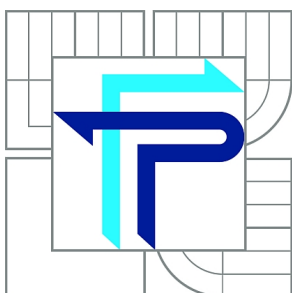


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV MANAGEMENTU**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR NA POŘÁDÁNÍ PŘÍPRAVNÝCH KURZŮ PRO TALENTOVOU ČÁST PŘIJÍMACÍHO ŘÍZENÍ DO BAKALÁŘSKÉHO STUDIJNÍHO OBORU MTK

BUSINESS PLAN FOR ORGANIZATION OF PREPARATION COURSES FOR THE TALENT PART OF ADMISSION FOR MANAGEMENT IN BACHELOR'S DEGREE, MAJORING IN PHYSICAL EDUCATION

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

TOMÁŠ VINTRLÍK

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. HELENA HANUŠOVÁ, CSc.

BRNO 2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Vintrlík Tomáš

Management v tělesné kultuře (6208R168)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský záměr na pořádání přípravných kurzů pro talentovou část přijímacího řízení do bakalářského studijního oboru MTK

v anglickém jazyce:

Business Plan for Organization of Preparation Courses for the Talent Part of Admission for Management in Bachelor's degree, Majoring in Physical Education

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému

Cíle práce, metody a postupy zpracování

Teoretická východiska

Analýza problému

Vlastní návrhy řešení

Závěr

Seznam odborné literatury:

ČÁSLAVOVÁ, E. Management a marketing sportu. Praha: Olympia, 2009. 228 s. ISBN 978-80-7376-150-9

BLAŽKOVÁ, M. Marketingové řízení a podnikání pro malé a střední firmy. Praha: Grada, 2007. 280 s. ISBN 978-80-247-1535-3.

FOTR, J. a I. SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. Spec. publikace. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 3978-80-251-1605-0

SRPOVÁ, J. a kol. Základy podnikání. Praha: Grada, 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

SYNEK, M. a kol. Manažerská ekonomika. 2. přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2000. 480 s. ISBN 80-247-9069-6.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Helena Hanušová, CSc.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2012/2013.

L.S.

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 28.05.2013

Abstrakt

Předmětem bakalářské práce je vytvoření přípravných kurzů pro fyzickou část přijímacího řízení na obor management v tělesné kultuře. Zjistit úspěšnost z minulých let, vyhodnotit ji a ze získaných dat vytvořit přípravné kurzy, díky kterým se zvýší úspěšnost na přijímacím řízení, zlepší se připravenost uchazečů a jejich kvalita pro další studium.

Klíčová slova

Přípravné kurzy, analýza, přijímací řízení, uchazeč, CESA, Management v tělesné kultuře

Key words

Preparatory courses, analysis, admission procedures, applicant, CESA, Management of Physical Culture

Abstract

The goal of this bachelor's thesis is to set up preparatory courses for the physical part of admission for Management of Physical Culture to research success rates of past years, analyse them and create preparatory courses based on the collected data, due to which the success rate at admission will grow, the readiness of applicants and their quality for following studies will improve.

Bibliografická citace:

VINTRLÍK, T. *Podnikatelský záměr na pořádání přípravných kurzů pro talentovou část přijímacího řízení do bakalářského studijního oboru MTK*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2013. 82 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Helena Hanušová, CSc..

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že tato bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 21. 5. 2013

Podpis autora

Poděkování

Rád bych poděkoval především svému vedoucímu bakalářské práce Ing. Heleně Hanušové, CSc. za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které napomohly ke zpracování mé práce.

Obsah

ÚVOD.....	11
1 VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE.....	12
1.1 HLAVNÍ CÍL.....	12
1.2 DÍLČÍ CÍLE.....	12
1.3 METODIKA PRÁCE.....	12
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE.....	13
2.1 DEFINICE PODNIKU A PODNIKATELE.....	13
2.1.1 <i>Co je to podnikání?</i>	13
2.1.2 <i>Kdo je to podnikatel</i>	13
2.1.3 <i>Co je to podnik</i>	14
2.2 PLÁNOVÁNÍ.....	14
2.2.1 <i>Plánování obecně</i>	14
2.2.2 <i>Kde jsme nyní?</i>	14
2.2.3 <i>Kam chceme jít?</i>	15
2.2.4 <i>Jak se tam chceme dostat?</i>	15
2.2.5 <i>Jakou výhodu před konkurencí má produkt/služba, kterou budete nabízet?</i>	15
2.3 DRUHY PLÁNŮ.....	15
2.4 KDO BUDE PLÁNOVAT.....	16
2.5 KDY PLÁNOVAT.....	17
2.6 PODNIKATELSKÝ PLÁN.....	18
2.6.1 <i>Obsah podnikatelského plánu</i>	18
2.6.2 <i>Podnik</i>	19
2.6.3 <i>Popis podniku</i>	20
2.6.4 <i>Produkt/služba</i>	20
2.6.5 <i>Marketingové informace (trh)</i>	21
2.6.6 <i>Umístění podniku</i>	21
2.6.7 <i>Konkurence</i>	22
2.6.8 <i>Management</i>	22
2.6.9 <i>Personální zajištění</i>	23
2.6.10 <i>Použití a očekávaný efekt půjčky</i>	23
2.6.11 <i>Shrnutí</i>	24
2.7 DOTAZOVÁNÍ.....	25
2.7.1 <i>Konstrukce dotazníku</i>	27
2.8 ANALÝZA.....	28
2.8.1 <i>Marketingový výzkum, analýza trhu a poptávky</i>	28
2.9 MARKETING.....	29
2.10 MARKETINGOVÝ MIX.....	29
2.10.1 <i>Výrobek</i>	30
2.10.2 <i>Cena</i>	30

2.10.3	<i>Propagace (podpora prodeje)</i>	30
2.10.4	<i>Distribuce</i>	31
2.11	REKLAMA	31
2.12	SWOT ANALÝZA	32
2.13	RIZIKO	33
2.13.1	<i>Pojetí rizika</i>	34
2.13.2	<i>Pozitivní stránka</i>	34
2.13.3	<i>Negativní stránka</i>	34
2.13.4	<i>Náplň řízení rizika</i>	34
3	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	36
3.1	SWOT ANALÝZA	37
3.2	ANALÝZA KONKURENCE	38
3.3	ANALÝZA VÝSLEDKŮ PŘIJÍMACÍHO ŘÍZENÍ Z LOŇSKÝCH LET	40
3.3.1	<i>Výsledky loňských přijímacích řízení všech studentů, kteří jej absolvovali</i>	42
3.3.2	<i>Úspěšnost uchazečů</i>	47
3.3.3	<i>Průměrný výsledek plavání</i>	48
3.3.4	<i>Průměrný výsledek Testu koordinačních předpokladů</i>	49
3.3.5	<i>Průměrný výsledek pohovoru</i>	50
3.3.6	<i>Celkové srovnání průměrných výsledků</i>	51
3.4	DOTAZNÍK	52
3.4.1	<i>Dotazník č. 1</i>	52
3.4.2	<i>Dotazník č.2</i>	56
4	NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU	60
4.1	PODNIKATELSKÝ PLÁN.....	61
4.1.1	<i>Podnik</i>	61
4.1.2	<i>Služba</i>	61
4.1.3	<i>Marketingové informace</i>	62
4.1.4	<i>Umístění</i>	62
4.1.5	<i>Konkurence</i>	63
4.1.6	<i>Personální zajištění</i>	64
4.1.7	<i>Financování kurzu</i>	64
4.1.8	<i>Shrnutí</i>	64
4.2	MARKETINGOVÝ MIX.....	65
4.2.1	<i>Produkt/Služba</i>	65
4.2.2	<i>Cena</i>	67
4.2.3	<i>Propagace</i>	71
4.2.4	<i>Místo</i>	71
4.3	RIZIKA	74
5	ZÁVĚR	75
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY:	77
	SEZNAM ZKRATEK	80

SEZNAM OBRÁZKŮ	81
SEZNAM GRAFŮ	82
SEZNAM TABULEK.....	83
SEZNAM PŘÍLOH.....	84

ÚVOD

Tématem mé bakalářské práce je vytvoření přípravných kurzů pro talentovou část přijímacího řízení do oboru management v tělesné kultuře. K vytvoření přípravných kurzů mě přivedl fakt, že většina uchazečů není dostatečně připravena na přijímací řízení. Předem se neseznámí s průběhem a požadavky, které jsou potřebné k úspěšnému dokončení přijímacího testu. Uchazeči z pravidla zanedbají přípravu a mají za to, že tato část přijímacích zkoušek je ta snazší. Ale opak je pravdou a velké procento uchazečů o studium na tomto oboru nedokončí právě tuto část řízení.

Větší informovanost by měla přispět k větší úspěšnosti v této části přijímacích testů a pomoci tak uchazečům, kteří mají o tento obor opravdu zájem.

Proto provedu analýzu výsledků přijímacího řízení z minulých let a na základě získaných informací se budu snažit optimalizovat fakt, jak by měly přípravné kurzy vypadat a na kterou část řízení se zaměřit. Důležité bude i analýza názorů uchazečů, která v minulých letech přijímací řízení úspěšně splnili a zjištění, jak na ně působil průběh a jednotlivé disciplíny. Nezbytné bude i zjištění cílové skupiny, na kterou bude nabídka kurzů směřována, ale také jejich názor na poměr ceny a času stráveným na kurzech a samotná náplň kurzu.

K úspěšnému pořádání kurzů bude nejdůležitější stanovení ceny. Společnost je poznamenána „*finanční krizí*“ a proto většina lidí soudí právě podle tohoto parametru, který podle většiny určuje kvalitu. V tomto případě půjde spíše o to, jak nízká cena bude.

Přijímací kurzy jsou dle mého názoru nezbytnou součástí jakéhokoli oboru a měly by být nabízeny i za cenu nízkého zisku. Podstatou kurzů není v první řadě finanční zisk, ale spíše získání kvalitních studentů pro daný obor a tím také získání rostoucí prestiže a popularity. Čím je škola a obor populárnější, tím těžší bude se na školu dostat a tím více zájemců o oboru bude chtít využívat dané kurzy, aby zvýšili svoje naděje na přijetí. Tato skutečnost logicky přináší vyšší zisky z kurzů, které by se při opačném postupu nemusely dostavit.

1 VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE

1.1 Hlavní cíl

Hlavním cílem práce je vytvořit přípravné kurzy pro fyzickou část přijímacího řízení do oboru management v tělesné kultuře. Tyto kurzy budou sloužit pro zájemce o tento obor, kteří se chtějí kvalitně připravit na přijímací řízení. Tato skutečnost by měla zvýšit úroveň uchazečů, kteří úspěšně projdou fyzickými testy. Problémem je zde fakt, že zájemci o studium, pro které je tento obor prioritní, nemají možnost se na něj připravit tak kvalitně, aby se jejich šance na přijetí rapidně zvýšily. Díky absolvování tohoto kurzu to bude možné.

1.2 Dílčí cíle

Provedení analýz výsledků přijímacího řízení z loňských let. Na základě jejich vyhodnocení připravit optimální přípravný kurz pro uchazeče. Zvýšit povědomí o programu CESA a zapojení stávajících studentů oboru management v tělesné kultuře. V neposlední řadě je zde i cíl, který se týká dosažení finančního zisku.

1.3 Metodika práce

Pro svou práci jsem zvolil metodu zkoumání výsledků přijímacího řízení na oboru management v tělesné kultuře z minulých let a jejich vyhodnocení. Dále jsem použil metodu dotazníku k sesbírání informací, které následně sloužily jako podklad pro návrh vlastního řešení. Také jsem využil SWOT analýzu ke zjištění příležitostí a hrozeb podnikatelského záměru.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

2.1 Definice podniku a podnikatele

2.1.1 Co je to podnikání?

Podnikání je známé už řadu století, ale dříve nebylo bráno na vědomí a nebylo předmětem zájmu. V historii je mnoho umělců, ale zmínka o podnikatelích chybí, protože o ně nebyl zájem.

Až v 18. Století byla vyzorována nová role v profesním životě a to role podnikatele. Základními prvky této profese byla realizace větších projektů a převzetí odpovědnosti a rizika (11).

2.1.2 Kdo je to podnikatel

Na podnikatele nahlíží všechny vědní složky různým způsobem. Záleží na tom, v jakém kontextu se toto slovo použije.

Dle obchodního zákoníku je podnikatel:

- *„Osoba zapsaná v obchodním rejstříku*
- *Osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění*
- *Osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů*
- *Osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu“ (Srpová 2010, str. 30)*

Podnikatelem je teda fyzická i právnická osoba (11).

2.1.3 Co je to podnik

Existuje mnoho hledisek, podle kterých lze definovat samotný podnik.

„Nejobecněji je podnik chápán jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně vstupů na výstupy

Obsáhleji je podnik vymezen jako ekonomicky a právně samostatná jednotka, která existuje za účelem podnikání. S ekonomickou samostatností, která je projevem svobody v podnikání, souvisí odpovědnost vlastníků za konkrétní výsledky podnikání.

Právně je podnik definován jako soubor hmotných, jakožto i osobních nehmotných složek podnikání.“ (Srpová 2010, str. 35).

2.2 Plánování

2.2.1 Plánování obecně

Hlavními otázkami, které je nutno si položit před tím, než se rozhodneme sestavit vlastní podnikatelský plán, jsou:

- Kde jsme nyní?
- Kam chceme jít?
- Jak se tam chceme dostat?
- Jakou výhodu před konkurencí má produkt/služba, kterou budete nabízet?

2.2.2 Kde jsme nyní?

V této otázce se jedná o analýzu jak venkovního, tak i vnitřního prostředí, ve kterém se nacházíte nebo se produkt/služba bude nabízet.

