

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra sociologie a andragogiky

Hana Pochmanová

**Projektování vzdělávací akce (Základy podnikání
pro ženy na rodičovské dovolené)**

Educational Activity Planning (Business for Beginners
Course for Women on Parental Leave)

Bakalářská diplomová práce

Vedoucí práce: PhDr. Veronika Gígalová

Olomouc 2010

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

.....
vlastnoruční podpis

V Olomouci dne 31. 3. 2010

Poděkování

Děkuji vedoucí bakalářské diplomové práce PhDr. Veronice Gígalové za odborné rady a podporu při zpracování práce a dále předsedovi správní rady Ing. Vladimíru Válkovi a výkonnému řediteli RNDr. Josefu Drdlovi ze společnosti Sdružení CEPAC – Morava za jejich vstřícný přístup a laskavé svolení k použití interních materiálů firmy pro účely této práce.

V Olomouci dne 31. 3. 2010

Anotace

Bakalářská práce předkládá projekt vzdělávací akce Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené. Směřuje k realizaci komplexního vzdělávacího programu, který zvýší aktuální úroveň vědomostí a dovedností maminek v oblasti prohlubování kvalifikace se zaměřením do podnikatelské sféry. Ideovým cílem projektu je přispět k vyšší míře adaptability cílové skupiny na trhu práce a ke snížení nezaměstnanosti v regionu. Struktura práce vychází z posloupnosti jednotlivých kroků projektu a kopíruje standardně užívané postupy při projektování vzdělávací akce. Pro dobrou přehlednost přímo na teoretické poznatky v oblasti profesního vzdělávání dospělých navazuje jejich praktická aplikace v konkrétní organizaci.

Klíčová slova:

Evropský sociální fond, celoživotní učení, základy podnikání, projektování vzdělávací akce, analýza vzdělávacích potřeb, kompetence, formulace cílů, didaktické formy a metody.

Annotation

My bachelor thesis introduces the project dealing with educational action called Business for Beginners Course for Women on Parental Leave. It leads up to a complex educational program realization which should increase contemporary level of knowledge and skills of mothers by deepening their qualification in area of the undertaking. The aim of this project is to contribute to higher level of target group adaptability on labor market and unemployment reduction in the region. The structure results from individual steps of the project and copies the standard procedures by projecting the educational action. To make it well – arranged the theoretical pieces of knowledge in area of educating adults are followed by their practical application in concrete organization.

Key words:

European Social Fund, lifelong learning, basics for undertaking, projecting the educational action, educational needs analysis, competences, targets formulations, forms and methods of methodology

Obsah

Seznam použitých zkratk	7
Úvod	8
1. Celoživotní vzdělávání	10
1.1 Historie celoživotního vzdělávání.....	10
1.2 Dnešní pohled na celoživotního vzdělávání.....	10
1.3 Strategie celoživotního vzdělávání	11
1.4 Etapy a formy celoživotního vzdělávání.....	12
1.5 Budoucnost celoživotního vzdělávání	13
2. Definování vzdělávací akce	14
2.1 Teoretické vymezení vzdělávací akce a její současné pojetí	14
2.2 Odborný kontext projektu vzdělávací akce.....	15
3. Zadavatel kurzu Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené	17
3.1 Identifikace zadavatele	17
4. Projektování vzdělávací akce	19
4.1 Analýza vzdělávacích potřeb.....	19
4.1.1 Teoretické vymezení analýzy vzdělávacích potřeb	19
4.1.2 Zdroje pro analýzu vzdělávacích potřeb.....	20
4.1.3 Vzdělávací potřeby	24
4.1.4 Způsoby identifikace vzdělávacích potřeb.....	26
4.2 Formulace cílů vzdělávací akce.....	33
4.3 Didaktické formy a metody vzdělávání.....	40
4.3.1 Didaktické formy	42
4.3.2 Didaktické metody	44
4.4 Prostředky didaktické techniky.....	49
4.4.1 Didaktické pomůcky a didaktická technika	49
4.4.2 Vizualizační didaktické pomůcky.....	49
4.4.3 Písemné/tištěné studijní materiály:.....	50

4.4.4 Studijní materiály nabízené prostřednictvím jiného média.....	51
4.5 Předkalkulace a konečné vyúčtování vzdělávací akce.....	52
4.6 Realizace vzdělávací akce	53
4.6.1 Organizace, logistika vzdělávací akce	54
4.6.2 Realizace vzdělávací akce.....	55
4.7 Evaluace vzdělávací akce	56
Závěr	59
Seznam použité literatury	62
Přílohy	63

Seznam použitých zkratk

APZ	Aktivní politika zaměstnanosti
ČSÚ	Český statistický úřad
CŽV	Celoživotní vzdělání
ČR	Česká republika
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
KM	Kompetenční model
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OP LZZ	Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost
OP RLZ	Operační program Rozvoj lidských zdrojů
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu
ÚP	Úřad práce
ZP	Základy podnikání

Úvod

Cílem mé bakalářské práce je zpracování projektu vzdělávací akce, konkrétně kurzu Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené.

Uvedené téma je pro mne zajímavé ze dvou důvodů. Prvním je nepochybně skutečnost, že jsem se donedávna v této oblasti pracovně pohybovala a nabyla zde cenné zkušenosti, druhý spatřuji v perspektivě orientace na danou cílovou skupinu.

Předložený projekt směřuje k realizaci komplexního vzdělávacího programu, který zvýší aktuální úroveň vědomostí a dovedností maminek na rodičovské dovolené. Ideovým cílem projektu je přispět ke snížení nezaměstnanosti v regionu, protože ženy po rodičovské dovolené patří mezi nejohroženější skupinu postiženou sociální exkluzí.

Vstupem do Evropské unie v roce 2004 získala Česká republika možnost využívat finanční prostředky strukturálního fondu Evropského sociálního fondu, jehož klíčovým posláním je rozvoj lidských zdrojů a zaměstnanosti. Využitelné finanční zdroje z fondu ESF značně přispívají k naplňování strategie celoživotního učení. Prioritou vzdělávání je schopnost obyvatel obstát na globálním a neustále se měnícím trhu práce. Rozvoj ekonomického prostředí republiky je tedy podmíněn investicemi do něho vloženými.¹

Ve srovnání se zeměmi EU chybí v ČR vzdělávací a výcviková centra pro dospělé.² Projekt má v úmyslu k vytvoření takového centra pro maminky přispět prostřednictvím realizace kurzu Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené.

V souladu s trendem celoživotního vzdělávání se projekt snaží přispět k úspěšnému návratu maminek na trh práce a významně posílit jejich výchozí pozici při započetí profesní dráhy podnikatelky nebo alespoň při hledání zaměstnání. Podstatou tohoto snažení je osvěžení praktických znalostí a dovedností z doby před odchodem na rodičovskou dovolenou, a současně získání znalostí a dovedností nových, které přispějí k jejich adaptabilitě na trhu práce, a tím i zpětnému zařazení do plného produktivního života. Významným přínosem vzdělávací akce pro cílovou skupinu je nejen možnost snadnějšího získání adekvátního zaměstnání, ale i příležitost k harmonickému sladění rodinného a profesního života.

Zadavatelem projektu vzdělávací akce je Sdružení CEPAC-Morava, které patří mezi nejvýznamnější firmy zabývající se realizací rekvalifikačních vzdělávacích kurzů v olomouckém regionu, s finanční podporou operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost (dříve Rozvoj lidských zdrojů) .

¹ Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost 2007-2013, s. 5.

² Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost 2007-2013, s. 54-56.

Klíčovým záměrem projektu je identifikace oprávněnosti nastavení vzdělávacích aktivit a dosavadních postupů při pořádání obdobných kurzů a jejich přínosu pro cílovou skupinu.

Rozsah bakalářské práce neumožňuje se detailně věnovat všem jednotlivým fázím vzdělávací akce, ať již z důvodů svého rozsahu či odbornosti. Avšak i u těchto kroků uvádím jejich funkci při zpracování projektu a pro ucelenou představu jsou stručně definovány.

Strukturu práce vytváří osnova jednotlivých kroků projektování vzdělávací akce, která koresponduje s kapitolami v osnově uvedenými. Každá z kapitol je uvedena odbornými definicemi příslušných pojmů, na které navazuje konkrétní obsah vzdělávací akce s vazbou na kurz Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené.

1. Celoživotní vzdělávání

Projektování vzdělávací akce patří do oblasti dalšího vzdělávání v rámci celoživotního vzdělávání a je analogií k učebním plánům a osnovám počátečního vzdělávání. Je tedy namístě přiblížit tento dnes tak frekventovaný pojem čtenářům mé bakalářské práce. Alespoň krátce zmíním jeho historii, dnešní vnímání, strategii, etapy a formy a budoucí vývoj.

1.1 Historie celoživotního vzdělávání

Celoživotní vzdělávání zmiňuje ve svém stěžejním díle „**Vševýchova**“ již Jan Amos Komenský, který jej pojal jako návod ke vzdělávání všech věkových i společenských vrstev obyvatel po jednotlivých etapách během celého života.

Jak uvádí Bartoňková, první oficiální úvahy o konceptu celoživotního vzdělávání se oficiálně objevují v roce 1972, kdy mezinárodní komise pro rozvoj vzdělávání, ustanovená UNESCEM v reakci na studentské demonstrace v roce 1968, uveřejnila výsledky své práce ve zprávě nazvané „**Learning To Be: The World of Education Today and Tomorrow**“.³

1.2 Dnešní pohled na celoživotního vzdělávání

Koncept celoživotního učení tak, jak jej chápeme dnes, má své základy v 90. letech minulého století, kdy dochází k zásadní změně společenského klimatu, spojeného s rozsáhlými politickými a ekonomickými změnami. Původní myšlenka spojená s rozvojem veřejného vzdělávání financovaného z veřejných zdrojů, organizovaném a řízeném státem, se začíná v důsledku zmíněných změn měnit.

Celoživotní učení dnes je chápáno jako rozvoj lidského potenciálu, jehož cílem je přispět k nalezení vlastního místa v životě každého jedince bez ohledu na období, ve kterém se momentálně nachází. Snižuje se význam úlohy státu a naopak vzrůstá participace mezi státem a zaměstnavateli, obcemi, občanskými sdruženími, atd.

Pojem „celoživotní“ fakticky vymezuje dobu vzdělávání člověka: od narození do smrti. Umožňuje mu kdykoliv během života vstoupit do vzdělávacího procesu a odstranit pocíťované mezery ve vzdělání. Důvodem je dnešní intenzivní technický rozvoj, měnící se technologie a stále nové požadavky trhu, se kterými je spojena nutnost změn ve vlastní profesi nebo dokonce samotná změna profese.

³ Bartoňková 2009, s. 9.

V uvedeném kontextu definuje Bartoňková celoživotní vzdělávání jako „jediný propojený celek, který dovoluje rozmanité a četné přechody mezi vzděláváním a zaměstnáním, a který umožňuje získávat stejné kvalifikace i kompetence různými cestami a kdykoliv během života.“⁴ Podobně se vyjadřuje k celoživotnímu vzdělávání i Koubek: „Požadavky na znalosti a dovednosti člověka v moderní společnosti se neustále mění, a aby člověk mohl fungovat jako pracovní síla, musí nutně neustále prohlubovat a rozšiřovat své znalosti a dovednosti“⁵

Globálně pojali celoživotní vzdělávání Veteška s Tureckiovou, kteří je definují prostřednictvím definice OECD (2000): „Celoživotní učení spojuje individuální i společenský rozvoj ve všech směrech a prostředcích ve formalizovaném rámci, tedy ve školních institucích, v zařízeních odborné přípravy; terciárním vzdělávání, vzdělávání dospělých; v prostředí neformálním, tedy doma, v zaměstnání a v jiných společenských celcích“.⁶

1.3 Strategie celoživotního vzdělávání

Existuje řada dokumentů, které vymezují pojem celoživotní vzdělávání. Z celosvětového hlediska se k nejvýznamnějším řadí dokument z roku 2002, tzv. „**Lisabonská strategie** transformace Evropy na nejdynamičtější a nejvíce konkurenceschopnou ekonomiku světa založenou na znalostech, poskytující trvalý růst, vytvářející více a lepších pracovních míst a umožňující sociální soudržnost. Celoživotní učení má v této strategii klíčovou roli“.⁷

Na tento dokument navázala i Evropská rada v Bruselu v roce 2006, když schválila návrh evropského parlamentu na zavedení nového akčního programu podpory celoživotního vzdělávání na období let 2007 - 2013. Obsahem programu jsou podprogramy na podporu projektů a aktivit napomáhajících spolupráci a mobilitě mezi systémy vzdělávání a profesní přípravy v EU.⁸

Současným základním dokumentem pro vymezení uvedeného pojmu v České republice je „Strategie celoživotního učení ČR“, kterou vydalo Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky v roce 2007. Jedná se o ucelenou koncepci, která pojem nejen vymezuje, ale současně analyzuje potřeby CŽU, navrhuje strategie

⁴ Bartoňková 2009, s. 10, 20.

⁵ Koubek 1995, s. 206.

⁶ Veteška, Tureckiová 2008, s. 22.

⁷ Strategie celoživotního učení ČR, MŠMT, str. 11.

⁸ Strategie celoživotního učení ČR, MŠMT, str. 16.

a opatření na jeho podporu a provázanost na operační programy České republiky a Evropských strukturálních fondů.⁹

1.4 Etapy a formy celoživotního vzdělávání

Strategie celoživotního učení ČR člení CŽU do dvou základních etap, které označuje jako počáteční a další vzdělávání, a za zásadní koncepční změnu považuje propojení všech oblastí učení v jeden celek.¹⁰

- 1. etapa, tzv. **počáteční vzdělávání**, tvoří souhrn edukačních procesů v rámci základního, středního a vysokoškolského vzdělávání, probíhá v mladém věku a může být ukončeno kdykoli po splnění povinné školní docházky vstupem na trh práce nebo přechodem mezi ekonomicky neaktivní obyvatele,
- 2. etapa, tzv. **další vzdělávání**, nastává prvním vstupem vzdělávajícího se jedince na trh práce, jedná se o široké a různorodé spektrum vědomostí, dovedností a kompetencí důležitých pro uplatnění v pracovním, občanském i osobním životě.

V uvedeném kontextu je celoživotní učení prakticky neustávajícím procesem, avšak ve smyslu připravenosti člověka se dle potřeby kdykoliv dále samovolně i cíleně vzdělávat.

„Celoživotní učení tedy zahrnuje:¹¹

- **Formální vzdělávání** - je realizováno ve vzdělávacích institucích, zpravidla ve školách. Jeho funkce, cíle, obsahy, organizační formy a způsoby hodnocení jsou vymezeny právními předpisy. Zahrnuje získávání na sebe zpravidla navazujících stupňů vzdělání (základního vzdělání, středního vzdělání, středního vzdělání s výučním listem, středního vzdělání s maturitní zkouškou, vyššího odborného vzdělání na konzervatoři, vyššího odborného vzdělání, vysokoškolského vzdělání), jejichž absolvování je potvrzováno příslušným osvědčením (vysvědčením, diplomem apod.).
- **Neformální vzdělávání** - je zaměřeno na získání vědomostí, dovedností a kompetencí, které mohou respondentovi zlepšit jeho společenské i pracovní uplatnění. Neformální vzdělávání je poskytováno v zařízeních zaměstnavatelů, soukromých vzdělávacích institucích, nestátních neziskových organizacích, ve školských zařízeních a dalších organizacích. Patří sem např. organizované volnočasové aktivity pro děti, mládež a dospělé, kurzy cizích jazyků, počítačové

⁹ Strategie celoživotního učení ČR, MŠMT, str. 5.

¹⁰ Strategie celoživotního učení ČR, MŠMT, str. 7.

¹¹ Strategie celoživotního učení ČR, MŠMT, str. 8.

kurzy, rekvalifikační kurzy, ale také krátkodobá školení a přednášky. Nutnou podmínkou pro realizaci tohoto druhu vzdělávání je účast odborného lektora, učitele či proškoleného vedoucího. Nevede k získání stupně vzdělání.

- **Informální učení** - je chápáno jako proces získávání vědomostí, osvojování si dovedností a kompetencí z každodenních zkušeností a činností v práci, v rodině, ve volném čase. Zahrnuje také sebevzdělávání, kdy učící se nemá možnost ověřit si nabyté znalosti (např. televizní kurzy cizích jazyků). Na rozdíl od formálního a neformálního vzdělávání je neorganizované, zpravidla nesystematické, institucionálně nekoordinované.“

Celoživotní učení předpokládá komplementaritu a prolínání uvedených forem učení v průběhu celého života, v podstatě vždy a všude. Vzhledem k tomu ani termín „celoživotní“ plně nevyhovuje, protože zdůrazňuje pouze časovou dimenzi vzdělávání. V poslední době se proto uplatňuje i termín „všeživotní“ („lifewide“) učení, který zdůrazňuje, že učení probíhá ve všech prostředích a životních situacích.¹²

1.5 Budoucnost celoživotního vzdělávání

Jak je zřejmé, s pojmem celoživotní či všeživotní učení se budeme střídat ve svém životě stále častěji, protože „celoživotní učení je integrální součástí celkové strategie v oblasti vzdělávání a zaměstnanosti“ nejen u nás, ale i globálně.¹³

CŽU směřuje k různosti voleb vzdělávacích cest za podpory různých formálních i neformálních prostředků a organizací. Prioritním záměrem je dostupnost CŽU všem občanům tak, aby měl každý kdykoliv možnost vstoupit, třeba i opakovaně, do vzdělávacího procesu.¹⁴

Pokládám za podstatné uvést celoživotní učení do souvislosti s projektováním vzdělávací akce, aby bylo zřejmé, že oba pojmy jsou velmi úzce provázány a projektování z celoživotního vzdělávání prakticky přímo vychází.

¹² Strategie celoživotního učení ČR, MŠMT, str. 8.

¹³ Strategie celoživotního učení ČR, MŠMT, str. 14.

¹⁴ Bartoňková 2008a, s. 11.

2. Definování vzdělávací akce

Před zahájením vlastního projektování vzdělávací akce nejprve vymezím pojem vzdělávací akce a vzdělávání a dále uvedu základní kroky, které jsou uspořádány v logickém rámci v přesně dané posloupnosti jednotlivých fází projektování.

