

Příloha 1: Seznam významných vzdělávacích institucí působících na území hl. m. Prahy v oblasti dalšího vzdělávání

<i>Název instituce</i>	<i>Sídlo instituce</i>	<i>Webové stránky</i>
1. VOX a.s.	Senovážné náměstí 978/23, Praha 1	www.vox.cz
AbecedaPC Consulting a.s.	Jandova 135/2, Praha 9	www.AbecedaPC.cz
ACZ, spol. s r.o.	Týnská 1053/21, Praha 1	www.aczkurzy.cz
Agentura BOVA - Nakladatelství POLYGON	Platónova 11, Praha 4	www.bovapolygon.cz
AHA PR Agency, s.r.o.	Na Pankráci 30, Praha 4	www.agentura-aha.cz
AKTUÁLNÍ PARAGRAFY JUDr. Pavel Chládek, s.r.o.	Tvrdého 287, Praha 9	www.aktualniparagrafy.cz
ALEF NULA, a.s.	U Plynárny 1002/97, Praha 10	training.alef.com
Aliaves & Co., a. s.	Vyšehradská 320/49, Praha 2	www.aliaves.cz
ANAG, spol. s r.o.	Kollárovo nám. 698/7, Olomouc	www.anag.cz
Centrum služeb pro podnikání s.r.o.	Fügenerovo náměstí 5, Praha 2	www.sluzbyapodnikani.cz
COMPUTER HELP, spol. s r. o.	Blanická 16, Praha 2	www.computerhelp.cz
Česká společnost pro jakost, z.s.	Novotného lávka 200/5, Praha 1 - Staré Město	www.cmud.cz
Český a moravský účetní dvůr, s.r.o.	Dašická 247, Pardubice	www.csq.cz
DataScript s.r.o.	Jankovcova 1037/49, Praha 7	www.datascript.cz
DIGI Akademie, s.r.o.	Na Cihlářce 30, Praha 5	www.digiakademie.cz
EDU Trainings s.r.o.	Bělehradská 347/54, Praha 2	edutrainings.cz
Edumatik, spol. s r.o.	Dlouhá 16, Praha 1	www.edumatik.cz

<i>Název instituce</i>	<i>Sídlo instituce</i>	<i>Webové stránky</i>
GOPAS, a.s. - počítačová škola	Kodaňská 1441/46, Praha 10	www.gopas.cz
Gradua-CEGOS, s.r.o.	Karlovo nám. 325/7, Praha 2	www.gradua.cz
ICT Pro s.r.o.	Sochorova 38, Brno	www.ictpro.cz
JUBELA, s.r.o.	Volutova 2523/14, Praha 5	www.jubela.cz
LBMS, s.r.o.	Sokolovská 192/79, Praha 8	www.lbms.cz
OKsystem a.s.	Na Pankráci 125, Praha 4	www.oksystem.cz/skoleni
Orange Academy s.r.o.	Kudelova 8, Brno	www.orangeacademy.cz
POSITIVE s.r.o.	Kodaňská 1441/46, Praha 10	www.positive.cz
SEMIS, spol. s r.o.	Pisnická 752, Praha 4	www.semis.cz
Studio W s.r.o.	Na Hřebenkách 72, Praha 5	www.studiow.cz
Systemy jakosti s.r.o.	Horní 1687/30, Žďár nad Sázavou	www.systemy-jakosti.cz
Top Vision, s.r.o.	Florentinum, Praha 1	www.topvision.cz
TSM spol. s r.o.	Zámečnická 90/2, Brno	www.tsmkurzy.cz
TÜV SÜD Czech s.r.o.	Novodvorská 994, Praha 4	www.tuv-sud.cz
Verlag Dashöfer, nakladatelství, s.r.o.	Evropská 423/178, Praha 6	www.kursy.cz
VIRIDIS informační systémy, s.r.o.	Veronské náměstí 330, Praha 10	www.pckurzy.cz

Zdroj: databáze dodavatelů na www.educity.cz a vlastní zpracování

Pozn.: Do přehledu jsou zahrnuty významné soukromé vzdělávací instituce poskytující další vzdělávání ve veřejných prezenčních kurzech na území hlavního města Prahy (s minimálně 30 otevřenými vzdělávacími akcemi), s výjimkou institucí poskytujících převážně jazykové kurzy, škol a školských zařízení. Místo poskytování dalšího vzdělávání se u většiny uvedených institucí liší od místa jejich sídla.