2.2.3 Kam chceme jít?

Položením této otázky určujeme, kam by měl směřovat podnik, pro který je tento plán sestavován. Kromě situací, které jsou spojené s růstem a dalším rozvojem podniku se zde řeší i situace, které souvisí s udržení podniku na trhu a vytvořením obrané strategie, kterou by podnik mohl využít, kdyby hrozilo případné neudržení se mezi konkurencí.

2.2.4 Jak se tam chceme dostat?

Zde je potřeba se zaměřit na určení a zpřesnění daných zdrojů a strategií potřebných k udržení cílů a k jejich dosažení (8).

2.2.5 Jakou výhodu před konkurencí má produkt/služba, kterou budete nabízet?

Je výrobek něco nového na trhu? Je to vylepšení produktu, který již existuje? Bude levnější, kvalitnější, s lepším servisem a kratší dodací lhůtou?

Klíčem k úspěchu je určit výhody vašeho produktu/služby, zaměřit se na tuto vlastnost a směřovat sestavení podnikatelského plánu k výhodě, kterou máte před konkurencí.

2.3 Druhy plánů

V dnešní době se dá v podstatě plánovat naprostá většina věcí spojená s podnikáním. Ale plány, které by měly být úzce spjaty s podnikáním, jsou:

Marketingové plány, díky kterým se dozvíme odpovědi na to, kolik financí a času je potřebné vynaložit na určitý druh reklamy, aby zákazníci zaregistrovali náš produkt/službu na trhu.

Výrobní plány souvisí s každou otázkou, která vyvstává na povrch při plánování výroby. Je zde potřeba určit velikost výrobní plochy nebo velikosti zázemí pro poskytované služby. Množství strojů a vybavení, které budeme potřebovat pro dosažení objemu produkce. Kontrola kvality služeb nebo produktů a legislativu podniku.

U organizačních plánů musíme dbát na znalosti a dovednosti, které budou v průběhu podnikání potřebné pro samotný podnik. Je zřejmé, že tyto kritéria se vztahují i na personál, který bude v podniku zaměstnaný. Díky těmto plánům můžeme také sestavit organizační strukturu podniku a jeho hierarchii. Po sestavení této struktury je také potřeba zabezpečit tok informací v podniku.

Jedním z nejdůležitějších druhů plánování je bezpochyby to finanční. Pomůže nám určit objem finančních prostředků, které budou potřebné pro spuštění podniku a také na provoz v prvních měsících našeho podnikání, kdy náklady ve většině případů převyšují příjmy. Díky těmto plánům je možné teoreticky určit, kdy se podnik stane výdělečným, dostane se z červených čísel a jaké budou plánované výnosy za určité období. U tohoto plánování je nezbytně nutné určit si, jak bude podnik financován a odkud tyto zdroje budou pocházet. Jedná se zde i o stav majetku a jeho krytí.

O tom, jak náš výrobek/služba uspokojí naše zákazníky, jaké má unikátní vlastnosti, díky kterým vyčnívá nad konkurencí a jaká bude jeho kvalita, rozhoduje plánování řízení kvality.

Výzkum a vývoj je důležitou součástí pro rozvoj firmy, jejího růstu na trhu a udržení konkurence schopnosti. Musíme plánovat, jaké výrobky budou vyvíjeny, které z nich budou vylepšovány, jaký bude časový a finanční plán vývoje nových produktů. Nesmí se zde opomínat také určení zdroje financování tohoto vývoje a jeho následné realizace (8).

2.4 Kdo bude plánovat

Plánování je často bráno jen jako činnost, která podnikatele zatěžuje. Považuje se jen za něco, co je nutné v případě, že je zapotřebí obstarat externí zdroje financování a investory.

Avšak plánování by mělo být chápáno jako dokument, který slouží podniku a podnikatelům k uspokojení jejich potřeb a jak jich co nejefektivněji dosáhnout.

Z obecného hlediska podnikatelský plán slouží k vnitřním potřebám podniku, pro vnější potřeby a pro mimopodnikové účely.

Díky tomuto rozdělení můžeme určit, které skupiny osob mají hlavní prospěch ze zpracování těchto plánů. Jsou to:

Majitelé podniku a manažeři, Investoři, obchodní andělé, bankéři

Tyto osoby, které mají hlavní prospěch na plánování lze rozdělit do 3 hlavních skupin.

- Majitelé – budoucnost podniku (strategické plány)
- Manažeři – řídí podnik (podnikatelské plán)
- Investoři – financují podnik (zájem na zisku) (8)

2.5 Kdy plánovat

Po zjištění, kdo bude plánovat, následuje otázka „kdy plánovat“. U každé této skupiny lidí, kteří by měli plánovat, existuje jiný moment pro jeho zahájení. Díky tomu můžeme zajistit větší efektivnost vlastního plánu.

Každá skupina má následující období:

- Majitelé
 - Zahájení podnikání
 - Nákup podniku
 - Změny v podniku

- Manažeři
 - Uvádění výrobku na trh
 - Realizace změny
 - Získávání peněz
 - Zásadní rozhodnutí
- Investoři
 - Příprava úvěru
 - Příprava investice

U těchto skupin lidí je možné rozdělit čas, kdy plánovat do tří následujících skupin:

- Start up (zahájení podnikání)
 - Soukromník
 - Profesionálnější přístup
- Růst podniku
 - Přežívání
 - Růst podniku
- Turnaround
 - Začínající krize
 - Shut down (zastavení provozu) (8)

2.6 Podnikatelský plán

„Podnikatelský plán je koncepce podniku v písemné podobě.“ (1).

2.6.1 Obsah podnikatelského plánu

Tento obsah by měl obsahovat tři hlavní části, kdy každá z těchto částí může být dále dělena podle potřeb podnikatele. I když je plán sestavován na jednoduchý cíl, tak by měl

být rozčleněn a dostatečně popsán, aby po předložení investorovi bylo pro něj jednoduché se v plánu vyznat a byl pro něj srozumitelný. Obsah by měl obsahovat popis všech cílů a způsobu, jakou cestou jich hodlá podnikatel dosáhnout (2).

- Podnik
- Finance
- Podpůrné dokumenty

2.6.2 Podnik

V této části plánu, která je jednou z nejdůležitějších a nejtěžších, musí podnikatel jasně a srozumitelně odpovědět na otázky, které budou tvořit osnovu a strukturu podnikatelské činnosti a měl by se této osnovy co nejvíce držet a neporušovat dané pravidla. Promyšlené plánování spočívá v tom, že podnik má stabilitu a jasně daný směr, který je životně důležitý pro chod podniku.

Pokud při sestavování nastane situace, kdy podnikatel není schopen svůj podnikatelský záměr vysvětlit jednoduše a srozumitelně, znamená to, že tento plán ještě není připraven k praktickému využití nebo na prezentaci před investory.

Základním pravidlem této části plánování je jednoduchost a odpověď na tyto otázky:

- jaký podnik se jedná
- Jaký výrobek/službu chce nabízet
- Velikost, typ trhu a jaký na něm bude náš podíl
- Konkurenceschopnost
- Lokace podniku
- Personální obsazení a chod podniku
- Finanční stránka (2)

2.6.3 Popis podniku

Z počátku je zcela nezbytné a důležité si určit, jaký podnik vlastně je, jak bude vypadat za několik let, jak jej povedete a proč bude úspěšný. Pokud si správně určíte, jaká činnost podniku je ta hlavní, tak se zjednoduší vaše cesta k úspěšnému podnikání.

Popis podniku musí obsahovat jasné a stručné informace o tom, čeho se podnikání bude týkat. Jestli jde o výrobu, nebo jestli se podnik bude zaměřovat na služby. Důležitý je i popis potenciálního zákazníka a jeho specifikace. Zaleží také na tom, jestli je podnikatelská činnost právě zahajována, jde o prosperující podnik, rozdělení podniku nebo jeho převzetí. Pokud se jedná o partnerské podnikání nebo společnost a nejedná se o individuální podnikání, je potřeba uvést tuto skutečnost do plánu, aby bylo jasné, jakým směrem se bude podnik ubírat. Tímto se také dostáváme ke konkurenci, která do této části okrajově zasahuje. Ale jen v rovině ziskovosti podniku. Dále je potřebné stanovení zahájení činnosti podniku a určení pracovní doby. S tímto je také spojen fakt, zda se bude jednat o celoroční nebo sezónní provoz.

Nejdůležitějším bodem této části je stručný a výstižný popis toho, čeho se bude podnikání týkat (2).

2.6.4 Produkt/služba

Podnikatel by měl dokonale znát svůj produkt/službu. Vědět co nabízí, jaké jsou hlavní rysy produktu, v čem je lepší a čím se odlišuje od konkurenční nabídky. Takže se zde jedná o zodpovězení otázek jako:

- Co prodávám
- Jaké jsou výhody
- Odlišnost od konkurence
- Unikátnost produktu/služby
- Proč bude žádaný (2)

2.6.5 Marketingové informace (trh)

Znalost trhu a zákazníků, kteří budou kupovat produkt/službu, je důležitá k rozvoji podniku a hladkému prodeji zboží. Definování cílového trhu spočívá v určení toho, kdo bude produkt/službu potřebovat a bude ochoten za ni platit stanovenou cenu a to co nejdéle. Je také nezbytné zákazníkům porozumět a díky tomu nacházet stále další a další, kteří budou ochotni platit za produkt/službu. Pokud se jedná o obchodování s podnikem, je důležité si nejprve charakterizovat podnik a posléze i lidi, se kterými ve firmě budete obchodovat.

Určení trhu se děje pomocí určitých bodů:

- Jednotlivci
 - Věk
 - Pohlaví
 - Národnost
 - Životní styl
 - Vzdělání
 - Povolání
 - Příjem
- Podniky
 - Druh podniku
 - Umístění
 - Struktura
 - Počet zaměstnanců (2)

2.6.6 Umístění podniku

Pečlivý výběr umístění podniku napomůže k propagaci a dostupnosti služeb. Pokud jde o velkoobchod, nebo výrobu, je jasné, že se výběr bude odvíjet od ceny a velikosti prostoru. Avšak u menších podniků jako jsou prodejny a restaurace je nejdůležitějším aspektem výběru lokace. Je zcela nezbytné, aby byl podnik co nejdostupnější pro zákazníky a

nacházel se v místě, kde může bojovat s konkurencí. Cena nájmu není nejdůležitější, protože nízký nájem nezaručí dobré místo a může nastat situace, kdy podnik zkrachuje. Prostor také musí splňovat určité rozměry, která je potřebná pro hladký chod podniku. Výběrem místa to ale nekončí. Je nutné sledovat okolí a jeho změny, které by mohly ovlivnit chod podniku (2).

2.6.7 Konkurence

Existuje přímá a nepřímá konkurence a jsou zde tři hlavní případy, kdy by se měla sledovat. Prvním je samozřejmě okamžik, kdy podnikatel chce zahájit podnikání nebo podnik plánuje vstoupit na nový trh. Za této situace je potřebné zjistit, jaká je konkurence ve vybraném trhu, na který podnik bude vstupovat a realizovat své podnikání. Důležité je zjistit, jestli je na daném trhu místo, nebo pokud je trh prázdný, tak se ujistit, že to není díky tomu, že je nerentabilní a podnikání je prakticky nemožné.

Když se na trhu, kde podnik působí, objeví nový konkurent, tak firma ztrácí určitou flexibilitu a je potřebné tento nový subjekt, který vstoupil na trh analyzovat a zjistit jeho konkurenceschopnost.

Sledování ostatních podniků je důležité a tato činnost by se neměla dít jen při vstupu na trh, ale i během celého působení na trhu. Je to levná, ale efektivní činnost, která zaručí vyšší konkurenceschopnost a postavení podniku na trhu. Trh je potřeba neustále analyzovat (2).

2.6.8 Management

Ve většině případů zapříčiní konec podniku právě špatný management.

Klíčové faktory krachu podniků:

<i>Nekompetentnost řídicích pracovníků</i>	48%
<i>Nezkušenost v oboru</i>	9%
<i>Nezkušenost v řízení</i>	18%
<i>Nevyvážená odbornost</i>	20%

<i>Zanedbání podniku</i>	3%
<i>Defraudace</i>	2%
<i>Katastrofa</i>	1%
<i>Celkem</i>	98%

(Bangs 1996, str. 27)

Základem je nezanedbávat podnik a vždy mít potřebné zkušenosti s řízením a rozhodováním, nebo si najmout někoho, kdo tyto zkušenosti má. Opět zde platí pravidlo „čím stručněji, tím lépe“ (2).

2.6.9 Personální zajištění

U většiny malých podniků je právě tato část plánování velkým problémem a největší hrozbou konce podnikání. Na tom, kdo bude v podniku pracovat, závisí chod celé firmy, protože i sebelepší podnik může díky špatným zaměstnancům spadnout na úplné dno a naopak pokud ve špatném podniku oživíme zaměstnaneckou sféru, může to vést ke znovuzrození podnikání.

Je potřebné zjistit, jaké jsou současné personální potřeby a jaké jsou ty předpokládané do budoucna. Záleží také na faktu, jestli zaměstnanci budou muset být školeni či nikoli. Musí se i určit, jaké odborníky bude podnik potřebovat, kde se dají sehnat a na kolik budou pro firmu finančně nároční, když se bude jednat o plný či částečný úvazek. Nejdou opomenout i takové rozhodnutí, jako je typ a způsob odměn, placení přesčasů a výhody poskytované zaměstnancům (2).

2.6.10 Použití a očekávaný efekt půjčky

Nezáleží na tom, jestli peníze, které jsou potřebné na financování podnikání, půjdou od samotného podnikatele nebo z půjčky, ale důležité je stanovit finanční plán toho, do čeho a kolik se bude investovat. Pracování s určitými čísly usnadní přehled v objemu financí, které

budou potřebné k investicím. Jestliže nejsou přesná čísla k dispozici, je potřebné vytvořit odhad a informace, které k tomuto odhadu vedli, také uvést v této části plánu.

