

# **ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s.**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor/specializace: Specializace Řízení lidských zdrojů

## **DIGITALIZACE JAZYKOVÉ PŘÍPRAVY VE ŠKODA AUTO a. s. Bakalářská práce**

**Dominika Kusáková**

Vedoucí práce: Mgr. Lenka Stejskalová, MBA



ŠKODA AUTO Vysoká škola

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Zpracovatelka: **Dominika Kusáková**

Studijní program: **Ekonomika a management**

Specializace: **Řízení lidských zdrojů**

Název tématu: **Digitalizace jazykové přípravy**

Cíl: Cílem bakalářské práce je představení systému jazykového vzdělávání ve firmě ŠKODA AUTO a.s. a uvedení do strategie firemního jazykového vzdělávání, zejména v oblasti digitalizace. Na základě interního průzkumu a komparace nabídky externího trhu vytvoření návrhu na stanovení cílů v oblasti digitalizace jazykové výuky ve firmě ŠKODA AUTO a.s.

Rámcový obsah:

1. Definování pojmů „Firemní vzdělávání“, „Jazyková příprava“ a „Digitalizace ve vzdělávání“
2. Představení Strategického plánu jazykového vzdělávání ve firmě ŠKODA AUTO.
3. Představení nabídky jazykových kurzů ve firmě ŠKODA AUTO a jejich forem.
4. Průzkum spokojenosti s jednotlivými formami jazykového vzdělávání a analýza výsledků.
5. Analýza nabídky jazykového vzdělávání na externím trhu možnosti využití této nabídky na základě výsledků průzkumu.
6. Doporučení pro změny a stanovení nových cílů pro digitalizaci výuky ve ŠKODA AUTO.

Rozsah práce: 25 – 30 stran

Seznam odborné literatury:

1. DANA, J. – MIRKO, K. *Velká kniha o řízení firmy: Praktické postupy pro úspěšný rozvoj organizace*. Praha: Grada Publishing a.s., 2013, 2013. 400 s. ISBN 978-80-247-4337-0.
2. TETŘEVOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing a.s., 2017. 224 s. ISBN 978-80-271-0285-3.
3. MALUŠKOVÁ, M. *Využití tradičních a alternativních metod ve výuce cizích jazyků*. Bakalářská práce. MU, 2012.
4. BARTOŇKOVÁ, H. *Firemní vzdělávání: Strategický přístup ke vzdělávání pracovníků*. Praha: Grada Publishing, , 2010. ISBN 978-80-247-2914-5.
5. KLEMENT, M. – DOSTÁL, J. *Teorie, východiska, principy a rozvoj distančního vzdělávání realizovaného formou e-learningu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018. 70 s. ISBN 978-80-244-5353-8.
6. SCHUMER, L. 9 Best Language Learning Apps to Broaden Your Horizons. [online]. 2020. URL: <https://www.goodhousekeeping.com/life/g32175725/best-language-learning-apps/>.

Datum zadání bakalářské práce: prosinec 2021

Termín odevzdání bakalářské práce: prosinec 2022

L. S.

Elektronicky schváleno dne 27. 5. 2022

**Dominika Kusáková**

Autorka práce

Elektronicky schváleno dne 27. 5. 2022

**Mgr. Lenka Stejskalová, MBA**

Vedoucí práce

Elektronicky schváleno dne 29. 5. 2022

**doc. PhDr. Karel Pavlica, Ph.D.**

Garant studijní specializace

Elektronicky schváleno dne 31. 5. 2022

**doc. Ing. Pavel Mertlík, CSc.**

Rektor ŠAVŠ

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

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

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

V Mladé Boleslavi dne 06. 12. 2022

Ráda bych poděkovala Mgr. Lence Stejskalové, MBA za odborné vedení závěrečné práce, konzultace, podporu i poskytování rad a informačních podkladů. Vděčná jsem také svým kolegům paní Bc. Kateřině Lopatářové a panu Václavu Horeckému za přijetí do svého týmu, zasvěcení do světa jazykového vzdělávání a za jejich mentoring.

## Obsah

Úvod.....	8
1 Teoretická část .....	9
1.1 Firemní vzdělávání.....	9
1.2 Jazyková příprava .....	14
1.3 Digitalizace ve vzdělávání .....	16
2 Empirická část .....	19
2.1 Strategický plán jazykového vzdělávání ve ŠKODA AUTO a. s.....	19
2.2 Nabídka a formy jazykových kurzů ve ŠKODA AUTO a. s.....	20
2.3 Jazykové balíčky od jazykové školy XY .....	24
2.4 Průzkum spokojenosti s jednotlivými formami vzdělávání.....	30
2.5 Hybridní výuka .....	32
3 Závěr.....	35
Seznam literatury .....	37
Seznam obrázků a tabulek.....	39
Seznam příloh .....	40

## **Seznam použitých zkratk a symbolů**

MS	Microsoft Office
ŠA	ŠKODA AUTO a. s.
VH	výuková hodina
VR	virtuální realita

## Úvod

V případě, kdy se chce organizace v dnešní době globalizace etablovat na zahraniční trh je klíčové, aby byli zaměstnanci jazykově vybavení. Když budeme svým pracovníkům nabízet možnost jazykového vzdělávání, nezískáme tak pouze větší loajalitu ze strany zaměstnanců, ale také budeme zvyšovat firemní konkurenceschopnost a reprezentovat společnost v zahraničí. Tímto způsobem můžeme sjednat nové kontrakty a generovat vyšší zisky.

Autorka práce momentálně vykonává praktikantskou pozici na oddělení Jazykové přípravy ve ŠKODA AUTO a. s., které se neustále snaží o zkvalitňování služeb a doplňování portfolia jazykových kurzů. Z toho důvodu se autorka rozhodla provést interní průzkum, zmapovat nabídku na externím trhu a stanovit tak nové cíle v oblasti digitalizace jazykové výuky v organizaci.

V teoretické části bude autorka práce věnovat pozornost firemnímu vzdělávání a jazykové přípravě. Dále definuje pojem digitalizace ve vzdělávání, ujasní její silné i slabé stránky a zmíní i aktuální trendy v oblasti digitalizace.

V empirické části bude shrnut strategický plán jazykového vzdělávání ve ŠKODA AUTO a. s. a představena aktuální nabídka kurzů oddělení Jazykové přípravy. Dále bude proveden v rámci vykonávání stáže pilot na nový produkt, tzv. jazykové balíčky. Ten bude veden autorkou práce s pomocí jazykové školy XY, která tento produkt nabízí. Na jeho konci bude od účastníků pilotu vyžadována zpětná vazba. Její analýza bude následně sloužit k eliminaci veškerých nedostatků tohoto produktu. V neposlední řadě bude proveden průzkum spokojenosti s jednotlivými formami vzdělávání a budou podány návrhy ke zlepšení na základě analýzy výsledků z průzkumu.

K vypracování teoretické části bude provedena rešerše, jak knižních, tak i internetových zdrojů. Veškerá data použitá v empirické části budou získána z interních zdrojů společnosti ŠKODA AUTO a. s. Zpětná vazba na jazykové balíčky bude zcela anonymní a bude provedena formou rozhovoru. Průzkum spokojenosti s jednotlivými formami vzdělávání bude vypracován v podobě dotazníku pomocí aplikace Survio. Názvy dodavatelů jazykových kurzů budou z legislativních důvodů pozměněny.



# 1 Teoretická část

V úvodní části budou definovány hlavní okruhy práce: firemní vzdělávání, jazyková příprava a digitalizace ve vzdělávání.

## 1.1 Firemní vzdělávání

Firemní vzdělávání je obecně definováno jako vzdělávání pracovníků v organizaci, které slouží k získávání, obohacení, udržení a k rozvoji jejich dovedností (Bartoňková, 2010). „*Dovednosti jsou vnímány jako praktické návyky, které se dají získat, buď výcvikem, nebo praxí. Pro jejich získání je zapotřebí dostatek času a úzce souvisí se schopnostmi konkrétního člověka*“ (Lojda, 2011, str. 19). Získávání dovedností je dále možno chápat jako proces přijímání a nabývání praktických zkušeností, který je pro každého individuální.

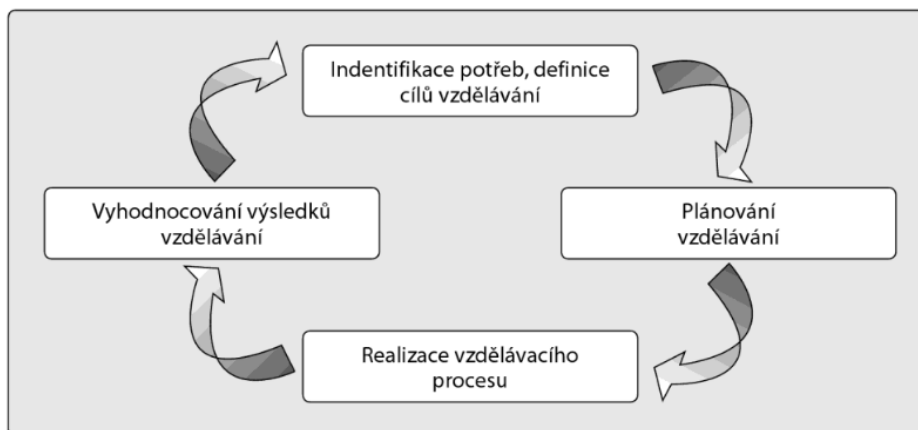
V dnešní době globalizace je nutné, aby společnost poskytovala možnost vzdělávání pro své zaměstnance. Pracovníci jsou nejdůležitějším zdrojem firmy a je více než vhodné investovat do jejich rozvoje.

Jakmile firma podporuje pracovníky v osobním růstu prostřednictvím poskytování vzdělávání, zvyšuje pravděpodobnost rozvoje a navýšení konkurenceschopnosti organizace (Kucharčíková, Vodák, 2011).

Tetřevová (2017) uvádí, že jakmile podnik vynaloží kapitál na vzdělávání svých pracovníků, vrátí se mu vše v podobě zvyšující se produktivity práce zaměstnanců, jejich motivace a efektivity, neboť díky získanému vzdělání jsou zaměstnanci schopni využít své nabyté vědomosti v pracovním prostředí.

Vzdělávání nemusí být chápán jen jako nástroj k dosahování cílů organizace, ale i jako benefit pro pracovníky. Jedná se tedy o instrument, který nebude pouze zajišťovat pozitivní budoucnost společnosti, ale zároveň bude přispívat k nárůstu spokojenosti a loajality zaměstnanců (Janišová, Křivánek, 2013).