2.1 Teoretické vymezení vzdělávací akce a její současné pojetí

Pro pochopení jednotlivých kroků, které jsou v projektu navrženy, považuji za nutné seznámit čtenáře se současnou terminologií a odborným kontextem, týkajícím se pojmů „vzdělávací akce“ a „vzdělávání“, uváděným v odborné literatuře.

Literatura uvádí řadu definic, které na tyto otázky odpovídají a současně stanovují možnosti různých metod a technik pro navržení platných postupů při vlastním projektování.

Výstižně definuje oba termíny Pokorná:

„**Vzdělávací akce** je konkrétní podobou promyšleného a organizovaného působení na jednotlivce nebo skupiny, jehož cílem je předávání vědomostí, dovedností, názorů a postojů.“

„**Vzdělávání** je působení na člověka za účelem vytvoření návyků, způsobů chování, intelektuální a fyzické připravenosti. Jsou to aktivity zaměřené na rozvoj vědomostí, dovedností a postojů vyžadovaných ve všech oblastech osobního a pracovního života člověka.“

Pro plné pochopení významu použitých pojmů je potřeba znát jejich přesnou specifikaci, kterou autorka uvádí:¹⁵

1. „**Rozvoj** značí postup k plnějšímu uplatnění potencionálních schopností. Jedná se o růst nebo realizaci schopností jednotlivce prostřednictvím uvědomělého nebo bezděčného učení.
2. **Vědomosti** představují teoretické informace, které se lze naučit studiem.
3. **Dovednosti** tvoří praktické návyky, které lze získat výcvikem a praxí.
4. **Postoje** vyjadřují vztah člověka k jiným lidem, předmětům a skutečnostem.

Úspěšná vzdělávací akce je charakterizována systematickým přístupem probíhajícím v rámci opakujícího se cyklu, z kterého vychází její jednotlivé kroky, a je znázorněna na následujícím obrázku.¹⁶

¹⁵ Pokorná 2000, s. 4-5.

¹⁶ Bartoňková 2008b, s. 72.

Obr. 1: Systematický přístup ke vzdělávání¹⁷



2.2 Odborný kontext projektu vzdělávací akce

Zpracování a realizaci vzdělávacího projektu vidí Mužík jako základní předpoklad efektivnosti profesního vzdělávání dospělých a současně závaznou prováděcí dokumentací.¹⁸ Úspěšnost vzdělávací akce tedy úzce souvisí s kvalitou jejího projektování. Zjednodušeně řečeno se slovy Bartoňkové jedná o odpovědi na následující otázky: Proč? Koho? Co? Kdy? Jak? Kdo? Kde? Zač?, které vymezují jednotlivé fáze projektu.¹⁹

Prakticky je specifikována osnova projektu vzdělávací akce.²⁰

1. **Analýza vzdělávacích potřeb** – obsahem daného kroku je zjištění aktuálních znalostí, schopností a dovedností cílové skupiny, abychom mohli stanovit rozdíl mezi jejich současnou úrovní a úrovní požadovanou.
2. **Formulace cíle** – zde stanovujeme, co konkrétně chceme vzdělávací akcí dosáhnout.
3. **Profil účastníka a profil absolventa** – jde o určení, komu má být vzdělávací akce určena, a dále o stanovení základní úrovně znalostí, schopností a dovedností, které by měl daný účastník a poté absolvent splňovat.
4. **Obsah vzdělávací akce** – jedná se o formulaci inventáře disciplín, které na základě potřeb a stanovených cílů budou obsahem vzdělávací akce. Jednotlivé disciplíny jsou následně rozloženy do studijního plánu.

¹⁷ Bartoňková 2008a, s. 13.

¹⁸ Mužík 2004, s. 104.

¹⁹ Bartoňková 2008a, s. 15.

²⁰ Bartoňková 2008a, r. 15-16.

5. **Osnovy** – z disciplín a studijního plánu vychází podrobná specifikace obsahů disciplín s ohledem na profil absolventa vzdělávací akce.
6. **Formy, metody a techniky vzdělávání** – podstatou je volba nejvhodnější formy výuky (přímá, distanční, samostudium), postupů ve vyučování, pomůcek a techniky atd., které závisí na možnostech a schopnostech účastníka i organizace.
7. **Studijní texty** – příprava a tvorba studijních textů, které zohledňují profily účastníků co do znalostních, tak i do osobnostních parametrů.
8. **Organizační zabezpečení** – podstatným aspektem je určení časového a místního plánu, včetně zajištění plynulého chodu celé akce z pohledu účastníků i lektorů.
9. **Materiální, technické a finanční zabezpečení** – obsahuje kalkulaci nákladů nezbytných pro realizaci vzdělávací akce.
10. **Realizace** – součástí je např. výběr organizačního týmu a lektorů, zajištění technického zázemí, propagace akce, nábor účastníků, atd.

V průběhu vlastní realizace vzdělávací akce a po ní následuje **evaluace** jako podstatný bod projektu, který zásadně přispívá nejen k jeho efektivitě, ale zejména ke zvýšení kvality samotné vzdělávací akce.

Výčet výše uvedených kroků se u jednotlivých autorů liší výrazovými prostředky i množstvím kroků. V různých obměnách však všechny představují standardně užívaný postup projektování vzdělávací akce. Bartoňkovou jsem při výběru zvolila naprosto záměrně pro ucelenost jejího pohledu na posloupnost jednotlivých formálních kroků, kterou využiji při projektování kurzu Základy podnikání pro matky na rodičovské dovolené. Z mého pohledu vystihují charakter akce a umožňují přesně popsat veškeré plánované aktivity.

3. Zadavatel kurzu Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené

„Základním zákonem podnikání současnosti je flexibilita a připravenost na změny.“²¹

„Důležité je zvyšování použitelnosti pracovníků tak, aby alespoň zčásti zvládali znalosti a dovednosti potřebné k vykonávání dalších, jiných pracovních míst.“²²

Záměrem zadavatele je zpracování projektu vzdělávacího kurzu „Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené“, který přispěje k úspěšnému návratu maminek na trh práce a významně posílí jejich výchozí pozici v případě zahájení dráhy podnikatelky, příp. při hledání zaměstnání.

Absolventky získají základní znalosti potřebné právě při rozhodování o dalším směřování jejich profesního života a zvýší svůj všeobecný přehled o situaci na trhu práce. Zejména jim však bude poskytnuta ucelená intenzivní podpora a vzdělání cílené na moderní poznatky v oblasti prohlubování kvalifikace se zaměřením do podnikatelské sféry.

3.1 Identifikace zadavatele

Nezisková organizace Sdružení CEPAC - Morava vznikla v listopadu 1993. Vznik společnosti iniciovalo české a francouzské ministerstvo práce a sociálních věcí, s podporou českého ministerstva školství, francouzského ministerstva zahraničních věcí a francouzského velvyslanectví. Na svém počátku využívala plně know – how své zakládající společnosti CEPAC Inter Soissons, které spočívá v podpoře začínajících podnikatelů. Původní základní aktivity, úzká spolupráce s francouzským partnerem umožňující srovnávání vývoje francouzského a českého trhu práce, respektování potřeb českých klientů a mnohaleté zkušenosti a trendy 21. století, přispěly k postupnému rozvoji poskytovaných služeb a produktů až do dnešní podoby společnosti.²³

Aktuálně se Sdružení CEPAC - Morava zabývá realizací rekvalifikačních vzdělávacích kurzů v oblasti informačních technologiích a základů podnikání, využíváním moderních vzdělávacích metod (e-learning, možnosti vzdělávacího portálu), poradenstvím, software, dále zpracováním, administrací a realizací projektů v rámci programů PHARE, PALMIF, LEONARDO, EQUAL a projektů Evropského sociálního fondu (dále ESF) v Operačních programech Rozvoj lidských zdrojů, Vzdělání pro

²¹ Koubek 1995, s. 206.

²² Koubek 1995, s. 207.

²³ <http://www.cepac.cz/cz>

konkurenceschopnost a dalšími aktivitami na obdobné bázi. Převážná většina projektů je zaměřena do oblasti vzdělávání a zaměstnávání.

Mezi široké spektrum klientů organizace patří střední a vysoké školy, veřejná správa, soukromý sektor a firmy, které se rozhodly investovat do vzdělávání vlastních zaměstnanců. Významný podíl v aktivitách firmy tvoří realizace projektů ESF, kdy se společnost přímo nebo prostřednictvím úřadů práce, neziskových organizací a veřejnoprávních institucí soustřeďuje na skupiny ohrožené sociální exkluzí (nezaměstnaní, matky na rodičovské dovolené, absolventi, zdravotně postižení, věkově ohraničené skupiny, migrující osoby atd.).

Dle požadavku zadavatele bude projektování vzdělávací akce zaměřeno právě do oblasti vzdělávacích aktivit, konkrétně na matky na rodičovské dovolené. Ženy pečující o nezletilé dítě patří totiž mezi skupiny ohrožené sociální exkluzí.

Zadavatel považuje skupinu matek na rodičovské dovolené z hlediska vzdělávání za vysoce perspektivní. Přínosem je nejen věk, ale zejména myšlení těchto maminek, které vidí smysl života v rodině, spoluúčasti na její ekonomické prosperitě a dalším osobním růstu. Založení živnosti je jednou z možností vstupu na trh práce, která umožňuje skloubení profesního života s péčí o rodinu. Velkou výhodou je přitom vlastní určování pracovní doby dle aktuálních časových možností a náročnosti zvolené pracovní oblasti.

4. Projektování vzdělávací akce

Nyní budou následovat chronologicky uspořádané jednotlivé fáze projektování vzdělávací akce. Pro dobrou přehlednost přímo na teoretické poznatky v oblasti profesního vzdělávání dospělých navazuje jejich praktická aplikace v konkrétní organizaci.

4.1 Analýza vzdělávacích potřeb

Analýza vzdělávacích potřeb je primární činností, kterou v rámci projektování vzdělávací akce realizujeme. Kvalita jejího provedení podmiňuje konečnou kvalitu projektování vzdělávací akce, je východiskem pro správnou volbu forem, technik a metod v jednotlivých dalších krocích projektování a závisí na ní konečná efektivita vytvořeného projektu.

4.1.1 Teoretické vymezení analýzy vzdělávacích potřeb

Výsledný projekt je vlastně metodickým návodem, který poskytuje základní pokyny pro praktický průběh vzdělávací akce. Jejím záměrem je tedy získat z různých zdrojů maximum relevantních informací potřebných k vytvoření neoptimálnější a současně nejefektivnější varianty projektu.

Analýzu v odborné literatuře podrobně specifikuje řada autorů, některé z nich uvedu:

Například Mužík analyzuje vzdělávací potřeby ze dvou hledisek:²⁴

1. vnitřní faktory - přímé potřeby účastníků,
2. vnější faktory - potřeby společnosti a trhu.

V souvislosti s prvním hlediskem uvádí, že vzdělávací projekt musí být podložen podrobným a objektivním rozborem výchozího stavu v konfrontaci s aktuálními požadavky a potřebami a s důrazem na spolehlivost zjištění jaké vědomosti a dovednosti cílovým účastníkům chybí. Konkrétním cílem kurzu je pak odstranění zjištěného rozdílu mezi skutečnými a požadovanými vědomostmi a dovednostmi.²⁵

Druhé hledisko je přiřazeno souboru veškerých dostupných údajů o potřebách potenciálních účastníků kurzu v kontextu ekonomických, legislativních, politických, sociálních a vědecko-technických faktorů. Z ekonomického hlediska je vhodné přihlídnout k demografickému vývoji v oblasti, kde bude kurz pořádán.²⁶

²⁴ Mužík 2004, s. 42.

²⁵ Mužík 2004, s. 42-43.

²⁶ Mužík 2004, s. 42.

Obdobně spatřují východisko analýzy vzdělávacích potřeb Belcourtová s Wrightem, kteří ji považují za „základní kámen procesu výcviku a rozvoje“. Také z jejich pohledu je třeba definovat základ pro výkonnost, který bude podkladem k měření procesu zlepšování a současně analyzovat vnější prostředí, které ovlivňuje potřeby budoucích účastníků kurzu.²⁷

Prokopenko, Kubr a kolektiv definují analýzu potřeb jako základní bázi umožňující nastavení optimálních podmínek pro vzdělávání. Vždy je však nutné se současně zabývat souvislostmi prostředí ve vztahu k problémům a potřebám vzdělávání.²⁸

Vždy musíme velmi dobře zvážit, které činitele jsou pro nás zásadní, a které naopak projektování vzdělávací akce příliš neovlivní.

4.1.2 Zdroje pro analýzu vzdělávacích potřeb

Na výběru relevantních zdrojů závisí budoucí úspěšnost vzdělávací akce. Tento krok vychází z potřeby zjistit veškeré informace, které mohou jakýmkoliv pozitivním či negativním způsobem ovlivnit matky, které mají zájem v budoucnu podnikat. Pro analýzu vzdělávacích potřeb získáváme informace jednak z vnějšího prostředí, jednak z vnitřního prostředí.

Z hlediska vnějších faktorů jsou možnými zdroji pro analýzu vzdělávacích potřeb údaje z Úřadů práce, celostátní a regionální statistiky, analýzy trhu práce, legislativa, potřeby živnostenského prostředí a další údaje související se vzdělávací aktivitou.

Velmi důležitým zdrojem jsou informace pocházející přímo od potencionálních účastnic vzdělávání, případně z jejich přímého okolí. Patří sem například dotazníky ohledně požadavků na oblast rozvoje, rozsah a zaměření rekvalifikace, možnosti kurzu, diagnostika rozsahu základních znalostí potenciálních zájemkyň o zařazení do kurzu, interní materiály vzdělávací firmy související se vzdělávací aktivitou. Součástí jsou také dostupné informace o cílové skupině, pro kterou bude vzdělávací akce realizována, co do vzdělanostní a věkové struktury, atd.

Bartoňková uvádí 3 základní skupiny údajů, které lze pro potřeby projektování aplikovat:²⁹

1. organizační analýza – zaměřená na potřeby společnosti a trhu,
2. analýza práce – zaměřená na přímé potřeby účastníků,

²⁷ Belcourtová, Wright 1998, s. 36, 39.

²⁸ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 97.

²⁹ Bartoňková 2008a, s. 21.

3. analýza osob – zaměřená na porovnání potřeb účastníků ve vztahu k potřebám společnosti a trhu.

Obecně lze konstatovat, že z hlediska projektování je při získávání informací podstatné posouzení problému ohledně jeho důležitosti. V případě důležitosti vyhodnotíme jeho míru a dále postupujeme v získávání informací, v případě nedůležitosti získávání informací ukončíme.

Analýza vzdělávacích potřeb je vodítkem pro volbu tematických okruhů, z kterých budeme vycházet při tvorbě vzdělávací akce.

Vždy je třeba zvážit relevantnost a potřebnost zjišťovaných údajů, zejména jejich finanční náročnost.

Oprávněnost zacílení podporují informace z vnějšího prostředí, konkrétně statistiky uvedené v interních materiálech Sdružení CEPAC - Morava, které tvoří podklady pro projekty ESF zaměřené na matky na rodičovské dovolené. Cituji z materiálů:

„Zaměstnavatelé zatím nevycházejí ženám příliš vstříc ve sladování profesního života s péčí o děti pomocí úpravy pracovní doby. Z tohoto důvodu je podíl žen pracujících na částečný pracovní úvazek velmi nízký (pouze 8,3 % žen ve srovnání s 33,4 % žen v EU). Celkově bylo v roce 2001 tvořeno částečnými pracovními úvazky pouhých 4,8 % všech úvazků, v porovnání s průměrem zemí Evropské unie dosahujícím úrovně 17,9 %. Práce na zkrácenou pracovní dobu má navíc v České republice dlouhodobě klesající tendenci. To je způsobeno nejen neochotou zaměstnavatelů přijímat pracovníky na částečný úvazek, ale také nezájmem zaměstnanců o částečné úvazky kvůli nízké úrovni mezd v České republice. Příjem z částečného úvazku může být totiž nižší než životní minimum.

Podle údajů ČSÚ tvořily ženy v roce 2001 pouze 22,9 % podnikatelů se zaměstnanci a 29,1 % pracujících na vlastní účet, zatímco jejich podíl na celkové zaměstnanosti činil 43,4 %. Mezi ženami je 9,2 % podnikatelek, kdežto v EU jich je 11,1 %. v Olomouckém kraji je tento nepoměr ještě výraznější, procento žen podnikatelek tvoří pouhých 6%. Vyšší účast žen na podnikání bude nutné podpořit lepší nabídkou školicích a poradenských služeb pro podnikatele a také služeb usnadňujících péči o děti a blízké osoby, a to nejen pro příjmově nadprůměrné jedince. V roce 2001 činil podíl průměrné mzdy ženy na průměrné mzdě muže 74,4 %, ale v porovnání s rokem 1996 došlo ke zhoršení o 2,8 %. Podle výsledků zahraničních i domácích výzkumů nelze rozdíl v odměňování přičítat pouze diskriminaci ze strany zaměstnavatele. Ženy často dobrovolně volí zaměstnání méně časově náročná, spokojí se s méně kvalifikovanými a méně odpovědnými pracovními místy. Důvodem je nutnost propojit

pracovní povinnosti s péčí o rodinu a děti, která spočívá téměř výhradně na bedrech žen. Vedle mzdového znevýhodnění čelí ženy na trhu práce i jiné diskriminaci spočívající zejména v segregaci pracovního trhu podle pohlaví, včetně feminizace některých odvětví, v obtížnějším dosahování řídicích pozic jak v podnikatelské, tak ve veřejné sféře, skryté diskriminaci osob pečujících o děti (vesměs však žen).