K ulehčení práce při určování objemu financí slouží takzvaný „*třísloupcový seznam*“. Do prvního sloupce se zaznamená naprosté minimum financí, které jsou potřebné na financování určité činnosti. Do posledního sloupce se naopak zaznamená takový objem financí, které by byly užité na danou činnost, kdyby nebyl problém obstatat jakoukoli částku. Tím pádem se uprostřed vytvoří prostor, který je střední cestou pro financování činností a který je určitý průměr ostatních dvou sloupců. Díky této tabulce vznikne přehled nad tím, co bude možné koupit při finančních situacích, které mohou nastat.

Důležité v této části plánu je určení, jak budou finance použity, co bude pořízeno, kdo finance poskytne, poplatky. Určení zda budou věci nakoupeny do vlastnictví nebo pronajaty a v neposlední řadě jestli tato investice přinese podniku požadované zisky (2).

2.6.11 Shrnutí

Tato poslední část slouží ke shrnutí všech předchozích částí a k sestavení srozumitelného plánu, který bude stručný a jednoduchý. Všechny předchozí plány by se měli zde v této části logicky propojit a vytvořit ucelený plán, který lze lehce prezentovat a je jednoduše pochopitelný.

Doporučení pro shrnutí

Následující kontrolní seznam pomůže pokrýt všechny důležité body. Tento seznam je pouze doporučení. Je nutné brát na zřetel, že každý plán je zcela unikátní a některé z otázek mohou být rozvedeny více či méně.

Popis podniku:

Vlastnická forma podniku – podnik jednotlivce, obchodní společnost

Typ podniku – výrobní, obchodní, poskytující služby

O jaký výrobek nebo službu se jedná?

Jde o nový podnik, nebo převzetí, nebo rozšíření?

Proč bude podnik ziskový?

Jakou má podnik pracovní dobu?

Jedná se o sezónní typ podniku?

Jaké informace o svém druhu podnikání jste získali z vnějších zdrojů? (2)

2.7 Dotazování

Je nejrozšířenější metoda pro sběr dat, která umožňuje zjistit názory lidí, jejich chování a postoje. Dalšími nejpoužívanějšími metodami jsou pozorování a experiment. Ke sběru těchto informací se používá dotazník případně záznamové archy, do kterých dotazovaný zaznamenává své odpovědi na dané otázky.

Kontakt s dotazovaným může být přímý nebo zprostředkovaný a může se také odehrávat v psané formě nebo čtenými otázkami.

Kvalitní dotazník by měl splňovat dva základní požadavky:

Účelově technický – Sestavení na základě získání nejpřesnějších odpovědí na naše otázky.

Psychologický – Sestavení na základě toho, aby respondent odpovídal pravdivě a stručně (6).

Ani zde se nesmí opomenout fáze přípravy dotazování a samotného dotazníku. Předem je nutné si určit, na co se budeme ptát a jakým způsobem budou otázky položeny. Tyto informace mohou být vyčteny z předchozích analýz cíle a výčtu rizik a problémů, které daný projekt ohrožují.

K dosažení přesných výsledků dotazování slouží právě výsledky tohoto výzkumu, a proto je nezbytné vytvořit seznam informací, které z daného dotazníku musí být zjištěny. Každou z těchto informací je nutné znovu analyzovat a určit její význam pro dotazník. Nepotřebné informace by se měli odstranit z výběru, aby otázky, které bude dotazník obsahovat, byly výstižné a užitečné. Sestavování otázek musí být pečlivé a nesmí být opomenuto, že bude

následovat analýza odpovědí. Proto varianty odpovědí musí být nastaveny s ohledem na tuto skutečnost. Nesprávná volba možných odpovědí může znemožnit následnou analýzu výsledků nebo případné použití dalších analyzačních metod (5).



Obr. 1: Postup tvorby dotazníku

Zdroj: (5)

2.7.1 Konstrukce dotazníku

Celková stavba dotazníku je velice důležitá a dá se k ní přistupovat dvěma způsoby:

Sociologický přístup: *cílem je probrat maximum oblastí a návazností; dotazník bývá rozsáhlý* (Kozel 2011, str. 205).

Ekonomický přístup: *cílem je efektivně získat požadované odpovědi; konstrukce dotazníku spočívá v jasné formulaci a stručné podobě* (Kozel 2011, str. 205).

Rozsah dotazníku záleží na tom, jaké téma je zkoumáno, jakých cílů má být dosaženo a na dotazovaných subjektech. Zpravidla více jak 20 otázek je už příliš. S tímto také souvisí fakt, kolik času zabere respondentovi na vyplnění dotazníku. Stejně omezení jako u otázek platí i zde a to je 20 minut. Za předpokladu, že je dotazník vyplňován pouze bez tazatele, jeho časová náročnost by neměla přesáhnout 10 minut. Důležitá je i forma, kdy dotazník doručený na menším formátu než je A4, zaručí větší návratnost, protože je pro respondenta opticky menší a tím se zdá být jednodušší. To stejné platí i u rozmístění otázek do sloupců vedle sebe (5).

Kvalitní dotazník by měl zaujmout hned na první pohled a to v určitých aspektech:

- Srozumitelnost
- Snadná orientace
- Jednoduchost vyplňování
- Formální příprava

2.8 Analýza

Cílem projektu je využití případné poptávky nebo zdrojů, které jsou k dispozici. Ale to, jak se rozhodnout pro daný zdroj nebo jak správně využít vznikající poptávku, zjistíme díky analýze trhu (9).

„Poznání trhu, analýza a prognóza poptávky, vyjasnění konkurenční situace aj. tvoří také východiska pro koncipování marketingové strategie projektu a základních marketingových nástrojů, které tvoří především marketingový mix“ (Fotr 2005, str. 34).

Avšak marketingová strategie je jen součástí celého procesu plánování projektu, které je složité a zdlouhavé a je možné ho rozdělit na tyto fáze:

- Analýza současného stavu
- Analýza okolí
- Určení cílů strategického plánování
- Vymezení typů strategického plánování
- Určení dané strategie plánování a její realizace

„Rozsah analýzy a množství zjišťovaných informací ve firmách závisí na velikosti firmy, jejím geografickém dosahu a na vlastnostech segmentu, které obsluhuje.“ (Blažková 2007, str. 46).

2.8.1 Marketingový výzkum, analýza trhu a poptávky

„Náplň marketingového výzkumu je a získávání, analýza a hodnocení informací o trhu a jeho okolí, zahrnující především takové faktory, jako je poptávka a konkurence, potřeby a chování zákazníků, konkurenční produkty a marketingové nástroje“. (Fotr 2005, str. 35).

Data, která jsou potřebná k těmto krokům, můžeme získat díky speciálnímu šetření nebo již z existujících dat a zdrojů. Speciální šetření obsahuje testy, pozorování, interview a získávají se z nich informace „*nekvantitativního charakteru*“. Oproti tomu informace „*kvantitativního charakteru*“ se týkají trhu obecně a získávají se z již existujících a dostupných zdrojů.

Jakmile jsou získány marketingové informace, je třeba učinit tyto následující kroky:

- Stanovit cíl projektu
- Analyzovat zákazníky
- Definovat segmenty trhu
- Analyzovat tržní konkurenci
- Analyzovat distribuční kanály
- Analyzovat obor
- Stanovit budoucí vývoj poptávky

Výsledek marketingového výzkumu dovoluje poukázat na příležitosti a rizika trhu, na který se zaměřil daný projekt (9).

2.9 Marketing

„Jedná se o lidskou činnost umožňující prostřednictvím procesu směny uspokojovat potřeby a přání.“ (13).

2.10 Marketingový mix

Hlavní části marketingového mixu jsou výrobek, cena, propagace, distribuce. Tyto složky na sebe plynule navazují, avšak dané kombinace se liší trhem, na který je projekt připravován.

2.10.1 Výrobek

Výrobek nebo služba, kterou projekt specifikuje, bude rentabilní jen tehdy, když najde odběratele na vybraném trhu. Je tedy nutné si určit základní informace o produktu, jako je například fakt, zda bude projekt zaměřen na jeden výrobek nebo na více odlišných, jaká bude šíře a hloubka sortimentu, zda bude vyvinut prototyp, jaké budou doplňkové služby a záruční podmínky.

„Stanovení charakteristik výrobku a nástin výrobní politiky vytváří základnu pro volbu základních prvků projektu, jako je výrobní program, velikost výrobní jednotky aj.“ (Fotr 2005, str. 40).

2.10.2 Cena

Určení ceny se odvíjí od několika hlavních otázek:

- Výše nákladů
- Ceny konkurence
- Cenová elasticita
- Slevy velkoobchodů a maloobchodů
- Odměny dealerům
- Statní politika cenové regulace

2.10.3 Propagace (podpora prodeje)

Velkou nutností při zahájení prodeje nového produktu nebo udržení stávajícího produktu na trhu je podpora prodeje. Tato podpora má mnoho forem a proto je nutné tyto formy specifikovat a určit, která bude mít největší přínos pro propagaci produktu a jeho udržení na

trhu. Důležité je přitom dbát na finanční stránku této propagace, které je nezbytné také co nejpřesněji stanovit.

Formy podpory prodeje:

- Reklama a propagace
- Public relations
- Osobní prodej
- Orientace na značkové zboží

Přesné specifikování formy propagace a konečné vyčíslení nákladu na ni, bude určeno, až bude projekt uveden do provozu.

2.10.4 Distribuce

Samotná distribuce je tvořena takzvanými distribučními kanály. Tyto kanály tvoří maloobchod, velkoobchod a přímá distribuce zákazníkům. Správná volba kanálu nám napoví, jakými podmínkami a jakým způsobem bude produkt dopravován, kudy povedou dopravní cesty, jaké budou dodací podmínky a jak budou během přepravy chráněny (9).

2.11 Reklama

Díky reklamě, která plní několik funkcí, stimulujeme poptávku po námi nabízeném produktu/službě.

Funkce:

- Informační
- Přesvědčovací
- Upomínací

Informační funkce informuje o nově vzniklém produktu, změně ceny stávajícího produktu, o jeho funkcích a způsobu užívání nebo také o nových službách.

Funkce přesvědčovací je důležitá v prostředí, kdy se v části segmentu, ve kterém je produkt nabízen, existuje velká konkurence. Vytváří selektivní poptávku, což je poptávka po určitém výrobcí. Snaží se získat zákazníky od konkurence, snížit zákaznickovy obavy o užívání produktu, posílit image firmy a daného výrobku. Evokuje v zákazníkovi potřebu okamžitého nákupu.

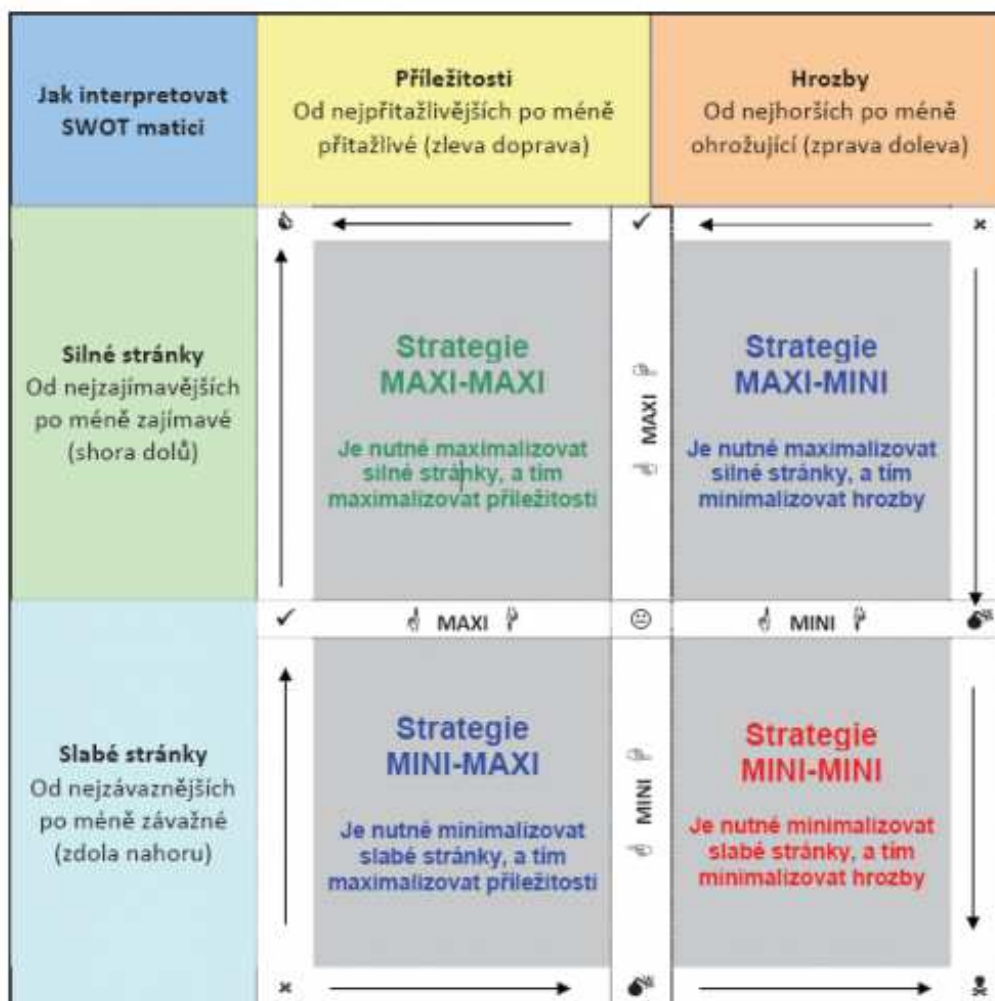
V momentě, kdy je produkt ve své zralosti se uplatňuje funkce upomínací, kdy je výrobek nebo služba zákazníkovi připomínána. Nutností je fakt, že zákazník již výrobek dobře zná (12).

