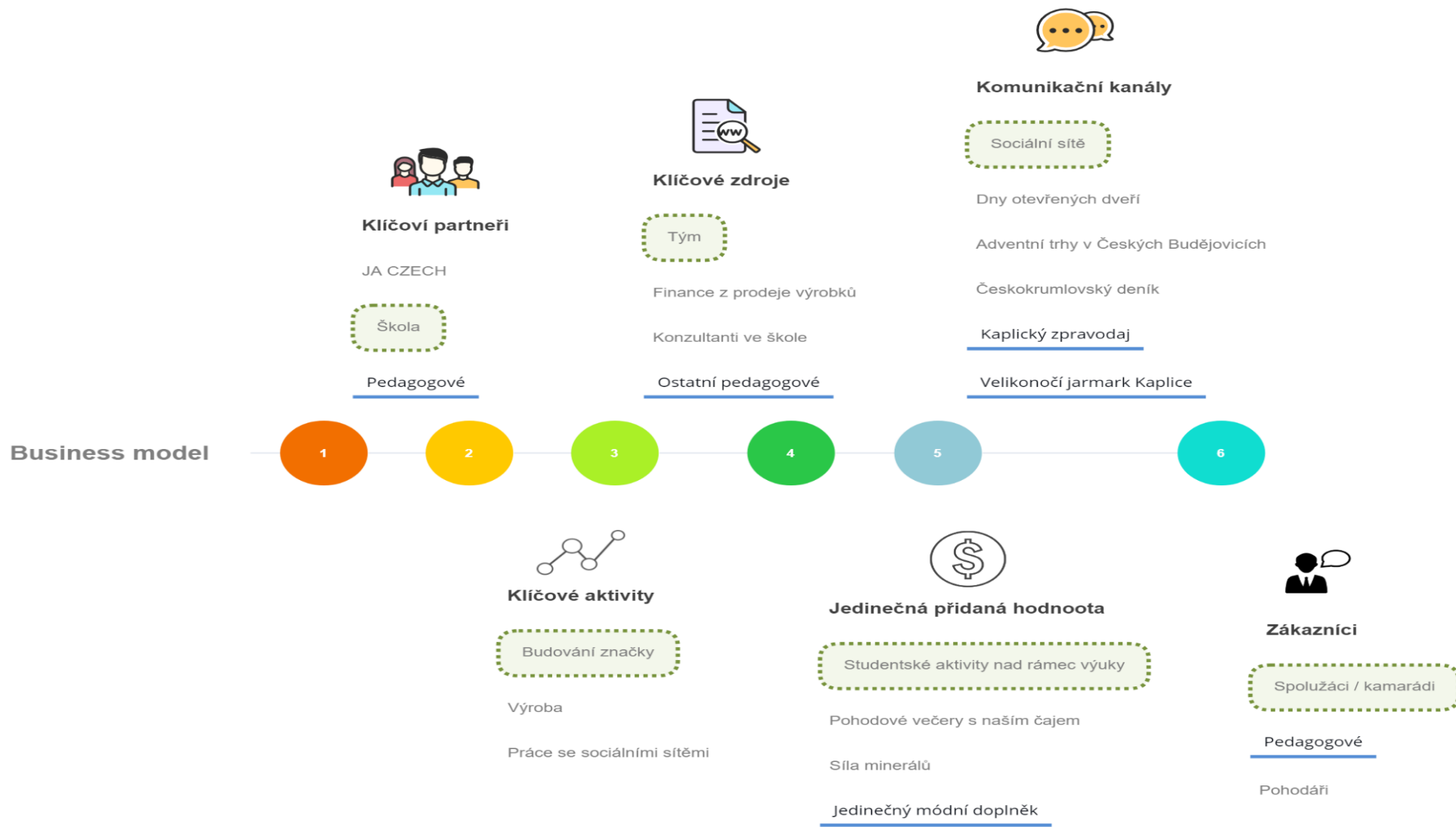
Obrázek 6 Myšlenková mapa vzniku fiktivní firmy



V myšlenkové mapě jsou uvedeny základní body související s činností firmy a jejich další rozdělení, jak žáky průběžně napadaly. Díky možnosti účastnit se již mezinárodního setkání studentských firem v rakouském Freistadtu, přistupovali k této činnosti s již nabytými zkušenostmi od svých zahraničních kolegů, ale i ve spojitosti s vlastními zkušenostmi.