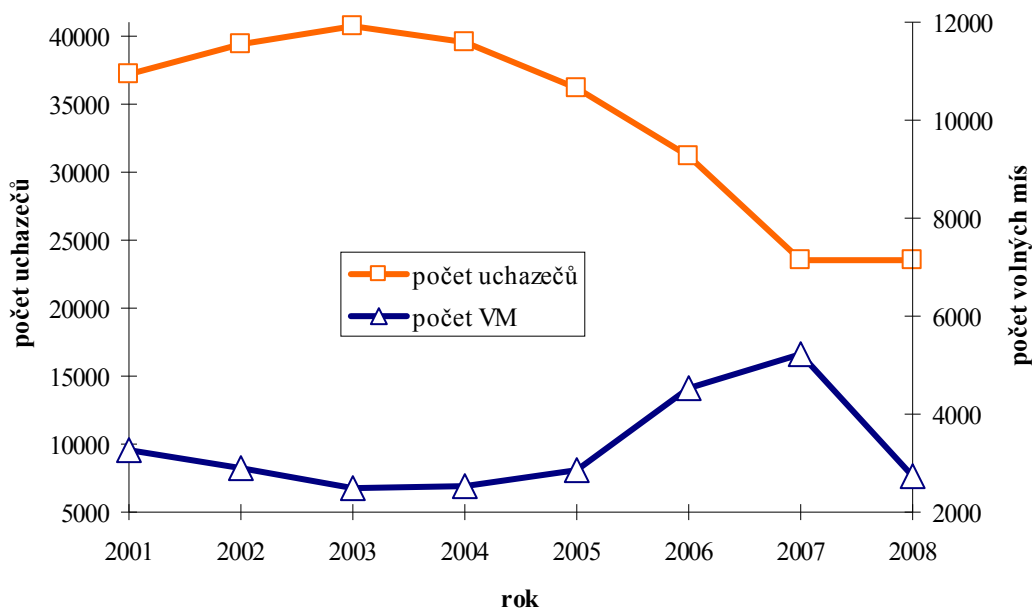
Porovnáme-li zaměstnanost podle profesí, ženy jsou nejvíce zastoupeny mezi nižšími administrativními pracovníky (79,0 %) a dále mezi provozními pracovníky ve službách a obchodě (64,3 %) a pomocnými a nekvalifikovanými pracovníky (60,1 %). Tato skutečnost má samozřejmě zásadní vliv na existenci rozdílu v odměňování žen a mužů.³⁰

Obdobné informace vyplývají ze Zprávy o situaci na trhu práce v Olomouckém kraji v roce 2008:

„Průměrná míra nezaměstnanosti v kraji byla 6,2 %. Z hlediska trhu práce je Olomoucký kraj (který mezi kraji ČR vykazuje pátou nejvyšší míru nezaměstnanosti – ke 31. 12. 2008 to bylo 6,9 %) dobrým zdrojem levné a poměrně kvalifikované pracovní síly. Podle prognózy by se měla míra nezaměstnanosti v Olomouckém kraji v polovině roku 2009 pohybovat v intervalu 9,4 – 10,4 %. Kraj se podprůměrně podílí na tvorbě HDP a je pro něj typická mzda pod hladinou celostátního průměru (v okrese Jeseník je nejnižší průměrná mzda v celé republice). Nižší daňová výtěžnost území a menší koupěschopná poptávka tvoří spolu se sníženou konkurenceschopností firem začarovaný kruh. Kraj není možné charakterizovat jako jednotný trh práce. Hranice trhu práce jsou dány zejména možnostmi denního dojíždění do zaměstnání. Mezi silné stránky kraje v oblasti lidských zdrojů můžeme zahrnout skutečnost, že podstatná část dospělé populace je ochotna se dále vzdělávat, pokud náklady vzdělávání nejsou příliš vysoké a pokud s sebou vzdělání nese dobré pracovní vyhlídky. Mezi slabé stránky v téže oblasti patří nízká mzdová úroveň, silná sezónní nezaměstnanost (zejména v horských oblastech), strukturální nezaměstnanost a nízká mobilita obyvatelstva. V posledních letech byl pozorovatelný znatelný nárůst zaměstnanosti; v roce 2008 však v důsledku celosvětové krize došlo ke stagnaci a na rok 2009 je předpokládán výrazný pokles.

³⁰ Interní materiály Sdružení CEPAC-Morava

Obr. 7 Graf: Počet uchazečů a VM v Olomouckém kraji k 31. 12.2008



Graf ukazuje, jak od roku 2004 prudce klesal počet uchazečů a zároveň rostl i počet volných míst. V roce 2008 již došlo k prudkému zvratu v tomto vývoji – počet míst klesl na hodnotu roku 2005 a počet uchazečů začal v druhém pololetí 2008 narůstat, takže meziročně míra nezaměstnanosti stagnovala. V roce 2009 očekáváme výrazný nárůst nezaměstnanosti a stagnaci počtu volných míst. U některých profesí nabídka nezaměstnaných dlouhodobě převažuje poptávku zaměstnavatelů. Jedná se o některé profese se základním vzděláním (uklízeč, pomocný a manipulační dělník, vrátný), případně o místa v administrativě (nižší účetní, sekretářky).

Co se týče vzdělání, platí pro celý Olomoucký kraj (a zřejmě i pro celou ČR), že na trhu práce jsou nejvíce ohroženy osoby se základním vzděláním a hned po nich vyučenci. V meziročním srovnání se mírně zvýšil počet i podíl uchazečů se středoškolským i vysokoškolským vzděláním.³¹

Významným nástrojem pro snižování nezaměstnanosti je aktivní politika zaměstnanosti. Část nákladů v rámci APZ byla hrazena z Evropských sociálních fondů (ESF). Vysoký objem financí byl také čerpán na projekty ESF v rámci Operačního programu Rozvoj lidských zdrojů. ÚP Olomouckého kraje si v roce 2008 stanovily vesměs stejné základní priority. Jednalo se v první řadě o podporu skupin zvláště ohrožených na trhu práce (všechny ÚP se zaměřily na občany se zdravotním postižením a dlouhodobě nezaměstnané; příp. vyšší věkové skupiny, absolventy škol

³¹ Zpráva o situaci na trhu práce v Olomouckém kraji v roce 2008, s. 3-14.

a mladistvé se základním vzděláním nebo matky s malými dětmi). V rámci strategie APZ mohly úřady práce zvýhodnit např. určité oblasti podnikání, které považovaly z hlediska zaměstnanosti za žádoucí. Nejvyužívanějším nástrojem APZ byly rekvalifikace - uchazeči o zaměstnání je využívali např. jako přechod do jiných profesí. Podstatná část rekvalifikací probíhala v rámci projektů ESF OP RLZ. Mezi nejčastěji realizované rekvalifikační kurzy patří kurz obsluhy PC (a to od základů přes pokročilé až k práci s grafickými programy), základy podnikání, motivační kurzy, apod.³²

Relevantní informace z vnitřního prostředí, tedy od samotných maminek, byly získávány na náborových akcích při realizaci předchozích kurzů, kdy potencionální zájemkyně odpovídaly v jednoduchém dotazníku, jaké vzdělávací oblasti jsou pro ně zajímavé. Ze zjištěných dat byl odvozen přetrvávající zájem zejména o dvě oblasti vzdělávání: základy obsluhy PC a základy podnikání.

4.1.3 Vzdělávací potřeby

Vzdělávací potřeby úzce souvisí s analýzou, která je východiskem pro jejich identifikaci. Vychází ze současných problémů a směřují do budoucích potřeb.

„Pod vzdělávací potřebou rozumíme určitý deficit informací, vědomostí, dovedností, profesních návyků, schopností, způsobů jednání a chování, kterými jedinec disponuje a které si vyžaduje jeho profese, jeho pracovní pozice, role a odborné kompetence“, uvádí Mužík.³³

Bartoňková charakterizuje vzdělávací potřeby jako „interval mezi aktuálním výkonem a předem definovaným standardem výkonnosti“. Prakticky jakoukoliv identifikovanou disproporci mezi znalostmi, dovednostmi a příslušnými atributy požadované kompetence a tím, co vyplývá z potřeb pracovního místa či konkrétní činnosti, lze označit jako vzdělávací potřebu. Je to vyjádření rozdílu mezi tím „co je“ a „co je žádoucí“.³⁴

Vzdělávací potřeby podle Prokopenka a Kubra stanovují rozdíl mezi současnou a standardní úrovní výkonnosti v požadované oblasti, tento interval označují jako tzv. **výkonnostní mezeru**. Současně jako významný aspekt vnímají strukturování potřeb a rozvoje z pohledu organizační výkonnosti, individuálního chování a kompetencí.³⁵

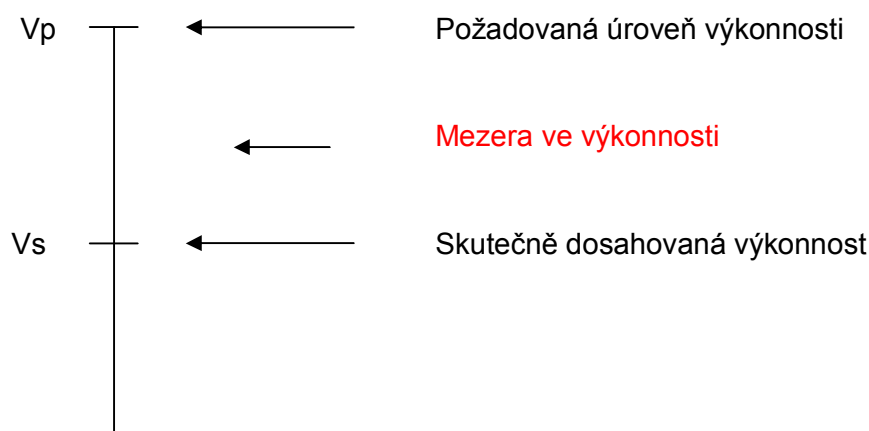
³² Zpráva o situaci na trhu práce v Olomouckém kraji v roce 2008, s. 26-29.

³³ Mužík 2004, s. 18.

³⁴ Bartoňková 2008a, s. 19.

³⁵ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 97, 99.

Obr. 2 Znáznornění mezery ve výkonnosti³⁶



Vp výkonnostní potřeba

Vs výkonnostní standard

Obšírnou, avšak výstižnou definici vzdělávacích potřeb uvádí ve svém slovníku Palán: „Vzdělávací potřeby vznikají jako hypotetický stav (uvědomovaný nebo neuvědomovaný), kdy jedinci chybí znalosti nebo dovednosti, které mají význam pro jeho další existenci, zachování psychických (i fyzických) nebo společenských funkcí. Také je možno je charakterizovat jako interval mezi aktuálním výkonem a předem definovaným standardem výkonnosti. Vzdělávací potřeby jsou tedy potřeby sociální (získané v průběhu života). Vznikají z tendence jednotlivce dosáhnout rovnováhy mezi svými možnostmi a možným sociálním a pracovním uplatněním. Jsou výrazně ovlivňovány především trhem práce, ale v neposlední řadě i vlivy osobnostními a společenskými.“³⁷

Identifikace vzdělávacích potřeb matek vyplývá z reálných potřeb cílové skupiny. Dlouhodobý pobyt matek doma s dítětem vede ke snížení sebevědomí a postupné ztrátě sociálního statusu. Při návratu na trh práce jsou matky nuceny překonávat řadu bariér: profesní, psychologické a ekonomické. V době pobytu matek na rodičovské dovolené dochází také k profesní stagnaci, která značně snižuje možnosti dalšího uplatnění na pracovním trhu. Významnou překážkou je obvykle i finanční situace mladé rodiny z hlediska nemožnosti investovat prostředky a čas do udržení profesních dovedností a osvojení si nových, což vede k postupnému podkopání sebedůvěry ve

³⁶ Vodák, Kuchaříková 2007, s. 70.

³⁷ Palán 1997, s. 128.

své schopnosti a následnému snižování prahu aspirace. Bariéry ekonomické vyplývají ze stereotypu uvažování společnosti o sociálních rolích žen a mužů. Pro zaměstnavatele je stále ještě neperspektivní matka s malým dítětem, stejně jako ve společnosti převládá názor, že „živitelem rodiny je otec“. To se projevuje ve snížené míře finanční autonomie žen. Míra užití společných „rodinných“ finančních prostředků pro podporu rozvoje kariéry ženy je nižší než u mužů.³⁸

Cílem jejich vzdělávání je tedy snaha o odstranění vzniklých disproporcí mezi aktuální připraveností vstupu na trh práce a mezi požadavky, které jsou na uchazečky o pracovní místo kladeny.

Podporou uvedeného cíle je příprava a realizace kurzu Základy podnikání, kdy jednotlivé moduly korespondují se základními znalostními požadavky potřebnými k založení živnosti.

Konečným efektem vzdělávací akce je podpora změn v individuálním chování a výkonnosti jako významného předpokladu usnadnění návratu matek na trh práce.

4.1.4 Způsoby identifikace vzdělávacích potřeb

Existují 2 varianty identifikace vzdělávacích potřeb.³⁹

- 1) **kvantitativní výzkum** – je založen na terénním šetření, nejčastějším zdrojem je dotazník, rozhovor, pozorování, v podstatě se jedná o přímé dotazy na vzdělávací potřeby,
- 2) **kompetenční přístup** – je založen na tvorbě kompetenčního modelu, pomocí kterého získáváme obecné požadavky na pracovní pozici, vhodný u manažerských profesí nebo při „nulovém“ profilu účastníka, výhodou je široká použitelnost přístupu.

Pro identifikaci vzdělávacích potřeb v projektování dané akce jako vhodnou použijeme variantu kompetenčního přístupu. Uvedený výběr koresponduje s názorem Belze a Siegrista, že v oblasti dalšího vzdělávání jsou klíčové kompetence stále významnější složkou pro identifikaci vzdělávacích potřeb.⁴⁰

Kompetenční model je souborem kompetencí vybraných a uspořádaných podle nějakého klíče a „reprezentuje jak (jakými procesy a jakým přístupem k práci) a čím (s kterými vstupy a předpoklady) lze dosáhnout určitého měřitelného výsledku.“⁴¹

³⁸ Interní materiály Sdružení CEPAC-Morava

³⁹ Bartoňková 2008a, s. 22-23.

⁴⁰ Belz, Siegrist 2001, s. 21.

⁴¹ Bartoňková 2008b, s. 86.

V odborné literatuře existují 2 základní termíny pojmu „kompetence“, oba pochází z angličtiny.

Jak uvádí Bartoňková, která volně cituje Armstronga, vychází rozdílnost významů obou termínů z překladu jednotlivých výrazů:⁴²

- competency – **schopnost** člověka chovat se určitým způsobem, který si vyžaduje dané místo a který přináší požadované výsledky,
- competence – odpovídá pojmu **kvalifikace, odborná způsobilost**, vztahuje se k oblasti práce, pracovního místa, kterou je daná osoba oprávněná či způsobilá vykonávat.

Tento pohled doplňují Veteška s Tureckiovou konstatováním, že ve smyslu oprávnění (pravomoc) jednotlivce činit rozhodnutí chápe kompetence spíše laická veřejnost. Odborná veřejnost v kurikulárních dokumentech definuje kompetence jako „soubor znalostí, dovedností, zkušeností, metod, postupů a postojů, které jednatel využívá k úspěšnému řešení nejrůznějších úkolů a životních situací, které mu umožňují osobní rozvoj a naplnění jeho životních aspirací ve formě profesního uplatnění a zaměstnatelnosti. Zvládnutí kompetencí v požadované míře je v zásadě posuzováno úspěšností jedince v různých životních situacích“.⁴³

Při tvorbě kompetenčního modelu se tedy přikloníme k výrazu kompetence ve smyslu schopnosti vykonávat nějakou činnost, být kvalifikovaný v určité oblasti, tzn. že jedinec je schopný se rozvíjet a následně podávat odpovídající výkon.

K tomuto podání se v různých obměnách přiklání řada dalších autorů - podstata však zůstává identická:

- **Kompetence** obsahuje soubor vědomostí, dovedností, schopností, postojů a hodnot jedince důležitých pro dosažení či splnění určitých úkolů⁴⁴
- **Kompetence** je schopnost člověka chovat se určitým způsobem. Je výsledkem součinnosti dynamiky jeho osobnosti, jeho postojů, hodnot, motivů, způsobilosti, vědomostí a dovedností.⁴⁵
- **Kompetence** je vyjádřena popisem znalostí, povahových rysů, postojů a dovedností dané profese.⁴⁶

Kompetence se vyznačují určitými charakteristickými znaky, mezi nejvýznamnější patří:⁴⁷

⁴² Bartoňková 2008b, s. 80.

⁴³ Veteška, Tureckiová 2008, str. 25.

⁴⁴ Kubeš, Millerová, Kurnický 2004, s 26-27.

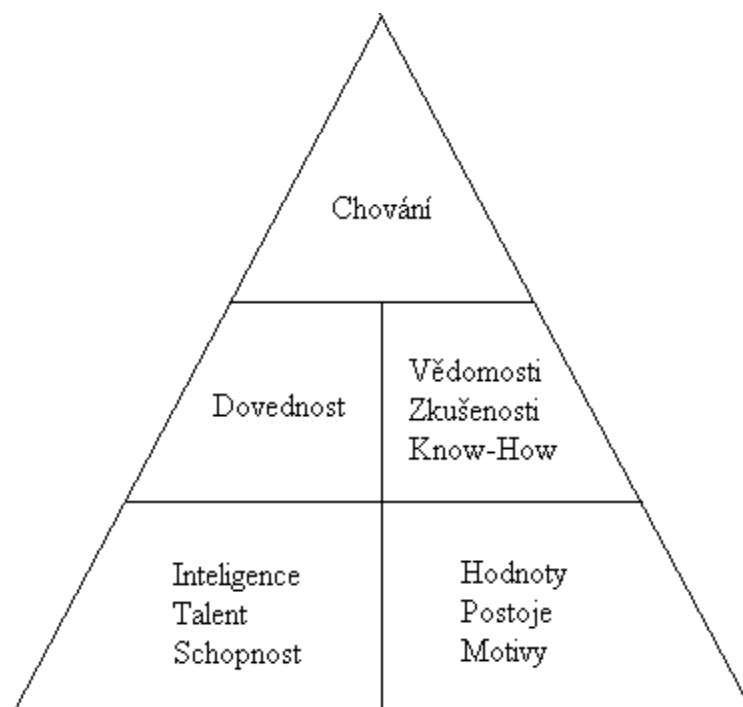
⁴⁵ Vodák, Kuchaříková 2007, s. 55.

⁴⁶ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 23.

⁴⁷ Veteška, Tureckiová 2008, s. 31-32.

- je vždy kontextualizovaná – zasazená do určitého prostředí nebo situace a vyhodnocovaná podle předchozích i současných zkušeností a zájmů,
- je multidimenzionální – skládá se z rozličných zdrojů, obsahuje chování a v něm se také projevuje,
- je definovaná standardem – předpokládaná úroveň je určena předem včetně souboru výkonových kritérií, tudíž je měřitelná,
- má potenciál pro akci a rozvoj – je získávána v procesech vzdělávání a učení.