2.12 SWOT analýza

Díky této systematické analýze, která je dostatečně jednoduchá, aby charakterizovala prvky, které mají vliv na postavení podniku, můžeme určit čtyři klíčové body, které udrží firmu v kontaktu s okolím. Využívá se zde výsledků předchozího zkoumání pro zjištění silných a slabých stránek podniku, které se porovnávají s faktory, které působí zvenčí a to jsou příležitosti a hrozby (7).

„Uplatnění SWOT analýzy je vedeno základním cílem rozvíjet silné a potlačovat, respektive utlumovat slabé a současně být připraven na potencionální příležitosti a hrozby“.

(Sedláčková 2006, str. 91).



Obr. 2: SWOT analýza

Zdroj: (15)

2.13 Riziko

Pojem riziko, se poprvé objevil v 17. století, když se v Itálii plavili námořníci po moři a toto slovo vyjadřovalo nebezpečí, kterému museli čelit. Bylo spojováno i se slovy nepříznivý, nebezpečí nebo odvážný. Až v pozdějších letech se začalo vysvětlovat jako ztráta nebo hrozba (4).

2.13.1 Pojetí rizika

„Riziko je na jedné straně spojeno s nadějí na dosažení zvláště dobrých hospodářských výsledků, na druhé straně je však doprovází nebezpečí podnikatelského neúspěchu, vedoucího ke ztrátám, které mohou mít někdy tak závažný rozsah, že výrazně narušují finanční stabilitu firmy a mohou vést k jejímu úpadku“ (Fotr 2005, str. 135).

2.13.2 Pozitivní stránka

Naděje na úspěšné uplatnění na trhu a dosažení zisku jsou hlavními částmi této stránky rizika.

2.13.3 Negativní stránka

Opak pozitivní stránky, kdy se riziko projevuje horšími hospodářskými výsledky, ztrátou nebo v nejhorsím případě krachem.

V širším slova smyslu je možné podnikatelské riziko brát tak, že se výsledky hospodářské činnosti odlišují od předpokládaných hodnot a to jak ve směru kladném, tak ve směru záporném. Přičemž odchylky se mohou lišit svou velikostí. Od malých, které se jen mírně odchyľují od předpokladů, až po ty velké, které mohou vést k velkým podnikatelským úspěchům nebo naopak k úpadku a krachu (9).

2.13.4 Náplň řízení rizika

„Základním cílem řízení rizika projektu je zvýšit pravděpodobnost jejich úspěchu a minimalizovat nebezpečí takového jejich neúspěchu, který by mohl ohrozit finanční stabilitu firmy a vést až k jejímu případnému úpadku“ (Fotr 2005, str. 141).

Řízení rizika nám umožňuje zjistit, jsou-li okolnosti, které ovlivňují riziko, podstatné nebo naopak nedůležité a nemá cenu se jimi zabývat. Velikost daného rizika a možnosti, kterými toto riziko jde snížit nebo naprosto eliminovat.

Náplň řízení rizika lze rozdělit do jednotlivých bodů:

- Určení rizika projektu
- Stanovení významnosti faktorů rizika
- Stanovení rizika projektu
- Hodnocení rizika projektu a přijetí opatření na jeho snížení
- Příprava plánu korekčních opatření.

První tři body se vztahují k analýze rizika, kde se určí okolnosti rizik, zjistí se jeho důležitost a určí se samotné riziko. Zbývající body spadají pod řízení rizika (9).

3 Analýza současného stavu

V současné době obor Management v tělesné kultuře na FP VUT nemá žádné přípravné kurzy, které by pokryly přípravu na fyzickou část přijímacího řízení. V dnešní době je až nutností nabízet tyto přípravné kurzy a dát tak zájemcům o studium na vysoké škole impulz k tomu, že daný obor je perspektivní a chce si vážné zájemce připravit na budoucí studium a přijmout ty, kteří mají opravdu zájem, chtějí se na přijímací zkoušky přichystat a nenechat nic náhodě.

I kdyby zájemci o studium těchto kurzů neměli využít, tak tato informace, že kurzy probíhají, zvýší jejich informovanost a také zvýší povědomí o daném oboru. Což je velice důležité v tom směru, aby se na obor hlásilo co nejvíce uchazečů a následně se vybrali ti nejlepší pro studium na této škole.

3.1 SWOT analýza

Analýza se v tomto případě zabývá vnitřními a vnějšími vlivy. V horním řádku jsou popsány vnitřní faktory, které působí na firmu a to jak silné stránky, tak i slabé stránky. Spodní řádek uvádí vnější faktory, které jsou pro firmu jak příležitostmi, tak i hrozbami.

	Přednosti	Nedostatky
Vnitřní	Silné stránky <ul style="list-style-type: none">• Nový obor• Odlišuje se od ostatních sportovních oborů• Převyšuje teoretická rovina• Finanční nenáročnost• Vlastní sportoviště	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">• Nový obor• Omezený počet studentů• Neúčinný marketing• Nesamostatnost
Vnější	Příležitosti <ul style="list-style-type: none">• Zvyšující se počet studentů• Nárůst zájmu o zdravý životní styl• Zlepšení marketingu	Hrozby <ul style="list-style-type: none">• Nezájem o obor• Nezájem o kurzy• Špatná organizace

Tab. 1: SWOT analýza

Zdroj: Vlastní zpracování

3.2 Analýza konkurence

V Brně se nachází Masarykova univerzita, která také nabízí studium podobného oboru a to s názvem „*Management sportu*“. Jedná se o prezenční 3 leté bakalářské studium, zakončené bakalářským titulem. Složení předmětů je srovnatelné s oborem „Management v tělesné kultuře“, který nabízí fakulta podnikatelská VUT. Tento obor na MU je však mnohem známější a je o něj větší zájem mezi uchazeči než o studium oboru na VUT. Je to dáno tím, že tento obor je mnohem starší a známější, ale také díky tomu, že jeho propagace je zcela odlišná a nabízí přípravné kurzy na tento obor.

V těchto přípravných kurzech se uchazeč seznámí s průběhem přijímacího řízení, s disciplínami, které bude obsahovat a s požadavky, které bude muset splnit, aby mohl být přijat na tuto školu.

Tyto přípravné kurzy zahrnují:

- Atletika
- Basketbal
- Gymnastika
- Plavání

Atletika

Cena	800 Kč
Rozsah	8 vyučovacích hodin
Místo konání	TJ Sokol Brno

Basketbal

Cena	200 Kč
Rozsah	2 vyučovací hodiny
Místo konání	Univerzitní kampus Bohunice

Gymnastika

Cena	1 000 Kč
Rozsah	10 vyučovacích hodin
Místo konání	Univerzitní kampus Bohunice

Plavání

Cena	1 300 Kč
Rozsah	10 vyučovacích hodin
Místo konání	TJ Tesla Brno

Cena za využití všech přípravných kurzů	3 300 Kč
Celkový rozsah při využití všech přípravných kurzů	30 hodin

Tato nabídka zcela pokrývá následné přijímací řízení a dokáže uchazeče kvalitně připravit na tuto zkoušku. Vážní zájemci o studium na této škole, kteří využijí tyto přípravné kurzy, mají bezpochyby velikou výhodu nad ostatními, protože si vše vyzkouší a připraví se na případné záludnosti a možné situace, které by mohli při vykonávání přijímacího řízení nastat (14).

3.3 Analýza výsledků přijímacího řízení z loňských let

Díky tomu, že je možná analýza výsledků přijímacího řízení z loňských let, lze určit, která z disciplín má nejhorší výsledky, určit složitost jednotlivých částí pro uchazeče, jak se s nimi dokáží vyrovnat a jaká je jejich připravenost na fyzickou část přijímaček.

Současné přijímací řízení se skládá ze tří částí a každá má své specifické ohodnocení. Jedná se o plavání, kde maximální bodová hranice je 20 bodů a minimální hranice pro splnění a možnost pokračování dále je 5 bodů. Dále následuje test koordinačních předpokladů, který se dělí na Jacíkuv test, člunkový běh, shyby a hod na cíl. Každá tato disciplína má hodnocení 0 – 20 a konečný součet těchto jednotlivých částí se hodnotí podle celkového vyhodnocení testu koordinačních předpokladů. Dalším je řízený pohovor, který se také dělí a to na tři části. Jsou to písemný test, dotazník a ústní pohovor. Maximální počet bodů v této části je 35.

Plavání

Zde je nutné, aby uchazeč uplavával vzdálenost 400 metrů za určitý čas, který je uvedený v tabulkách. Tato vzdálenost je považována za velice náročnou. Pro zvládnutí této disciplíny je naprosto nezbytné, aby si ji zájemce o studium vyzkoušel a náležitě natrénoval.

Test koordinačních předpokladů

Uchazeč musí zvládnout čtyři různé testy, které dohromady dávají výsledek tohoto testu. Jacíkuv test určuje funkční potenciál celkové pohybové zdatnosti člověka. Hod na cíl určuje přesnost, sílu horních končetin a jejich výbušnost. Člunkový běh zaznamená rychlost a obratnost při běhu. Shyby poskytnou představu o tom, jaká je síla v pažích, zádech a celkově v horní části těla.

Řízený pohovor

Písemný test z oblasti tělesné kultury a společenských věd, který prověří uchazeče z všeobecného rozhledu v oblasti biologie člověka, orientace v rekreačním sportu, ve zdravém životním stylu, v aktivním způsobu života a středoškolské úrovni poznatků z psychologie, pedagogiky a sociologie. Je tvořen 10 otázkami, na které má možnost vybrat odpověď ze 4 nabídnutých alternativ. U této části se vyplňuje i dotazník, který tvoří pět písemných otázek a daný počet odpovědí na ně. Vyhodnocení probíhá v následném pohovoru formou doplnění odpovědí a vysvětlení názorů, které uchazeč napsal.

Obsah testu

Obsahem testu jsou všeobecné znalosti v oblasti biologie člověka, orientace v rekreačním sportu, ve zdravém životním stylu, v aktivním způsobu života a středoškolské úrovni poznatků z psychologie, pedagogiky a sociologie. Podle dotazů a vlastních zkušeností jsou otázky zbytečně složité, jelikož většina těchto věcí se na středních školách, které nabízejí tu možnost studovat po jejím dokončení obor MTK, neprobírá. Uchazeči směřující na tuto školu jsou zejména z ekonomických škol nebo školy zaměřených na tělesnou výchovu. Proto v této části mají ti z ekonomických škol nevýhodu.

Doporučená literatura sice existuje, ale jsou to asi 4 knihy o velkém obsahu stran a je prakticky nemožné je prostudovat k přípravě na přijímací řízení. Nejlepším řešením by bylo vytvoření souhrnných skript, které by bylo možné zakoupit a uchazeči se z nich mohli připravovat. Toto bude zmíněno v praktické části práce.

Následný pohovor je v podstatě stejný jako test. Výhodou zde je, že vás dotazující hodnotí podle mluveného slova a má možnost vás přivést na správnou odpověď.

3.3.1 Výsledky loňských přijímacích řízení všech studentů, kteří jej absolvovali

2010

Počet uchazečů	182
Počet uchazečů, kteří splnili fyzickou část přijímacího řízení	182
Počet uchazečů, kteří splnili celé přijímací řízení	72
Počet mužů, kteří splnili celé přijímací řízení	50
Počet žen, které splnily celé přijímací řízení	22
Počet mužů, kteří splnili fyzickou část přijímacího řízení	117
Počet žen, které splnily fyzickou část přijímacího řízení	65

V roce 2010 se přijímacího řízení zúčastnili necelé dvě stovky uchazečů. Z dostupných dat vyplývá, že fyzickou část zvládli všichni uchazeči, avšak okolo 20% uchazečů mělo problémy zvládnout plaveckou část. Což jde vidět i na průměrných výsledcích jednotlivých disciplín, že plavání je nejnáročnější sekce přijímacího řízení.

Průměrný výsledek plavání	11 bodů/20 max.
Průměrný výsledek testu koordinačních předpokladů	13 bodů/20 max.
Průměrný výsledek pohovoru	19 bodů/35 max.
Průměr celkového součtu bodů	44 bodů/75 max.

I průměrný součet celkových bodů je poměrně nízký, což také poukazuje na celkovou náročnost všech částí testů. Je to necelých 59 %. Nabízí se zde také možnost, že toto číslo je nízké díky nepřipravenosti uchazečů a ne díky náročnosti přijímacího řízení.

Nejlepší výsledek fyzické části 62 bodů/75 max.

Nejlepší výsledek ženy 60 bodů/75 max.

Nejlepší výsledek muži 62 bodů/75 max.

Nejlepší výsledek byl 62 u mužů a 60 u žen. Toto jsou jediné dva výsledky, které přesáhly hranici 60 bodů. Další důkaz toho, že testy jsou buď příliš složité, nebo jsou uchazeči nepřipraveni na zvládnutí přijímacího řízení.

Průměrný výsledek ženy 44 bodů/75 max.

Průměrný výsledek muži 44 bodů/75 max.

Průměrný výsledek muži:

Plavání 11 bodů/20 max.

Test koordinačních předpokladů 13 bodů/20 max.

Pohovor 19 bodů/35 max.

Průměrný výsledek ženy:

Plavání 12 bodů/20 max.

Test koordinačních předpokladů 13 bodů/20 max.

Pohovor 20 bodů/35 max.

Z průměrných výsledků mezi muži a ženami lze vyčíst, že toto přijímací řízení stírá rozdíly mezi pohlavími. Nejspíš je to tabulkami, které jsou rozdílné jak pro ženy, tak pro muže. V tomto případě je zřejmé, že tyto tabulky jsou kvalitně zpracovány a smazávají fyziologické rozdíly.