Součástí podnikatelského plánu byla též SWOT analýza, což je metoda, která identifikuje tzv. interní faktory, což jsou silné a slabé stránky firmy v souvislosti s tzv. externími faktory příležitostmi a hrozbami v průběhu podnikání, které přicházejí zvenčí. Další moderní metodou řízení fiktivních modelů je Canvas – Business model. Ten poukazuje na váhu jednotlivých aktivit a jejich vzájemné propojení. V zeleném poli se vždy objevuje aktivita (prvek), který shledáváme jako nejpodstatnější a pro činnost firmy klíčový. Tomuto prvku věnujeme největší péči.

Obrázek 7 Business Model



Průběh podnikání fiktivních firem

Jednotlivé fiktivní firmy v průběhu roku rozvíjely svoji podnikatelskou činnost. Firmy si vytvářely loga, vymýšlely firemní barvy, zahájily výrobní proces, oslovily dodavatele, založily bankovní účet, skládaly základní kapitál. Jednotlivá oddělení usilovně pracovala na stanovených cílech a pracovala dle pokynů vedení. Firmy si stanovily formy vedení účetnictví a vedly veškerou agendu s účetnictvím spojenou. Zároveň se obě firmy intenzivně připravovaly na veletrh fiktivních firem konaný v Praze.

Propagace fiktivních firem

Pro každou úspěšnou fiktivní firmu je důležité se prezentovat i na veřejnosti. Proto každá s firem psala průběžně tiskové zprávy do místních zpravodajů, články do okresních deníků a novin, prezentovaly se na sociálních sítích a vytvářely si své webové stránky. Zároveň vytvářely jednotlivé katalogy svých produktů, kterými se prezentovaly na veletrhu.

Mezinárodní veletrh fiktivních firem v Praze

Firmy CATCH A DREAM a ZODIAC se zúčastnily mezinárodního veletrhu fiktivních firem, v rámci kterého soutěžily s ostatními fiktivními společnostmi z ČR i ze zahraničí. Firmy si připravovaly a zdobily své stánky, jednotlivé týmy se prezentovaly na pódiu před porotou, zároveň v průběhu veletrhu probíhaly nejrůznější soutěže například o nejlepší e-shop či o nejlepší výroční zprávu a porota složená i ze zahraničních hostů též obcházela jednotlivé prodejní stánky. Na závěr proběhlo vyhlášení nejlepších fiktivních firem.

Výroční zpráva a ukončení činnosti fiktivní firmy

Každá fiktivní firma má pouze roční trvání, a proto musí být nejpozději do konce školního roku ukončena. Žáci provedli veškeré úkony spojené s ukončením fiktivní společnosti a sestavili výroční zprávu o průběhu podnikání, která obsahovala úvod a stručné představení firmy, slovo ředitele firmy, firemní tým, popis jednotlivých oddělení firmy, činnost firmy, vizi do budoucna, CSR aktivity a partnerské a spolupracující organizace.

3.3 Dotazníkové šetření

V závěru školního roku 2017/2018 vyplnili žáci 2. ročníku obchodní akademie dotazníky, které byly sestaveny pro tuto bakalářskou práci. Jednotlivé otázky z dotazníků byly směřovány k fiktivním firmám a působení žáků a jejich následně získané vědomosti a znalosti v těchto firmách. Celkové vyhodnocení dotazníků, včetně slovní interpretace, je obsaženo v následující kapitole.

3.3.1 Vyhodnocení dotazníků

Vyhodnocení dotazníků je účinným nástrojem pro hodnocení celkového fungování fiktivních firem. Je zpětnou vazbou pro vyučujícího ve smyslu provázanosti jednotlivých ekonomických předmětů a jejich využitelnosti v těchto firmách. Žáci si díky tomuto dotazníku také mohou uvědomit, jak jsou jednotlivé ekonomické předměty provázány a využitelné v případě dalších podnikatelských aktivit, ale i jejich profesním životě.