Příloha 2: Titulní stránka webové prezentace ACZ, spol. s r. o.



222 365 819
acz@aczprace.cz
Týnská 21, Praha 1

ÚVOD Harmonogram kurzů Články Kontakty

- Zájemové kurzy >
- Tvůrčí kurzy >
- Kurzy zahradní a bytové architektury >
- Kurzy osobního managementu >
- Kurzy komunikace a prezentace >
- Kurzy pro seniory >
- Rekvalifikační kurzy >
- Akreditované kurzy MPSV >
- Počítačové kurzy >
- Profesní kurzy >
- Akreditované kurzy DVPP >
- Zkoušky NSK >
- Firemní vzdělávání >

Harmonogram kurzů

Fotky z našich kurzů



Dnes probíhají kurzy:

- [17:30-20:00] Jaro na zahradě

KURZY - SEMINÁŘE - WORKSHOPY

<p>Zahradní architektura: svažitě zahrady začátek: 15. 3. 2020 Detail a přihláška</p>	<p>Investování pro začátečníky začátek: 6. 4. 2020 Detail a přihláška</p>	<p>Rekvalifikace Asistent/ka, Sekretář/ka začátek: 27. 3. 2020 Detail a přihláška</p>
<p>Emoční inteligence začátek: 16. 3. 2020 Detail a přihláška</p>	<p>Obsluha osobního počítače začátek: 16. 3. 2020 Detail a přihláška</p>	<p>Feng Shui - Harmonie v bydlení i v životě začátek: 18. 3. 2020 Detail a přihláška</p>
<p>Počítačový balíček pro seniory III začátek: 6. 4. 2020 Detail a přihláška</p>	<p>Asertivita začátek: 18. 3. 2020 Detail a přihláška</p>	<p>Úvod do patchworku začátek: 15. 3. 2020 Detail a přihláška</p>

Aktuality

PF 2020

29. 12. 2019



Vše dobré v novém roce 2020

Přejeme Vám hodně zdraví a štěstí v následujícím roce 2020. Dopřejte si klid, pohodu a obohaťte svůj život novými zážitky. Bavte se a naučte se něco pěkného, nového, užitečného (i neužitečného:-). Něco, co už jste dávno chtěli vědět, umět a zkusit, ale nikdy Vám na to jaksi nezbyl čas. Zasloužíte si věnovat trochu času i sobě! Těšíme se, že Vás potkáme třeba i na našich kurzech.

Jak na zdravý životní styl?

3. 12. 2019



Zdravý životní styl je pojem, pod kterým si každý představí něco jiného. Je to dobře. Každý člověk má jiné sny, plány, styl a zdravotní predispozice. Proto každý z nás potřebuje trochu něco jiného. Otázka potom zní, co by to mělo být? Paletu možných odpovědí představí na kurzu „Zdraví baví“ sympatická lektorka Dita Hrudová.

[Přečíst celý článek ->](#)

Kurz jako dárek pro maminku

28. 11. 2019



Zamýšlíte se nad tím, co darovat své mámě? Nejlepší dárek pro maminku je takový, který jí umožní zapomenout alespoň na chvíli na každodenní rutinu, starost o rodinu a práci, které má nad hlavu. Naše mámy se pořád o někoho starají a nemají čas se věnovat svým zálibám. Často i zapoměly na to, že nějaké záliby mají. O Vánocích, či narozeninách, je čas jim to připomenout!

[Přečíst celý článek ->](#)

VÍCE AKTUALIT...