2011

Počet uchazečů	205
Počet uchazečů, kteří splnili fyzickou část přijímacího řízení	127
Počet uchazečů, kteří nesplnili fyzickou část přijímacího řízení	35
Počet uchazečů, kteří se nedostavili k přijímacímu řízení	43

V roce 2011 se zvýšil počet uchazečů, ale tím se i snížil počet těch, kteří byli úspěšní u přijímacího řízení. Také zde byla určitá část přihlášených, kteří se, ať už z jakýchkoli důvodů, nedostavili. Z toho vyplývá, že dohromady necelých 38 % uchazečů neuspělo.

Průměrný výsledek plavání	11 bodů/20 max.
Průměrný výsledek testu koordinačních předpokladů	11 bodů/20 max.
Průměrný výsledek pohovoru	19 bodů/35 max.
Průměr celkového součtu bodů	40 bodů/75 max.

Snížil se také průměr celkového součtu bodů. Ostatní průměry se snížily jen nepatrně, ale přesto šlo o pokles.

V tomto roce nebylo možné určit, kolik uchazečů byli muži a kolik ženy, proto nemohly být provedeny další analýzy. Snad jen nejvyšší dosažený výsledek.

Nejlepší výsledek fyzické části	68 bodů/75 max.
---------------------------------	-----------------

2012

Počet uchazečů	257
Počet uchazečů, kteří splnili fyzickou část přijímacího řízení	143
Počet uchazečů, kteří nesplnili fyzickou část přijímacího řízení	48
Počet uchazečů, kteří se nedostavili k přijímacímu řízení	66
Počet mužů, kteří splnili fyzickou část přijímacího řízení	91
Počet žen, které splnily fyzickou část přijímacího řízení	52

Rok 2012 přinesl opět zvýšení počtu zájemců o obor MTK a to se promítlo i na počtu přihlášených uchazečů. Bohužel tento fakt neznamenal zvýšení úspěšnosti, spíše naopak. V tomto roce neuspělo u přijímacího řízení až 44 % přihlášených, ať už díky nesplnění požadavků nebo nedostavení se k testům.

Průměrný výsledek plavání	9 bodů/20 max.
Průměrný výsledek Testu koordinačních předpokladů	10 bodů/20 max.
Průměrný výsledek pohovoru	16 bodů/35 max.
Průměr celkového součtu bodů	35 bodů/75 max.

Průměrné výsledky jednotlivých disciplín se rapidně snížily oproti předchozím ročníkům. U plavání a ústního pohovoru spadly dokonce i pod 50 % procent dosažených bodů a u testu koordinačních předpokladů právě na hodnotu 50 %.

Nejlepší výsledek fyzické části	66 bodů/75 max.
Nejlepší výsledek ženy	64 bodů/75 max.
Nejlepší výsledek muži	66 bodů/75 max.
Průměrný výsledek ženy	48 bodů/75 max.
Průměrný výsledek muži	46 bodů/75 max.

Nejlepší podané výsledky se každý rok držely nad 60 bodovou hranicí a lišily se maximálně dvěma body. Překvapením v tomto roce bylo, že ženy měly vyšší dosažené průměrné výsledky jak v celkovém hodnocení, tak i v jednotlivých disciplínách. Největší rozdíl byl v první disciplíně tedy v plavání, kdy muži měli až o 4 body nižší průměrné bodové ohodnocení.

Průměrný výsledek muži:

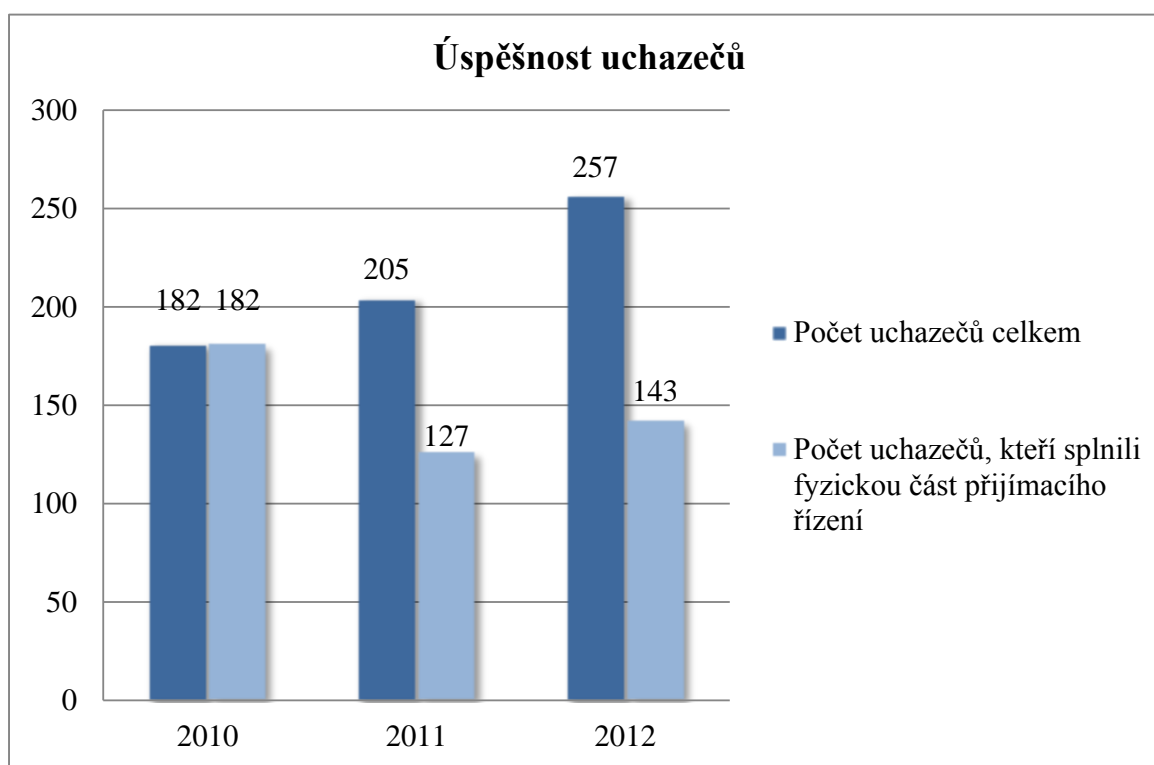
Plavání	8 bodů/20 max.
Test koordinačních předpokladů	11 bodů/20 max.
Pohovor	21 bodů/35 max.

Průměrný výsledek ženy:

Plavání	12 bodů/20 max.
Test koordinačních předpokladů	10 bodů/20 max.
Pohovor	23 bodů/35 max.

3.3.2 Úspěšnost uchazečů

Na grafu lze pozorovat zvyšující se zájem o obor MTK, který se projevuje na počtu přihlášených uchazečů. Bohužel s tímto rostoucím počtem se také zvyšuje rozdíl mezi těmi, co přijímacím řízením prošli a mezi těmi, kteří toto řízení nezvládli a nemohli tak být připuštěni k písemným testům. Jelikož jsou tyto testy každý rok stejné a nemění se, lze předpokládat, že důvodem pro skutečnost, kdy uchazeči nezvládnou přijímací řízení, je jejich neinformovanost a nepřipravenost na tyto testy.



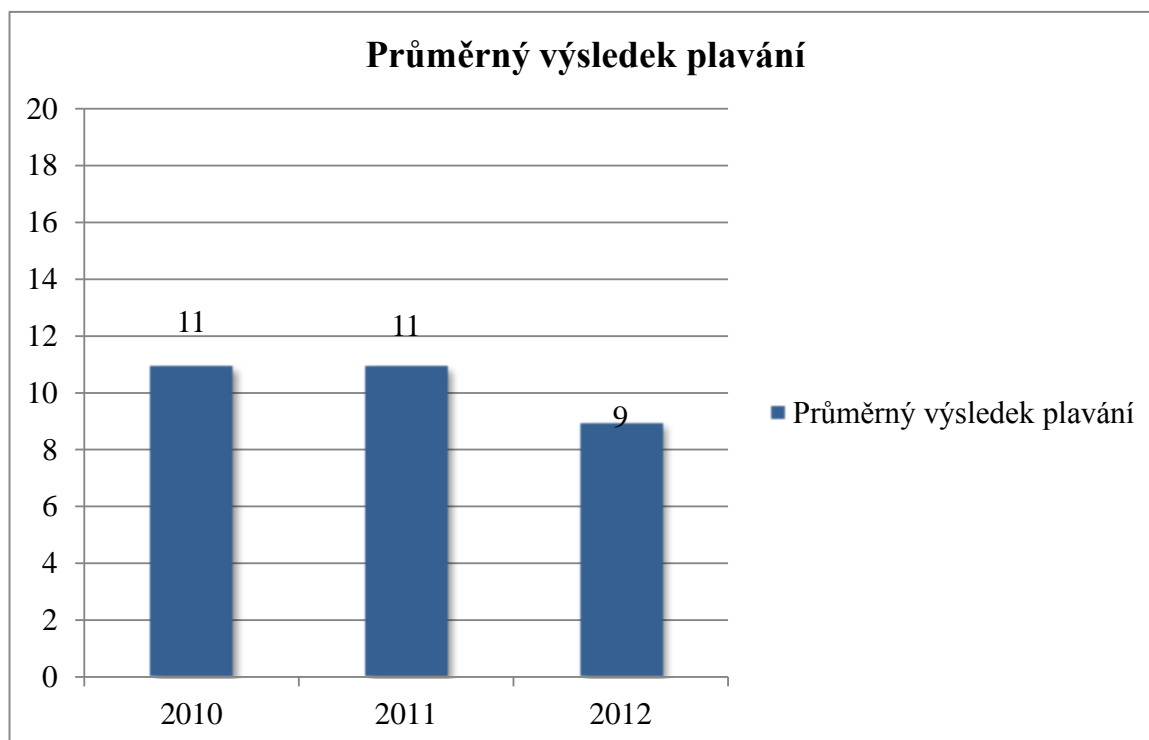
Graf 1: Úspěšnost uchazečů

Zdroj: Vlastní zpracování

3.3.3 Průměrný výsledek plavání

U plavání lze pozorovat pokles až v posledním roce a to díky výsledkům ze strany chlapců. Jejich průměrný výsledek se z 12 bodů snížil na 8 a to také zapříčinilo celkový průměrný pokles. Dívky si průměr bodů udržely na hranici 12.

To ovšem nemění nic na tom, že ve všech letech se průměr pohybuje okolo 50% bodů a to není příznivý výsledek. Toto je průměr všech uchazečů, co nastoupili k vykonání přijímacího řízení.

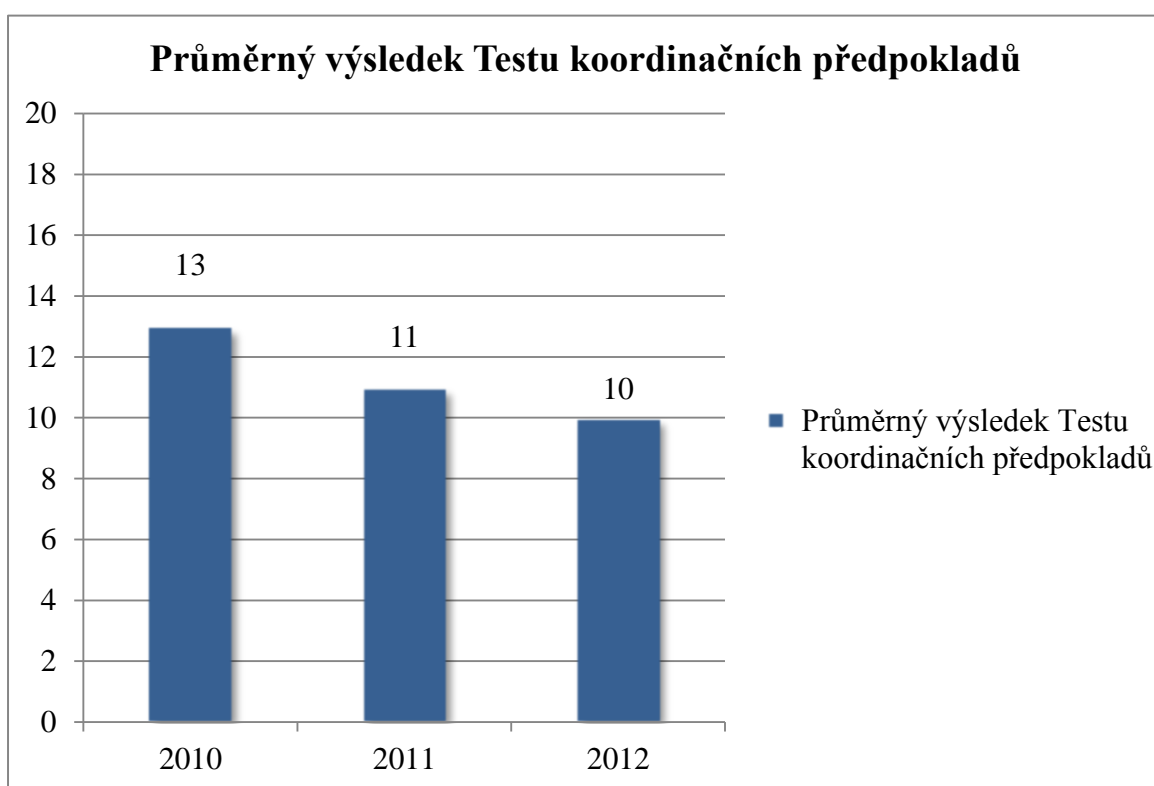


Graf 2: Průměrný výsledek plavání

Zdroj: Vlastní zpracování

3.3.4 Průměrný výsledek Testu koordinačních předpokladů

U testu koordinačních předpokladů, který se skládá ze čtyř disciplín jde opět vidět pokles průměrných bodů. Bohužel náročnost testu koordinačních předpokladů je velice nízká, proto tyto hodnoty jsou opravdu špatné a měly by se pohybovat v rozmezí 13-15 bodů. Toto je průměr všech uchazečů, co nastoupili k vykonání přijímacího řízení.