Tabulka 1 Vyhodnocení dotazníků

Celkový počet respondentů		12			
1	Jsem				
	Muž	6			
	Žena	6			
2	Byla pro Vás práce ve fiktivní firmě zajímavá?				
	Ano	12			
	Ne	0			
3	Uplatnili jste své znalosti nabyté při výuce ve fiktivní firmě?				
	Ano	11			
	Ne	1			
4	Ze kterého předmětu jste uplatnili nejvíce znalosti?				
	Odborná praxe	2			
	Ekonomika	6			
	Účetnictví	2			
	Informační a komunikační technologie	2			
	Jiný předmět	0			
5	Kde jste získali další znalosti, které jste potřebovali po práci ve fiktivní firmě?				
	Internet	4			
	Televize	0			
	Odborné publikace	0			
	Spolužáci	3			
	Rodinná firma nebo firma, kterou znám	5			
6	Co pro Vás bylo největší motivací pro účast ve fiktivní firmě?				
	Získání nových znalostí a zkušeností	7			
	Účast na veletrhu fiktivních firem	4			
	Spolupráce s ostatními fiktivními firmami	1			
	Spolupráce s ostatními školami	0			
	Jiné	0			
7	Práce ve fiktivní firmě mi nejvíce přinesla	ano	spíše ano	spíše ne	ne
	Schopnost uplatnit své teoretické znalosti	6	6		
	Schopnost pohotově reagovat	6	6		
	Schopnost dobře komunikovat	6	4	2	
	Schopnost práce v kolektivu	8	4		
	Schopnost argumentovat a obhájit svůj názor	6	6		
8	Na fiktivní firmě se mi nejvíce líbilo				
	Spolupráce	12			
	Nové zkušenosti	7			
	Vlastní nápady	5			
	Seznámení s jinými firmami	4			
	Uplatnění teorie v praxi	4			
	Komunikace ve firmě	2			
	Veletrh fiktivních firem	2			

Zdroj: vlastní zpracování

Dotazníkového šetření se účastnilo celkem 12 žáků 2. ročníku oboru Obchodní akademie. Celkem se účastnilo 6 dívek a 6 chlapců. Lze tedy konstatovat, že názory mezi dívkami a chlapci jsou vyrovnány. Současně lze konstatovat, že pro všech 12 žáků, kteří se na projektu „Fiktivní firma“ účastnili, hodnotí svou účast jako zajímavou.

11 žáků, uplatnilo své znalosti a zkušenosti získané ve výuce při své účasti ve fiktivní firmě. Jeden žák se domnívá, že své nabyté znalosti neuplatnil.

Dle vyjádření žáků je pro jejich přípravu projektu „Fiktivní firma“ nejdůležitějším předmětem ekonomika. 6 žáků je přesvědčeno, že nejvíce využitých znalostí nabyli právě v předmětu ekonomika. Informační a komunikační dovednosti a účetnictví jsou zastoupeny shodným podílem. Dle jejich vyjádření je odborná praxe připravila na fiktivní firmu. Jiný předmět žáci nedefinovali.

Jelikož dnešní společnost velmi často využívá i jiné zdroje, bylo, pro potřeby uceleného přehledu znalostí a dovedností žáků, potřeba zjistit, kde získávají další znalosti a dovednosti. K tomuto účelu byla do dotazníku vložena otázka č. 5 zaměřena na další zdroje informací.

Je pozitivní sledovat, že téměř polovina žáků má zkušenosti přímo z praxe, ptají se a zajímají o chod reálné firmy a tyto poznatky pak využívají při svém „fiktivním“ podnikání. Elektronické zdroje, tedy internet, zde má třetinové zastoupení. A spolužáci předávají své znalosti a zkušenosti ve čtvrtině případech. Jedná se o spolužáky, kteří mají přímé vazby na reálné firmy, ať už z rodinného prostředí nebo již dlouhodobě spolupracují s nějakou reálnou firmou.