Obr. 3 Hierarchický model struktury kompetence⁴⁸



Kompetence se dělí podle různých přístupů, jeden z nich hovoří o skupinách kompetencí:⁴⁹

- **Manažerské kompetence** – přispívají k úspěšnosti manažerského výkonu, plnění organizačních cílů a přispívají k vytváření příznivého prostředí v týmu.
- **Interpersonální kompetence** – podporují efektivní komunikaci, týmovou spolupráci, napomáhají v budování pozitivních vztahů s okolím.

⁴⁸ Kubeš, Spillerová, Kurnický 2004, s. 28.

⁴⁹ Vodák, Kuchaříková 2007, s. 56.

- **Technické kompetence** – vztahují se ke konkrétním pozicím, zajišťují schopnost jedince úspěšně plnit úkoly typické pro jeho pozici.

Pokud budeme hovořit o kompetentním pracovníkovi, je třeba si uvědomit, že pro úspěšné splnění daného úkolu na požadované úrovni, musí disponovat třemi základními předpoklady.⁵⁰

1. Je vnitřně vybaven vlastnostmi, schopnostmi, vědomostmi a dovednostmi, které k takovému chování potřebuje.
2. Je k takovému chování motivován, spatřuje v něm tedy hodnotu a je ochoten vynaložit tímto směrem potřebnou energii.
3. Má možnost v daném prostředí toto chování použít.

Než přejdeme k obecné tvorbě kompetenčního modelu, je třeba pro doplnění přehledu zmínit pojem „klíčové kompetence“.

„Klíčové kompetence zahrnují celé spektrum kompetencí přesahujících hranice jednotlivých odborností. Jsou výrazem schopnosti člověka chovat se přiměřeně situaci, v souladu sám se sebou, tedy jednat komplexně. Rovina kompetencí se vyznačuje mimo jiné tím, že různé velmi komplexní schopnosti působí společně. Získávání klíčových kompetencí je celoživotní individuální proces, který slouží k rozvoji osobnosti.“⁵¹

Kompetenční model sestává z homogenních celků, kompetencí, je kombinací konkrétních vědomostí, dovedností a dalších charakteristik osobnosti potřebných pro efektivní plnění úkolů na dané pozici.⁵²

Variabilnost kompetencí umožňuje lidem dělat stejnou věc různými způsoby, aniž by to signalizovalo narušení jejich schopnosti podávat přiměřený výkon odpovídající konkrétní pozici. „Kompetenční model tedy není cestou tvorby standardu, ale cestou k řízení diverzity a výkonu.“⁵³

S odkazem na Kubeše, Spillerovou a Kurnického dále Bartoňková uvádí, že existují 3 základní druhy kompetenčních modelů, přičemž jejich výběr a tvorba je v přímém kontextu se záměry konkrétní firmy:⁵⁴

- **Model ústředních kompetencí** – zahrnuje kompetence společné a nevyhnutelné pro všechny jednotlivce v organizaci.

⁵⁰ Kubeš, Spillerová, Kurnický 2004. s. 27.

⁵¹ Belz, Siegrist 2001, s. 166, 168.

⁵² Bartoňková 2008a, s. 25.

⁵³ Bartoňková 2008a, s. 85.

⁵⁴ Bartoňková 2008b, s. 88.

- **Specifický kompetenční model** – identifikuje kvality jednotlivce na konkrétní pozici v konkrétní firmě, lze ho však použít i v jiné firmě.
- **Generický (všeobecný) kompetenční model** – osvědčený seznam kompetencí příslušný konkrétní pozici, nejsou zohledněna specifika firmy a lze ho použít v každém typu organizace v každé pozici.

Pro potřeby projektování vzdělávací akce „Základy podnikání“ bude použit kompetenční model. Oprávněnost jeho použití vyplývá z charakteru vzdělávací akce i cílové skupiny.

Zhodnocené kompetence jsou podkladem pro tvorbu kompetenčního modelu podnikatele, který definuje předpoklady potřebné k úspěšnému založení živnosti a současně také profil absolventa kurzu Základy podnikání. Z hlediska možnosti jeho využití i v dalších kurzech vytvoříme tzv. generický (všeobecný) model.

Tvorba kompetenčního modelu pro potřeby kurzu Základy podnikání vychází z belgického modelu Entre Spiegel III, který Sdružení CEPAC-Morava používá. V podstatě pomocí tzv. kombinovaného přístupu aplikujeme původní model na současné podmínky a legislativu platnou v České republice.

V projektu kurzu Základy podnikání bude použit kompetenční model, jehož tvorbu si rozfázujeme do 5 etap.⁵⁵

- 1) přípravná fáze,
- 2) fáze získávání dat,
- 3) fáze analýzy a klasifikace informací,
- 4) popis a tvorba kompetenčního modelu,
- 5) ověření a validizace vzniklého modelu.

Přípravná fáze – zjištění základních údajů o cílové skupině, vytvoření profilu účastníka, prověření reálných možností zahájení živnostenské činnosti, získání podrobných informací o regionálním trhu práce, zabezpečení dalších relevantních zdrojů informací atd.

Sběr dat – rozhovory, dotazníky, dokumenty, statistiky, průzkumy, původní kompetenční model podnikatele převzatý z interních materiálů organizace atd.

Analýza a klasifikace informací – vyhodnocení získaných materiálů, doplnění aktivit, které podporují úspěšného podnikatele.

Popis a tvorba kompetenčního modelu – vychází z identifikace jednotlivých kompetencí, kdy každá kompetence má pevně danou strukturu patrnou z obrázku 3 na

⁵⁵ Bartoňková 2008a, s. 23.

straně 28, je měřitelná s možností jejího dalšího rozvíjení. Hodnotu jednotlivých kompetencí zjistíme vytvořením hodnotící škály.

Aktuální kompetenční model vychází ze zkušeností zadavatele, který obdobné kurzy v minulosti již realizoval, dále z předprojektových dotazníků, na které odpovídaly potenciální zájemkyně o vzdělávací proces, a z belgického modelu Entre Spiegel III, který byl již zmíněn. Soubor jednotlivých kompetencí uvedených v následující tabulce je označen jako Kompetence I. Bude základem pro skladbu výukových modulů. Důležitou součástí modelu je i druhá tabulka označená jako Kompetence II, která také přísluší profilu podnikatele, avšak získání těchto kompetencí není cílem kurzu Základy podnikání a jejich výčet je pouze ilustrativní, pro získání ucelené představy o podnikatelských kompetencích.

Přehled kompetencí:

Kompetence I.	Projevy kompetencí	Cíl kurzu
znalost základů práva – obch. zák., živnost. zákon	obecné znalosti obchodního práva, např. druhy obchodních firem, postupy při jejich zakládání, základní druhy a povinný obsah smluv... obecné znalosti z oblasti živnost. zákona, např. postup při zakládání živnosti, základní povinnosti...	ano
znalost základů ekonomie	obecné znalosti ekonomie – základní názvosloví, jeho význam	ano
znalost daňové evidence a účetnictví	znalost základů daňové evidence a účetnictví, výpočet daně z příjmu, formulář daňového přiznání...	ano
znalost základů marketingu	znalost základů marketingu – pojem 4P a jeho principy	ano
znalost základů soc. zabezpečení	povinnosti OSVČ vyplývající ze struktury sociálního zabezpečení, výpočet záloh soc. zabezpečení...	ano
znalost základů zdrav. pojištění	povinnosti OSVČ vyplývající ze zdravotního pojištění, výpočet záloh na ZP...	ano
znalost tvorby podnikatelského záměru	znalost logistiky postupů tvorby podnikatelského záměru, vyhledání potřebných informací k jeho vytvoření, posouzení kvality nápadu, orientace v konkurenčním prostředí...	ano

Kompetence II.	Projevy kompetencí	Cíl kurzu
komunikativní dovednosti	schopnost verbálně i neverbálně komunikovat, schopnost naslouchat, schopnost sebereflexe...	ne
sociální interakce	schopnost věcné argumentace, přesvědčivost, schopnost získat podporu a spolupráci okolí...	ne
vytrvalost	schopnost nepolevit v úsilí přes nesouhlas okolí, schopnost řešit i neatraktivní úkoly s plným nasazením...	ne
rozhodování	schopnost přijímat nezávislá rozhodnutí, schopnost svobodného a nezávislého myšlení a jednání a přebírání odpovědnosti za ně...	ne
flexibilita	operativnost a pružnost v myšlení a chování, vyhledávání nových cest a přístupů, přizpůsobení podnikatelských aktivit požadavkům trhu...	ne
organizační schopnosti	schopnost cíleného organizování realizovaných činností a lidí, schopnost plánování a koordinace...	ne
podnikavost	schopnost hodnotit vývoj situace, definovat rozvojové záměry firmy, vyvodit strategické cíle, reagovat na měnící se podmínky, brát v úvahu možná rizika a možnosti jejich řešení...	ne

Ověření a validizace vzniklého modelu – obecně je nejběžnějším používaným způsobem validizace převedení položek KM do dotazníku a vytvoření nástroje pro 360° zpětnou vazbu.⁵⁶

Pozn.⁵⁷

360° zpětná vazba – efektivní nástroj pro:

- hodnocení potenciálu zaměstnanců skrze klíčové kompetence,
- získání zpětné vazby od nadřízeného, kolegů a podřízených,
- určení reálnosti sebenáhledu pracovníka,
- doporučení dalšího rozvoje.

360° zpětná vazba - zpravidla dotazníkové šetření, kdy jednotlivé kompetence mohou být hodnoceny prostřednictvím hodnotících škál, výběru odpovídajících popisů nebo číselnou škálou. Součástí hodnocení je i možnost volných komentářů a doporučení.

Potřeba ověření návrhu kompetenčního modelu pro kurz ZP proběhne prostřednictvím jeho transformace do dotazníku zohledňujícího jednotlivé kompetence, který bude

⁵⁶ Bartoňková 2008a, s. 25.

⁵⁷ <http://www.i-l-m.cz/index.php?a=cat.192>

předán k vyplnění vybraným drobným podnikatelům a živnostníkům. Relevantnost uvedené skupiny vyplývá ze skutečnosti, že frekventantkami kurzů budou „začínající podnikatelky“.

4.2 Formulace cílů vzdělávací akce

Formulace cílů vzdělávací akce je významným počinem v celkovém kontextu projektování. Právě správně stanovený cíl je podstatou úspěšného projektu vzdělávací akce. Vyplývá z něho nejen obsah, ale také profil účastníka i absolventa, způsob didaktických forem a metod, kritéria hodnocení dosažených znalostí a dovedností - měřitelné parametry efektivity daného kurzu.

Definování a strukturaci cílů se věnuje řada autorů odborné literatury, přičemž k jejich formulaci používají různá kritéria. Některá z nich nyní uvedu.

Údaje shromážděné z analýzy vzdělávacích potřeb slouží jako podklad pro stanovení hlavního cíle projektu vzdělávací akce. Mezi základní interpretace výsledků analýzy při formulování cílů patří tzv. pravidlo SMART zaměřené na výkonnost, jehož parametry jsou vyjádřeny jednotlivými písmeny:⁵⁸

S – specifický

M – měřitelný

A – akceptovatelný

R – realizovatelný

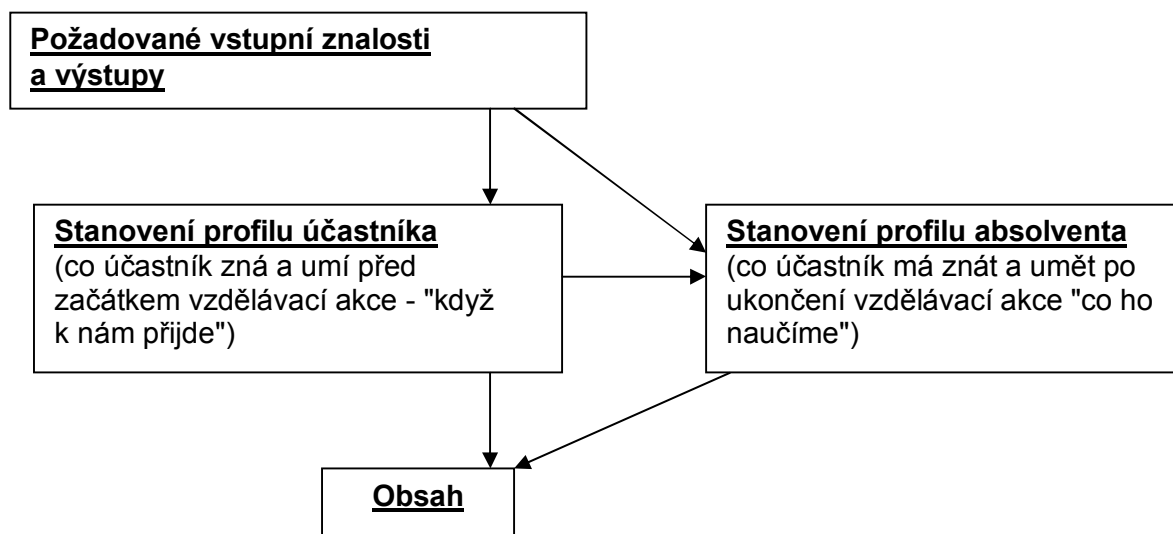
T – termínovaný

Zjednodušeně řečeno jde o definici cíle, podmínek a kritérií.⁵⁹

⁵⁸ Palán 2002, s. 219.

⁵⁹ Belcourt, Wright 1998, s.63-64.

Obr. 4.: Stanovení a formulace cílů⁶⁰



„Cíle vzdělávacího programu – konkrétně formulovaná představa o formě chování studujícího nebo jeho dispozicích k určitému chování (schopnost, dovednost, kvalifikace), získaných díky výuce. Cíle tedy určují, co bude účastník schopen dělat na konci lekce nebo vzdělávacího programu. Je to praktická formulace záměru (účelu) a výstupu (výsledku). Cíle mohou být různě strukturovány, obecně platný model strukturování cílů neexistuje.⁶¹

Nejnámější je teoretické rozdělení podle dimenzí učení:⁶²

- a) **kognitivní cíle** (vědomosti – teoretické schopnosti),
- b) **afektivní cíle** (cit – emotivní a mravní postoje),
- c) **psychomotorické cíle** (konání – praktické dovednosti, šikovnost).

Z hlediska dimenzí učení je hojně užívaná tzv. Bloomova taxonomie, kdy učební cíle kognitivní domény dělíme do 6 kategorií, z nichž nižší (jednodušší) je vždy obsažena ve vyšší (složitější). Studující tedy musí nejprve látku pochopit než postoupí v učivu o znalostní stupeň výše – platí zásada postupu od jednoduššího ke složitějšímu. Jednotlivé kategorie jsou charakterizovány úrovní osvojení a typickými slovesy odpovídajícími vymezeným cílům.⁶³

Cíle lze členit také podle postupné konkretizace vzdělávacího programu na.⁶⁴

- a) **hlavní** – programové učební cíle,
- b) **rámcové** – dílčí učební cíle,

⁶⁰ Bartoňková 2008a, s. 46.

⁶¹ Palán 2002, s. 219.

⁶² Bartoňková 2008a, s. 40.

⁶³ Bartoňková 2008a, s. 40.

⁶⁴ Bartoňková 2008a, s. 40.

c) **jednotlivé** – specifické, dílčí učební cíle.

Z hlediska přístupu lektora je významné členění na cíle informativní (orientující se na paměť a myšlenkovou činnost), formativní (formující, působící na celou osobnost) a transformativní (překonávající nevyhovující návyky a zastaralé dovednosti).⁶⁵

Aby cíle byly neformální, tedy funkční, musí splňovat 4 vlastnosti:⁶⁶

- komplexnost,
- kontrolovatelnost,
- konzistentnost,
- přiměřenost.“

„Přesná formulace učebních cílů podstatně usnadňuje výběr učiva, vzdělávacích forem i didaktických metod. V konečném důsledku ovlivní tento proces i organizaci vzdělávací akce.“⁶⁷

Explicitně stanovené cíle vylučují možnost podcenění vzdělávacích aktivit, naopak usnadňují školitelům dosahovat důležitých vzdělávacích cílů.⁶⁸

Definování priorit obsahů jednotlivých tematických oblastí je podstatným aspektem určujícím účinnost vzdělávací akce:⁶⁹

- **co musí účastník znát** – vše nezbytné pro dosažení programových cílů,
- **co by účastník měl znát** – vše, co doplňuje základní okruhy a co může být zařazeno v případě dostatku času,
- **co by účastník mohl znát** – to, co je zajímavé a vhodné, ale ne nezbytné.

Rozlišujeme několik úrovní cílů, jejichž postupné úspěšné plnění v konečném důsledku představuje míru efektivnosti vzdělávací akce:⁷⁰

- **programové cíle** – vycházejí z analýzy potřeb, zahrnují všechny definované cíle, ve svém souhrnu vyjadřují závěrečný cíl celé akce, tzn. zda výkon absolventa kurzu odpovídá očekáváním,
- **cíle lekce** – obsahem jsou cíle jednotlivých lekcí, jejich dosažení je základním předpokladem plnění cílů programových,
- **cíle dílčí** – předpokládají plnění dílčích bloků jednotlivých lekcí.

Z pohledu úrovně cílů kurzu Základy podnikání budou určeny relevantní cíle potřebné k dosažení základních znalostí pro zahájení podnikatelské činnosti. Z pohledu

⁶⁵ Palán 2002, s. 219-220.

⁶⁶ Palán 2002, s. 219.

⁶⁷ Bartoňková 2008a, s. 45.

⁶⁸ Belcourt, Wright 1998, s. 74.

⁶⁹ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 138.

⁷⁰ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 135.

posloupnosti je nejvýznamnějším, ale současně nejzazším cílem tzv. výkonnostní cíl, který se projeví v případě, že absolventka kurzu začne fakticky podnikat. Střednědobý studijní cíl bude splněn v případě prokazatelného ukončení kurzu za stanovených podmínek, konkrétně formou úspěšného složení závěrečného testu a certifikací. Nejkratší jsou cíle dílčí, které budou plněny průběžně v době trvání vzdělávací akce, vždy po ukončení ucelené části modulu, opět formou průběžných testů.