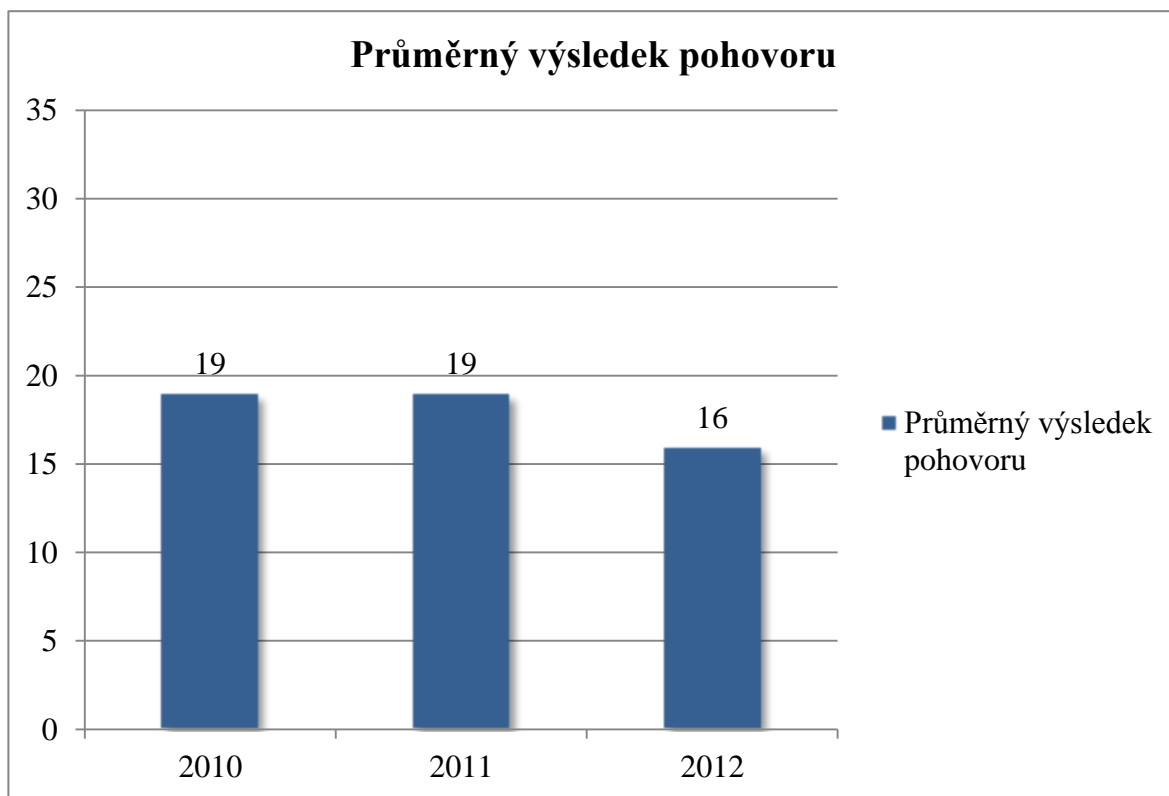


Graf 3: Průměrný výsledek Testu koordinačních předpokladů

Zdroj: Vlastní zpracování

3.3.5 Průměrný výsledek pohovoru

U průměrného výsledku pohovoru je pokles asi nejpatrnější. Dva roky byl na únosné hranici, ale poslední rok klesnul a to dost rapidně. Průměrné hodnoty by se měly pohybovat hejdhůře na hranici 20 – 25 bodů. V tomto případě to může být způsobeno jak nepřipraveností uchazečů, tak nevhodným výběrem otázek do testu a následného dotazníku, protože průměrný bodový zisk v této části nikdy nepřesáhl hranici 20 bodů. Toto je průměr všech uchazečů, co nastoupili k vykonání přijímacího řízení.



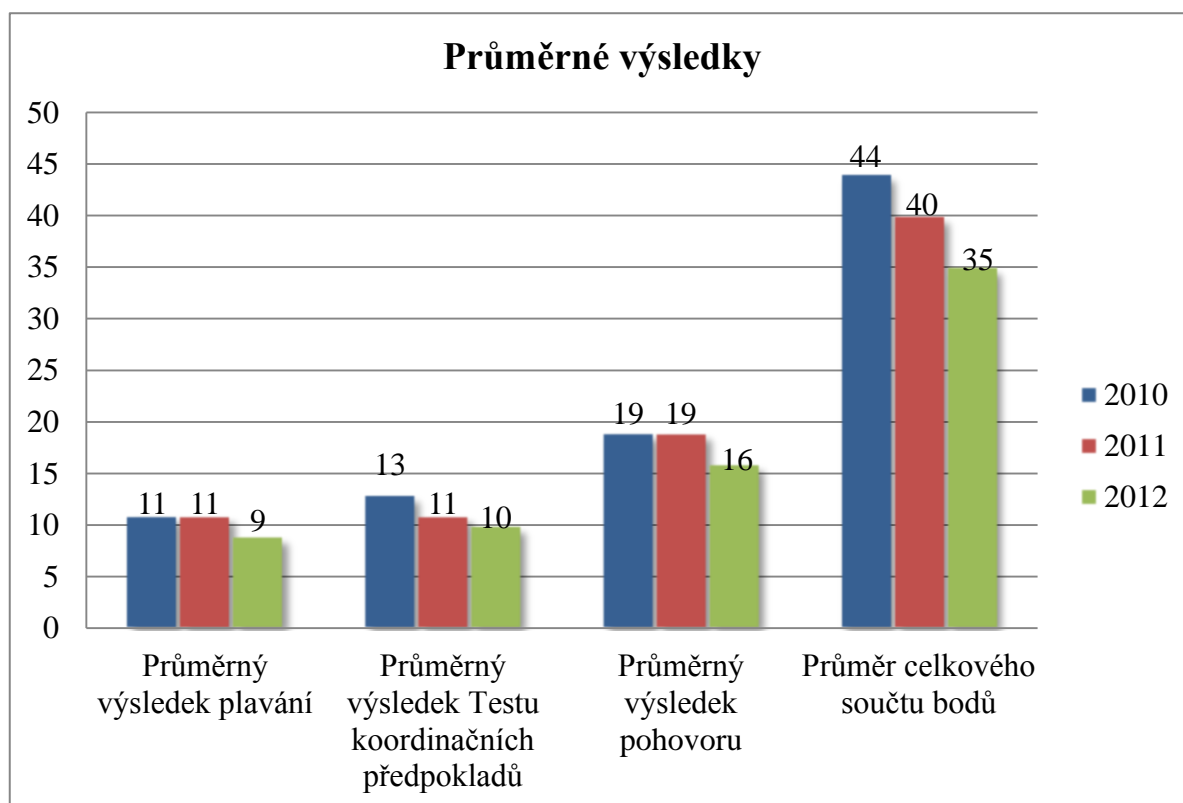
Graf 4: Průměrný výsledek pohovoru

Zdroj: Vlastní zpracování

3.3.6 Celkové srovnání průměrných výsledků

Při pohledu na tento graf je patrné, že v posledním roce, kdy bylo vypsáno přijímací řízení klesla hodnota průměrných dosažených bodů u všech disciplín. Tím také může vznikat všeobecné povědomí o tom, že přijímací řízení je složité a obtížně zvládnutelné. To souběžně s faktem, že neexistují přípravné kurzy může odlákat potencionální zájemce o studium, kteří se chtějí přihlásit na tento obor. Snižuje se tak i výpovědní hodnota o tomto oboru a bývá často považován za nekvalitní i když je tomu právě naopak.

Pokud vznikne možnost pro uchazeče, kteří mají opravdu zájem se na toto přijímací řízení připravit, zvýší se tak počet uchazečů a i kvalita jejich podaných výkonů v těchto testech.



Graf 5: Průměrné výsledky

Zdroj: Vlastní zpracování

3.4 Dotazník

Ke zjištění důležitých informací pro vytvoření přípravných kurzů na obor management v tělesné kultuře se nejlépe hodil dotazník. Přinesl odpovědi na to, jaké je povědomí absolventů středních škol o tomto oboru, jaký je zájem o obor, jak jsou důležité přípravné kurzy pro uchazeče o studium. Také dostaneme odpověď na otázku, v jaké míře by tyto kurzy využívali, kolik hodin týdně by bylo vhodných pro přípravu na přijímací řízení, jakou částku by byli ochotni zaplatit, jakou formou by bylo vhodné podávat doplňující informace k řízení.

3.4.1 Dotazník č. 1

První dotazník se skládal z 11 otázek, které pokrývaly celé spektrum dotazů potřebných k získání kvalitních informací. Byl předkládán absolventům středních škol a gymnázií u kterých je předpoklad, že se chystají na pokračování ve studiu na vysoké škole.

Otázky, které byly předloženy dotazovaným:

1. Plánujete po absolvování střední školy/maturity studium na vysoké škole?
2. Pokud by vysoká škola nabízela přípravné kurzy, přihlásili byste se?
3. Znáte obor Management v tělesné kultuře fakulty podnikatelské na VUT v Brně?
4. Pokud ano, kde jste se o něm dozvěděli?
5. Přihlásili byste se na tento obor?
6. Ovlivnila by váš názor na studium tohoto oboru existence přípravných kurzů?
7. Přihlásili byste se na přípravné kurzy na tento obor?
8. Pokud ano, kolik byste byli ochotni za tyto kurzy zaplatit?
9. Kolik hodin byste se byli ochotni kurzům týdně věnovat?
10. Jakou formou byste se chtěli dozvědět informace týkající se písemného testu a pohovoru?
11. Jste muž nebo žena?

Celkový počet dotazovaných byl 179 z čehož 47 znalo obor Management v tělesné kultuře a 33 o něj mělo potencionální zájem.

Na začátku dotazníku je jednoduchou otázkou vyřešeno, kdo má zájem o studium na vysoké škole. S těmi, co odpověděli kladně, bylo následně pokračováno k dalším otázkám, které poukázaly na to, jaký mají zájemci o studium názor na nabízené přípravné kurzy v širším měřítku.

Z dotazování vyplývá, že více jak čtvrtina respondentů má povědomí o oboru MTK a to je klíčové pro tento dotazník. S touto skupinou bylo přistoupeno k další otázce.

Informace o oboru MTK získávali zájemci z různých zdrojů. Kromě těchto tří možností respondenti odpověděli i na možnost jinde a zde vypsali například veletrh GAUDEAMUS, osobně na sportovištích CESA a VUT a jiné.

Tři čtvrtiny z dotazovaných mělo zájem o studium tohoto oboru, ale naprostou většinu z nich při výběru oborů ke studiu existence kurzů neovlivňuje. To je přirozené, protože uchazeč nejde studovat daný obor proto, jestli nabízí přípravné kurzy, ale podstatné je co nabízí obor po přijetí zájemce ke studiu. Tento fakt se projevuje hned v následující otázce kdy dvě třetiny respondentů by nabízené kurzy využili a přihlásili by se k jejich absolvování.

Přijatelná cena, kterou by byli dotazovaní ochotni zaplatit se pohybuje v rozmezí 1200 – 2500 Kč. Díky tomu je zřemé, že cena kurzů se bude pohybovat okolo 2100 - 2400kč, což je částka odpovídající tomu, co a v jakém rozmezí bude v kurzu nabízeno.

Čas, který jsou potencionální zájemci ochotni týdně trávit přípravnými kurzy, se pohybuje mezi 2 – 3 hodinami, což je dostačující. Aby bylo dosaženo lepších výsledků a také podle počtu přihlášených, by se měl čas strávený týdně na kurzu blížit čtyřem hodinám.

Následující otázka se týká zodpovězení dotazu, jakou formou by účastníci kurzu nějraději dostávali teoretické informace a informace potřebné k pohovoru a testu, jež uzavírá fyzickou část přijímacího řízení. Naprostá většina by upřednostnila tištěnou formu publikace, kterou by bylo možno zakoupit k samostudiu. Tato forma by byla velice vhodná, protože by se snížil počet hodin, které by museli zájemci strávit týdně na kurzu. Tím se také redukuje cena a zvětší se tak prostor na praktickou přípravu uchazečů.

Poměr muži vs. ženy u dotazovaných byl přibližně 60% ku 40%.

otázka č.		
1.	Plánujete po absolvování střední školy/maturity studium na vysoké škole?	
Ano		132
Ne		47
Celkem		179
2.	Pokud by vysoká škola nabízela přípravné kurzy, přihlásili byste se?	
Ano		23
Ne		48
Záleží na oboru		61
Celkem		132
3.	Znáte obor Management v tělesné kultúře fakulty podnikatelské na VUT v Brně?	
Ano		47
Ne		85
Celkem		132
4.	Pokud ano, kde jste se o něm dozvěděli?	
Na internetu		19
Od kamaráda		13
V současné škole		10
Jinde		5
Celkem		47
5.	Přihlásili byste se na tento obor?	
Ano		33
Ne		14
Celkem		47

6.	Ovlivnila by váš názor na studium tohoto oboru existence přípravných kurzů?	
Ano		5
Ne		42
Celkem		47
7.	Přihlásili byste se na přípravné kurzy na tento obor?	
Ano		11
Spíše ano		19
Spíše ne		8
Ne		9
Celkem		47
8.	Pokud ano, kolik byste byli ochotni za tyto kurzy zaplatit?	
1200 - 1800		17
1900 - 2500		23
2600 - 3200		5
3200 a více		2
Celkem		47
9.	Kolik hodin byste se byli ochotni kurzům týdně věnovat?	
1		7
2 - 3		32
4 - 5		5
5 a více		3
Celkem		47
10.	Jakou formou byste se chtěli dozvědět informace týkající se písemného testu a pohovoru?	
Přednášky		8
Skripta		11
Speciální publikace		28
Jiná		0

Celkem		47
11.	Jste muž nebo žena?	
Muž		28
Žena		19
Celkem		47

Tab. 2: Dotazník č. 1

Zdroj: Vlastní zpracování

3.4.2 Dotazník č.2

Druhý dotazník se skládal z 9 otázek, které pokrývaly celé spektrum dotazů potřebných k získání kvalitních informací. Byl předkládán studentům oboru MTK, kteří již tento obor studují a přijímacím řízením prošli bez problémů. Důležitý byl jejich názor na to, zda by jim kurzy v minulosti přispěly k lepšímu absolvování řízení a zda by je lépe připravil ke studiu na vysoké škole.