Podle Kucharčíkové a Vodáka (2011) je možné systém podnikového vzdělávání chápat jako cyklický proces vycházející z politiky vzdělávání organizace, který má za úkol sledovat plnění cílů vzdělávací strategie.



Zdroj: (Vodák, Kucharčíková, 2011, str. 84)

**Obrázek 1 Proces firemního vzdělávání**

### 1.1.1 Analýza a identifikace vzdělávacích potřeb

Před tím, než bude objasněna problematika analýzy vzdělávacích potřeb, je důležité nejdříve definovat pojmy jako „potřeba“ a „vzdělávací potřeba.“

Potřebou se rozumí pociťovaný nadbytek či nedostatek, což je možné chápat jako situaci, která se vychyluje od životního optima dané osoby. Pocit potřeby lze odstranit pouze jejím uspokojením. Jedinec je tedy přirozeně nucen činit to, co jej k naplnění potřeby povede (Metodický portál RVP.CZ, 2009).

Na vzdělávací potřeby mají vliv především hodnoty, které jedinec zastává. Ty mohou být považovány za pohnutku, která osobu motivuje. Dle Průchy (2014) se vzdělávací potřeby v průběhu času mění.

Podle Kucharčíkové a Vodáka (2011) by se měla nejdříve provést identifikace potřeb vzdělávání, která bude zohledňovat tyto vydefinované faktory: vizi, poslání, filozofii, firemní kulturu, strategii řízení a rozvoje lidských zdrojů.

Pro efektivní sestavení analýzy vzdělávacích potřeb je klíčový neustálý sběr dat o dosažených znalostech, dovednostech i schopnostech zaměstnanců. Tyto informace budou použity dále k porovnání s potřebnou úrovní.

Výsledkem této analýzy je odhalená mezera ve výkonnosti pracovníka. Tato informace pomůže eliminovat odchylku mezi skutečnou a požadovanou úrovní, ale také bude možné vybrat správný vzdělávací program pro zaměstnance.

Janišová a Křivánek (2013) tvrdí, že prostřednictvím analýzy jsou zajišťovány údaje o jednotlivých rozvojových potřebách. Posouzení dovednost dává možnost zjistit, kde mají pracovníci nedostatky a jak tyto nedokonalosti odstranit. Efektivita

vzdělávání se sleduje především z důvodu následného poskytování vzdělání těm, kterým se prokazatelně navýšily jejich stávající znalosti.

### **1.1.2 Plánování firemního vzdělávání**

Z firemního pohledu je důležité shromažďovat informace, které souvisí s poskytováním jednotlivých vzdělávacích aktivit. Tato data se dále využijí k sestavení plánu těchto aktivit v organizaci (Janišová, Křivánek, 2013).

Vyhotovení identifikace a analýzy potřeb poskytne východisko, ze kterého bude vypracován vzdělávací plán. To zahrnuje přípravu osnov a podkladů, které naplňují vzdělávací a rozvojové požadavky.

Tvorbu plánu lze rozfázovat na následující tři etapy: přípravná, realizační a fáze zdokonalování.

Pro první přípravnou fázi je klíčové si stanovit hlavní a dílčí cíle, které pomohou měřit pokrok účastníků. Sledování jejich plnění pomůže při měření výsledků. Tato etapa by dále měla obsahovat specifikované potřeby a analýzu zaměstnanců, kteří budou docházet na kurz.

Další fází v pořadí je realizační. Pod tímto označením je možné si představit rozdělení vzdělávacího plánu do jednotlivých etap a zvolení úkolů a témat programu. V této etapě je klíčové stanovit, jak bude vzdělávací proces v organizaci probíhat.

Ve fázi zdokonalování dochází především ke kontrole a hodnocení etap, které byly stanoveny v druhé fázi. Na základě těchto výsledků vznikají návrhy ke zlepšení situace.

Co by měl obsahovat kvalitní plán vzdělávacího programu? Odpovědi na následující otázky (Kucharčíková, Vodák, 2011):

- Kde a kdy bude probíhat výuka?
- Jaké budou náklady?
- Jaká bude strategie vzdělávání a témata?
- Kdo bude mít možnost vzdělávání?
- Kdo bude vzdělávání zprostředkovávat?

### 1.1.3 Realizace vzdělávacího procesu

Dle Hroníka (2007) nezačíná samotná realizace vzdělávacích aktivit až v momentě, kdy začne probíhat výuka ve třídě či virtuálním prostředí, nýbrž již v předcházejícím období.

Ve fázi plánování je primární stanovit elementární kritéria, jako např. kdy, kde a jak bude probíhat výuka. Dále je třeba metodou odhadu vyčíslit náklady a stanovit, kdo bude výuku zprostředkovávat. Během této etapy je nutné vytvořit osnovy a podklady klíčové pro realizaci výuky.

Dle Hroníka má realizace vzdělávacího procesu celkem tři fáze:

#### 1) Příprava

Při přípravě je nutné definovat vzdělávací aktivity (dílčí detailní činnosti), zvolit lektora, oslovit účastníky a přichystat materiály a pomůcky potřebné k výuce.

#### 2) Vlastní realizace

Tato etapa začíná v momentě, kdy lektor či lektorka dorazí na místo konání vzdělávací akce.

V rámci zahájení výuky by měl lektor obeznámit účastníky s tím, jaký bude cíl kurzu a představit se. Samotné zahájení by lektor neměl uspěchat, je potřeba, aby vzbudil v kurzistech pocit respektu a uznání.

Lektor by sice měl postupovat podle stanoveného programu, ale zároveň disponovat značnou mírou flexibility, aby byl v případě potřeby schopen adaptovat tempo výuky potřebám a schopnostem účastníků. Také by měl mít na starost efektivitu a aktivitu v kurzu. Navíc je klíčové, aby lektor v rámci vlastní realizace byl schopen reagovat na nečekané situace, jako např. pasivní kurzista, rušivé elementy (to mohou být samotní účastníci kurzu) či heterogenita úrovně jazykových znalostí účastníků.

#### 3) Transfer

V této fázi probíhá plánování aktivit, které bude třeba uskutečnit bezprostředně po skončení kurzu či v návazném časovém období.

Mezi tyto činnosti může dle Hroníka (2007) patřit: vytvoření databanky know-how, archivace videodokumentace, ověření nabytých znalostí v praxi.

#### 1.1.4 Vyhodnocování výsledků vzdělávání

Ačkoliv je vyhodnocování výsledků na posledním místě v cyklu firemního vzdělávání, neznamená to, že jakkoliv ztrácí na důležitosti.

Evaluační firemní rozvojové aktivity přináší klíčovou zpětnou vazbu, která bude pro plánování vzdělávacích aktivit v příštích obdobích velice zásadní (Hroník, 2007).

Cílem hodnocení je především porovnat očekávání s dosaženými výsledky a zodpovědět otázku, zda byl naplněn účel vzdělávání pracovníků. Díky evaluaci je možno vytvořit analýzu silných a slabých stránek vzdělávacího programu. Dále umožňuje zjistit progres v jazykové úrovni zúčastněných.

Předmětem evaluace je celý vzdělávací program, nehodnotí se pouze jeho účastníci, ale také lektori, organizace, plán, používané materiály apod. Během evaluace vzdělávací akce je možné realizovat měření efektivity, a to andragogické či ekonomické.

Pod pojmem ekonomická efektivita se skrývá úvaha nad tím, zda byla konkrétní akce ekonomicky přínosná či ztrátová.

Bartoňková (2010) zmiňuje, že andragogická efektivita odpovídá na otázku, jestli byly veškeré předem definované vzdělávací potřeby naplněny. Metody měření efektivity můžeme dělit dvěma základními způsoby. Rozlišuje se hodnocení subjektivní či objektivní.

Při subjektivní evaluaci hodnotí kurz jeho účastníci. Mezi často používané metody patří například dotazník spokojenosti, ve kterém kurzisté zodpovídají otázky týkající se přínosů, spokojenosti, kvality lektora, průběhu kurzu, užitečnosti či používaných pomůcek. Další metodou je tzv. autofeedback, kdy účastník hodnotí sám sebe před a po kurzu. Zpětná vazba 360° je jednou z dalších subjektivních metod. Účastník nepoužívá jen čísla ze stanovené škály, aby sám sebe ohodnotil, ale také komentáře.

Objektivní metoda k posouzení efektivity vzdělávací akce spočívá v tom, že je vykonávána pozorovatelem. Do této oblasti můžeme řadit například: pozorování při práci, které provádí ve většině případů nadřízený pracovník; pretest a retest (testování před a po vzdělávací akci) a assessment centrum, kde hodnotí účastníka kurzu při praktické zkoušce 3 pozorovatelé. Ti posoudí, zda je kurzista schopen využít své nabyté dovednosti v praxi (Hroník, 2007).

## **1.2 Jazyková příprava**

Dalším tématem, kterému se je dán prostor v rámci teoretické části bakalářské práce, je jazyková příprava v business prostředí.

### **1.2.1 Výuka cizích jazyků**

V době, kdy se celý svět sjednocuje, je výuka cizích jazyků nezbytnou součástí vzdělávání. Neslouží jen k tomu, aby účastníci kurzů obohatili své jazykové znalosti, ale poznali i kulturu daného státu a dokázali se adaptovat na tamní zvyklosti.

Obchody expandují rapidním tempem a podniky proráží na mezinárodní trhy. Tato změna s sebou přináší potřebu multilingvismu, aby byla zajištěna interakce s klienty.

Pokud není efektivně zabezpečena komunikace se zákazníky, může docházet k opomíjení skutečné kvality produktu, neboť přístup podniku může být vykládán jako nedostatečně zákaznický orientovaný. Jakmile se hovoří s klienty jejich rodným jazykem, buduje se tím automaticky důvěra a ukazuje respekt.

### **1.2.2 Výhody jazykového vzdělávání ve firemním prostředí**

Skutečnost, že se pracovníci v organizaci učí cizí jazyky, otvírá podniku dveře do světa nových příležitostí, neboť se neučí používat jen cizí jazyk, ale čerpají i znalosti o kultuře daného státu, čímž se mohou vyhnout kulturnímu šoku, chybám v komunikaci a etiketě. Investovat do jazykového vzdělávání se vyplatí nejen z důvodu zkvalitnění mezilidských vztahů, ale také kvůli adaptaci obchodních strategií na globální trh (Foreign tongues, 2019).

Díky jazykovému vzdělávání získávají zaměstnanci i vyšší sebevědomí. Od bodu absolutní neznalosti zásad cizího jazyka se pracovník může dostat k možnosti plynulé interakce ve vícejazyčném prostředí. Jazykové vzdělání dodá pracovníkům odvahu vyjet do zahraničí a tam reprezentovat svoji organizaci.