Pravidlo SMART je v Základech podnikání naplněno následovně:

- **S** – konkrétní a nezaměnitelný cíl vyjadřuje samotný název kurzu zaměřený na základy podnikání, tj. dosažení znalostí a dovedností potřebných k zahájení podnikání,
- **M** – dosažená úroveň znalostí a dovedností je měřitelná pomocí průběžných testů v jednotlivých modulech, závěrečné zkoušky a obhájené podnikatelského záměru,
- **A** – způsob realizace a dosažení cílů jsou akceptovatelné z hlediska požadavků potřeb frekventantek i organizace,
- **R** – předpoklad absolutoria kurzu předepsaným způsobem, tzn. Složením závěrečné zkoušky a obhájením podnikatelského záměru,
- **T** – časově ohraničený kurz, který bude probíhat v souladu s harmonogramem plánované vzdělávací akce.

Z definovaných cílů vystupuje jejich struktura vymezená 3 částmi:⁷¹

1. **specifikace výsledného chování** – chování je popisováno činnými slovesy, např. řešit, dokázat, definovat, vybrat,
2. **standarty, kterých je třeba dosáhnout** – stanovují kvalitu, míru nebo časový interval pro dosažení předepsané činnosti,
3. **podmínky, za kterých má být cílů dosaženo** – kompendium všeho, pozitivního i negativního, co se v popisovaném prostředí nachází.

„V praxi je třeba rozlišovat mezi cílem a záměrem. Záměr vyjádří, co chce lektor v průběhu lekce dělat, proč bude probíráno určité téma. Cíle říkají, co budou účastníci kurzu po jeho absolvování schopni dělat. Zjednodušeně se dá říct, že záměry se týkají lektora a cíle účastníků.“⁷²

Z analýzy potřeb cílové skupiny, kompetenčního modelu a formulace cílů vzdělávací akce, vplynuly vzdělávací aktivity, stejně jako profil účastníka i profil absolventa. Než přistoupím k transformaci cílů do obsahu kurzu Základy podnikání, zformuluji profil účastníka a absolventa:

⁷¹ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 135.

⁷² Vodák, Kuchaříková 2007, s. 83.

Profil účastníka:

- matky na a po rodičovské dovolené,
- zájemkyně a uchazečky ÚP v daném regionu,
- zájem o případné založení živnosti,
- ochota se dále vzdělávat,
- časová flexibilita,
- věk a vzdělání nerozhoduje.

Profil absolventa:

- znalost základů práva,
- znalost základů ekonomie,
- znalost základů daňové evidence a účetnictví,
- znalost základů marketingu,
- znalost základů soc. zabezpečení,
- znalost základů zdrav. pojištění,
- znalost tvorby podnikatelského záměru.

Dalšími důležitými součástmi profilu podnikatele je znalost verbální a neverbální komunikace, disciplína, sociální interakce, asertivní jednání, sebezprezentace, schopnost vcítit se, analytické schopnosti, sebereflexe a řada dalších. Avšak jak již bylo výše uvedeno, získání těchto kompetencí není součástí tohoto kurzu a pro přehlednost byly pouze ilustrativně uvedeny v tabulce Kompetence II (viz strana 32). Kurz Základy podnikání je orientován na získání tzv. tvrdých dovedností (hard skills), nebo-li odborného know-how. Komunikace se všemi svými formami včetně ostatních projevů chování se řadí k tzv. měkkým dovednostem (soft skills), které byly dříve nazývány sociálními kompetencemi a jsou znakem emocionální inteligence. Rozvoj těchto dovedností může velmi pozitivně ovlivnit profesní růst.⁷³ S ohledem na význam soft skills v podnikání doporučuje autorka projektování vzdělávací akce zadavateli uvažovat o podání dalšího vzdělávacího projektu, směřujícího právě do této oblasti vzdělávání.

Dalším krokem ve sledu jednotlivých fází je přetransformování stanovených cílů a způsobů jejich dosažení do obsahu vzdělávací akce.⁷⁴

- a) inventář disciplín,
- b) studijní plán,
- c) osnovy vzdělávání, příp. další kurikulární dokumenty,

⁷³ Kühlinger, Friedl 2007, s. 13-15.

⁷⁴ Bartoňková 2008a, s. 46.

d) studijní materiály v odpovídající formě.

Proces didaktické transformace definuje jednotlivé dílčí etapy následovně:⁷⁵

Inventář disciplín – výčet veškerých relevantních požadavků bez jakékoliv struktury, který bude podkladem pro tvorbu studijního plánu. V případě kurzu Základy podnikání, který vychází z vybraných klíčových kompetencí, jsou doporučenými moduly pro daný kurz ekonomika a účetnictví, sociální a zdravotní pojištění, právní minimum, živnostenský a finanční úřad, marketing a tvorba podnikatelského záměru (Kompetence I., viz strana 31)

Studijní plán – tvoří vazbu mezi programovými cíli, prakticky se jedná o logicky uspořádaný systém disciplín, stanovující jejich časové dotace, posloupnost, nasazení a způsob ukončení - certifikaci. Obecně rozlišujeme 2 základní typy studijních plánů:⁷⁶

- a) **induktivní** – učivo je koncipováno od prakticky orientovaných disciplín k teoretickému zastřešení, používá se zejména u kombinovaného studia (např. magisterské studium),
- b) **deduktivní** - koncepce učiva směřuje od teoretického zastřešení k prakticky orientovaným disciplínám, používá se zejména u denního studia.

Studijní plány mohou být z hlediska uspořádání obsahu vzdělávací akce utříděny jednou ze 3 základních forem, které Bartoňková převzala od Skalkové:⁷⁷

- **Předmětové uspořádání obsahu** – vychází z formálního způsobu vzdělávání, propojuje jednotlivé předměty s odpovídajícími vědními, technickými a jinými obory či oblastmi praktické činnosti. Nejčastější varianta, negativem je eventualita tříštění vědomostí.
- **Projektové uspořádání obsahu** – spojení obsahu vzdělávání s konkrétními praktickými činnostmi, avšak bez teoretického zastřešení. Negativem je následný vznik mezery mezi praxí a teorií, který můžeme eliminovat kombinací s předmětovým uspořádáním.
- **Modulové uspořádání obsahu** – konstrukce studijního plánu ve stavebnicovém systému, moduly mohou být formulovány na všech úrovních cílů a činností, učivo lze přizpůsobit podle specifických potřeb praxe či teorie. Jednoznačným pozitivem je možnost využití jednotlivých modulů pro jinou vzdělávací akci. Přínosem je také podpora integrace vzdělávacího obsahu s vyloučením nedostatků předchozích forem.

⁷⁵ Bartoňková 2008a, s. 46-47.

⁷⁶ Bartoňková 2008a, s. 47.

⁷⁷ Bartoňková 2008a, s. 47-48.

Pro kurz Základy podnikání byl zvolen deduktivní studijní plán s modulovým uspořádáním obsahu. Výhodou je stavebnicové uspořádání samostatných modulů, které je možné využít také pro jiné cílové skupiny, což je pro zadavatele nesporným pozitivem. Moduly korespondují s inventářem disciplín a profilem absolventa (viz str. 22). Z rozsahu a náročnosti jednotlivých disciplín vychází jejich časová dotace.

Pro přehlednost nyní uvedu jednotlivé moduly, jejich anotace a časové dotace:

Název modulu	Anotace	Časová dotace hod.
Základy práva	základní orientace v právních formulacích týkajících se zahájení podnikání, znalosti klíčových právních norem a povinných obsahů obchodních a zaměstnaneckých smluv	36
Základy ekonomie, daňová evidence a účetnictví	obecná znalost názvosloví, jeho významů a základních ekonomických operací, manažerské minimum, orientace v povinné evidenci a základních účetních postupech, výpočet daně z příjmu a základních formulářů	36
Základy marketingu	základní znalost 4P a jeho principy	30
Základy soc. zabezpečení a zdrav. pojištění, živnostenský úřad, finanční úřad	pro menší rozsah jednotlivých oblastí byly tyto spojeny do jednoho modulu, výpočet záloh na zdravotní pojištění a sociální zabezpečení, základní znalost příslušných povinností OSVČ	24
Tvorba podnikatelského záměru	obecná orientace v logistice postupů tvorby podnikatelského záměru, základní znalost vyhledání relevantních informací, možnosti kreativity, orientace v konkurenční prostředí	48
Celkový počet hodin		174
Obhajoba, závěrečná zkouška, předání certifikátu		6

Osnovy – účelové a logické uspořádání vzdělávacího obsahu, umožňují revizi studijního plánu prostřednictvím konkretizace jednotlivých cílů vzdělávací akce do tematických celků co do rozsahu, způsobu výuky, použití vzdělávacích metod, postupů, prostředků, a současně přesné identifikace vztahů mezi moduly a disciplínami kurzu. Jedná se o poslední možnost korekce studijního plánu tak, aby jeho obsah odpovídal v maximální míře stanovenému profilu absolventa a nedocházelo k duplicitě nebo opomenutí témat. Palán učební osnovy dělí na:⁷⁸

- lineární (postupné),
- cyklické (opakování učiva v cyklech se zvyšováním náročnosti),
- spirálové (syntéza předchozích).

V kurzu Základy podnikání budou použity osnovy lineární, protože korespondují s charakterem vzdělávací akce. Současně jsou úzce provázány se studijním plánem, který akceptují bez úprav.

Studijní materiály – významná podpora studentů při jejich studijních aktivitách. Základem pro výuku v kurzu ZP budou tištěné učební materiály a dále možnost samostudia elektronických výukových textů přístupných na vzdělávacím portálu organizace, které obsahují část vzdělávací, procvičovací a testovací. Elektronická verze studijních materiálů bude současně frekventantkám předána i na CD pro případ, že by některé z nich neměly doma možnost přístupu na internet. Uvedená možnost přístupu na portál stejně jako výukové CD dále zohledňuje případné výpadky maminek v docházce, např. z důvodu nemoci dítěte, plánovaného vyšetření, apod.

4.3 Didaktické formy a metody vzdělávání

Na formulaci cílů vzdělávací akce navazuje volba adekvátních didaktických forem a metod vzdělávání. Pojítkem mezi oběma výrazy je právě slovo „didaktický“. Palán didaktiku interpretuje jako činnost „zabývající se problematikou cílů, obsahu, metod, forem, didaktických prostředků, učebních pomůcek a jejich efektivního využívání ve vzdělávacím procesu.“⁷⁹

Prakticky vymezujeme prostředky didaktické transformace, kterou Bartoňková charakterizuje jako převedení cílů vzdělávací akce do obsahu vzdělávací akce.⁸⁰ Obsah zde představuje věcně konkretizované učební cíle zpředmětněné v učivu, které

⁷⁸ Palán 2002, s. 220.

⁷⁹ Palán 1997, s. 30.

⁸⁰ Bartoňková 2008a, s. 46.

se mají výukou zvládnout. Při realizaci obsahu je nutno mít k dispozici odpovídající vzdělávací prostředky a volit vhodné formy a metody.⁸¹

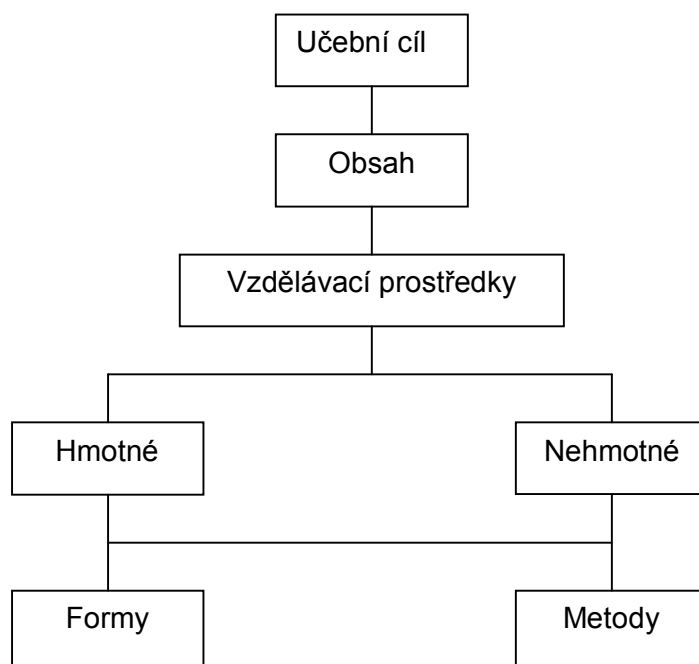
Projektování obsahu je logickým heslovitým vyjádřením kompletního přehledu všech základních tematických oblastí, které jsou obsaženy ve vzdělávacích cílech a které hodláme účastníkům akce zprostředkovat.⁸²

Zprostředkování akce probíhá prostřednictvím vhodných vzdělávacích prostředků. Palán učební prostředky charakterizuje jako činitele, kteří svou aktivitou napomáhají k dosažení cíle, a faktory, které jsou k tomuto cíli využívány.⁸³

Také zde je ekonomické kritérium jedním z hledisek, které mohou naši volbu podstatně ovlivnit.

Posloupnost výše uvedeného procesu je patrná z následujícího obrázku:

Obr. 5.: Návaznosti a závislosti didaktických prostředků⁸⁴



⁸¹ Palán 2002, s. 13.

⁸² Pokorná 2008a, s. 38.

⁸³ Palán 2002, s. 220.

⁸⁴ Palán 2002, s. 220.

4.3.1 Didaktické formy

Podstatnou fází projektování vzdělávací akce je volba nevhodnější a neúčinnější didaktické formy vzdělávání pro konkrétní akci, která vyplývá ze vzdělávacích cílů a určuje podobu vzdělávací akce.

Pro volbu optimální didaktické formy je východiskem odpověď na otázku, co chceme rozvíjet – zda znalosti, dovednosti nebo postoje. Ve vzdělávací akci je vhodné použití jedné, případně kombinace dvou forem, které na sebe mají návaznost.⁸⁵

Na základě poznatků z teorie i praxe existuje dělení didaktických forem z řady různých hledisek, která prakticky vyjadřují různé způsoby řízení a organizaci didaktického procesu.⁸⁶

Palán definuje formy následovně:⁸⁷

„Forma vzdělávání dospělých – souhrn organizačních opatření a uspořádání výuky při realizaci určitého vzdělávacího procesu. Formy se rozlišují podle časového uspořádání, vyučovacího prostředí, organizačního uspořádání studujících, interakce lektor – posluchač, stavu systémů, v nichž vzdělávání probíhá, a zaměření pedagogické akce.“

Mužík zase uvádí zkrácené členění vzdělávacích forem podle Skalkové, která vychází z historického vývoje organizačních forem.⁸⁸

- **frontální vyučování v systému vyučovacích hodin** (učitel pracuje s žáky plánovitě a soustavně, s velkým vlivem na usměrňování výuky),
- **skupinové a kooperativní vyučování** (žáci a učitel spolupracují na řešení společného úkolu),
- **individualizované vyučování** (zachycující a respektující zvláštnosti procesu učení u jednotlivých žáků).

Sama Skalková pak uvádí, že formy se v praxi vzájemně prolínají a lektor při výběru nevhodnějších z nich respektuje závislost na vzdělávacích cílech, charakteru látky, připravenosti a specifických potřebách žáků a možnostech, které má vzdělávatel k dispozici.⁸⁹

⁸⁵ Pokorná 2000, s. 38.

⁸⁶ Mužík 2004, s. 55.

⁸⁷ Palán 2002, s. 66.

⁸⁸ Mužík 2004, s. 56.

⁸⁹ Skalková 1999, s. 204.

Podle Bartoňkové mezi klasické didaktické formy patří.⁹⁰

- **Přímá výuka** – pozitivem je osobní kontakt lektora a studenta, nevýhodou vysoké nároky na lektora.
- **Kombinovaná výuka** – snaha o rozšíření podílu individuálního studia na celkovém objemu vzdělávání.
- **Korespondenční, distanční a e-vzdělávání** – forma samovzdělávání prostřednictvím modulárně strukturovaných materiálů, které studující obdrží poštou nebo mailem, písemný kontakt s lektorem, nevýhodou jsou vysoké nároky na sebmotivaci studenta a kvalitu písemných konzultací.
- **Terénní vzdělávání** – obsahuje všechny prvky předchozích forem, avšak ve specifickém prostředí (konference, studijní zájezdy...).

Vzhledem ke skutečnosti, že kurzy Základů podnikání probíhají s finanční podporou ESF, nepatří ekonomické kritérium při volbě didaktické formy k zásadním atributům, které ovlivňují způsob a kvalitu výuky. Byla proto zvolena nejefektivnější didaktická forma - přímá výuka.

Realizace výuky v kurzu Základy podnikání metodou přednášek jednotlivých modulů umožňuje předání maxima informací k danému tématu, okamžitou konzultaci probírané látky, poskytnutí zpětné vazby. Možnost aktivního zapojení do výuky posiluje motivaci, rychlejší obnovení a doplnění znalostí a dovedností získaných před rodičovskou dovolenou, v neposlední řadě přispívá ke zvýšení sebevědomí sníženého z pocitu sociální exkluze, která maminky při vstupu na trh práce demotivuje.

Výuka v kurzu ZP je koncipovaná jako frontální (hromadné) vyučování v systému vyučovacích hodin. Princip výuky spočívá v plánovitém a soustavném interaktivním působení lektora a frekventantek v rámci rozvrhu hodin daného kurzu, kdy lektor udržuje kontakt s každou jednotlivou studentkou a současně vytváří příznivé prostředí pro zvládnutí učiva celou skupinou přímo během výuky.⁹¹

Každý modul má svou osnovu a každá vyučovací hodina má svůj vlastní didaktický cíl patrný z metodiky modulu. Standardně je délka vyučovací hodiny stanovena na 45 minut. Pro dosažení maximální efektivity je také určen limit posluchaček, který je 15 osob.

Nadstandardním doplňkem výuky je možnost samostudia na vzdělávacím portálu organizace, kde jsou uloženy nejen veškeré výukové materiály, ale i kontrolní testy, které přispívají k průběžnému ověřování míry zvládnutí probírané látky. Formulace

⁹⁰ Bartoňková 2008a, s. 50-51.

⁹¹ Skalková 1999, s. 205.

otázek také napomáhá účastníkům vyhodnotit důležitost jednotlivých předávaných informací. Každá frekventantka má přidělen vlastní login (heslo), který ji opravňuje k přístupu na projektový portál a využívání jeho studijních možností.