Otázka č. 6 se zajímala o to, co je největší motivací účastnit se fiktivní firmy. Úkolem pedagoga je vzbudit motivaci u žáků a dále vhodnými stimuly tuto motivaci podporovat. Je nezbytné takto na žáky působit, ovšem je nutné, umět odhadnout intenzitu těchto stimulů. Cílem je ukázat, co vše mohou podnikatelé (reální i fiktivní) získat, ale i ztratit. Je nutné poukázat na dílčí kompetence, které musí podnikatel mít, případně, jak je získat. Fiktivní firma je v tomto ohledu ideálním nástrojem.

Získání nových znalostí a zkušeností je největší motivací pro více, jak polovinu žáků. Soutěživost mezi žáky je důležitá pro třetinu z nich. Účast na veletrhu fiktivních firem v Praze je pro žáky velkou výzvou a možností, kde mohou nabyté znalosti a zkušenosti zúročit.

Jak moc je práce ve fiktivní firmě přínosná, tedy jestli je vůbec přínosná, měla zodpovědět otázka č. 7. Na výběr bylo celkem 5 aspektů, které měli žáci ohodnotit na škále 4 možností.

Budeme-li uvažovat ty žáky, kteří rozhodně souhlasí s navrženým aspektem, můžeme konstatovat, že pro čtvrtinu žáků byla největším přínosem schopnost práce v kolektivu. S ohledem na skutečnost omezených možností práce v kolektivu, lze tento výsledek pokládat za velice dobrý. Je třeba stále více práci v kolektivu rozvíjet a fiktivní firma je v tomto ohledu velmi vhodná. Schopnost pohotově reagovat, jako pozitivní přínos, hodnotí čtvrtina žáků. Celkově lze za celou skupinu konstatovat, že se jedná o žáky, kteří nemají problém pohotově a dobře reagovat. I z tohoto hlediska je pozitivní jejich pohled na toto kritérium, že zapojení do fiktivní firmy jim umožňuje zkvalitňovat jejich komunikaci s dalšími zapojenými subjekty.

Poslední otázka byla zaměřena velmi subjektivně a každý žák měl zhodnotit, co se mu nejvíce na fiktivní firmě líbilo. Pozitivně lze hodnotit, že třetina žáků uvedla, že se jim nejvíce líbila spolupráce. Je to důkaz jednoho z hlavních aspektů, na který klademe velký důraz při výuce, a to týmová práce a spolupráce. Čtvrtině žáků se líbilo, že získali nové zkušenosti. Vyzkoušeli si, jak založit firmu, řešení možných rizik v podnikání, radost z potencionálního výtěžku a ukončení podnikatelské činnosti. Mohli diskutovat a realizovat své nápady, okusili tak „svobodu“ podnikání a rozhodování. To, že mohli uplatnit své znalosti z teoretické výuky a seznámit se s jinými fiktivními firmami, bylo přínosem pro desetinu žáků. Účast na veletrhu fiktivních firem se žákům líbilo a stejně tak komunikace ve firmě.

4 Diskuse

Předmět fiktivní firma je novou výukovou formou vyučovanou především na středních školách, která umožňuje žákům středních škol praktickou přípravu na budoucí zaměstnání či podnikání v tržní ekonomice. Tento předmět klade specifické nároky na učitele a především žáky. Tato forma výuky se v posledních několika letech na středních školách s ekonomickým zaměřením velmi rozšířila. Nutno podotknout, že tuto specifickou formu výuky začaly využívat ve velké míře i gymnázia a různě zaměřené střední odborné školy. Proto jsem si pro tuto bakalářskou práci vybrala toto téma. Níže uvádím pohled pedagoga na výuku doplněnou o fiktivní firmy v komparaci s reálnými firmami.

Teoretická část práce ukazuje, jakým způsobem by se mohla fiktivní firma vést. Ovšem skutečnosti jsou v některých případech rozdílné. Je to způsobeno i tím, že fiktivní firmy jsou složeny z individuálních osobností, které reagují na určité aspekty rozdílným způsobem. Je proto nutné přizpůsobit vedení fiktivních firem těmto skutečnostem a skutečnému složení jednotlivých týmů.