Pokud podnik nabízí svým zaměstnancům v rámci portfolia benefitů možnost výuky cizích jazyků, jsou pak pracovníci ke své firmě více loajální a je větší pravděpodobnost, že v organizaci zůstanou delší dobu. Na organizaci bude nahlíženo lépe než na jiné, kde se tyto výsady neimplementují. Nabídka benefitu ve formě vzdělávání bude také přitahovat perspektivní pracovní sílu (Babbel for business, 2022).

### **1.2.3 Evoluce jazykového vzdělávání**

Janíková (2012) uvádí, že výuka cizích jazyků prochází konstantní evolucí. To závisí především na tom, jak se mění společnost a jaké jsou její možnosti či vývojové tendence.

Nerozšířenějším cizím jazykem na světě je v dnešní době bez pochyb ten anglický. Po mnoho staletí to byla ale latina, která dominovala v sektorech jako je náboženství, školství ale i obchod. Latinský jazyk se pomalu vytrácel a používal se jen příležitostně. Lidé začali považovat svůj rodný jazyk za podstatnější. Nicméně výuka latinského jazyka tvořila základ pro metodiku vyučování dalších řečí.

Lekce latiny vypadaly tak, že se převážně překládaly lektorem napsané věty, které pak studenti nahlas přečetli. Tím byl velmi potlačován a omezován rozvoj řečových dovedností. Jedná se o gramaticko-překládovou metodu, která byla ještě v 19. století uznávána (Malušková, 2012).

To je v dnešní době již nemyslitelné. Naštěstí se v průběhu dalších let vyvíjely nové metody a nyní máme široké spektrum kurzů zaměřených na prohlubování různých dovedností, ze kterých si může účastník vybrat.

### **1.2.4 Formy a typy kurzů**

Co se týče forem výuky rozdělujeme je na čtyři základní druhy: prezenční, online, hybridní a blended learning.

Prezenční výuka probíhá osobně. Tato forma je zpravidla méně flexibilní než vyučování v online prostředí. Je zde totiž stanovený nejen přesný čas, ale také kdy bude lekce probíhat, ale také místo konání kurzu.

Online výuka je ve své podstatě jakákoli lekce probíhající v online prostředí, do kterého se může dostat zaměstnanec skrze svůj počítač, notebook, tablet či smartphone. Můžeme ji nazývat internetovou výukou (Elucidat, 2022).

U hybridní výuky, jak už samotný název napovídá, se bude jednat o kombinaci dvou výše uvedených forem. To znamená, že lektor je fyzicky přítomen ve třídě, stejně tak i někteří účastníci kurzu. Zbylá část je připojená přes komunikační aplikaci jako je např. Zoom, MS Teams, Google meet atp. To je možné hlavně díky technologickým nástrojům jako je počítač / laptop, interaktivní tabule a bezdrátový mikrofon, aby se mohl lektor volně a neomezeně pohybovat po učebně (Ve škole, 2020).

Blended learning zahrnuje prezenční výuku, která je obohacena o digitální učební materiály a aktivity. Tyto prostředky ale neslouží k nahrazení osobního setkání ve výuce. Jsou spíše určeny k doplnění prezenční výuky a jsou poskytovány na základě obsahu, o kterém se diskutuje ve třídě (TEMPLE UNIVERSITY, 2022). Jazykové kurzy můžeme také dělit podle počtu osob zapsaných v lekci na individuální a skupinové.

Potenciální účastníci jazykových kurzů se nezajímají jen o to, jak početná bude jejich skupina, ale explicitně o zaměření a obsah kurzu. Někteří potřebují nastartovat progres ve své jazykové úrovni. Další se zaměřují jen na aktivní konverzaci a odbourání studu a strachu. Mnozí si chtějí pouze udržet svojí jazykovou vybavenost a nemají zájem o další rozvoj. V neposlední řadě jsou tu tací, kteří mají specifické požadavky a očekávání. Všechna tato kritéria by si měl každý stanovit před tím, než se přihlásí na jazykový kurz.

### **1.3 Digitalizace ve vzdělávání**

Digitalizované vzdělávání je pokrokovou cestou, která využívá digitální nástroje a technologie při vyučování a učení (The University of Edinburgh, 2018).

Vlastnit alespoň jednu z uvedených technologií, např. počítač, notebook, internet, chytrý telefon atp., je klíčové pro využívání digitalizovaných vzdělávacích nástrojů. Tyto prostředky umožňují digitální výuku všem studentům bez ohledu na věk.

Lze je také definovat jako digitální učební pomůcky. Mohou mít formu programu, aplikace nebo elektronického zařízení. Všechny tyto prostředky mají stejný význam. Studentovi pomáhají ve vzdělávacím procesu za pomoci vizualizace, manipulace a experimentu. Jakmile jej student / účastník kurzu pravidelně využívá, je možné očekávat posun vpřed z hlediska jeho digitálních kompetencí (Edu.cz, 2022).

#### **1.3.1 Výhody / nevýhody digitalizované výuky**

Každá učební metoda má své výhody i nevýhody. Dekódování a porozumění těmto metodám pomáhá organizacím vytvářet efektivní vzdělávání.

Online vzdělávání umožňuje lektorům snadnou cestou poskytovat studentům učební materiály, ať už jsou ve formě PDF, podcastů, videí apod. Tímto způsobem rozšiřují lektori portfolio výukových nástrojů a vzdělávací plán.



Dalším pozitivním faktorem je přístupnost z hlediska místa a času. Účastníci kurzů se mohou připojit k lekci z místa dle vlastního výběru. Navíc mohou studenti využívat výukové materiály kdykoli potřebují.

Online kurzy bývají méně finančně náročné než kurzy prezenční. Cena není snížena pouze o nájem třídy, který si účtuje škola navíc, ale také účastníci kurzů ušetří za náklady na dopravu.

Díky online výuce se šetří nejen finanční prostředky ale také životní prostředí. Zpřístupněné online materiály nemusí být tištěny. To znamená, že nespotřebujeme zbytečně velké množství papíru.

V neposlední řadě přispívají online lekce k aktivní docházce jednotlivých účastníků. Vzhledem k tomu, že k výuce se může připojit student odkudkoli, snižuje se šance na vynechání lekce.

První nevýhodou může být snížená pozornost. Pro lektora i studenty bývá obtížné se dívat do obrazovky po delší dobu. Světlo, které vydává počítač / chytrý telefon je pro oči závadné. Navíc si může účastník kurzu při sezení pokazit držení těla.

Pro studium v online prostředí je klíčové kvalitní připojení k internetu. K narušení výuky může dojít snadno, jakmile má jakákoliv zainteresovaná osoba slabý signál, ať už se jedná o lektora či studenta.

Osobní interakce mezi lektorem a účastníkem kurzu jsou minimální. Obě strany se tak mohou cítit při výuce izolovány (ELearning Industry, 2020).

### **1.3.2 Trendy v digitalizované výuce**

Gamifikace a tzv. game-based learning jsou velmi atraktivními způsoby vzdělávání. Tyto formy výuky se využívají nejen ve školství, ale také v korporátech jsou hry prostředkem k získávání znalostí a dovedností. Při výuce hrou je hlavním cílem aktivně zapojit studenta. Hraní her pomáhá k vyvolání touhy po experimentování a pocitu soutěživosti, který pak vede k pozitivním výsledkům.

Pojmy jako jsou gamifikace a game-based learning je nutné rozlišit, protože bývají často zaměňovány. Gamifikace přidává do tradiční výuky hrací elementy. Výborným příkladem je velmi známá aplikace Duolingo, která se snaží udělat výuku zábavnější a motivovat studenty k lepšímu výkonu (Schumer, 2020). Game-based learning je doslova hraní vzdělávací hry.

Dalším digitálním studijním prostředkem jsou audiovizuální média. V dnešní době je již zcela běžné, že lektori / učitelé při hodinách pouští videa na YouTube,

TedTalks či ukázky z filmů. To prospívá k získání pozornosti ze strany studentů či účastníků kurzu. Mimo audiovizuálních médií je možné využívat i e-books, které si každý může číst pomocí svého chytrého zařízení.

E-learning je poměrně nový pojem. K jeho vzniku jsou zapotřebí informační a komunikační technologie, díky kterým je možné takový vzdělávací proces vytvořit. Po jeho zhotovení slouží k přenosu výukového obsahu studentům (Klement, Dostál, 2018).

Dalším trendem ve vzdělávání je tzv. remote learning. Díky této možnosti mají studenti nahrané výukové materiály či dokonce lekce v online prostředí. Mohou se tedy k informacím kdykoliv a odkudkoli vrátit (Amberscript, 2022).

Lidé často slyší o virtuální realitě (dále jen VR), ale není už tak známé, že se tato technologie využívá i při vzdělávání. VR 360 je typem této technologie, se kterým se nejčastěji setkáme ve vzdělávání. U tohoto druhu VR jsou nejprve speciálními prostředky zachycena místa z reálného prostředí. Tyto záběry jsou pak ve studiu transformovány do obsahu VR. VR může být prostředkem, jak zlepšit výsledky ve vzdělávání. Touto formou zůstane účastníkům kurzů či studentům zážitek, díky kterému si snadno zapamatují předávané informace. Virtuální prožitek dále napomáhá k zapojení a k inspiraci studentů velmi silnou a unikátní formou (Immersion VR, 2022).

## 2 Empirická část

### 2.1 Strategický plán jazykového vzdělávání ve ŠKODA AUTO a. s.

Z firemního pohledu je jazykové vzdělávání v době postupné globalizace, kdy se ŠKODA AUTO a. s. (dále jen ŠA) začala etablovat na zahraniční trh, velmi klíčové. Jazyková vybavenost pomůže navýšit konkurenceschopnost firmy. Zaměstnanci, kteří mají skvělé jazykové dovednosti mohou reprezentovat organizaci v zahraničí, sjednat obchody a tím generovat zisky. ŠA je známá tím, že vysílá své pracovníky do zahraničních dceřiných závodů, a to explicitně do Indie, Číny, Ruska a Německa. Díky tomu probíhá přenos informací a zkušeností mezi zaměstnanci v rámci koncernu. Jazykové kurzy dále umožňují zaměstnancům se připravit na zahraniční projekty či napomáhají ke sjednocení kvalifikací – např. Čech, který bude chtít pracovat v Audi musí být stejně kvalifikovaný jako Němec. To bude platit i v opačném případě.