	Vzdělávací kurzy Kurzy osobního managementu Rekvalifikační kurzy Profesní kurzy Firemní vzdělávání	Volnočasové aktivity Tvůrčí kurzy Zájemové kurzy Kurzy komunikace a prezentace	Evropské projekty Projekt SAGE Projekt ACE Druhá šance Aktuality společnosti
--	--	--	--

ACZ spol. s r.o., 2007-2019 | Vzdělávací centrum | E-mail: acz@aczprace.cz

Zdroj: <https://www.acz-kurzy.cz/>

Příloha 3: Vzor dotazníku



ACZ, spol. s r.o.,
Týnská 21, Praha 1, 110 00
Tel.: +420 222 365 819
www.aczprace.cz, acz@aczprace.cz

Dotazník klientům kurzu: NÁZEV KURZU
termín kurzu: DD. MM. RRRR

Právě jste ukončil/a kurz pořádaný společností ACZ. Zajímalo by nás, jaké jsou Vaše dojmy z kurzu a jak jej celkově hodnotíte. Dotazník je zcela anonymní a za jeho vyplnění Vám děkujeme!

Dotazy se známkami vyhodnotte zakroužkováním bodového hodnocení podle této stupnice:

1 – výborně 2 – velmi dobře 3 – dobře 4 – dostatečně 5 – nedostatečně

Jaká byla podle Vás odborná úroveň a obsah kurzu?	1	2	3	4	5
Do jaké míry splnil kurz Vaše očekávání?	1	2	3	4	5
Jaká byla podle Vás odborná úroveň lektora?					
JMÉNO PŘÍJMENÍ	1	2	3	4	5
JMÉNO PŘÍJMENÍ	1	2	3	4	5

Co hodnotíte na práci lektorů pozitivně a co negativně?

V čem byl pro Vás kurz největším přínosem? Co se Vám na kurzu líbilo?

Je podle Vás některý aspekt kurzu, který bychom mohli vylepšit?

Zajímalo by Vás pokračování tohoto kurzu? Pokud ano, na co by se mělo zaměřit?

Jaký kurz byste přivítal/a v naší nabídce, resp. o jaký kurz byste projevil/a zájem?

Odkud jste se o nás dozvěděl/a?

Byl/a jste již někdy na některém z kurzů od Vzdělávacího centra ACZ?

a) Ne, nikdy b) Ano, jednou c) Ano, dvakrát d) Ano, vícekrát jak dvakrát

Byl jsem na kurzu:

Přejeme Vám hodně úspěchů do Vašeho pracovního i osobního života!

Příloha 4: Autentický přepis rozhovoru s jednatelem vzdělávací instituce ACZ, spol. s r. o., Janem Strakou

Pane Strako, jste jedním z jednatelů společnosti ACZ, spol. s r.o., dovolte mi prosím položit Vám několik otázek v oblasti marketingu Vaší firmy.

Pokud byste měl definovat pouze jeden prvek, který společnost ACZ, spol. s r. o., odlišuje od konkurence, co by to bylo?

Tak tuhle otázku už jsem několikrát dostal, a nemám ji rád (smích). Je totiž těžké si vybrat pouze jeden prvek, ale pokusím se... jsme rodinná firma, to nás asi odlišuje. Díky tomu je to naše poslání. Ale jak říkám, je těžké si vybrat. Dále v čem se odlišujeme, je to, že jsme malá firma, ale s širokým spektrem kurzů, máme dlouhou historii, a také si myslím, že máme opravdu hezký přístup ke klientům. Děláme svoji práci poctivě, nezkoušíme na klienty všelijaké reklamní praktiky. Zkrátka svoji práci děláme poctivě, a právě proto nás mají klienti rádi.

Co je cílem společnosti, čeho byste chtěl docílit?

Cílem je dosáhnout úspěšnosti společnosti takové, že většina kurzů bude naplněná neboli, ideální situace nastane v tom případě, kdy kurzy budou zcela zaplněné. Samozřejmě firma je vytvořena za účelem zisku, ale já ji beru zároveň jako něco, co mě velice baví a naplňuje, proto usiluji o to, aby se jí dařilo dobře, navíc je to rodinná firma, o to více mi záleží na prosperitě společnosti.

Co je cílem společnosti v roce 2020?