4.3.2 Didaktické metody

Jako v předchozích fázích i zde existuje řada výstižných definicí, z nichž některé si uvedeme:

„V didaktice pod pojmem vyučovací metoda chápeme způsoby záměrného uspořádání činnosti učitele i žáků, které směřují ke stanoveným cílům. Právě prostřednictvím metod se uskutečňuje vazba cíle a obsahu pedagogického procesu s jeho výsledkem, který je dán změnami ve vědomostech, dovednostech, postojích i osobnostních vlastnostech žáků. Stupeň, v němž odpovídá cíl výsledkům, ukazuje mimo jiné i na účinnost použitých metod.“⁹²

Metody jsou již konkrétní nástroje používané k dosažení plánovaných cílů. Jejich volba se liší nejen podle zvoleného způsobu formy učení, ale i z hlediska osobních preferencí účastníků, jejich motivace a způsobu zapojení do výuky.⁹³

„Metodou rozumíme algoritmus postupů k dosažení cíle, způsob záměrného uspořádání činností a opatření. Vzdělávací metody se člení různě a jejich volba a účinnost závisí na cílech vyučování a konkrétních podmínkách, které realizaci ovlivňují. Ve vzdělávání dospělých je významné členění v závislosti na míře samostatnosti v procesu osvojování poznatků – od metod realizovaných pedagogem až po metody individuálního vzdělávání. Metody bývají také členěny podle stupně inovace, kde za inovaci je považována jakákoliv pozitivní změna ve vnitřní struktuře určitého organizmu.“⁹⁴

Jednodušší definici metody uvádí Bartoňková: „Metoda = postup k určitému cíli, spojený s naplňováním stanovených vzdělávacích cílů, s optimálním zvládnutím obsahu vzdělávání, realizuje se v rámci dané vzdělávací formy a za určitých výukových situací a podmínek.“⁹⁵

Didaktické metody používané při realizaci vzdělávací akce vychází z její celkové koncepce. V praxi neexistuje univerzální metoda nebo jediná správná, použití metod se

⁹² Skalková 1999, s. 166-167.

⁹³ Pokorná 2000, s. 39.

⁹⁴ Palán 2002, s. 118.

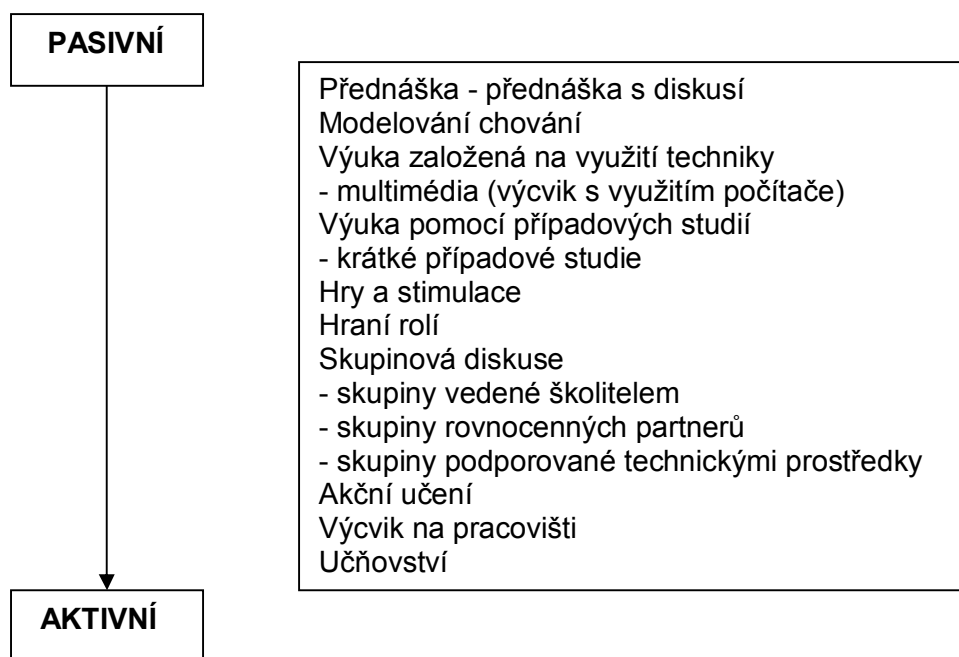
⁹⁵ Bartoňková 2008a, s. 51.

liší podle konkrétního účelu vzdělávacího procesu, např. osvojování vědomostí, zvládnutí dovedností, osvojování postojů, apod.⁹⁶

Správná volba metod má klíčový význam pro účastníky i pro lektory z hlediska účinnosti vzdělávací akce. Pokud je to potřebné nebo vhodné, lze použít kombinaci různých metod, případně je v průběhu vzdělávací akce podle potřeby měnit či střídat. Lze dokonce konstatovat, že použití pouze jedné metody je pro účastníky příliš nezáživné a jednotvárné a je daleko těžší udržet jejich stálou pozornost. Rozhodujícím činitelem při výuce jsou však nejen vhodně zvolené metody, ale zejména didaktické a komunikační kompetence lektora.

Aktuálním trendem při výběru výukových metod je přechod od pasivních metod k aktivním, avšak při rozhodování je třeba přihlídnout ke konkrétní situaci, povaze pěstovaných dovedností i osobě školitele.⁹⁷

Obr. 6.: *Výukové metody*⁹⁸



Jinou klasifikaci didaktických metod podle míry praxe účastníků výuky nabízí Mužík:⁹⁹

- **Teoretické metody** – nejvhodnější pro předávání teoretických poznatků a objasnění pojmů, působí na rozumovou stránku lidské osobnosti.

⁹⁶ Bartoňková 2008a, s. 51.

⁹⁷ Belcourt, Wright 1998, s. 125.

⁹⁸ Belcourt, Wright 1998, s. 125.

⁹⁹ Mužík 2004, s. 69.

- **Teoreticko-praktické metody** – kombinace teorie s praxí pomocí simulace praktických podmínek, cílem je výcvik koncepčního myšlení a komplexního pohledu na danou tematiku.
- **Praktické metody** – vnímání a pozorování praktického chodu práce, umožňují reálné interakce.

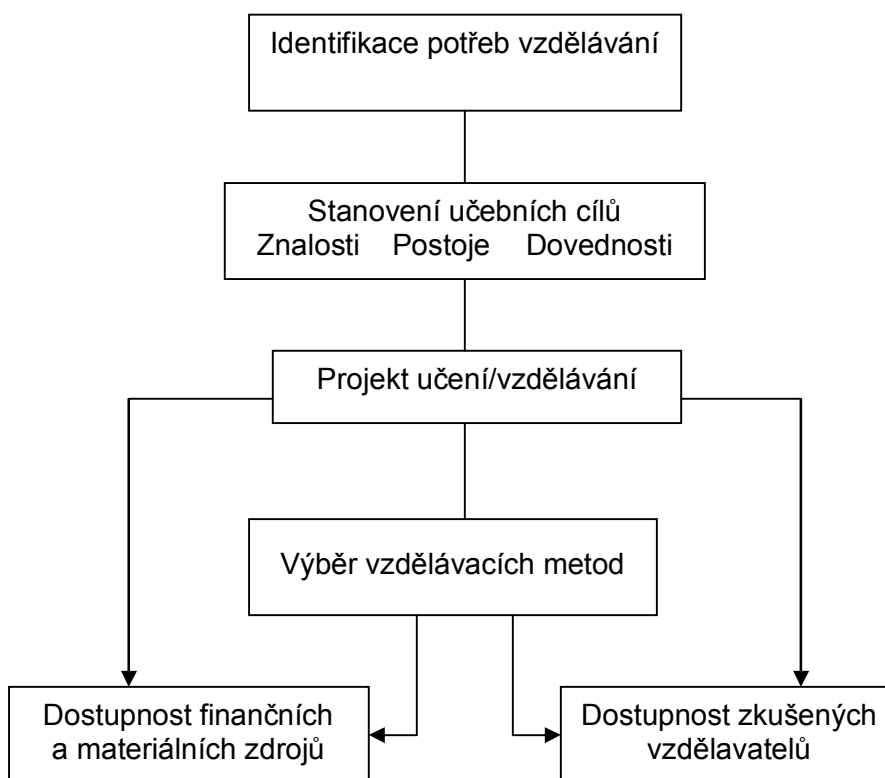
Pokud shrneme výše uvedené, můžeme obecně říci, že vzdělávací metody „umožňují, usnadňují a stimulují efektivní učení, a přitom účastníka podněcují a orientují ke změnám chování“.¹⁰⁰ Současně bychom měli mít při výběru metod na zřeteli následující faktory:¹⁰¹

1. Neexistuje žádná nejlepší vzdělávací metoda. Různé metody mají různý stupeň účinnosti, která závisí na cílech vzdělávání, přípravě vzdělávaného, jeho motivaci k učení a na dovednosti vzdělavatele.
2. V každém jednotlivém učebním případě lze použít řadu vzdělávacích metod (viz teoretické, praktické...). Většina vzdělávacích programů má více učebních cílů.
3. Kombinace metod zvyšuje motivaci vzdělávaných k efektivnějšímu učení. Různé techniky znamenají různé stimuly, zvyšují motivaci a zájem o učení.

¹⁰⁰ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 376.

¹⁰¹ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 376.

Obr. 6.: Proces výběru vzdělávacích metod¹⁰²



Vzhledem k vysokému počtu použitelných metod zmíním pouze ty, které budou následně využity v projektované vzdělávací akci.

„**Přednáška** – základní a nejběžnější vzdělávací forma založená na monologických metodách ze strany lektora. Většinou obsahuje: jádro výkladu, důkazy a praktické příklady. Je používána tam, kde jsou kladeny zvýšené nároky na kompaktnost a vysokou frekvenci sdělovaných poznatků. Součástí může být diskuze, která slouží jako zpětná vazba.“¹⁰³

- „**Zpětná vazba** – rozhodující prvek v interakci *lektor – posluchač* i ve vztahu *vzdělávací instituce – student v distančním vzdělávání*. Zpětnou vazbou zde rozumíme informace, které jsou získávány pro optimální řízení vzdělávacího procesu. Může být bezprostřední (kontinuální) nebo opožděná (testy, zkoušky).“¹⁰⁴

Významná výhoda přednášky spočívá v přímém vizuálním kontaktu lektora a posluchače, a tím možnosti okamžitého posouzení jeho reakce na výklad. Interakce obou subjektů pak umožňuje modifikaci přednášky v závislosti na pochopení výkladu,

¹⁰² Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 377.

¹⁰³ Palán 2002, s. 176.

¹⁰⁴ Palán 2002, s. 247.

aktuálním zájmu, nutnosti zopakování nebo doplnění podstatné informace, apod. Přednáška je nejen důležitá metoda sama o sobě, ale je také podstatným doplňkem metod jiných.¹⁰⁵

Z hlediska omezené znalosti či úplné neznalosti problematiky podnikání je přednáška v kurzu Základy podnikání považována za klíčovou aktivitu (podpořenou studijními materiály a didaktickou technikou) především z důvodu výše uvedené možnosti okamžitých reakcí lektora na případné nepochopení probírané látky či nepochopení souvislostí.

„Případové studie – vzdělávací metoda, která učí rozhodování na zobecněné problémové situaci z minulosti. Jejich hlavním posláním je naučit studenty řešit komplexní a málo strukturalizované problémy z podnikového prostředí. Studie umožňují vžít se do situace rozhodovatele praktického problému, na základě popisu situace hledat hlavní problém, analyzovat situaci a hledat alternativy pro rozhodování.“¹⁰⁶

Případové studie jsou efektivním nástrojem pro rozvoj manažerských schopností účastníků vzdělávací akce. Jejich účinnost je založena spíše na interakci subjektů než na vlastním didaktickém procesu. Vzdělavatel podněcuje diskusi o problému a je podporou při hledání řešení, účastník analyzuje případ, při jeho řešení hledá logická východiska a zkoumá jejich očekávané důsledky.¹⁰⁷

„Výuka založená na využití techniky (multimédia) – výcvik s využitím počítače, výhody jsou nepřehlédnutelné. Počítače dokážou simulovat situace, v nichž je možné cvičit a testovat dovednosti, znalosti i chování, aktivizují se všechny smysly, doba učení je snížena o 30-50%. Nezanedbatelnou výhodou je její geografická flexibilita, studenti se mohou učit v kurzu i doma.“¹⁰⁸

Možnosti připojení na Internet, používání e-mailové pošty, on-line komunikace s lektorem a vzdělávání za pomoci virtuální reality významně rozšiřují přínos použití osobních počítačů.

¹⁰⁵ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 337.

¹⁰⁶ Palán 2002, s. 177.

¹⁰⁷ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 311.

¹⁰⁸ Belcourt, Wright 1998, s. 131-132.

4.4 Prostředky didaktické techniky

Použití prostředků didaktické techniky je jedním z nejdůležitějších předpokladů úspěšného vyučování. Jedná se o materiální předměty, které přispívají k názornosti vzdělávacího procesu, zefektivňují ho, a tím pomáhají k dosažení cílů vzdělávání.¹⁰⁹

4.4.1 Didaktické pomůcky a didaktická technika

Stejně jako správný výběr metod, tak i správné použití didaktických prostředků vede během vzdělávacího procesu k efektivnímu osvojování potřebných informací, vědomostí a dovedností. Didaktické prostředky, které zde budou zmíněny, patří do skupiny didaktických prostředků v tzv. nejužším slova smyslu, tj. učebním pomůckám a didaktické technice (vybavení školících prostor), prostřednictvím kterých je učební látka zprostředkována od lektora směrem k účastníkovi.¹¹⁰

Učební pomůcky specifikuje Mužík jako předměty materiální povahy, které napomáhají k interpretaci obsahu vzdělávání. Mezi základní učební pomůcky řadí písemné materiály, které považuje pro pořádání dnešních vzdělávacích akcí za neodmyslitelné. K didaktické technice počítá přístroje či zařízení prezentující učební pomůcky.¹¹¹

Odborné vymezení prostředků nabízí Palán: „Didaktická technika představuje soubor technických přístrojů a zařízení užívaných pro výukové účely, které zprostředkovávají auditivní, vizuální a audiovizuální informace a umožňují objektivizaci řízení učení a vyučování prostřednictvím optimalizovaného programu. Patří k nim např. promítací přístroje, zvukové přístroje, přístroje a zařízení umožňující záznam a reprodukci zvuku nebo obrazu, zpětné projektory, jazykové laboratoře, trenažéry, počítače, počítačové sítě, apod.¹¹²

4.4.2 Vizualizační didaktické pomůcky

Klíčová informace pro použití techniky ve vzdělávacích akcích je skutečnost, že „téměř 80 % veškerých informací lidé absorbují zrakem“. Mezi základní prostředky didaktické techniky, které napomáhají vizualizaci, patří:¹¹³

- zpětný projektor,
- nástěnné tabule,
- flipchart,

¹⁰⁹ Bartoňková 2008a, s. 76.

¹¹⁰ Mužík 2004, s. 93.

¹¹¹ Mužík 2004, s. 93.

¹¹² Palán 2002, s. 46.

¹¹³ Bartoňková 2008a, s. 78.

- nástěnná deska s možností přešpendlování,
- magnetická tabule,
- moderní prostředky vizualizace – Easy-Flip (zásobník papíru, který lze přilepit na jakoukoliv plochu), Board Copier (tabule opatřená snímacím a reprodukcčním zařízením), LCD panely (promítání dat z počítačů a jiných zdrojů), vizualizéry a projekční plochy.

Pro účely kurzu ZP budou využívány zejména zpětný projektor, tabule a flipchart.

4.4.3 Písemné/tištěné studijní materiály:

V současné době patří mezi nejpoužívanější didaktické prostředky. Mohou mít různou podobu a jsou součástí image celé vzdělávací akce. Do jejich výčtu patří:¹¹⁴

- skripta,
- sylaby,
- pracovní sešity,
- zadání případových studií,
- manažerské hry.

Každá z pomůcek má svá silná i slabá místa, proto je nutné zvážit vhodnost jejich použití v kontextu celé vzdělávací akce, zejména v rámci finančních možností.

Skripta – souvislý studijní text kopírující probíranou tematiku umožňující se zpětně vracet k tématu bez potřeby psaní podrobných poznámek. Účastník se tedy může bez obav plně soustředit na výklad lektora. V případě používání skript je maximálně důležité jak přehledné grafické zpracování, tak obsah odpovídající předávaným informacím. Podmínkou je také lektorova vlastní interpretace probírané látky, kdy skripta tvoří pouze podporu jeho výkladu, a ne mechanické předčítání textu.¹¹⁵

Skripta patří, vedle přednášky, v kurzu Základy podnikání ke klíčovým prostředkům didaktických metod a technik. Vzhledem k tomu na nich budou participovat odborníci v daných oblastech společně s lektory. Autoři textů vnesou do skript odbornou stránku a lektori přispějí svou představou vizuálního zpracování, které by mělo korespondovat s jejich stylem výuky. Celý text pak bude recenzován a případně upraven podle připomínek recenzentů.

K textům výukových materiálů bude lektorem vypracována osnova, kde bude uvedena krátká anotace předmětu a posloupnost jednotlivých témat - lekcí daného modulu. Na základě osnovy bude zpracována metodika, tedy přesný popis modulu jako takového:

¹¹⁴ Bartoňková 2008a, s. 79-83.

¹¹⁵ Bartoňková 2008a, s. 80.

požadavky na účastníka, cíl modulu, jeho rozdělení na výukové jednotky a lekce, výčet jednotlivých lekcí dle osnovy včetně jejich popisu, časová dotace výukových jednotek a lekce, používaná klíčová slova a popis průběhu výukových lekcí.

Veškeré zpracované texty budou odpovídat požadavkům zadavatele a jeho standardům pro tvorbu obdobných materiálů.

Případové studie – v kurzu Základy podnikání budou využity zejména v modulech Základy ekonomie a Základy marketingu, kde budou účastnice řešit modelové situace ve fiktivních firmách, aby byly schopny lépe pochopit a zejména reagovat na konkrétní problémy, které mohou ve firmách nastat. Náměty případových studií vychází z reálných situací a zkušeností lektora.