Je dobré, zná-li vyučující všechny možnosti, jak fiktivní firmy vést, ovšem v řadě případů je nutné nechat žáky rozhodovat o činnosti firmy samostatně. Učitel zde vystupuje pouze jako konzultant, který napomáhá v případě rozhodování. Není ovšem tím, který je skutečně vede, jako mentor.

Fiktivní firma přináší žákům základní znalosti a zkušenosti související s podnikáním, které mohou v reálných studentských firmách využít. Naopak reálné firmy neumožňují využití všech administrativních a právních aspektů, které se studenti naučí ve fiktivních firmách. Proto je dobré, když žáci začínají s fiktivními firmami a pokračují následně ve firmách reálných.

Výhodou je vedení těchto firem přímo v rámci výuky jednotlivých předmětů. Máme tak možnost ukázat provázanost ekonomických předmětů s řízením skutečné firmy.

Výhody a nevýhody vedení fiktivních firem shrnuje následující tabulka.

Tabulka 2 Výhody a nevýhody fiktivních firem

Fiktivní firma	
výhody	nevýhody
<ul style="list-style-type: none"> • Základní znalosti podnikání 	<ul style="list-style-type: none"> • Minimální konkurence
<ul style="list-style-type: none"> • Základní znalosti fungování firmy 	<ul style="list-style-type: none"> • Není to reálné podnikání
<ul style="list-style-type: none"> • Manažerské znalosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Nízká míra odpovědnosti za firmu
<ul style="list-style-type: none"> • Komunikace s dotčenými úřady 	
<ul style="list-style-type: none"> • Komunikace s obchodními partnery 	
<ul style="list-style-type: none"> • Základní marketingové znalosti 	
<ul style="list-style-type: none"> • Základy propagace 	
<ul style="list-style-type: none"> • Nízká míra rizika podnikání 	
<ul style="list-style-type: none"> • Týmová spolupráce 	
<ul style="list-style-type: none"> • Rozhodnutí o právní formě podnikání 	
<ul style="list-style-type: none"> • Díky vhodné motivaci žáci pracují nad rámec výuky 	

Zdroj: vlastní zpracování

Za hlavní rozdíl mezi reálnou a fiktivní firmou se dá považovat to, že ve fiktivní firmě nedochází k reálnému pohybu zboží a finančního majetku. Veškeré produkty jsou fiktivně vytvořeny a existují pouze ve fiktivních skladech a peněžní prostředky jsou vedeny na fiktivních účtech či pokladně. S produkty se obchoduje pouze mezi fiktivními dodavateli a odběrateli, tudíž žáci fyzicky nepřijdou do styku s hotovým produktem ani s peněžními prostředky.

Reálná společnost pracuje na opačném principu, kdy žáci jsou motivováni vkládat své vlastní peněžní prostředky do reálné společnosti a vytvářet vlastní produkty, které prostřednictvím jednotlivých oddělení vyrábějí, propagují a samozřejmě prodávají. Žáci přijdou do přímého kontaktu s opravdovými dodavateli a odběrateli a mohou si vydělat opravdové peněžní

prostředky, které si na konci výukového projektu vzájemně rozdělí podle společenských podílů v reálné firmě.

Výukový projekt ať už fiktivní či reálné společnosti má své výhody i nevýhody, ale nutno podotknout, že práce a výuka v těchto společnostech je velmi dobrou zkušeností pro žáky a připraví je tak na budoucí zaměstnaneckou či podnikatelskou praxi.

5 Závěr

Snad každá střední škola se v současné době snaží, aby výuka byla pro žáky inspirativní a přínosná a především moderní a trendová. Proto zavádění nových moderních metod výuky je více než nezbytné.

Projekt fiktivní firma je jednou z těchto moderních metod, která pomáhá žákům utvářet si reálnou představu o tom, jak to ve skutečných firmách funguje a zároveň může žákům ukázat směr a způsob samostatného podnikání.

Fiktivní firma je náročný projekt jak pro žáky a učitele, tak i pro školu jako takovou. Žáci a učitelé se musejí důkladně připravovat na každé setkání ve fiktivních firmách a současně pracovat jako jeden tým. Pro školu je náročnost zejména finanční, protože se musejí zřídit specializované učebny, jako pracoviště fiktivních firem.