Zjednodušit placení kurzů ze strany klientů, a to placení pomocí Paypalu. Dosud to probíhá tak, že se placení provádí pouze převodem na bankovní účet, výjimečně v hotovosti (pozn. v rámci kurzu pro seniory).

Máte v plánu do budoucna zjednodušit klientům placení ještě více?

Ano, a to pomocí QR kódu. Po jeho načtení se klient rovnou dostane k faktuře pomocí přesměrování na jinou webovou stránku. Je to jednodušší varianta na vytvoření systému placení než vytvářet odkaz na platby, který by byl přímo na stránce společnosti, což by se nám líbilo, ale jak říkám, je to náročnější na vytvoření. Samozřejmě ale budeme mít přímo u nabídky kurzu uvedeno, jakým způsobem bude moci klient za kurz zaplatit.

Které kurzy mají velkou návštěvnost na webových stránkách společnosti?

Díky programu Google Analytics máme zjištěno, že se nejvíce lidí zajímá o „Pedagogické minimum pro lektory“, a to až 1000 lidí za měsíc, ale oproti jiným kurzům už tolik zájemců o tento kurz nakonec není; mám na mysli poměr návštěvnost/dokončená objednávka (pozn. konverzní poměr).

Na druhém místě je to rekvalifikační kurz „Sociální pracovník“, tam je návštěvnost 600 lidí měsíčně, a na třetím místě „Zahradní architektura“ 300 lidí měsíčně. Zahradní architektura ale zároveň patří mezi naše nejoblíbenější kurzy.

Čím myslíte, že to je?

Je to určitě jménem lektorky. Je poměrně známá a populární, pořádá kurzy už delší dobu, nejen u nás. Tento kurz máme tradičně zaplněný, někdy se stane, že vyhlásíme na kurz stop stav.

Tušíte, proč u nejnavštěvovanějšího kurzu „Pedagogické minimum pro lektory“ je nakonec nízký počet dokončených objednávek na tento kurz?

Lidé se často domnívají, že díky tomuto kurzu budou mít kompetence dostačující na práci učitele na základních či středních školách, což tak samozřejmě není. I když tuto informaci máme uvedenou v popisu kurzu, přesto nám lidé pravidelně volají, a ptají se.

Co se týče marketingu, co Vám dělá momentálně největší starosti?

Tak to je propagace nových kurzů a malá propagace firemních kurzů. Co se týče nových kurzů, tam je obvyklý problém ten, že od jeho zařazení do nabídky kurzů jsme nuceni čekat třeba i půl roku, než se kurz dostatečně zaplní, aby mohl být otevřen. Zkrátka dlouho trvá, než vejde lidem do povědomí. Zatím nevím, jak to zlepšit, zřejmě lepší propagací.

U firemních kurzů jsme si vědomi, že je málo propagujeme, přitom se jedná o dobře výdělečně činnou oblast.

Existuje u Vás možnost si objednat lektora i do firmy?

Ano, toto běžně děláme, i když preferujeme výuku v sídle naší společnosti. Ale jsme dostatečně flexibilní, a není problém se zákazníkovi přizpůsobit, ať už se jedná o vyslání lektora do konkrétní firmy, nebo vytvoření kurzu klientům na míru.

To konkrétně probíhá jak?

Klient nám zavolá, nebo pošle objednávku, ve které uvede konkrétní požadavky na kurz, a to jaký bude počet lidí, téma, časová náročnost kurzu a jak si představují finanční stránku. My po zvážení, buď tento kurz zahájíme, anebo ho odmítneme. Většinou se nám ale daří k jejich spokojenosti kurz zrealizovat.

Zvažoval jste rozšíření společnosti, nebo jiný druh studia, jako např. e-learning?

Ano, zavedení e-learningu skutečně v plánu máme. Hlavně co se týče rekvalifikačních kurzů, to by jistě klienti ocenili. Účastníci kurzů jsou většinou z Prahy a ze Středních Čech. E-learning by nám umožnil rozšířit klientelu i na další kraje. Takovéto studium dálkovou formou by bylo pro klienty výhodné hlavně v tom, že osobně se dostavit do společnosti by museli až po absolvování kurzu, a to na zkoušku, aby tu profesi mohli vykonávat.