Volnou formou případové studie v kurzu Základy podnikání bude také tvorba podnikatelského záměru, ve kterém frekventantky budou v rámci konkrétního zadání aplikovat znalost podnikatelského prostředí (včetně konkurenčního) v regionu, platnou legislativu a osobní kreativitu na cíl vlastního podnikání.

4.4.4 Studijní materiály nabízené prostřednictvím jiného média

Patří sem počítačové sítě, multimédia a mobilní prostředky (notebook k zapůjčení), které kromě zraku aktivizují i další smysly. Při používání multimédií ve výuce výzkumy prokazují zvýšení účinnosti studia o 25 % a snížení doby učení dokonce o 30-50 %. Vysoká míra aktivity a interaktivity při výuce pomocí počítače však paradoxně nabízí méně mezilidských kontaktů, což mohou studenti preferující přímou výuku považovat za negativní faktor.¹¹⁶ Významným impulsem přispívajícím k masovému rozšíření těchto forem studijní podpory je jejich rostoucí obecná dostupnost a oblíbenost.

Konkrétně se jedná o:¹¹⁷

- výukové videofilmy,
- videokamery,
- vzdělávání prostřednictvím počítače,
- internet,
- audio a videokonference.

Zadavatel může využívat multimédií ve skutečně vysoké míře již vzhledem k charakteru aktivit, kterým se ve své profesionální činnosti věnuje. S tím je spojeno nesmírně kvalitní materiální i odborné zázemí IT, které lze při výuce i samostudiu plně využít.

¹¹⁶ Belcourt, Wright 1998, s. 132.

¹¹⁷ Bartoňková 2008a, s. 88-91.

Z celkového výčtu tedy budou pro zefektivnění výuky, umocnění předávaných informací a lepší názornost v kurzu Základy podnikání konkrétně používány následující didaktické pomůcky a prostředky didaktické techniky:

- Pomůcky – studijní materiály, pracovní sešity, formuláře, odborné brožury, zákoníky, vyučovací programy.
- Prostředky - PC, CD, tabule, flipchart, dataprojektor, promítací plocha, internet.

Většina vyjmenovaných didaktických pomůcek a prostředků je notoricky známá. Z celkového výčtu didaktických prostředků však skripta a případové studie tvoří klíčovou součást vzdělávací akce Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené, proto jsem jim věnovala větší pozornost.

Správná volba a přiměřenost použití prostředků didaktické techniky je závislá na zvolené formě vzdělávání. Dále úzce souvisí s odbornými kompetencemi a zkušenostmi lektora, ovšem má přímou souvislost i se složením účastníků. Vhodně zvolené prostředky mohou jednoznačně a zásadně zlepšit jak kvalitu, tak efektivnost vzdělávacího procesu.

Výčet více či méně využitelných prostředků didaktické techniky a šíře jejich škály ve spojení s technickým pokrokem stále roste. Klíčovým parametrem použití prostředků didaktické techniky ve vzdělávacím procesu je však ekonomická náročnost. Vždy je nutné dbát na finanční možnosti pořadatelů i účastníků.

4.5 Předkalkulace a konečné vyúčtování vzdělávací akce

Pro svou odbornou náročnost a rozsah nejsou předmětem bakalářské práce, avšak vzhledem k jejich významu je třeba zmínit alespoň základní koncepci předkalkulace a konečného vyúčtování ve standardních vzdělávacích akcích.

Kalkulace finančních nákladů je významnou součástí projektování vzdělávací akce. Jedná se o složitý a časově náročný úkol, který vyjadřuje ekonomickou efektivitu realizace vzdělávací akce, součástí je předkalkulace a konečné vyúčtování vzdělávací akce.

Předkalkulace následuje po provedení předchozích kroků a je rozhodujícím kritériem pro rozhodnutí, zda je akce v naplánované podobě realizovatelná nebo zda bude potřebné použít ekonomicky méně náročné alternativy navržených postupů. Vzdělávací akce je prakticky rozfázována do konkrétních položek, jejichž kompletní výčet je základním předpokladem podmiňujícím návratnost investice. Přínosem dané

etapy je nejen zjištění nákladů na vzdělávací akci, ale také možné odhalení případných rezerv použitelných např. pro zkvalitnění výběru didaktických metod či prostředků.

Obecně můžeme náklady rozdělit do 2 kategorií:¹¹⁸

1. **Náklady na vzdělávací program** – náklady na lektory, realizační tým, nájemné, energie, poštovné, služby atd.
2. **Náklady na účastníky** – stravování a ubytování, cestovní výdaje, příprava a tisk výukových materiálů, technika atd.

Existuje řada postupů pro výpočet efektivnosti vzdělávání. Vedle běžných metod nebo předem stanoveného kalkulačního vzorce se používají např. metoda 7 kroků, statický postup pro výpočet efektivnosti investice, dynamický postup výpočtu aj.¹¹⁹

„Kurz se stává ekonomicky efektivním v okamžiku, kdy je překročen počet účastníků, jejichž účastnické poplatky pokryjí fixní náklady kurzu. Hovoří se o tzv. bodu zvratu fixních nákladů a účastnických poplatků.“¹²⁰

Konečné vyúčtování, tzn. porovnání nákladů a příjmů, nám vyjádří buď zisk nebo ztrátu vzdělávací akce.

Nespornou výhodou kurzu Základy podnikání je skutečnost, že je plně finančně dotován ze strukturálních fondů ESF v rámci programu OP LZZ. Realizace akce s finanční podporou ESF a státního rozpočtu ČR nepochybně zásadním způsobem přispěje k úspěšnosti kurzu. V projektovém rozpočtu jsou již přímo zahrnuty veškeré náklady na organizační pracovníky, ekonomy, lektory, didaktické pomůcky, studijní materiály, nájemné učeben i provozních místností, energie a další vstupy. Z výše uvedeného logicky plyne, že kurzy ZP budou pro frekventantky bezplatné, což je vysoce motivačním faktorem a může zásadně přispět k jejich oblibě a příznivému přijetí.

4.6 Realizace vzdělávací akce

Uvedená fáze vzdělávacího procesu vychází z možností zadavatele a je plně v jeho kompetenci. Pro svůj rozsah není součástí bakalářské práce, pro doplnění kontextu však uvedu výčet základních kroků.

Součástí realizace vzdělávací akce je průběžný monitoring, jehož základní funkcí je zabezpečení plynulého a bezproblémového chodu probíhajícího kurzu.

¹¹⁸ Bartoňková 2008a, s. 93.

¹¹⁹ Vodák, Kuchaříková 2007, s. 156-161.

¹²⁰ Bartoňková 2008a, s. 96.

Realizace se skládá ze 3 hlavních činností:¹²¹

1. **plánování realizace programu** (analýzy, vstupy, výstupy, osnovy, rozpočet...),
2. **příprava a organizace** jednotlivých akcí v rámci programu (zázemí, tým...),
3. **realizace programu** (časový a místní harmonogram).

4.6.1 Organizace, logistika vzdělávací akce

V rámci uvedené aktivity je potřeba v dotčených oblastech specifikovat všechny klíčové faktory, které přímo ovlivňují realizaci vzdělávací akce. Jedná se o následující oblasti:¹²²

- plánování,
- rozpočet,
- časový rozvrh,
- personální zajištění,
- školící, ubytovací a stravovací kapacity,
- reklama a marketing vzdělávací akce.

Při určování těchto faktorů musíme vědět, zda se bude jednat o jednorázové nebo periodické vzdělávání, kde se uskuteční, využijeme-li vlastní či externí lektory, formu zohlednění časových možností účastníků, míru úhrad účastníků, atd.¹²³

Z těchto údajů pak vychází další nezbytný krok této fáze: výběr managementu, který bude vzdělávací akci řídit, výběr organizačních pracovníků zabezpečujících vlastní průběh kurzu a odpovídající zázemí, tj. výběr lektorů, zabezpečení výuky a studijních materiálů, uzavření smluv, evidenci plateb, propagaci akce (informační brožury, inzeráty, letáky, plakáty, média...), občerstvení, případnou dopravu, stravování či ubytování, atd.¹²⁴

K výběru lektorů je třeba podotknout, že důležitá je nejen jeho odbornost, ale také schopnost zaujmout přednesem vyučované látky. Daná vlastnost výrazně přispívá ke zvýšení efektivity výuky.

Jednou z nejdůležitějších aktivit spjatých se vzdělávací akcí je oslovení cílové skupiny a získání maminek do projektu. Ideální je propagace kurzů zejména na místech vykazujících jejich vysokou koncentraci. Vhodná je také distribuce propagačních tiskovin v dotčené oblasti prostřednictvím České pošty, letákováním dětských

¹²¹ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s.151.

¹²² Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 144.

¹²³ Prokopenko, Kubr a kolektiv 1996, s. 152.

¹²⁴ Bartoňková 2008a, s. 100.

zdravotnických zařízení, mateřských školek apod. Jako nejefektivnější se však osvědčily informativní akce v mateřských centrech, které jsou těmto aktivitám velmi pozitivně nakloněny a samy aktivně přispívají k jejich publicitě.

Velkou pozornost je třeba věnovat uzavření dohod o účasti v projektu s matkami, které se rozhodnou do něho vstoupit. Stejně tak důležitá je jejich pečlivá evidence během realizace projektu, zejména prostřednictvím prezenčních listin. Veškeré používané formuláře a dokumenty spojené s projektem musí mít jednotnou grafickou úpravu v souladu s požadavky vizuální identity projektů ESF. Pro lepší představu jsem několik vzorů vybraných dokumentů a formulářů zařadila do příloh.

V souvislosti s udělováním certifikátů po absolvování kurzu Základy podnikání je třeba v předstihu podat žádost o akreditaci na MPSV.

Neocenitelnou výhodou je, že se Sdružení CEPAC–Morava obdobnými aktivitami dlouhodobě zabývá, má tedy rozsáhlé zkušenosti s realizací vzdělávacích akcí, a disponuje širokým lidským a technickým zázemím, které splňuje ve všech ohledech parametry potřebné pro pořádání dané aktivity. Tým odborníků složený z manažerů, ekonomů a lektorů bude pracovat v kancelářích a učebnách umístěných v provozních prostorách společnosti. Učebny jsou vybaveny PC, připojením na internet, vizuální technikou a odpovídajícím sociálním zázemím.

Pro

4.6.2 Realizace vzdělávací akce

Stěžejním krokem vlastní realizace je písemné sestavení časového a místního plánu, tzv. harmonogramu veškerých činností, zajišťujícího přesný časový sled jednotlivých aktivit. Plánované činnosti obsahují soupis činností realizovaných před zahájením programu, po jeho zahájení a v průběhu vzdělávací akce. Podstatnou součástí plánu, která by neměla být opomenuta, je stanovení osob odpovědných za plnění jednotlivých kroků v souladu s harmonogramem akce. Nejenže můžeme sledovat, zda jsou naplánované činnosti plněny, ale také na koho se můžeme v případě organizačních problémů obrátit. Po vymezení veškerých činností orientovaných časově i místně můžeme přistoupit k vlastní realizaci vzdělávací akce: zahájení, vlastnímu průběhu a závěru.¹²⁵

Místní plán kurzu Základy podnikání vychází ze skutečnosti, že společnost disponuje odpovídajícími učebnami v dosahu MHD. S ohledem na možnosti finančních zdrojů

¹²⁵ Bartoňková 2008a, s. 101.

budou také pronajaty vhodné prostory umožňující hlídání dětí. Lze kontaktovat např. blízkou Školu pro sluchově postižené, kde je i mateřská školka, což je ideální řešení vzhledem k vysoké profesionalitě péče o děti a poskytnutí odpovídajícího zázemí pro jejich hlídání.

Časový plán nebo-li harmonogram akce bude stanoven po ujasnění konkrétného termínu konání vzdělávací akce. Poté bude zajištěna návaznost učeben také mezi dalšími probíhajícími kurzy. Předprojektový průzkum potvrdil domněnku zadavatele, že zájem o dopolední konání akce značně převyšuje nabídku navštěvování odpoledního kurzu.

V časovém plánu budou zohledněny jednak požadavky potencionálních účastnic, jednak časové dotace jednotlivých modulů. Zadavatel uplatňuje požadavek nekonat výuku ve všechny pracovní dny v týdnu s tím, že jeden den (např. pátek) bude vyčleněn pro samostudium. Předběžně je uvažováno s výukou v podělí – čtvrtek vždy od 8,30 hod. do 12,30 hod.

Harmonogram vzdělávací akce bude sestaven ve dvou variantách. První varianta bude zohledňovat časové dotace jednotlivých modulů uspořádané do kurzu Základy podnikání tak, jak byl stanoven v osnovách vzdělávací akce, s ohledem na požadavek standardního konání v dopoledních hodinách. Do druhé varianty se promítne skutečnost, že realizace projektu OP LZZ proběhne v časovém rozmezí 24 měsíců, kdy je uvažováno v rámci projektu s pořádáním 5 běhů kurzů ZP v různých lokalitách a jsou tedy možné změny v době konání kurzů (dopoledne/odpoledne) v závislosti na možnostech jak účastnic, tak zadavatele. S tím souvisí jiný výukový režim co do denní hodinové dotace. Dopoledne je možno počítat s delší denní výukou, v odpoledních hodinách pak kratší a celkově tedy může dojít k prodloužení či zkrácení kurzu.

4.7 Evaluace vzdělávací akce

Součástí projektování je další krok v pořadí – evaluace vzdělávací akce, která svou náplní velmi úzce souvisí s předchozí fází. Jedná se o integrální součást vzdělávání, která vyjadřuje, zda projekt vzdělávací akce byl efektivní a splnil svůj účel. Hodnocení se týká 4 okruhů navzájem propojených činností:¹²⁶

1. učení,
2. zdokonalování,
3. kontrolování,
4. ověřování.

¹²⁶ Bartoňková 2008a, s.101.

V souvislosti s uvedenými okruhy hodnotíme kontext, výstupy, administrativu, vstupy, prvky a samotný proces výuky vzdělávací akce.¹²⁷

Hodnocení probíhá ve 2 etapách jejichž cíle i metody jsou odlišné:¹²⁸

- a) **formativní** – průběžné, umožňuje okamžitou nápravu při problémech,
- b) **sumativní** – souhrnné, hodnotí celkový úspěch kurzu a umožňuje případnou modifikaci vzdělávací akce.

Účelem evaluace je identifikace nejen samotného obsahu vzdělávací akce, ale hodnoceny jsou také související fragmenty: způsob realizace, prostředí, lektori, studijní materiály, atd.

K evaluaci je obvykle používán Kirkpatrickův čtyřúrovňový model, který vychází z okruhů výše uvedených činností a rozčleňuje je na 4 úrovně, z nichž každá navazuje na tu předcházející. Současně jsou úrovně od úrovně nejen složitější, ale také hodnotnější:¹²⁹

1. Reakce – líbilo se jim to?
2. Učení – naučili se to?
3. Chování – použili to v praxi?
4. Výsledky – došlo ke změně efektivity organizace?

Každá z úrovní nám zajistí odpovídající informace, ale komplexní data získáme pouze za předpokladu vyhodnocení všech úrovní. Důležitou součástí je také rozhodnutí, zda evaluace bude realizována interně nebo prostřednictvím externího evaluátora.

Před zahájením evaluace musíme vědět kdo, kdy, kde, proč, za jakých podmínek a za jakou odměnu bude evaluaci realizovat. Zdrojem informací obecně jsou lidé a dokumenty související se vzdělávací akcí. Pro zhodnocení informací jsou použity metody a techniky odpovídající charakteru evaluace. Mezi základní metody hodnocení patří:¹³⁰

- kvantitativní metody,
- kvalitativní metody.

K základním používaným technikám počítáme pozorování, dotazník, rozhovor, testy, zkoušky, analýzu dokumentů, mikrobiodiagnóza, autoevaluace, atd.¹³¹

Při hodnocení můžeme aplikovat metodu, příp. kombinaci metod, která ideálně vystihuje skutečnost, že každá z metod má své klady a zápory. Za každých okolností

¹²⁷ Bartoňková 2008a, s.102.

¹²⁸ Dvořáková 2008, s. 16.

¹²⁹ Dvořáková 2008, s. 18.

¹³⁰ Dvořáková 2008, s. 22-31.

¹³¹ Dvořáková 2008, s. 32-38.

však musíme zachovat pravidlo, že výběr metod i technik musí splňovat podmínky validity a reliability.¹³²

Další ze zásad evaluace je realizace předvýzkumu na malém vzorku cílové populace, která nám ověřuje srozumitelnost a jednoznačnost otázek kladených respondentům, na jejichž základě můžeme provést potřebné korekce pro dosažení maximálně objektivních informací.

V průběhu celé realizace kurzu Základy podnikání i po jejím ukončení bude probíhat sběr dat, která budou získávána z prezenčních listin, dotazníků, rozhovorů apod. Veškeré získané informace a data budou poté předmětem analýzy a finálního zpracování evaluátorem vzdělávacího programu, který současně odpovídá za jejich komplexnost, tzn. souhrn relevantních hodnocení ze všech fází vzdělávacího programu - před zahájením, po zahájení, na konci vzdělávací aktivity a po ukončení kurzu. Závěry hodnocení evaluátor shrne do závěrečné evaluační zprávy, kterou zadavatel obdrží nejpozději 1 měsíc po úplném ukončení vzdělávacího programu, předmětné datum je doporučeno uvést ve smlouvě.¹³³

Evaluací bude pověřen externí evaluátor, se kterým bude sepsána smlouva o dílo se specifikací všech potřebných náležitostí, např. identifikací dodavatele evaluace, předmětem dodávky a přesným zadáním evaluace, dobou plnění, cenou zakázky, sankcemi, závěrečnými ustanoveními apod. Případná změna znění smlouvy je věcí dohody obou smluvních stran. Evaluátor se ve smlouvě také zaváže, že závěrečná zpráva bude zpracována na základě výhradně relevantních informací a bude obsahovat závěry vyplývající ze zjištěných skutečností a vztahující se k evaluaci vzdělávacího programu.

Jak uvádí Dvořáková, nedílnou součástí závěrečné zprávy bude také návrh konkrétních opatření k nápravě případných nedostatků. Jejich realizace je však zcela na zvážení zadavatele evaluace.¹³⁴

¹³² Dvořáková 2008, s. 31-32.

¹³³ Dvořáková 2008, s. 40-41.

¹³⁴ Dvořáková 2008, s. 41.