Otázky, které byly předloženy dotazovaným:

1. Když jste se hlásili na obor MTK, hlásili jste se i na jiný obor?
2. Byla u tohoto oboru možnost přípravných kurzů?
3. Ovlivnila vás tato skutečnost při podávání přihlášky?
4. Kdyby v době vaší přihlášky na obor MTK existovali přípravné kurzy, využili byste jich?
5. Kolik hodin byste byli ochotni kurzům týdně věnovat?
6. Kolik byste byli ochotni za tyto kurzy zaplatit?
7. Myslíte si, že by vás tyto kurzy dokázali lépe připravit na přijímací řízení?
8. Máte za to, že má význam do budoucna tyto kurzy nabízet?
9. Jste muž nebo žena?

Celkový počet dotazovaných byl 53, kdy všichni byli studenti oboru MTK.

Tento dotazník byl zaměřen na studenty oboru management v tělesné kultuře a na jejich názor na vytvoření přípravných kurzů.

Většina dotazovaných se při podávání přihlášky na obor MTK souběžně hlásila i na jiné obory na jiných vysokých školách. Tyto jiné školy v 95% případů měly v nabídce přípravné kurzy pro jimi nabízené obory.

To, že respondenty tato skutečnost příliš neovlivnila je dáno tím, že uchazeč si nevybírání školu podle toho, zda nabízí přípravné kurzy, ale podle toho, co nabízí samotný obor a až pak zjišťuje, zda je zde možnost kurzů.

Následující otázka je trochu zavádějící, protože na dotaz, zda by studenti oboru MTK využili v době jejich podávání přihlášky přípravné kurzy jich skoro 90% odpovědělo záporně. Což je celkem logické protože fakt, že přijímací řízení zvládli jim dává pocit toho, že by byly kurzy zbytečné a nepomysleli na možnost toho, že kdyby přípravné kurzy využili, mohly jejich výsledky být lepší a přesvědčivější. Proto by tato otázka měla být spíše předkládána zájemcům o obor, kteří neuspěli u přijímacího řízení.

Odpovědi na počet hodin týdně strávených přípravnými kurzy a cena za jejich absolvování, jsou naprosto shodné s předchozím dotazníkem a je zřejmé, že částka by měla být stanovena okolo 2300 Kč za kurz a počet hodiny týdně by měl být stanovený v rozmezí 3 – 4.

Další otázkou je podpořen fakt, že i když většina dotazovaných by se zpětně pro absolvování kurzů nerozhodla, tak si ale zároveň myslí, že by jim tyto přípravné kurzy zaručily kvalitněji zvládnout fyzické testy a dosáhnout tak lepších výsledků.

Tato skutečnost koresponduje s odpovědí na další otázku, kdy si stejný počet studentů myslí, že má význam do budoucna nabízet zájemcům o studium tohoto oboru přípravné kurzy a umožnit jim tak kvalitněji se připravit na přijímací řízení.

Poměr muži vs. ženy u dotazovaných byl přibližně 60% ku 40%.

otázka č.	
1.	Když jste se hlásili na obor MTK, hlásili jste se i na jiný obor?
Ano	46
Ne	7
Celkem	53
2.	Byla u tohoto oboru možnost přípravných kurzů?
Ano	44
Ne	9
Celkem	53
3.	Ovlivnila vás tato skutečnost při podávání přihlášky?
Ano	2
Ne	51
Celkem	53
4.	Kdyby v době vaší přihlášky na obor MTK existovali přípravné kurzy, využili byste jich?
Ano	7
Ne	46
Celkem	53
5.	Kolik hodin byste byli ochotni kurzům týdně věnovat?
1	9
2 - 3	39
4 - 5	4
5 a více	1
Celkem	53

6.	Kolik byste byli ochotni za tyto kurzy zaplatit?	
1200 - 1800		17
1900 - 2500		34
2600 - 3200		1
3200 a více		1
Celkem		53
7.	Myslíte si, že by vás tyto kurzy dokázaly lépe připravit na přijímací řízení?	
Ano		40
Ne		13
Celkem		53
8.	Máte za to, že má význam do budoucna tyto kurzy nabízet?	
Ano		39
Ne		14
Celkem		53
9.	Jste muž nebo žena?	
Muž		31
Žena		22
Celkem		53

Tab. 3: Dotazník č. 2

Zdroj: Vlastní zpracování

4 Návrh podnikatelského záměru

Tento podnikatelský plán jsem zamýšlel sestavit jako podnikání pro jednu osobu na živnostenské oprávnění, ale po dohodě se zaměstnanci z CESA a fakulty podnikatelské se tento záměr přeměnil na projekt, který spadá právě pod Centrum sportovních aktivit, které spravuje obor Management v tělesné kultuře.

Centrum sportovních aktivit (CESA) je vysokoškolským ústavem. Jako celoškolské pracoviště pro oblast tělesné výchovy a sportu na Vysokém učení technickém v Brně zajišťuje výuku ve studijním oboru Management v tělesné kultuře (akreditován na FP) a celoroční tělovýchovné a sportovní aktivity studentů (fakultativní tělesná výchova, volnočasové pohybové aktivity) a zaměstnanců VUT v Brně.

Mým záměrem je vytvoření přípravných kurzů k fyzické části přijímacích kurzů na obor Management v tělesné kultuře, které bude nabízeno uchazečům o studium tohoto oboru. Zájemci budou seznámeni s průběhem řízení, budou mít možnost si ho vyzkoušet a tím se také zvýší jejich připravenost a šance na úspěšné přijetí.

Tato služba bude umístěna na trh, kde jediná konkurence je Masarykova univerzita, která má podobný obor a poskytuje k němu přípravné kurzy. Tedy je tento trh vhodný pro další služby tohoto typu.

Konkurenceschopnost velice záleží na propagaci těchto kurzů a samotné propagaci oboru MTK. Tento obor i tato služba je dle mého názoru schopna kvalitně konkurovat MU, zatím jedinému „*podniku*“ na trhu.

CESA společně s fakultou podnikatelskou má výhodu, že vlastní svá sportoviště a tím odpadájí složité dohady o pronájmu, které jsou nezbytné ke konání přípravných kurzů. Díky tomu se také snižují finanční náklady na vytvoření a poskytování služby.

Další výhodou tohoto projektu je, že CESA může poskytnout své pracovníky nebo absolventy předchozích ročníků k personálnímu zajištění kurzů. Tyto kurzy dle mého názoru mohou být vedeny jako praxe pro studenty druhého ročníku, kteří mají dostatečnou kvalifikaci na to, aby uchazeče byli schopni připravit. Samozřejmě je nezbytné, aby zde byl

i výše postavený pracovník CESA, který bude mít hlavní zodpovědnost za výuku a poskytování přípravných kurzů.

Tím že CESA a fakulta podnikatelská disponuje prostory i personálem, který může zajistit přípravné kurzy, se domnívám, že finanční stránka tohoto projektu se bude spíše zaměřovat na propagaci samotných kurzů a oboru MTK. Samozřejmostí jsou i platy pracovníků CESA.

4.1 Podnikatelský plán

4.1.1 Podnik

V tomto případě tedy podnikatelský subjekt nebudu zastupovat já, ale po domluvě to bude Centrum sportovních aktivit, které bude poskytovatelem služby přípravných kurzů, které budou nabízeny absolventům středních škol a ostatním zájemcům o studování tohoto oboru. Kurz bude nabízen sezóně a to v měsících únor/březen, protože termín přijímacího řízení byl v loňském roce stanoven na 1. - 3. Dubna.

4.1.2 Služba

Jako služba bude tedy nabídka přípravných kurzů na fyzickou část přijímacího řízení, která bude volně přístupná všem uchazečům o studium oboru MTK. Základní náplní bude připravit zájemce na fyzické testy a tím jim také dát větší šanci na přijetí a možnost studování na této škole. Výhodou dle mého názoru je to, že se na tento obor dostane více studentů, kteří mají opravdu zájem jej studovat a díky tomu by se měla zvednout i prestiž oboru. Další výhodou je jistá forma propagace, která doprovází přípravné kurzy. Výhodou je i komplexnost kurzů, kdy konkurence nabízí své kurzy pouze po částech a pokud se chce uchazeč připravit na všechny části a některé jsou již zaplněné, je znevýhodněn. Tím že budou nabízeny kurzy, se zvýší obavy o volná místa na oboru a uchazeči tak budou více

dbát na přípravu a v tom případě nebude lepší možnost, než se nechat připravit přímo fakultou, která obor nabízí.

4.1.3 Marketingové informace

Cílový trh jsem definoval tak, že jsem se zaměřil na absolventy středních škol, což je hlavní skupina zájemců o studium na vysoké škole. Z těch jsou to zejména studenti sportovních a ekonomických škol. Důležitá skupina jsou i různé sportovní kroužky a oddíly, ve kterých se nachází právě tito absolventi středních škol.

Definoval jsem tedy potencionální zájemce takto:

- Věk: 19 - 26
- Pohlaví: Muž/Žena
- Životní styl: Kladný vztah ke sportovním aktivitám a ke studiu
- Vzdělání: Středoškolské popřípadě vysokoškolské
- Typ předešlého vzdělání: Zaměřené na sport a management
- Sociální zázemí: Bezproblémové
- Záliby: Sport a fyzická aktivita

4.1.4 Umístění

Přípravné kurzy budou nabízeny a provozovány v areálu VUT pod Palackého vrchem (RC-PPV), který poskytuje dokonalé zázemí pro tyto kurzy. Areál (RC-PPV) se nachází na okraji Brna v části Královo pole. Jeho dostupnost je dostatečná a to v podobě autobusové linky číslo 53 a tramvajové linky číslo 12. U areálu je dostatek parkovacích míst a v blízkosti je i dostatek provozoven s občerstvením.

Areál také disponuje šatnami a sociálním zařízením, které jsou přizpůsobeny pro dostatečný počet návštěvníků.



Obr. 3: Umístění areálu

Zdroj: (16)

4.1.5 Konkurence

Jako konkurence zde figuruje Masarykova univerzita, která poskytuje přípravné kurzy pro své obory na fakultě sportovních studií. Rozbor těchto kurzů jsem popsal v analytické části této práce. Konkurence je však opravdu malá, neboť dle mého zjištění je přijímací řízení na fakultě sportovních studií odlišné a skládá se z jiných sportovních disciplín. Jediná známá konkurence je tedy jen existence samotných přípravných kurzů.

4.1.6 Personální zajištění

Jako personální zajištění jsem navrhl studenty druhého ročníku, kteří by tuto práci vykonávali v rámci jejich povinné praxe. Další potřebný personál pro můj návrh je jeden pracovník CESA, popřípadě dva, kteří musí dohlížet na průběh kurzů a vede jejich postup. Tento počet se řídí podle počtu zájemců. Budou zadávat úkoly studentům, kteří vypomáhají v rámci své praxe. Také bude potřebný pracovník, který vytvoří internetové stránky, popřípadě vloží odkaz na stávající stránky CESA. Bude se starat o počet přihlášených, tvorbu seznamu přihlášených na přípravné kurzy, sestavovat analýzy po skončení přijímacího řízení. Ty jsou nezbytné ke zhodnocení úspěšnosti kurzů, poskytnutí podkladů pro další zlepšování a vývoj nabízené služby, kterou jsou právě přípravné kurzy. Zdravotní dozor, který bude přítomný u přípravných kurzů, musí dohlížet na to, aby se nikdo nezranil, a zajišťovat první pomoc.

4.1.7 Financování kurzu

Jediné finance, které budu potřebovat k uskutečnění kurzu, jsou spojeny s náklady na zaplacení personálu, na propagaci kurzů a propagaci oboru. Doprovodné letáky budou sloužit k propagaci a speciální publikace, u které však předpokládané náklady pokryje zisk z jejich prodeje. Pronájmy sportovišť jsou asi nejnákladnější částí na financování. Všechny tyto finance vyčísím v následující části návrhu.

4.1.8 Shrnutí

Můj podnikatelský záměr byl zamýšlen jako soukromé podnikání za účelem zisku, ale po dohodě byl přehodnocen na podnikatelský záměr vedený centrem sportovních aktivit VUT, který bude zajišťovat provozování přípravných kurzů pro uchazeče o studium oboru Management v tělesné kultuře na fakultě podnikatelské VUT a také bude určitým druhem propagace samotného oboru CESA a VUT.

Jedná se tedy o nabízení služby, která bude poskytovat podporu zájemců o studium a zajišťovat jejich lepší připravenost na samotné přijímací řízení a jeho úspěšné absolvování.

Jedná se o novou složku v nabídce CESA a tím pádem také o rozšíření stávající nabídky sportovních aktivit, které centrum poskytuje. Sice tato služba bude mít specifické zákazníky a je jen sezónní, ale i tak potencionálně zvedne návštěvnost stránek a přiláká případné nové zájemce o služby nabízené centrem sportovních aktivit.