V roce 1997 se začala tvořit v ŠA jazyková koncepce. Během následujících 25 let se došlo k zásadním změnám. Zprvu se data zpracovávala jen ručně. Nesledovaly se náklady, docházka a ani se netestovaly jazykové dovednosti. To znamená, že se nemonitoroval ani jejich pokrok. V roce 2002 došlo k elektronizaci dat. Tehdy se až začala kontrolovat finanční efektivita i posun v jazykové úrovni. Začalo se pozorovat čerpání nákladů a poměr cena / výkon pomocí zavedeného testování a sledování docházky. Zaměstnanci jsou povinni dodržet minimální účast a ta je stanovena na 60 %. Nemonitoruje se pouze v případě doplňkových kurzů. Za poslední čtvrt století se viditelně rozšířilo portfolio jazykové přípravy. Definovaly se nové typy kurzů, začalo se více cílit na potřeby pracovníků a vznikaly požadavky na rozšiřování nabídky.

Zaměstnanci mohou mít různé vzdělávací potřeby. Někteří potřebují kontinuální rozvoj, další zase touží po oživení a jiní po udržení stávajících znalostí. Oddělení SEA/1 - Jazyková příprava se z toho důvodu snaží nabízet co nejširší škálu jazykových produktů. Jednou z výhod nabídky jazykových kurzů je možnost složení výukového plánu a od roku 2019 výběr mezi prezenční a online formou výuky, kdy se do katalogu díky celosvětové pandemii začaly implementovat online kurzy. Cílem poskytování možnosti jazykového vzdělávání je co největší efektivita, hospodárnost a přínos z hlediska jazykových dovedností.

## **2.2 Nabídka a formy jazykových kurzů ve ŠKODA AUTO a. s.**

Oddělení jazykové přípravy zajišťuje téměř všechny jazykové kurzy online či prezenční formou v různých intenzitách výuky. V nabídce můžeme také nalézt kurz, který je poskytován ve formě blended learning.

Mezi nejčastěji poptávané jazyky výuky patří angličtina, němčina, ruština, španělština a čeština pro cizince.

Možnost jazykového vzdělávání je službou hrazenou převážně pro kmenové zaměstnance.

Současnou nabídku jazykového vzdělávání v ŠA představují: standardní, nadstandardní, crash, akcelerační a odborné kurzy, dále je pak výuka nabízena tzv. Callanovou metodou a metodikou ZZ a XX.

### **2.2.1 Standardní kurzy**

Cílem standardních jazykových kurzů je kontinuální rozvoj všech jazykových dovedností. Mezi tyto dovednosti řadíme produktivní dovednosti – mluvený a psaný projev a receptivní dovednosti – těmi se rozumí poslech a čtení s porozuměním. Standardní kurzy jsou realizovány ve velkých nebo malých skupinách, je možná i individuální výuka. Velká skupina představuje 7-11 účastníků, malá skupina 4-6 osob.

Tyto kurzy se uskutečňují v rozsahu 4 výukových hodin za týden (dále jen VH). To v přepočtu představuje 160 VH za rok. U individuálních kurzů se výuka koná zpravidla po 2 VH týdně (80 VH za rok). Výuka probíhá od ledna do listopadu. Firmou podporovaná délka studia v takovém typu kurzu je maximálně 6 let.

K zařazení do kurzu je nutné absolvovat vstupní test. Dle dosažené jazykové úrovně je zaměstnanec zařazen do vhodného kurzu. Během probíhající výuky účastníci kurzů absolvují dále pololetní psaný test a závěrečný jazykový audit, který se skládá z ústního zkoušení a online testu.

Testování poskytuje průběžnou zpětnou vazbu na pokrok ve sledovaných jazykových dovednostech.

### **2.2.2 Nadstandardní kurzy**

Tento typ kurzu je určen výhradně pro zaměstnance, kteří se zapracovávají na nové pracovní pozici, podílejí se na realizaci koncernového projektu či se připravují na

zahraniční pobyt. Cílem nadstandardních kurzů je prohloubení současných znalostí, rozvoj komunikačních dovedností a odborné slovní zásoby.

Nadstandardní kurzy probíhají ve stejném formátu jako standardní, buď ve skupinách či v podobě individuální výuky.

Pokud se jedná o skupinovou výuku je klíčové, aby byli všichni účastníci ze stejného útvaru. Dále je nutné, aby dosáhli stejné vstupní jazykové úrovně a měli stejné specifické potřeby.

Na základě analýzy potřeb, která je sestavena před zahájením kurzu, je vytvořen obsah celého kurzu, aby reflektoval na konkrétní požadavky a potřeby skupiny.

### **2.2.3 Crash kurzy**

Tento typ kurzu je vhodný pro zaměstnance, kteří se potřebují naléhavě zapracovat na novou agendu či pro nové nástupy. Jsou poskytovány v individuální formě, a to online i prezenčně. Crash kurz je určen pro účastníky s úrovní od B1 do C1 a nenahrazuje standardní kurzy. Vzhledem k nižší hodinové dotaci (40 VH / dva měsíce) není očekáván posun na vyšší úroveň.

Obsah kurzu se tvoří na základě aktuální potřeby uchazeče, která vychází z jeho pracovní náplně. Také je určen pro opakování, udržování či opětovnou aktivizaci jazykových kompetencí. Tato potřeba může vzniknout po delší časové odmlce ve výuce či používání cizího jazyka.

### **2.2.4 Akcelerační kurzy**

Jak už název napovídá, akcelerační kurzy jsou určeny pro ty zaměstnance, kteří se potřebují zdokonalit v cizím jazyce za krátký časový úsek.

Důvody mohou být různé. Někteří pracovníci vyjíždí na dlouhodobý pracovní pobyt v zahraničí a jiní se podílejí na mezinárodních projektech. Do cílové skupiny spadá i management společnosti a zahraniční pracovníci.

U akceleračních kurzů je cílem upevnění / zopakování gramatických znalostí a to, aby se účastník kurzu rozmluvil. Díky tomuto typu kurzu je zaměstnanec schopen odbourat komunikační bariéry v každodenních i profesních situacích. Účastník si také rozšíří slovní zásobu.

Tyto kurzy je možné absolvovat v prezenční i online formě a jsou určeny pro všechny jazykové úrovně. Časová dotace kurzu je stanovena na 80 VH, které je nutné vyčerpat během šesti měsíců.

### **2.2.5 Odborné kurzy**

Odborně jazykové kurzy jsou tematicky zaměřené a jejich cílem je prohloubení specifické odborné slovní zásoby, nácvik praktických dovedností, vysvětlení odborné terminologie a zapojení prvků soft skills v určité odborné oblasti.

Během kurzu si každý účastník osvojí běžné výrazy z daného oboru. Po ukončení kurzu bude schopen každý zaměstnanec tyto výrazy automaticky používat v každodenní komunikaci.

Tento typ kurzu je realizován momentálně ve formě online a výuka probíhá ve skupinách.

### **2.2.6 Callanova metoda**

Callanova metoda je velmi specifickou metodou výuky anglického jazyka. Cílem tohoto kurzu je rozvoj základních komunikačních dovedností a gramatických jevů díky pevně stanovené metodice, která je založena na aktivním použití jazyka formou otázky a odpovědi.

Za jednu hodinu se odpoví až na 200 otázek. Ty jsou systematicky propracované a odpovědi jsou na každou z nich přesně definované.

Při výuce se explicitně opravuje výslovnost, rychlost mluveného slova a je kladen důraz na schopnost reagovat okamžitě na otázku. Slovní zásoba a gramatika je vštěpována účastníkům mluvenou formou.

K tomu, aby účastníci zlepšili svou jazykovou úroveň, je klíčové co nejvyšší procento splněné docházky.

Lekce je specifická tím, že lektor mluví velmi rychle, stejně jako rodilý mluvčí, a vysloví každou otázku dvakrát. Také navádí studenty k určité formě odpovědi.

Pokud ji účastník zodpoví špatně, lektor ihned zaměstnance opraví.

Každá lekce probíhá 50 minut a opakuje se dvakrát týdně. Vyučovací hodina je založená explicitně na opakování, kdy lekce je z 80 % opakování a z 20 % nová látka, proto je aktivní docházka zásadní.

### **2.2.7 Výuka po telefonu ZZ**

Dalším kurzem v nabídce je výuka po telefonu ZZ. Pro tento český produkt je typické, že samotná výuka probíhá primárně po telefonu.

Po telefonátu obdrží každý účastník formou SMS či emailem slovní zásobu od lektora na dané téma se zpětnou vazbou. V aplikaci jsou zpřístupněné

každodenní testy a na konci týdne každý účastník dostane tzv. gramatickou kartu pro zopakování nebo naučení se nové gramatiky.

Tento kurz se soustředí především na rozvoj komunikačních dovedností anglického a německého jazyka. Hlavním cílem je rozšíření / udržení komunikačních dovedností. Při hovoru si každý procvičí slovní zásobu, výslovnost, gramatiku a poslechové dovednosti.

ZZ můžeme považovat za intenzivní doplňkovou formu studia. Každý pracovní den zavolá účastníkovi kurzu lektor, český či rodilí mluvčí, a bude si s ním hovořit na určité téma po dobu 5 až 7 minut.

Téma hovoru není předem známé. Není tedy možné se na něj připravit. To znamená, že díky tomuto kurzu mohou zaměstnanci ŠA posilovat své sebevědomí a zbavit se tak strachu či studu v komunikaci v cizím jazyce, konkrétně v anglickém a německém.

Tento produkt je ideální pro pracovníky, kteří jsou časově vytížení a nemohou dodržovat docházku ve standardních jazykových kurzech. V takových kurzech je totiž nutné splnit alespoň minimální procento docházky a to je 60 %. Na tento kurz se mohou přihlásit i ti, kteří přesáhli maximální povolenou délku studia.

### **2.2.8 Blended learning – XX**

XX je časově flexibilní, doplňková forma studia, jejímž cílem je posilování komunikačních dovedností. Jedná se o formu blended learning, jehož význam je jinak vnímán ve ŠA, než jak uvádějí odborníci.

Jazyková příprava považuje XX za formu blended learningu, jelikož student dochází do výuky, ačkoli v online prostředí, tak i používá digitální nástroje, které produkt nabízí.

Cílem tohoto kurzu totiž není kontinuální rozvoj ani posun k cílové úrovni, ale upevňování / posilování komunikačních dovedností.

Tento produkt nabízí pracovníkům firmy výuku anglického či německého jazyka. XX je primárně určen pro středně pokročilé až velmi pokročilé úrovně a je vhodný pro ty zaměstnance, kteří nemohou dodržovat minimální sledované procento docházky u standardních kurzů z důvodu pracovní vytíženosti či již přesáhli délku studia stanovenou na 6 let.