Na kaplické střední škole se začal projekt fiktivní firmy vyučovat v rámci předmětu Ekonomika ve školním roce 2016/2017 a následně pokračoval v roce i 2017/2018. A v současné době má škola 2 fungující fiktivní společnosti.

Cílem této práce bylo zavedení projektu fiktivní firmy na Obchodní akademii v Kaplici, a následně zjištění, zda tento projekt, jako experiment uspěl i jako nová moderní výuková metoda u žáků.

Teoretická část práce se věnuje uvedení do problematiky a zároveň definování základní pojmů o předmětu fiktivní firma, zároveň jsou zde podrobně popsány různé postupy při zakládání fiktivních firem, historie, specializovaná pracoviště, vyučovací metody, hodnocení žáků a požadavky kladené na učitele.

Praktická část práce se zaměřuje na charakteristiku oboru Obchodní akademie se zaměřením na logistiku a ekonomiku dopravy na kaplické střední škole a následně podrobnému popisu realizace projektu zavedení fiktivní firmy včetně veškeré potřebné dokumentace. Poslední částí této práce je dotazníkové šetření pro žáky zapojené do tohoto projektu.

Výsledkem šetření bylo zjištěno, že práce ve fiktivní firmě byla pro většinu žáků zajímavá. Žáci uplatní své znalosti nabyté ve fiktivní firmě v praxi. Nejvíce znalostí při fungování firmy uplatnili žáci z předmětu Ekonomika. A řada žáků má zkušenosti přímo z praxe, protože se zajímají o hod reálných společností ve svém okolí, což dokážou využít při svém fiktivním podnikání.

Největší motivací žáků ve fiktivním podnikání je získání nových znalostí a zkušeností a největším přínosem je schopnost práce v kolektivu.

Z výše uvedených skutečností lze konstatovat, že cíl této práce byl splněn a experiment s projektem fiktivní firmy se povedl.

Fiktivní firma je dobrou zkušeností, ale z výše uvedených skutečností je dobré zabývat se i vedením reálných firem, kde je možné některé poznatky fiktivních firem využít v plném rozsahu. Děti si zde vyzkouší skutečné podnikání s tím, že si musí již zajistit vlastní základní kapitál, rozhodování má již své důsledky na následující chod firmy. Další velkou výhodou těchto studentských firem je již existence jejich ekonomické a právní subjektivity. Mohou tak vstupovat na reálný trh a skutečně si vyzkoušet reálné podnikání se všemi důsledky. Což v současné době fiktivní firmy neumožňují. Reálné firmy nesou s sebou též podnikatelské riziko, které žáci musí řešit a nést, za i chybné rozhodnutí, zodpovědnost.

Fiktivní firma je krásným a zároveň důležitým projektem pro současné studenty, kteří chtějí rozvíjet své dovednosti a znalosti v praxi, utváří jim představu o reálném podnikání a může pomoci nastartovat jejich profesní kariéru. Pro učitele je tento projekt též výbornou zkušeností, jak nově a trendově pracovat s žáky a být spíše jejich koučem a konzultantem, než pouze učitelem.

.

6 Literatura

6.1 Tištěné zdroje

ROTPORT, Miloslav a Jiří KOUDELA. *Didaktika předmětu práce ve fiktivní firmě*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1995. ISBN 80-707-9078-4.

KYRIACOU, Chris. *Klíčové dovednosti učitele: cesty k lepšímu vyučování*. Vyd. 4. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0052-9.

KLÍNSKÝ, Petr, Otto MÜNCH, Yvetta FRYDRYŠKOVÁ a Jarmila ČECHOVÁ. *Ekonomika pro ekonomicky zaměřené obory středních škol*. Čtvrté, aktualizované vydání. Praha: Eduko nakladatelství, 2018-. ISBN 978-80-88057-47-5.

ŽÁK, Vojtěch. *Metody a formy výuky: hospitační arch*. 2012. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, 2012. ISBN 978-80-87063-61-3.