O rozšiřování společnosti také zvažujeme, ale reálně o tom budeme uvažovat až v momentě, kdy budou kurzy téměř zaplněné. Nechceme firmu udržovat pouze při životě, ale chceme její růst.

Přejdeme k marketingovým nástrojům. Jaké nástroje marketingu v současné době používáte?

Využíváme Search Engine Optimization (pozn. SEO je optimalizace pro vyhledávače, získání přední pozice ve výsledcích vyhledávání), kterou nám zřizuje marketingová agentura pro naše webové stránky. Je to celkem nákladná náležitost, ale myslím, že je to velice důležitý a nejučinnější marketingový nástroj. Myslím si, že nejdůležitější je zkrátka internetové vyhledávání a abychom byli ideálně mezi prvními nabídkami firem, co se týče kurzů. Pro analýzu využití dat používáme hlavně Google Analytics.

Uvažujete o nějakém dalším praktickém nástroji, kromě Google Analytics, který pomáhá najít slabá místa a vylepšit tím webové stránky?

Prováděli jsme čas od času A/B testování (pozn. metoda umožňující porovnat efektivitu více variant téhož marketingového nástroje), ale pouze když není nevhodné období, neriskujeme třeba o Vánocích (smích). Také jsme pozorovali směr myši ve zrychleném videu přes program Smartlook (pozn. Smartlook je cloudová aplikace, která nahrává pohyb návštěvníků na webových stránkách).

Promluvme si o konverzní architektuře vašich webových stránek. Jaký je aktuální konverzní poměr v procentech?

Běžně je to 1 %, za posledních 90 dní je to přibližně 1,5 %. Vím, to číslo zní málo, ale tohle je běžný konverzní poměr fungující firmy.

Špatné je, když firmě ten poměr klesne pod 1 %, to je pak známka toho, že něco nefunguje. Samozřejmě se snažíme, aby poměr byl lepší.

Využíváte nějaké interaktivní komunikační prostředky s potencionálními či stávajícími zákazníky?

Využíváme on-line chat přímo na webové stránce kurzu, ale to je asi vše.

Co direct mail pro stávající klienty? Připomenutí nedokončených objednávek?

Chceme zavést automatické připomenutí k zaplacení či zrušení kurzu. Zvažujeme např. rozesílat poděkování po 14 dnech od skončení kurzu. Pro stávající klienty máme automatickou slevu 20 % na další kurz; to si myslím, že je dostačující, co se týče motivace. Jsem odpůrcem nějakých dalších rozesílání slevových akcí. Moje zkušenost z předchozího zaměstnání je taková, že až tak na ceně ze strany klienta nezáleží.

Uvažoval jste o personalizované reklamě, např. pomoci Remarketing v Google AdWords (pozn. marketingový nástroj)?

To určitě ne, je to příliš drahé na malou firmu. Stačí nám SEO přes Google a Seznam. Já si myslím, že přes internet naše firma funguje dobře.

Co se týče webových stránek, všimla jsem si oken vybraných kurzů na hlavní stránce. Podle čeho jsou vybírané?

Náhodně. Dříve byly vybírány cíleně, ale občas vycházely chyby, kdy např. kurz skončil, ale stále vyskakoval mezi aktuálními okny, případně se tam vytvořilo prázdné místo. Nyní je to vybíráno automaticky náhodně, alespoň si můžeme udělat statistiku, o které kurzy je zájem a které musíme zrušit.

Poslední otázka: Kdy je největší a kdy nejslabší sezona?

Největší zájem o kurzy je samozřejmě v období vánočních svátků, to se hodně kupují dárkové poukazy, ale zároveň v tomhle období tolik zákazníků nekupuje kurz přímo pro sebe. Pro firemní objednávky je nejslabší období leden a únor. Tzv. „mrtvá sezona“ jsou letní prázdniny. Ale v celku po celý rok to nejsou výrazné výkyvy, stálý zájem o kurzy je od září do června.