Díky zakoupení této licence je možné procvičovat jazykové dovednosti, mezi které lze zahrnout poslech, čtení, psaní, gramatiku, slovní zásobu a výslovnost

v digitálním prostředí. Dále je možné si tvořit vlastní slovník, pracovat s poslechy i videi na aktuální témata, nahrávat vlastní hlas s následným ověřením správnosti a navštěvovat online výuku s rodilým mluvčím (maximálně 4x za měsíc). Velkým benefitem je zmiňovaná časová flexibilita a studium podle vlastního tempa.

### **2.3 Jazykové balíčky od jazykové školy XY**

Jazykový kurz v podobě balíčků je typem samostudia, které je ale kontrolováno a vedeno lektorem. Jedná se o tzv. korespondenční formu výuky. Ta poskytuje uživateli zpětnou vazbu v psané podobě či pomocí nahrávek, snaží se účastníka motivovat, podává návrhy ke zlepšení a povzbuzuje studenta.

Balíčky jsou tvořeny pro všechny jazykové úrovně od A1.1 po C2.1. Před zahájením kurzu si s potenciálním studentem zavolá lektor, který povede počáteční pohovor sloužící ke zjištění jazykové úrovně.

Korespondenční je výuka nazývána, jelikož každý týden obdrží student mailovou zprávou balíček k procvičení, který je plný materiálů ke zpracování. Ihned, jakmile účastník kurzu balíček otevře, může si přečíst seznámení s cílem lekce, dále následuje gramatika, výslovnost, čtení, slovní zásoba, poslech, psaní, dobrovolné cvičení a na konci nalezne shrnutí a zpětnou vazbu. Touto cestou si může účastník procvičit všechny jazykové kompetence. V rámci aplikace je dokonce zpřístupněna možnost nahrávat svoje odpovědi prostřednictvím mikrofону.

Tato forma studia je ideální pro ty, kteří jsou například pracovně vytiženi a potřebují se vzdělávat dle vlastního tempa a nemají čas na to docházet do prezenční výuky. Jediným limitem časového balíčku je termín odevzdání. Účastník kurzu musí vyplnit materiály během sedmi dní. Nicméně si student sám zvolí den v týdnu, kdy si nechá zaslat do emailové schránky balíček. Při vypracování se jeho obsah automaticky ukládá a není potřeba, aby byl celý vyplněn najednou. Poskytuje se uživateli tedy možnost rozplánovat si cvičení během celého týdne.

#### **2.3.1 Pilot jazykových balíčků ve ŠKODA AUTO a. s.**

Autorka práce s pomocí jazykové školy XY řídila měsíční pilot, který měl vést ke zjištění benefitů i nedostatků tohoto produktu. Zúčastnili se jej dohromady 4 účastníci včetně autorky bakalářské práce. Po ukončení pilotu sestavila autorka soubor otázek a ptala se na ně zúčastněných.



Dle autorky jsou jazykové balíčky povedené. Existují zde ale nedostatky, které je zapotřebí eliminovat.

Vstupní pohovor probíhal bez problémů. Zástupkyně z jazykové školy, která ústní rozhovor vedla, měla velmi sympatický přístup a ochotu zodpovědět veškeré dotazy. Autorce byla chybně přiřazena jazyková úroveň, což se muselo dále řešit s jazykovou školou. Veškeré informace o obsahu a cílech balíčků byly srozumitelné. Co se týče technické stránky je potřeba zafixovat zejména textové pole, do kterého se píše odpovědi, aby po jejich vyplnění nepřekrývaly zbylý text ve cvičení. Dále by měla mít poslechová cvičení více funkcí. Velkým nedostatkem je, že není možné přehrát nahrávku jinak než od začátku. Týden na zpracování je dle autorky vyhovující. Zásadním benefitem tohoto produktu je jeho flexibilita. Student může vyplnit soubor cvičení, kdy uzná za vhodné a vše se automaticky ukládá. Obsahově byly balíčky zajímavé. Autorce práce se nejvíce líbila volba témat. Zpětná vazba byla ze strany lektora dostatečná. Byla podávána buď v psané podobě či v hlasové nahrávce. Tento produkt by obohatil portfolio jazykové přípravy. Jedná se o ideální doplňkovou formu studia, kde si každý může procvičit všechny kompetence. Tato forma je vhodná především pro ty, kteří nemají dostatek času chodit pravidelně do výuky nebo se do ní připojovat. To shledává autorka práce jako největší přednost.

Autorka vydefinovala 13 klíčových otázek, na které se ptala dále zúčastněných měsíčního pilotu. Veškeré odpovědi jsou uvedeny bez jazykových korekcí:

1. Jak byste zhodnotil/a průběh vstupního ústního pohovoru?

*„Pohovor byl velice příjemný. Možná bych preferovala formu telefonického hovoru, ale ani přes MS Teams mi to nijak nevadilo. Rozhovor byl příjemný a paní byla moc hodná.“*

*„Dle mého názoru byl velmi stručně provedený. Během pohovoru bych ocenila podání základních informací o kurzu a také sdělení výsledné jazykové úrovně. Otázky během pohovoru by měly být sjednocené v rámci všech druhů jazyků.“*

*„Za mě asi v pořádku. Téma bylo poměrně lehké, vystačila jsem si se základní slovní zásobou. (nebyla potřeba používat žádné odborné termíny)“*

2. Jak dobře si myslíte, že jste byl/a zařazen/a do jazykové úrovně? Bylo potřeba tuto otázku s jazykovou školou řešit?

*„Svou jazykovou úroveň jsem musela rozklíčovat. Nebylo to ze začátku moc jasné. Ale s jazykovou úrovní jsem byla spokojená a podle mě to bylo v pořádku.“*

*„Nedovolila jsem si zpochybňovat přiřazenou úroveň jazykovou školou až následně při vyplňování balíčků jsem zjistila, že některé úkoly byly až moc jednoduché, nijak jsem to s jazykovou školou nekonzultovala, nevěděla jsem, že je možné úroveň změnit.“*

*„Nejsem si jistá, že jsem byla zařazena do správné úrovně. Možná byla úroveň špatně odhadnuta kvůli mé trémě při pohovoru.“*

3. Jak byste ohodnotil/a komunikaci ze strany jazykové školy z hledisek věcného i lidského přístupu?

*„Komunikace probíhala v pořádku. Možná by bylo dobré na začátku uvést, že musíme vždy vpisovat stejné jméno, aby se nám to ukládalo. Předpokládala jsem, že je to podle kódu. Pokud byl nějaký problém, tak jsme ho ale rychle vyřešili a celkově byla paní moc příjemná.“*

*„Z hlediska věcného bych určitě ocenila větší informovanost ať už o rozsahu výukových balíčků nebo o celém průběhu výuky (např. možnost změny úrovně). Co se týče lidského přístupu nemám žádnou negativní zkušenost.“*

*„Možná by bylo lepší na začátek vyjasnit všechny funkcionality. Přístup byl lidský.“*

4. Jak srozumitelné pro Vás byly informace týkající se cíle a obsahu jazykových balíčků?

*„Informace byly zvláštní. Bylo toho hodně. Někdy jsem ani nevěděla, co se po mě chce. Např. jsem měla na jedné stránce článek a koukala na něj dlouho, co mám do toho článku vyplnit a až po třeba 10 minutách jsem zjistila, že odpovědi jsou na druhé straně. Zmatené.“*

*„Poskytnuté informace byly srozumitelné, ale jak už jsem zmínila výše určitě bych rozšířila množství poskytovaných informací.“*

*„Asi srozumitelné.“*

5. Jak dobře fungovaly balíčky po technické stránce (videa, poslechy, odkazy apod.) – Napište případné potíže.

*„Po technické stránce fungovaly dobře. Jediné co, tak jsem na začátku vyplnila dvakrát jiné jméno, takže se mi vyplněná cvičení nenačetla a dělala jsem vše znovu. To mi přišlo jako důležitá informace, která nebyla na začátku řečena.“*

*„Nenarazila jsem na žádné technické problémy s videy, poslechy nebo odkazy. Jediné co, tak bych doporučila zvětšit okna pro vkládání textu, vytyčila prostor pro vkládání hlasových nahrávek, a otázky k textu bych umístila ne jednu stranu spolu s textem ke čtení.“*

*„Přes PC vše fungovalo, ale původně měli poslechy a nahrávání fungovat i přes mobilní telefon – nebylo tomu tak.“*

6. Jak vyhovovaly termíny pro odevzdání – dostatek času, málo času?

*„Času bylo opravdu málo. Cvičeních bylo opravdu hodně a vůbec jsem nestíhala. Nejvíce času mi trvalo, než jsem vůbec pochopila, co se po mně v zadání chce.“*

*„Jazykové balíčky byly z mého pohledu celkem časově náročné (více než jsem očekávala), každopádně je dobré, že si uživatel může sám rozvrhnout, kdy balíček bude vyplňovat a není nijak limitován.“*

*„Spíše málo času. Bylo to poměrně neflexibilní. Balíčky na sebe stejně nenavazovali. Takže bych možná uvítala flexibilnější deadliny. (například odevzdat vše až na konci měsíce)“*

7. Jak dobře byly balíčky obsahově zajímavé a vyvážené? (nadmíra/nedostatek poslechu, čtení atd.)

*„Vyvážené to bylo. Ovšem některé věci mi přišly zvláštní. Obsahově to bylo velmi neformální. Neumím si představit, že by se mi ta slovíčka hodily do pracovní angličtiny. Některá témata mě vyloženě nebavila – např. peníze.“*

*„Obsahově byly balíčky velmi zajímavé, témata byla pro mě známá a lehce zpracovatelná, což bylo způsobeno přiřazenou jazykovou úrovní. Z balíčků bych ubrala cvičení na čtení, protože jsou velmi náročná na koncentraci, ale to záleží na preferencích každého uživatele.“*

*„Možná bych uvítala zajímavější témata. Ale určitě záleží právě na jazykové úrovni jedince. Byly vcelku vyvážené, co se metod týče.“*

8. Jak hodně nebo málo byla zpětná vazba na vyplněné balíčky od lektora dostatečná?

*„Zpětná vazba byla super. Dostali jsme pochvalu, ale zároveň nám byly ukázány chyby. Horší je, že ta zpětná vazba přijde až po jednom týdnu. To už jsem dávno zapoměla, co jsem tam vyplnila a ani se na to pořádně nepodívám. Lepší by bylo, kdyby to bylo hned.“*