MAŇÁK, Josef a Vlastimil ŠVEC. *Výukové metody*. Brno: Paido, 2003. ISBN 80-731-5039-5.

KALHOUS, Zdeněk a Otto OBST. *Školní didaktika*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-571-4.

JIRÍ VINTR A KOLEKTIV. *Základy didaktiky pro učitele odborných předmětů*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2002. ISBN 80-704-0544-9.

SKALKOVÁ, Jarmila. *Obecná didaktika: vyučovací proces, učivo a jeho výběr, metody, organizační formy vyučování*. Praha: Grada, 2007. Pedagogika (Grada). ISBN 978-802-4718-217.

SOMR, Miroslav. *Pedagogika pedagogů: tradice a současnost učitelství*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2012. ISBN 978-80-7394-397-4.

KYRIACOU, Chris. *Klíčové dovednosti učitele: cesty k lepšímu vyučování*. Vyd. 4. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0052-9.

TOMČÍK, Jaromír. *Didaktika ekonomie: studijní text*. Olomouc: Societas Scientiarum Olomucensis II., 2015. ISBN 978-80-87533-13-0.

STEJSKALOVÁ, Pavla. *Didaktika praktického vyučování obchodu a služeb: určeno pro studenty oboru Učitelství praktického vyučování*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6456-0.

6.2 Elektronické zdroje

RVP [online]. Praha, 2019 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://digifolio.rvp.cz/view/view.php?id=3965>

NUV. NUV [online]. Praha: NUV, 2018, 2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/certifikaty-cefif>

Penworldwide [online]. Essen, Německo: Penworldwide, 2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.penworldwide.org/>

SŠO. SŠO [online]. České Budějovice, 2017, 2017 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.sso.cz/fiktivni-firmy/detail/clanek/>

ŠVP logistika a ekonomika dopravy. Kaplice, 2014. Dostupné také z: www.geukaplice.cz/dokumenty/

CEFIF [online]. Praha: NUV, 2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem>

Rozvoj výchovy k podnikání a podnikavosti v odborném vzdělávání. In: *Www.nuv.cz* [online]. Praha: NUV, 2018, 11.4.2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: http://www.nuv.cz/uploads/MOV/Resume_z_odborneho_panelu_MOV_11_4_2018.pdf

VÁVROVÁ, Gabriela. *Fiktivní firma v kurikulu Obchodní akademie* [online]. Brno, 2015 [cit. 2018-06-14]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/o1ceu6?info=1;isslhret=Gabriela%3BV%C3%A1vrov%C3%A1%3B;zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3DGabriela%20V%C3%A1vrov%C3%A1%26start%3D1>. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita.

Úřady CEFIF. *Národní ústav vzdělávání* [online]. Praha: NUV, 2018, 2011-2018 [cit. 2018-06-14]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/urady-cefif>

Stručná historie [online]. Praha: NUV, 2018 [cit. 2018-06-14]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/strucna-historie>

Metody a formy výuky. In: ŽÁK, Vojtěch. *Evaluační nástroje* [online]. 2012. Praha: NUV, 2012, 2012, s. 32 [cit. 2018-06-14]. ISBN 978-80-87652-19-0. Dostupné z: www.nuv.cz/file/57_1_1

Národní ústav odborného vzdělávání: Projektový cyklus. *Národní ústav odborného vzdělávání: Projektový cyklus* [online]. 2008 [cit. 2012-08-26]. Dostupné z: <http://www.nuov.cz/projektovy-cyklus>

7 Seznam obrázků a tabulek

Obrázek 1: Moduly Portálu CEFIF.....	12
Obrázek 2: Návrh možné organizační struktury.....	15
Obrázek 3 Harmonogram fiktivní firmy	30
Obrázek 4 Přehled získaných kompetencí u žáka v projektu fiktivní firma	31
Obrázek 5 Žáky sestaven návrh organizační struktury.....	32
Obrázek 6 Myšlenková mapa vzniku fiktivní firmy	37
Obrázek 7 Buseiness Model	39
Tabulka 1 Vyhodnocení dotazníků	42
Tabulka 2 Výhody a nevýhody fiktivních firem	46

8 Přílohy