Závěr

Vzdělávací akce pořádané pod záštitou Evropské unie a financované ze zdrojů ESF a rozpočtu České republiky umožňují naplňovat ideu celoživotního učení.

Globální pojetí celoživotního vzdělávání pro skupiny ohrožené sociální exkluzí je v České republice naplňováno prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost. Prostřednictvím tohoto programu bude v letech 2007-2013 podpořeno vzdělávání primárně zaměřené na zvyšování zaměstnatelnosti, získávání a prohlubování způsobilosti pro výkon povolání. Prioritními osami OP LZZ je adaptabilita zaměstnanců a zaměstnavatelů, aktivní politika zaměstnanosti, zlepšení přístupu k práci a trvalé začlenění osob hledajících zaměstnání a prevenci před nezaměstnaností.¹³⁵

Podstatná je však skutečnost, že celoživotní učení je obecně stále známějším a významnějším pojmem a zejména mladá generace ho vnímá velmi pozitivně. Je patrné, že si stále zřetelněji uvědomuje význam celoživotního učení pro osobní rozvoj a nalezení vlastního místa v životě. Společně s těmito aspekty nabízí ČŽU ekonomickou samostatnost, zlepšení postavení ve společnosti a schopnost obyvatel obstát na globálním a neustále se měnícím trhu práce.

Směřování projektu k realizaci komplexního vzdělávacího programu, který zvýší aktuální úroveň vědomostí a dovedností maminek na rodičovské dovolené a umožní jim návrat na otevřený trh práce je prioritou číslo jedna. Otázkou zůstává, kolik maminek začne reálně podnikat a kolik jich případně nabízené šance nevyužije, ať již z důvodu dalšího těhotenství, špatné ekonomické situace rodiny neumožňující vynaložit potřebné prostředky pro započetí podnikání a dalších důvodů, pro mladou rodinu rozhodujících.

Bakalářská práce nabízí základní podklady pro realizaci vzdělávací akce, které je potřebné aktuálně obohatit o konkrétní složky (např. finanční plán, harmonogram), vyplývající z reálné situace a možností cílové skupiny, které se mohou kurz od kurzu měnit. Významnou přidanou hodnotou projektu je jeho aplikovatelnost, a tím také využitelnost, na vzdělávání různých cílových skupin. Celková efektivita projektu, tedy hodnocení míry dosažených znalostí, dovedností a kvality programu, bude ověřena evaluací vzdělávací akce.

Případné další, již zcela konkrétní, rozpracování projektu vzdělávací akce pro potřeby kurzu a dané cílové skupiny je plně v kompetenci zadavatele a požadavků

¹³⁵ Strategie celoživotního učení ČR, MŠMT, str. 80.

poskytovatele dotace dle zveřejněných výzev v daných operačních programech. Na základě předchozích zkušeností s pořádáním obdobných akcí zadavatel zváží, zda navržené kroky projektu dále využije, či zda se zaměří jiným směrem, např. cestou soft skills.

Z hlediska zpracování projektu vzdělávací akce byl cíl bakalářské práce naplněn. Jeho konkrétní dopad však bude možno zjistit až v dlouhodobém horizontu, po ověření skutečného počtu matek, které se po ukončení rodičovské dovolené zaregistrují jako OSVČ, příp. získají, s podporou nově nabytých znalostí a dovedností, adekvátní zaměstnání.

Seznam použité literatury a ostatních zdrojů

Seznam použité literatury:

BARTOŇKOVÁ, H.: *Projektování vzdělávací akce*. Dotisk 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2008a. ISBN 80-244-1442-2

BARTOŇKOVÁ, H.: *Teorie celoživotního vzdělávání*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2009.

BARTOŇKOVÁ, H.: *Vzdělávání pracovníků v organizaci*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2008b.

BELCOURT, M.; WRIGHT, P.C.: *Vzdělávání pracovníků a řízení pracovního výkonu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-459-2

BELZ, H., SIEGRIST, M.: *Klíčové kompetence a jejich rozvíjení*. 1. vyd. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-479-6

KOUBEK, J.: *Řízení lidských zdrojů*. 1. vyd. Praha: Management Press, 1995. ISBN 80-85943-01-8

KUBEŠ M., SPPILEROVÁ, D., KURNICKÝ, R.: *Manažerské kompetence: způsobilosti výjimečných manažerů*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0698-9

MUŽÍK, J.: *Androdidaktika*. 2. vyd. Praha: ASPI Publishing, 2004. ISBN 80-7357-045-9

PALÁN, Z.: *Výkladový slovník – lidské zdroje*. 1. vyd. Praha: ACADEM|IA, 2002. ISBN 80-800-0950-1-7

PALÁN, Z.: *Výkladový slovník vzdělávání dospělých*. 1. vyd. Praha: DAHA, 1997. ISBN 80-902232-1-4

PETERS-KÜHLINGER, G., FRIEDEL, J.: *Komunikační a jiné měkké dovednosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-2145-3

POKORNÁ, D.: *Projektování vzdělávacích aktivit*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2000.

PROKOPENKO, J., KUBR, M. a kol.: *Vzdělávání a rozvoj manažerů*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-250-6

SKALKOVÁ, J.: *Obecná didaktika*. 1. vyd. Praha: ISV nakladatelství, 1999. ISBN 80-85866-33-1

VETEŠKA, J., TURECKIOVÁ, M.: *Kompetence ve vzdělávání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-1770-8

VODÁK, J., KUCHARČÍKOVÁ, A.: *Efektivní vzdělávání zaměstnanců*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-274-1904-7

Ostatní zdroje:

Interní materiály Sdružení CEPAC-Morava Morava „Podklady projektu OP RLZ CZ.04.1.03/1.1.12.4/3200“

Zdroje dostupné z internetu:

360° zpětná vazba. Dostupné z WWW <http://www.i-l-m.cz/index.php?a=cat.192>
[cit. 10. 2. 2010]

Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost 2007-2013. Dostupné z WWW
<http://www.esfcr.cz/file/4976/> [cit. 21. 3. 2010]

Sdružení CEPAC-Morava. Dostupné z WWW <http://www.cepac.cz/cz> [cit. 17. 2. 2010]

Strategie celoživotního učení. Dostupné z WWW
http://www.msmt.cz/uploads/Strategie_CZU_schvaleno_vladou.pdf [cit. 21. 3. 2010]

Zpráva o situaci na trhu práce v Olomouckém kraji v roce 2008. Dostupné z WWW
http://portal.mpsv.cz/sz/local/ol_info/statistiky/ol_rok2008_kraj.doc [cit. 7. 3. 2010]

Přílohy

Seznam příloh:

Příloha č. 1: Vzor předběžné přihlášky

Příloha č. 2: Vzor prezenční listiny

Příloha č. 3: Vzor dotazníku spokojenosti s realizací kurzu

Příloha č. 4: Vzor certifikátu

Příloha č. 5: Vzor osnovy marketingu

Příloha č. 6: Vzor metodiky marketingu - část

Příloha č. 7: Vzor možné skladby rozpočtu

Příloha č. 1: Vzor předběžné přihlášky



Projekt OP LZZ Opatření 3.3



Sdružení CEPAC – Morava
 Jeremenkova 42
 772 00 Olomouc
 tel.: +420 587 438 299
 fax: +420 587 438 298
 e-mail: cepac@cepac.cz

**PŘEDBĚŽNÁ
 PŘIHLÁŠKA**

Program:	OP LZZ Opatření 3.3
Název projektu:	Základy podnikání pro ženy na rodičovské dovolené
Registrační číslo:	<i>Bude přiděleno po schválení projektu</i>

Jméno:			
Příjmení:			
Titul:			
Ulice + číslo orientační:			
Obec:			
PSČ:			
Telefon:			
E-mail:			
Datum narození:			
Místo narození:			
Přístup doma:	PC:	ano ne	Internet: ano ne
Mám zájem o kurz:			
Označte požadovanou variantu	<input type="checkbox"/>	Základy PC - prezenčně	
	<input type="checkbox"/>	Základy podnikání - prezenčně	
	<input type="checkbox"/>	Základy PC - eLearning	
	<input type="checkbox"/>	Základy podnikání - eLearning	
Čas konání:			
Označte požadovanou variantu	<input type="checkbox"/>	Dopoledne	
	<input type="checkbox"/>	Odpoledne	
Zájem o hlídání dítěte - min. věk 2 roky, schopnost být bez matky 4 hod.			
Počet hlídání dětí:		Věk hlídání dětí:	

V dne

Podpis zájemce

Příloha č. 2: Vzor prezenční listiny



Projekt OP RLZ Opatření 3.3 Základy podnikání + označení kurzu



Identifikace projektu:

Program:	OP LZZ Opatření 3.3
Název projektu :	Vzdělávací a motivační program pro ženy na rodičovské dovolené s podporou eLearningové technologie
Registrační číslo:	<i>Bude přiděleno po schválení projektu</i>
Místo realizace kurzu:	Sdružení CEPAC – MORAVA, Březinova 7, 772 00 Olomouc
Doba konání kurzu:	9,00 – 12,30 hod.

Podpis lektora							
Předmět			Marketing	Marketing	Podnik. plán	Ekonomika	Marketing
Jméno	Příjmení	Kontakt	Podpis Datum	Podpis Datum	Podpis Datum	Podpis Datum	Podpis Datum

Svým podpisem stvrzuji účast na výše uvedené akci a souhlasím se sběrem, uchováváním a zpracováním svých osobních údajů pořadatelem.

Hodnocení kurzu Základy podnikání

Rádi bychom Vám poskytovali co možná nejlepší služby v rámci námi pořádaných kurzů - ať již co do vlastní výuky, tak i patřičného zázemí. K tomu však potřebujeme znát především Váš názor, který můžete prezentovat v tomto malém dotazníku. Jméno není nutné uvést, ale vaše subjektivní hodnocení kurzu je pro nás nezbytné, abychom mohli případné nedostatky uvést do souladu s vaším očekáváním.

Děkujeme za spolupráci a doufáme, že se s vámi setkáme i v dalších kurzech, které poskytujeme.

Hodnoticí stupnice 1 – 5:

1 nejlepší hodnocení

5 nejhorší hodnocení

Zakroužkujte, prosím, odpovídající hodnocení.

1. Vybavení učebny a prostředí:

1 2 3 4 5

2. Přípravenost lektora a přístup k účastníkům kurzu:

1 2 3 4 5

3. Srozumitelnost výkladu:

1 2 3 4 5

4. Tempo výkladu:

1 2 3 4 5

5. Srozumitelnost učebního manuálu:

1 2 3 4 5

6. Co se vám na kurzu nejvíce líbilo:

7. Co vám naopak nejméně vyhovovalo a chtěli byste to změnit:

8. Váš celkový dojem z kurzu:



Sdružení CEPAC – Morava

Jeremenkova 42, 772 00 Olomouc

Osvědčení o rekvalifikaci

číslo: OP LZZ *Bude přiděleno po schválení projektu*

po úspěšném ukončení vzdělávacího programu rekvalifikačního kurzu, podle vyhlášky MŠMT č. 524/2004 Sb., o akreditaci zařízení k provádění rekvalifikace uchazečů o zaměstnání a zájemců o zaměstnání, pod názvem:

Vzdělávání žen na rodičovské dovolené

pro pracovní činnost:

Základy podnikání

Kurs proběhl v období od: do:

v délce 174 vyučovacích hodin

.....
jméno a příjmení

.....
datum a místo narození

Zařízení akreditováno MŠMT datum, rozhodnutí č.j.

V Olomouci dne

.....
předseda zkušební komise

.....
statutární zástupce vzdělávacího zařízení

Příloha č. 5: Vzor osnova marketingu



Projekt OP LZZ Opatření 3.3

Reg. číslo projektu

Tento projekt je spolufinancován evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky. Dokument byl vytvořen s finanční podporou Evropské unie a České republiky. Obsah tohoto dokumentu je plně v zodpovědnosti příjemce grantu a nelze jej v žádném případě považovat za oficiální stanovisko Evropské unie a České republiky.

Marketing Osnova modulu

Osnova modulu

Délka kurzu:

21 výukových hodin

Cíl kurzu:

Účastník kurzu získá základní znalosti o funkci marketingu v tržních podmínkách a o chování firem a spotřebitelů v marketingovém prostředí. Seznámí se s problematikou průzkumu trhu a analýzy konkurence a potřeb zákazníků. Osvojí si znalosti o tvorbě a využití marketingového plánu, plánování a provádění marketingových cílů a strategií. Dále se bude zabývat nástroji marketingového mixu (výrobek, distribuce, cena, marketingová komunikace) a také jednotlivými nástroji marketingové komunikace včetně jejich aplikace v praxi (příprava reklamní kampaně pro daný produkt či službu).

Požadavky na účastníka kurzu:

Pro tento kurz jsou požadovány základní znalosti práce s výpočetní technikou.

Osnova kurzu:

Kurz je rozdělen na 4 základní moduly v následujícím rozsahu a obsahu:

a) Základní principy marketingu:

- Základní pojmy a fungování marketingu v tržních podmínkách
- Analýzy vnitřního a vnějšího prostředí firmy
- Marketingový plán
- Marketingový informační systém
- Osobní marketing

b) Marketingové analýzy:

- Podnik a faktory ovlivňující jeho činnost
- Analýza trhu a jeho segmentace
- Analýza zákazníka
- Analýza konkurence
- Tvorba marketingových cílů a strategií
- Marketingové informace

c) Marketingový mix:

- Rozhodování o produktu
- Cena a cenová politika, metody tvorby cen
- Řízení distribuce, výběr distribučních kanálů
- Marketingová komunikace

d) Nástroje marketingové komunikace :

- Reklama
- Public relations
- Osobní prodej, podpora prodeje
- Direct marketing, on-line marketing



Projekt OP LZZ Opatření 3.3

Reg. číslo projektu

Tento projekt je spolufinancován evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky. Dokument byl vytvořen s finanční podporou Evropské unie a České republiky. Obsah tohoto dokumentu je plně v zodpovědnosti příjemce grantu a nelze jej v žádném případě považovat za oficiální stanovisko Evropské unie a České republiky.

Marketing Metodika modulu

Obsah

1. Kurz: marketing	72
1.1 Definice marketingu a úvod do problematiky	72
Cíl lekce	72
Délka lekce.....	72
Předpokládaný průběh.....	72
E-learning	72
Cvičení	72

Následuje výčet dalších kapitol a podkapitol v navrženém pořadí.

1. Kurz: marketing

1.1 Definice marketingu a úvod do problematiky

Cíl lekce

Seznámit účastníky s definicí a základní koncepcí marketingu, vysvětlit základní princip fungování firmy v marketingovém prostředí. Dále se účastníci seznámí s pojmem marketingový mix a se základy firemního plánování.

Vytipovat svůj konkrétní předmět podnikání – získat o něm základní informace.

Délka lekce

45 minut prezenčně, 45 minut e-learning

Předpokládaný průběh

- Úvodní seznámení s průběhem kurzu
- Lektor vysvětlí jednotlivé druhy podnikatelských koncepcí s důrazem na marketingovou koncepci
- Lektor vysvětlí základní pojmy marketingu, základní koncepci marketingu a zaznamená je na tabuli nebo využije předem připravenou prezentaci.
- Lektor seznámí účastníky se základními pojmy marketingového mixu

E-learning

- Seznámení se základními zdroji informací v marketingu
- Seznámení se základy firemního a marketingového plánování
- Účastníci samostatně provedou výběr předmětu podnikání a zjistí informace o konkurenci pomocí internetu, lokální průzkum metodou store check
- Účastníci samostatně vypracují následující cvičení:

Cvičení

- 1) Snahou vztahového marketingu je budování dobrých vztahů se zákazníky. Vzpomeňte si na 3 transakce, které jste v poslední době provedli jako zákazník. Byli jste spokojeni? Co byste doporučili prodejci v případě, že jste nebyli spokojeni? Které faktory byly důvodem vaší spokojenosti?
- 2) Na které zákazníky se chcete při svém podnikání zaměřit? Jaké jejich potřeby chcete uspokojovat, které jejich problémy chcete napomoci řešit? Jaké hodnoty jim chcete v porovnání ke konkurenci nabídnout? Jak se to promítne do nabídky vašich produktů?

Následuje výčet dalších kapitol v pořadí dle obsahu, jejich struktura a popis.

Příloha č. 7: Vzor možné skladby rozpočtu

Rozpočet projektu OP LZZ registrační číslo projektu

	Druh výdajů	úvazek	jednotka (měsíc)	počet jednotek	jednotková cena	celkem Kč
1.	Osobní náklady					0
1.1.	Náklady na pracovníky	x		0	0	
1.1.1.	Odborný personál	x	hod.(rok)	0	0	
1.1.1.1.	Vedoucí projektu	1	měsíc	0	0	0
1.1.1.2.	Koordinátor projektu	0,5	měsíc	0	0	0
1.1.1.3.	eLearningový specialista	0,5	měsíc	0	0	0
1.1.1.4.	Supervizor projektu	x	hod	0	0	0
1.1.2.	Administrativní/pomocný personál	x		0	0	0
2.	Cestovné			0	0	0
2.1.	Diety (ubytování a stravné)	x		0	0	
2.1.1.	Zahraniční personál	x	den/osoba	0	0	
2.1.2.	Místní personál	x	den/osoba	0	0	
2.2.	Mezinárodní cestovné	x	cesta/osoba	0	0	
2.3.	Místní cestovné	x	měsíc	0	0	0
3.	Zařízení a vybavení					0
3.1.	Nákup výpočetní techniky	x	kus	0		0
3.1.1.	Nákup počítačů	x	kus	0	0	0
3.1.2.	Nákup tiskárny	x	kus	0	0	0
3.2.	Nákup jiného zařízení	x	kus	0	0	0
3.2.1.	Dataprojektor	x	kus	0	0	0
3.2.2.	Flipchart	x	kus	0	0	0
3.3.	Nákup DHM	x	kus	0	0	0
3.4.	Nájem/leasing zařízení, budov	x	den	0	0	0
3.4.1.	Pronájem učebny, centrum Olomouc	x	měsíc	0	0	0
Položkový rozpočet dále pokračuje ve stanoveném pořadí kapitol, položek a jednotek až po součet celkových uznatelných nákladů.						
8.	Celkové uznatelné náklady		x	x	x	0