*„Forma zpětné vazby mi velmi vyhovovala, závěrečné slovní hodnocení na konci balíčků bylo velmi osobní a konkrétní. Co nebylo řečeno v závěrečném hodnocení bylo doplněno u každých cvičení v balíčku.“*

*„Asi dostatečná.“*

9. Uvítal/a byste jazykové balíčky v nabídce jazykové přípravy? Proč ano / Proč ne?

*„Po pravdě bych se na to asi nepřihlásila. Na mě toho bylo hodně a s prací jsem to moc nestíhala. Do toho mám ještě pravidelné volání od ZZ, kde také vyplňuji každý den testy. Vadila mi nepřehlednost. Moc se mi ani nelíbilo nahrávání hlasových zpráv. Navíc, co bych vytkla, tak přehrávání nahrávek. Když jsem nestihla například jen jedno slovíčko, tak jsem si to kvůli tomu musela přehrát celé znovu – i třeba 3 minuty.“*

*„Uvítala bych tuto formu výuky jako doplňující přípravu k nějaké osobní výuce s lektorem. Samostatně bych tuto jazykovou přípravu nevolila, není dle mého názoru dostatečná.“*

*„Možná jako formu udržení si jazykové úrovně.“*

10. Shledáváte tento produkt jako vhodnou doplňkovou formu studia? Proč ano / Proč ne?

*„Doplňkovou určitě ne. Spíš jako hlavní formu studia pro někoho, kdo se tomu chce věnovat po večerech a potřebuje rozšířit slovní zásobu. Na to je to opravdu dobré. Ale jelikož gramatika není opravená hned, tak mi to ani moc nedalo.“*

*„Jak jsem již zmínila výše, určitě bych tuto formu studia volila jako doplňkovou. V těchto balíčcích je možné procvičit veškerou gramatiku, slovní zásobu i výslovnost. V podstatě se do balíčků vešly všechny možnosti, jak jazyk procvičit.“*

*„Ano, jako doplňkovou formu pro udržení znalostí, nikoli jako samostatnou výukovou techniku.“*

11. Jak moc si myslíte, že v případě využívání produktu po delší dobu, by došlo k rozvoji Vašich jazykových dovedností nebo jejich udržení?

*„Asi moc ne. Nestíhala jsem a ty cvičení mi moc nedala.“*

*„Určitě záleží na přiřazené jazykové úrovni a následně na přiřazených tématech, v mém případě jsem měla balíčky zaměřené na každodenní témata (barvy, cestování, jména) a nebyla možnost se rozvíjet v ostatních oblastech. Při využití těchto jazykových balíčků, jako doplněk k nějaké hlavní formě výuky, by dle mého názoru došlo k rozvoji jazykových dovedností.“*

*„Nemyslím si, že by došlo k rozvoji, spíše k udržení.“*

12. Co se Vám na tomto produktu nejvíce líbilo?

*„Lektorka byla opravdu milá a líbilo se mi, že se opravdu individuálně věnovala každému a opravila mi vše, co mohla.“*

*„Líbil se mi osobní a individuální přístup lektorky z jazykové školy, všestrannost a obsáhlost cvičení v jazykových balíčcích a také volitelné části jako možnost získat více informací a dále procvičovat. Za mě je také fajn, že se uživatel může vracet do předchozích balíčků a zopakovat si cvičení.“*

*„Hezká grafika, jednoduché a jasné ovládání.“*

13. Máte návrhy na další zlepšení? Jaké?

*„Snížila bych počet stran a zjednodušila ta cvičení. Klidně bych to udělala, že se mi každý den bude objevovat jedno cvičení. Nejlepší mi to přijde na slovíčka, a ještě tak poslech, když se bude možné jej přetáčet. Klidně bych přidala nějaké videa, ústřižky z filmů a seriálů, ať to trochu zaujme. A rozhodně bych uvítala témata víc na business english, nebo alespoň, ať si můžeme vybrat.“*

*„Myslím, že jsem sdělila veškeré návrhy na zlepšení již v předchozích otázkách.“*

*„Lepší výběr témat. Zlepšit funkcionalitu všech ovládacích prvků – aby vše fungovalo i z mobilního telefonu a například i videa možnost přetočení.“*

Po získání veškerých odpovědí, které respondentky zaslaly, se uskutečnila schůzka, kde autorka práce a zástupkyně jazykové školy vše vyhodnotily.

Shodly se, že by bylo zapotřebí lépe komunikovat obsah a cíl balíčků. Z výše sepsaných odpovědí je zřejmé, že některé respondentky dostatečně nepochopily, jak bude kurz probíhat. Na schůzce bylo dohodnuto, že zástupkyně z jazykové školy sestaví průvodní dopis ke kurzu tak, aby v něm bylo jasně akcentováno, pro jakou skupinu zaměstnanců je kurz vhodný.

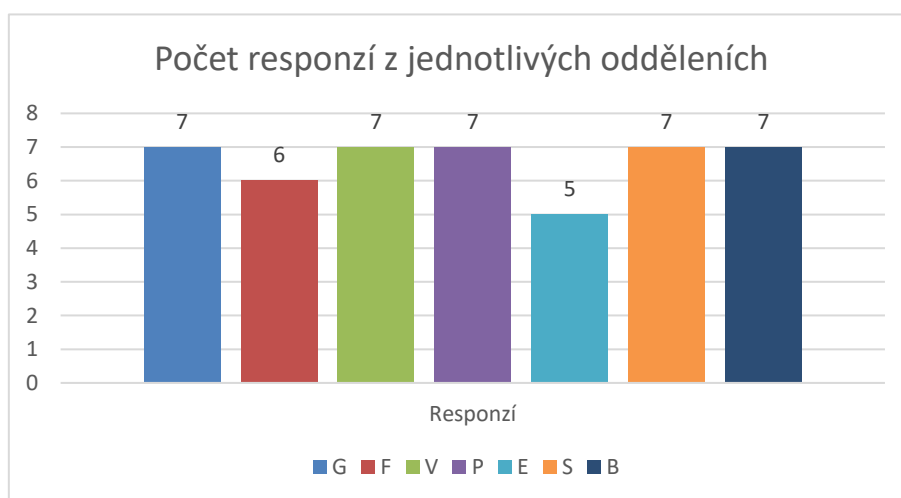
Dále se prodiskutovalo, jakým způsobem přiřazovat účastníkům kurzu jazykovou úroveň. Projevilo se, že některé účastnice pilotu nebyly spokojené s výslednou dosaženou jazykovou úrovní. Autorka práce je toho názoru, že by se měly zaměstnancům rozesílat balíčky o půl úroveň vyšší, než jaké dosáhli při rozřazovacím pohovoru. Poté by měl mít tento produkt rozvojový charakter. Informace o možnosti změny jazykové úrovně by měla být také obsahem průvodního dopisu ke kurzu.

Veškeré technické nastalé problémy si jazyková škola zaznamenala a budou v brzké době opraveny.

## 2.4 Průzkum spokojenosti s jednotlivými formami vzdělávání

Cílem interního průzkumu bylo zjistit preference jednotlivých forem výuky zaměstnanců ŠA. Na základě analýzy výsledků a nabídky externího trhu dále nabídnout nová řešení k rozšíření nabídky oddělení Jazykové přípravy o digitalizované produkty.

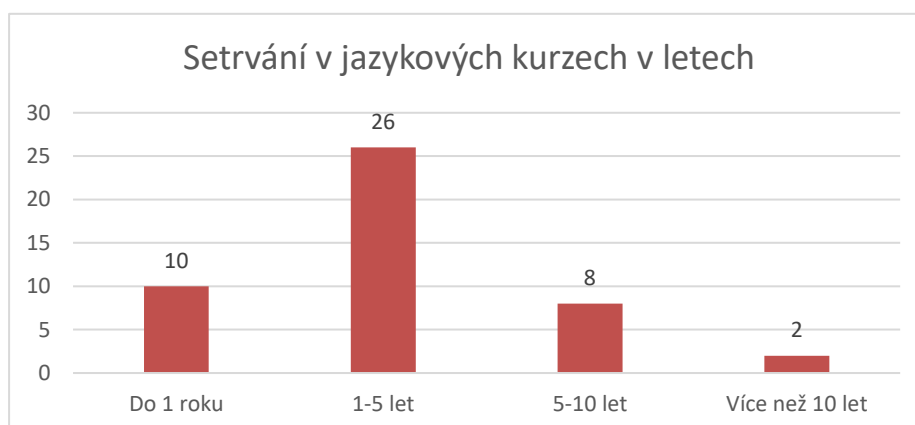
Cílovou skupinu tvořili ti zaměstnanci, kteří již absolvovali jazykový kurz po dobu jejich působení v ŠA. Snahou autorky práce bylo získat alespoň podobný počet odpovědí ze všech oddělení, aby byla dodržena inkluze. Na obrázku 3 je uveden počet respondentů z jednotlivých oddělení. Získaných odpovědí bylo finálně 46.



**Obrázek 2 Počet responzí z jednotlivých oddělení**

Autorka práce se v rámci dotazování ptala zaměstnanců, jaké je jejich pracovní zařazení. Hlavním důvodem položení této otázky, bylo zjistit, jak se liší preference jednotlivých forem výuky mezi vedoucími, koordinátory, specialisty, referenty, mistry a dělníky. Nejvíce odpovědí se získalo od specialistů, kteří odpovídali na dotazník v nejvyšším počtu. Ti preferují z 57,1 % hybridní, z 25,7 % online a z 17,2 % prezenční formu výuky. U zbylých zařazení se pohyboval počet respondentů v jednotkách a zmínit jejich preference by nebylo relevantní.

Dále bylo v rámci průzkumu zjišťováno, jak dlouho dotazovaní využívají možnost jazykového vzdělávání v ŠA. Výsledky je možno nalézt na obrázku 4. Prokázalo se, že většina z dotazovaných zaměstnanců (78,26 %) navštěvuje kurzy do pěti let. Je tedy možné tvrdit, že tato skupina tvoří hlavní objem účastníků kurzů. Dále počet klesá. To může být důsledkem toho, že firmou podporovaná délka studia je 6 let. Proto je nutné stále obohacovat nabídku jazykové přípravy o doplňkové kurzy, aby si mohli pracovníci, i po 6 letech studia, udržovat své znalosti.



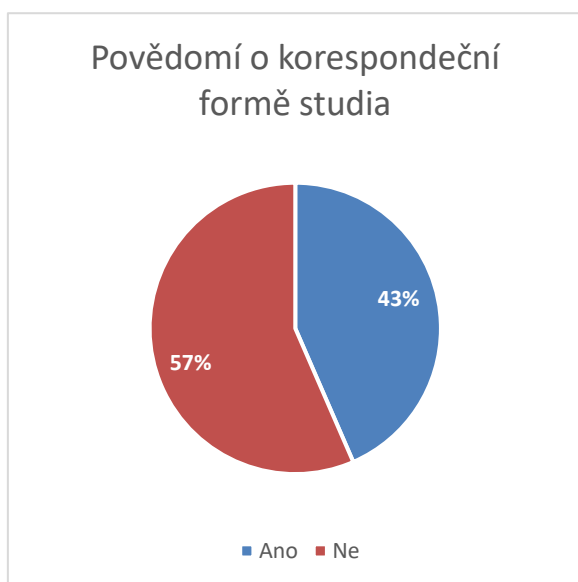
**Obrázek 3 Setrvání v kurzech v letech**

V rámci dotazníku bylo zjišťováno, jaké formy výuky již respondenti měli možnost vyzkoušet. Většina z oslovených, celkem 69,6 %, vyzkoušela prezenční i online formu výuky. V tabulce 1 můžeme pozorovat, že tato skupina nejvíce preferovala hybridní formu výuky.

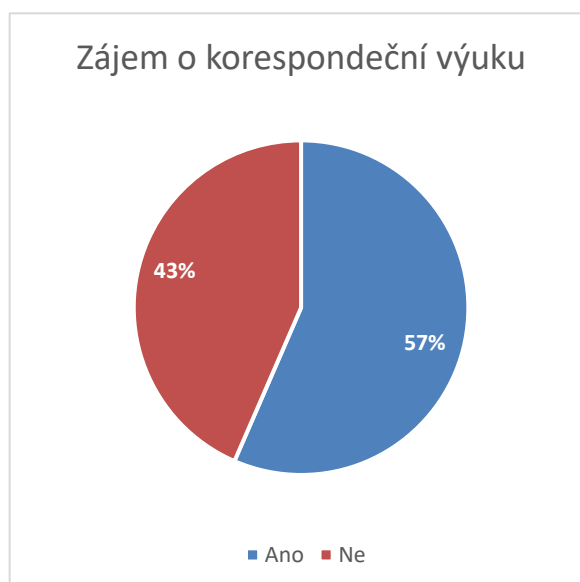
**Tabulka 1 Preference forem výuky**

Jakou formu výuky jste vyzkoušel/a?	Hybridní	Online	Prezenční	Celkový součet
Online i prezenční	22	5	5	32
Pouze online	3	5	2	10
Pouze prezenční	1		3	4
Celkový součet	26	10	10	46

V závislosti na provedený pilot zaměřený na jazykové balíčky se také autorka práce ptala na povědomí a zájem o korespondenční formu výuky. Znázorněno na obrázcích 5 a 6. Ačkoli více jak polovina respondentů nikdy neslyšela o této formě výuky, projevilo se, že 57 % z oslovených zaměstnanců by korespondenční výuku vyzkoušelo. Fakt, že o korespondenční výuce není takové povědomí, je hlavním důvodem k tomu, aby byl tento produkt co nejlépe komunikován.



**Obrázek 4** *Povědomí o korespondenční formě výuky*



**Obrázek 5** *Zájem o korespondenční výuku*

Zaměstnanci ŠA také uváděli, z jakého důvodu by se jim korespondenční výuka líbila. Mezi dva hlavní argumenty, které se v odpovědích objevovaly nejčastěji, patřila například časová flexibilita jazykových balíčků. Ta byla zmiňována ze strany respondentů nejvíce. Další pracovníci vnímají balíčky jako vhodnou doplňkovou formu studia k ostatním online či prezenčním kurzům. Vzhledem k poměrně vysokému zájmu ze strany zaměstnanců by autorka práce navrhovala zařadit korespondenční formu studia do nabídky oddělení Jazykové přípravy.

## 2.5 Hybridní výuka

Vzhledem k výsledkům z průzkumu se autorka práce rozhodla vytvořit metodiku pro hybridní výuku v ŠA. Prokázalo se, že 56,5 % z respondentů preferuje kombinaci prezenční a online výuky.

Po provedené rešerši bylo zjištěno, že tato forma výuky by měla probíhat s některými studenty prezenčně ve třídě a s ostatními v online prostředí.



Po konzultaci se svými kolegy autorka práce došla k závěru, že hybridní výuka nemusí nutně vypadat tak, jak uvádějí zdroje.

Autorka navrhuje, aby polovina hodinové dotace přiřazené ke kurzu probíhala online a druhá polovina prezenčně. To znamená, pokud je účastník v kurzu probíhajícím 4 VH týdně, 2 z nich se budou konat přes online platformu a další 2 ve třídě.

V rámci dotazování byli pracovníci tázáni, kde vidí překážky a benefity online i prezenční výuky. Díky analýze těchto odpovědí je možné sestavit hybridní formu výuky tak, aby přinesla zaměstnancům co nejvíce užitku. Pro pracovníky by tento způsob mohl být velmi atraktivní a nemonotónní. Budou tak moci čerpat výhod z obou forem výuky. Zaměstnanci tím získají větší časovou flexibilitu, dostupnost z hlediska místa a možnost používat digitální materiály. Omezí se tak i jejich náklady na financování kurzu, ale také se sníží výdaje na transport do a z učebny. Alespoň jednou týdně bude možné se setkat osobně s lektorem a s ostatními členy kurzu. Naopak zde bude ta možnost se připojit k výuce samostatně pomocí počítače, z jakého místa si účastník sám zvolí.

Pro zaměstnavatele zde existuje také možná výhoda v podobě menší finanční náročnosti. Cena jazykového kurzu se odvíjí od zvolené formy výuky. Obecně platí, že fakturovaná cena za online výuku je nižší než za prezenční. Vzhledem k tomu, že by polovina kurzu probíhala formou online, by došlo ke snížení nákladů. Autorka navrhuje, aby se nestanovila jednotná cena za každou hodinu. Měla by být vypočítána jednotlivě následujícím způsobem: cena výuky = cena za online výuku + příplatek za prezenční formu + nájem.

V rámci plánování kombinace forem online i prezenční výuky by se měl brát v úvahu jeden důležitý faktor a tím je lektor. Někteří totiž umí učit pouze jednu z těchto forem. Autorka práce by nedoporučovala, aby kurz vedli dva lektoři, tedy jeden pro každou formu. Vzhledem k tomu, že každá hodina by měla navazovat na tu předchozí, nejlepší variantou by bylo, aby kurz probíhal pouze s jedním lektorem, který je schopen učit jak prezenčně, tak i online.

Docházka by měla být sledována jako u ostatních typů kurzů. To znamená, že by pracovníci měli dodržet její stanovené minimum 60 %. V případě, kdy si zvolí zaměstnanec formu hybridní výuky, by měl splnit minimální procento účasti jak u VH, které se budou odehrávat prezenčně tak i u těch, které se budou konat online. Např. u kurzů, které budou mít hodinovou dotaci na 160 VH (60 % ze 160 = 96 VH), musí být účastník kurzu přítomen na 48 hodinách prezenčně i online.

Pro sledování pokroku v jazykových dovednostech by se měli zaměstnanci otestovat před, v průběhu a po ukončení kurzu. Testování před zahájením kurzu je také důležité pro správné zařazení pracovníka do kurzu.

### 3 Závěr

V teoretické části byly definovány pojmy jako firemní vzdělávání, jazyková příprava a digitalizace ve vzdělávání. V empirické části byl celkově představen systém jazykového vzdělávání ve společnosti ŠKODA AUTO a. s. Bylo zjištěno, že oddělení Jazykové přípravy nabízí širokou škálu typů jazykových kurzů. Nicméně potřeby zaměstnanců jsou různé a firmou podporovaná maximální délka studia standardních jazykových kurzů je podporována na 6 let, proto je nutné neustále rozšiřovat nabídku o doplňkové kurzy.

Cílem autorky práce bylo provést interní průzkum a vyhledat na externím trhu nové produkty, které by obohatily portfolio nástrojů jazykového vzdělávání. Autorka práce navrhuje, na základě provedeného pilotu a průzkumu spokojenosti, následující řešení.

Autorka vedla měsíční pilotní projekt na nový produkt od jazykové školy XY za účelem identifikace a korekce nedostatků kurzu. Spolu s autorkou se na pilotu podílely další tři účastníci. Po ukončení byl sestaven soubor otázek, na které se autorka práce dotazovala zúčastněných. Díky tomu bylo možné zjistit slabé stránky tohoto kurzu. Veškeré odpovědi byly dále poskytnuty jazykové škole, která momentálně pracuje na eliminaci veškerých nedostatků. Tento produkt je velmi časově flexibilní. Je vhodný tedy pro ty, kteří jsou pracovníě vytíženi a nejsou schopni docházet do výuky ve stanovený čas. Během dotazování se zjistilo, že by o tuto formu výuky mělo zájem přes polovinu respondentů. To jsou pro autorku stěžejní důvody k tomu, aby byl tento typ kurzu, po upravení všech nedostatků, zařazen do stávající nabídky oddělení Jazykové přípravy.

Během dotazování bylo zjišťováno, zda by měli zaměstnanci ŠA, mimo nabízenou prezenční a online formou studia, zájem i o hybridní formu výuky. Potvrdilo se, že 56,5 % z dotazovaných by tuto formu preferovalo. Z tohoto důvodu se dále autorka práce rozhodla vytvořit metodiku pro hybridní formu kurzů. Data pro vypracování byla získána z průzkumu spokojenosti s jednotlivými formami vzdělávání. V rámci dotazování bylo zjišťováno, kde vidí zaměstnanci ŠA benefity a překážky online i prezenční výuky. Analýza těchto odpovědí pomohla vytvořit plán pro kombinaci těchto dvou forem, aby byli pracovníci co nejvíce spokojeni. Autorka práce navrhuje zvážit zavedení hybridní formy výuky do plánu jazykového vzdělávání. Kombinace

prezenční a online výuky přináší nejen větší flexibilitu zaměstnancům ale také potenciální snížení nákladů zaměstnavatele.

## Seznam literatury

### *Knihy a monografické publikace:*

BARTOŇKOVÁ, Hana. Firemní vzdělávání. Praha: Grada, 2010. Vedení lidí v praxi. ISBN 9788024729145.

HRONÍK, František. Rozvoj a vzdělávání pracovníků. Praha: Grada, 2007. Vedení lidí v praxi. ISBN 9788024714578.

JANIŠOVÁ, Dana a Mirko KŘIVÁNEK. Velká kniha o řízení firmy: [praktické postupy pro úspěšný rozvoj]. Praha: Grada, 2013. ISBN 9788024743370.

KLEMENT, M. -- DOSTÁL, J. Teorie, východiska, principy a rozvoj distančního vzdělávání realizovaného formou e-learningu. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018. 70 s. ISBN 978-80-244-5353-8.

LOJDA, Jan. Manažerské dovednosti. Praha: Grada, 2011. ISBN 9788024739021.

MALUŠKOVÁ, M. Využití tradičních a alternativních metod ve výuce cizích jazyků. Bakalářská práce. MU, 2012.

PRŮCHA, Jan. Andragogický výzkum. Praha: Grada, 2014. Pedagogika (Grada). ISBN 9788024752327.

TETŘEVOVÁ, Liběna. Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 9788027102853.

VODÁK, Jozef a Alžbeta KUCHARČÍKOVÁ. Efektivní vzdělávání zaměstnanců. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2011. Management (Grada). ISBN 8024736519.

### *Webové stránky:*

Amberscript [online]. Nizozemsko: Amberscript Global B.V., 2022 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://www.amberscript.com/en/blog/digital-trends-in-education/>

Babbel for business [online]. Německo: Babbel GmbH., 2022 [cit. 2022-08-13]. Dostupné z: <https://www.babbelforbusiness.com/blogs/en/language-learning-benefits>

Edu.cz [online]. Česká republika: Edu.cz, 2022 [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/methodology/digitalni-technologie-jako-ucebni-pomucka/>

eLearning Industry [online]. Řecko: eLearning Industry, 2020 [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://elearningindustry.com/advantages-and-disadvantages-online-learning>

Elucidat [online]. Velká Británie: Elucidat, 2022 [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://www.elucidat.com/blog/online-learning-vs-face-to-face-learning/>

Foreign tongues [online]. Velká Británie: Foreign tongues, 2019 [cit. 2022-08-13]. Dostupné z: <https://www.foreigntongues.co.uk/the-importance-of-foreign-languages-for-business>

*Immersion VR* [online]. Velká Británie: Immersion VR, 2022 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://immersionvr.co.uk/about-360vr/vr-for-education/>

*Metodický portál RVP.CZ* [online]. Česká republika: Národní pedagogický institut České republiky, 2009 [cit. 2022-08-02]. Dostupné z: [https://wiki.rvp.cz/Kabinet/Ucebni\\_texty/Psychologie\\_pro\\_st%C5%99edn%C3%AAD\\_%C5%A1koly/Osobnost\\_7.\\_-\\_pot%C5%99eby](https://wiki.rvp.cz/Kabinet/Ucebni_texty/Psychologie_pro_st%C5%99edn%C3%AAD_%C5%A1koly/Osobnost_7._-_pot%C5%99eby)

Ve škole [online]. Česká republika: MEDIA a. s., 2020 [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://www.veskole.cz/clanky/jak-probiha-hybridni-vyuka>

SCHUMER, L. 9 Best Language Learning Apps to Broaden Your Horizons. [online]. 2020. URL: <https://www.goodhousekeeping.com/life/g32175725/best-language-learning-apps/>

ŠKODA Space: interní dokumenty [online]. Česká republika, 2022 [cit. 2022-11-28]. Dostupné z: <https://eportal.skoda.vwg/skodaspace/group/b2eportal/home-page>

TEMPLE UNIVERSITY [online]. USA: Center for the Advancement of Teaching, 2022 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://teaching.temple.edu/edvice-exchange/2019/11/blended-hybrid-and-flipped-courses-what%E2%80%99s-difference>

THE UNIVERSITY OF EDINBURGH [online]. Velká Británie: THE UNIVERSITY OF EDINBURGH, 2018 [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://www.ed.ac.uk/institute-academic-development/learning-teaching/staff/digital-ed/what-is-digital-education>

Ve škole [online]. Česká republika: MEDIA a. s., 2020 [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://www.veskole.cz/clanky/jak-probiha-hybridni-vyuka>

## **Seznam obrázků a tabulek**

### **Seznam obrázků**

Obrázek 1 Proces firemního vzdělávání.....	10
Obrázek 2 Počet responzí z jednotlivých oddělení .....	30
Obrázek 3 Setrvání v kurzech v letech .....	31
Obrázek 4 Povědomí o korespondenční formě výuky .....	32
Obrázek 5 Zájem o korespondenční výuku .....	32

### **Seznam tabulek**

Tabulka 1 Preference forem výuky .....	31
--	----

## **Seznam příloh**

Příloha 1 Průzkum spokojenosti s jednotlivými formami vzdělávání.....	41
---	----



# Příloha 1 Průzkum spokojenosti s jednotlivými formami vzdělávání

## Online vs prezenční forma studia u jazykových kurzů

Přeji Vám dobrý den,

poprosila bych Vás o vyplnění krátkého dotazníku, který bude sloužit jako podnět k případným zlepšením či obohacení stávající nabídky jazykových kurzů.

Dotazník je zcela anonymní a získaná data budou sloužit pro statistické účely.

V případě zájmu budou výsledky šetření zveřejněny v únoru 2023 v rámci mé bakalářské práce.

### 1 V jaké oblasti pracujete?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- G  F  V  P  E  S  B

### 2 Jaké je Vaše pracovní zařazení?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Vedoucí  Koordinátor  Specialista  Referent  Mistr  Dělnická profese

### 3 Jak dlouho již studujete/jste studoval/a cizí jazyk ve ŠKODA AUTO a.s.?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Do 1 roku  1-5 let  5-10 let  Více než 10 let

### 4 Vyzkoušel/a jste online i prezenční výuku?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Pouze prezenční  Pouze online  Online i prezenční

## 5 Kterou z forem studia preferujete nebo o kterou byste měl/a zájem?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Online  Prezenční  Hybridní (kombinace online a prezenční formy studia)

## 6 Prosím, vyberte výhody online výuky, které jsou pro Vás podstatné:

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Dostupné online materiály (videa, podcasty, dokumenty...)  Dostupnost z hlediska místa (na výuku se mohu připojit ze mnou zvoleného místa)  Menší finanční náročnost  Časová úspora
- Žádné náklady na transport do a z učebny  Snížené riziko možnosti nákazy koronavirem či jiným onemocněním  Nevidím žádnou výhodu natolik podstatnou
- Jiná...

## 7 Kde vidíte překážky v online výuce?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Snížená pozornost při výuce  Snížená motivace  Chybí mi bližší kontakt s lektorem a dalšími účastníky kurzu (cítím se izolován)  Konektivita při online výuce
- Jsem méně do výuky zapojován  Nevidím žádnou nevýhodu natolik podstatnou
- Jiná...

## 8 Prosím, vyberte výhody prezenční výuky, které jsou pro Vás podstatné:

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Kontakt s ostatními členy ve skupině  Vyšší koncentrace  Větší produktivita  Otevřená diskuse  Více motivace se začlenit do běhu výuky
- Více zodpovědnosti
- Jiná...

## 9 Kde vidíte překážky v prezenční výuce?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Kontakt s ostatními členy ve skupině  Vyšší finanční náročnost  Flexibilita – striktně stanovený čas i místo  Ostatní náklady – např. transport do a z učebny
- Snížená koncentrace  Více zodpovědnosti  Zvýšené riziko možnosti nákazy koronavirem či jiným onemocněním
- Jiná...

## 10 Slyšel/a jste někdy o formě korespondenční výuky?

Nápověda k otázce: *Probíhá na základě samostatně vypracované práce, na kterou dostane uživatel následně zpětné ohodnocení. U korespondenční výuky obdílí uživatel „balíček“ jazykových cvičení v určitém rozsahu, která si během jednoho týdne vyplní v libovolném čase. Následuje zpětná vazba od lektora.*

- Ano  Ne

## 11 Měl/a byste zájem o formu korespondenční výuky v rámci jazykových kurzů?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano  Ne

## 12 Pokud ano, co by se Vám na takové formě výuky líbilo?

## ANOTAČNÍ ZÁZNAM

<b>AUTOR</b>	Dominika Kusáková		
<b>STUDIJNÍ PROGRAM/OBOR/SPECIALIZACE</b>	Specializace Řízení lidských zdrojů		
<b>NÁZEV PRÁCE</b>	Digitalizace jazykové přípravy ve ŠKODA AUTO a. s.		
<b>VEDOUCÍ PRÁCE</b>	Mgr. Lenka Stejsklová, MBA		
<b>KATEDRA</b>	KRLZ – Katedra řízení lidských zdrojů	<b>ROK ODEVZDÁNÍ</b>	2022
<b>POČET STRAN</b>	44		
<b>POČET OBRÁZKŮ</b>	5		
<b>POČET TABULEK</b>	1		
<b>POČET PŘÍLOH</b>	1		
<b>STRUČNÝ POPIS</b>	<p>Jazykové vzdělávání zaměstnanců je klíčové v případě, kdy se chce organizace etablovat na zahraniční trh. Ačkoli oddělení Jazykové přípravy ve ŠKODA AUTO a. s. nabízí bohaté portfolio jazykových kurzů, je stále nutné jej obohacovat. Z toho důvodu byl proveden interní průzkum. Na jeho základě byla navržena metodika pro hybridní výuku a doporučena korespondenční forma studia.</p>		
<b>KLÍČOVÁ SLOVA</b>	<p>Jazyková příprava, vzdělávání dospělých, výuka cizích jazyků, firemní vzdělávání, formy výuky, typy kurzů, digitální nástroje ve vzdělávání, hybridní výuka, korespondenční výuka</p>		

## ANNOTATION

<b>AUTHOR</b>	Dominika Kusáková		
<b>FIELD</b>	Specialization Human Resources Management		
<b>THESIS TITLE</b>	Digitalization of language training in SKODA AUTO a. s.		
<b>SUPERVISOR</b>	Mgr. Lenka Stejsklová, MBA		
<b>DEPARTMENT</b>	KRLZ – Department of Human Resources Management	<b>YEAR</b>	2022
<b>NUMBER OF PAGES</b>	44		
<b>NUMBER OF PICTURES</b>	5		
<b>NUMBER OF TABLES</b>	1		
<b>NUMBER OF APPENDICES</b>	1		
<b>SUMMARY</b>	<p>Language education of employees is crucial when an organization wants to establish itself on a foreign market. Although the Language Training Department at ŠKODA AUTO a.s. offers a rich portfolio of language courses, it is still necessary to enrich it. For this reason, an internal survey was conducted. Based on this, a methodology for hybrid teaching was proposed and a correspondence form of study was recommended.</p>		
<b>KEY WORDS</b>	<p>Language training, adult education, foreign language teaching, corporate education, forms of lessons, types of courses, digital tools in education, hybrid learning, correspondence teaching</p>		