Skutečnost, že jsem omezil počet nabízených míst pro zájemce o přípravné kurzy na 40 a počet přijímaných uchazečů je přibližně 60, by měla zaručit naplnění kurzů a ziskovost. Ti co kurzy nevyužijí, tak mají teoreticky třetinovou možnost projít přijímacím řízením a dostat se na tento obor. Jsou to jednoduché počty, kdy se teoreticky uvažuje, že přihlášených je 200, počet přijímaných je 60. 40 uchazečů je připravováno školou, kde absolvují přípravné kurzy a tak se teoreticky počítá, že na přijímací řízení budou lépe připravení a jejich úspěšnost bude větší. Tím pádem zbývá 20 míst na 160 přihlášených, což značí, že úspěšný bude každý 8 uchazeč o studium.

Jedná se o jednorázovou službu, která ročně zabere asi měsíc práce pro ty, kteří se budou podílet přímo na pořádání kurzů. To neplatí pro pracovníka, který bude obstarávat internetové zajištění projektu a následné vyhodnocování přijímacího řízení. V tomto případě je jeho pracovní doba přibližně dva měsíců v roce, ale jen několik hodin týdně.

Díky dotazníkům jsem zjistil potřebné informace ke stanovení ceny, počtu hodin které kurz bude nabízet, o jakou cílovou skupinu zájemců o studium na vysoké škole se zajímat a jak podávat dodatkové informace absolventům kurzu.

4.2 Marketingový mix

4.2.1 Produkt/Služba

Rozsah kurzu: Kurz bude v rozsahu 16 hodin, které budou rozděleny do 4 bloků, tzn. 4 dny po 4 hodinách.

Náplň kurzu: Seznámení uchazečů s podmínkami přijímacího řízení

Zkouška přijímacího řízení nanečisto

Závěrečné přijímací řízení nanečisto

Poučení o stravování před výkonem

První blok: 1. Měření uchazečů na přístroji In Body

2. Změření tepové frekvence

3. Praktická část přijímacího řízení nanečisto bez plavání

4. Sdělení výsledků praktické části a porovnání s tabulkami

Druhý blok: 1. Plavání

2. Praktická část přijímacího řízení nanečisto pouze plavání

Třetí blok: 1. Způsob stravování a použití doplňků stravy před sportovním výkonem

2. Zdokonalování v jednotlivých disciplínách

Čtvrtý blok: 1. Zkušební test

2. Měření uchazečů na přístroji In Body

3. Změření tepové frekvence

4. Praktická část přijímacího řízení nanečisto

5. Sdělení výsledků praktické části a porovnání s tabulkami

První blok

V prvním bloku pracovníci nejdříve seznámí uchazeče o tom, jak bude celý kurz probíhat, následně sdělí náplň prvního bloku a rozdělí přihlášené do skupin po 10 lidech.

První skupina půjde na měření přístrojem In Body a ostatním bude změřena tepová frekvence.

Následně se všechny skupiny prostřídají na měření a přistoupí se k praktické zkoušce nanečisto. Všechny skupiny postupně projdou všechna stanoviště, a jakmile zkoušky nanečisto dokončí, budou jim sděleny výsledky a ty budou porovnány s tabulkami.

Druhý blok

Do druhého bloku jsem zařadil plavání, kdy budou absolventi kurzu seznámeni s technikou plavání a vyzkouší si zde nanečisto zaplavat vzdálenost, která je čeká u přijímacího řízení. Každá skupina bude mít vlastní pronajatou dráhu, kde se postupně vystřídají u zkušebního pokusu. Ve zbylém čase bude zdokonalování jejich techniky plavání.

Třetí blok

Ve třetím bloku bude řečeno, jak by se měli sportovci stravovat před výkonem a v průběhu výkonu. V další části bude probíhat zdokonalování v jednotlivých disciplínách a ukázka techniky, která je důležitá pro dokonalé zvládnutí cviků a dosažení lepšího výsledku. Budou zde i doporučeny cviky ke zlepšení kondice. Každá skupina tedy bude určitý čas u každé disciplíny a dozví se informace, které jim usnadní úspěšné zvládnutí cviku.

Čtvrtý blok

Závěrečný blok bude obsahovat kontrolní měření na přístroji In Body a proběhne zde celé přijímací řízení nanečisto, aby uchazeči zjistili, jak jsou na tom v poměru s tabulkami a s ostatními absolventy kurzu. Tato část bude nejvíce časově i organizačně náročná, protože zde bude probíhat přesun z plaveckého areálu do areálu Pod Palackého vrchem.

4.2.2 Cena

V tomto bodu mé práce jsem zjistil ceny pronájmu, propagace a platu pracovníků, stanovil výši nákladů a předběžnou cenu kurzu. Tato cena se liší počtem přihlášených uchazečů, a proto jsem určil náklady fixní a variabilní, aby konečná cena byla co nejpřesněji vyčíslená.

Výše nákladů při naplnění kapacity 40 uchazečů

Náklady fixní:

Zaměstnanci:

1 zaměstnanec CESA	200,-/hod
Studenti oboru	V rámci praxe
Zdravotní dozor	150,-/hod

Částka za zaměstnance na celý kurz:

1 zaměstnanec CESA	3 200,-
Studenti oboru	V rámci praxe
Zdravotní dozor	3 200,-

Náklady na propagaci:

Letáky a plakáty	1 200,-
Gaudeamus	1 000,-
WWW stránky	4 000,-

Pronájem prostor:

Plavecký stadion Tesla	315,-/hod.
Plavecký stadion za Lužánkami	650,-/hod.
Víceúčelová hala	1 100,-/hod.
RC-PPV	150,-/hod.

Časové vytížení pronájmu:

Plavecký stadion Tesla	4 hodiny
Plavecký stadion za Lužánkami	2 hodiny
Víceúčelová hala	7 hodin
RC-PPV	3 hodiny

Pronájem celkem	
Plavecký stadion	10 240,-/hod.
Víceúčelová hala	7 700,-/hod.
RC-PPV	450,-/hod.
Celkem	30 990,-
Náklady variabilní:	
Režijní náklady při počtu 40 uchazečů	
Administrativní pracovník	
Telefony	
Počítač	
Jednotková cena	75,-/uchazeč (cca 0,5 hodin)
Propagace	60,-/uchazeč
Celkem	5 400,-
Celkem výdaje	36 390,-
Výnosy	
Cena za uchazeče	1 690,-
Výnosy při počtu 40 uchazečů	67 600,-
Zisk	31 210,-

Takto by vypadaly výnosy/náklady při plném obsazení kurzu, což znamená 40 absolventů.

Cena konkurence	
Cena za využití všech přípravných kurzů	3300 Kč
Celkový rozsah při využití všech přípravných kurzů	30 hodin

Tato tabulka poukazuje na poměr náklady/výnosy a zobracuje tak konečný zisk při daném počtu přihlášených zájemců o přípravné kurzy.

Náklady / Počet uchazečů	Fixní	Variabilní	Celkem	Příjmy	Celkem
10	-23310	-1350	-24660	16900	-7760
20	-25870	-2700	-28570	33800	5230
30	-28430	-4050	-32480	50700	18220
40	-30990	-5400	-36390	67600	31210

Tab. 4: Výnosy při určitém počtu uchazečů

Zdroj: Vlastní zpracování

Díky přibližným cenám je možné v této tabulce vidět bod, od kterého je můj návrh ziskový a vyplatí se ho vypracovat a uskutečnit.

Náklady / Počet uchazečů	Fixní	Variabilní	Celkem	Příjmy	Celkem
16	-25870	-2160	-28030	27040	-990
17	-25870	-2295	-28165	28730	565

Tab. 5: Bod ziskovosti

Zdroj: Vlastní zpracování

Abych mohl snížit náklady na co nejnižší hranici, bylo by nutné zprostředkovat dohodu o pronájmech sportovišť fakulty podnikatelské VUT. Pokud by snížili požadavky na pronájem sportovišť která vlastní na polovinu dosavadní ceny, mohly by výnosy vzrůst přibližně o 20% při plném obsazení kurzu. Při nižším obsazení by tyto výnosy exponenciálně rostly. Tím pádem by pořádání kurzů mohlo fungovat i při nižším počtu přihlášených zájemců.

4.2.3 Propagace

Forma propagace pro můj projekt je založena na internetové stránce, kdy odkaz na tuto stránku musí být umístěn přímo pod informacemi o oboru a způsobu, jak se na něj přihlásit. Zájemci o studium musí jasně vidět, že tyto kurzy jsou fakultou nabízeny a je možnost jich využít a zvýšit tak svoje šance na přijetí.

Další forma propagace je pomocí letáků, kdy s dostatečným předstihem tyto letáky musí být vyvěšeny na sportovištích CESA a vlastně celého VUT, aby se zvýšilo povědomí o přípravných kurzech u těch, co aktivně provozují sporty a potkávají se s lidmi stejného zájmu a zaměření.

V neposlední řadě je to propagace na sportovních veletrzích, veletrzích středních a vysokých škol. Zde je velká možnost oslovit zájemce o studování sportovních oborů na vysokých školách a informovat je o tom, že tento obor kurzy nabízí a je možnost jich využít. Na těchto veletrzích je nutností distribuce letáku po celé ploše veletrhu.

Náklady na samotnou propagaci nejsou vysoké, jelikož hlavní část je směřována na internet a jde ruku v ruce s prezentací samotného oboru a centra sportovních aktivit.

4.2.4 Místo

Pro tyto kurzy plánuji využití několika sportovišť VUT a několika externích.

Ze sportovišť VUT jsou to Víceúčelová hala areálu pod Palackého vrchem a šatnový objekt RC-PPV.

Jako externí sportoviště plánuji využít plavecké bazény, což jsou prostory bazénu za Lužánkami a TJ Tesla Lesná.



Obr. 4: Plavecký bazén TJ TESLA Brno

Zdroj: (17)



Obr. 5: Plavecký bazén za Lužánkami

Zdroj: (18)



Obr. 6: Víceúčelová hala VUT

Zdroj: (19)



Obr. 7: Areál RC-PPV

Zdroj: (19)

4.3 Rizika

Hlavním rizikem, které hrozí mému podnikatelskému záměru je skutečnost, že o přípravné kurzy nebude zájem. To by zapříčinilo ztrátu nákladů za propagaci a platu pro zaměstnance, který má na starosti obsluhu webových stránek.

Dalším rizikem je malý zájem o přípravné kurzy. Existuje zlom v poměru počtu přihlášených a objemu financí vložených do projektu, při kterém se pořádání kurzů stává rentabilní a ten je potřebné překročit. Pokud se tak nestane, hrozí ztrátovost nebo se nabízí řešení v podobě zrušení kurzů, jako opatření proti větším ztrátám.

Je nezbytné stanovit počet přihlášených, při kterém bude pořádání rentabilní a pokud tohoto počtu nebude dosaženo v závazné přihlášce uvést, že se v tomto případě kurzy konat nebudou. To samozřejmě z důvodu zmenšení finanční ztráty. Je také ovšem nutné určit částku, která při neuskutečnění kurzů bude ztracena a porovnat ji se ztrátou při pořádání kurzu s malým počtem uchazečů a na základě toho se rozhodnout, u které z těchto dvou možností bude ztráta nižší.

Všechny tyto možnosti je nutné zvážit před zahájením projektu a určit bod zlomu a ztráty při určitém počtu přihlášených.

5 Závěr

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo vytvoření přípravných kurzů pro fyzickou část přijímacího řízení do oboru management v tělesné kultuře a analýza výsledků předcházejících řízení.

V současné době je nabízení přípravných kurzů, pro obory vypisované vysokou školou, naprosto normální. Školy tak dávají najevo, že vážní zájemci by tuto možnost měli využít, pro upevnění jejich kvalitnějšího umístění v přijímacím řízení a zvýšit tak šance na svoje přijetí. Obory, které tyto kurzy nenabízejí, jsou znevýhodněny a uchazeči o studium je berou jako vedlejší z hlediska možnosti úspěšného přijetí. Každá škola by tedy měla uvažovat o vytvoření přípravných kurzů a tím tak zvýšit počty zájemců a zlepšit povědomí o oboru. Díky těmto skutečnostem jsem si zvolil toto téma.

K úspěšnému splnění tohoto cíle jsem prostudoval teoretické možnosti a jejich východiska. V této části jsem tedy popisoval sestavení podnikatelského plánu, určení rizik, sestavení dotazníků a marketingového mixu. Nezbytné bylo i popsání SWOT analýzy, která slouží k určení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

V části týkající se analýz bylo prokázáno, že konkurence, která se zde nachází, kurzy pořádá a počty zájemců o tento obor jsou vyšší. Výsledky dotazníků ukázali, že povědomí o oboru MTK není příliš veliké, ale pokud mají uchazeči zájem o studium, tak by přípravné kurzy uvítali a využili. Analýza výsledků předcházejících let odhalila skutečnost, že se každý rok zvyšuje počet uchazečů, kteří řízení nesplní a že úroveň absolventů přijímacího řízení rok od roku klesá. Je tedy zřejmé, že nepřipravenost se podepisuje na konečných výsledcích. Vytvoření přípravného kurzu je dle mého názoru hlavní krok, který povede ke zvýšení průměrných hodnot u výsledků přijímacího řízení.

V kapitole, která se týká samotného podnikatelského záměru, jsem navrhl předběžné vzhled přípravných kurzů. Díky dotazníkům z předchozí kapitoly jsem určil cílovou skupinu, na kterou bude služba zaměřena. Stanovil jsem maximální počet uchazečů a to s ohledem na cenu, časové vytížení a možnosti naplnění kurzu. Náplň kurzu jsem určil díky analýze průběhu přijímacího řízení tak, aby byly pokryty všechny části přijímacího řízení.

Myslím si, že přípravné kurzy pro fyzickou část přijímacího řízení do oboru management v tělesné kultuře by mnohem lépe připravili uchazeče a zvýšili tak zájem o obor, který je dle mého názoru velice kvalitní.

Po využití všech teoretických východisek, analýz přijímacího řízení, konkurence a nabízených možností jsem došel k závěru, že vytvoření přípravných kurzů, při přihlédnutí k minimálnímu počtu zájemců a bodu zlomu, je realizovatelné, čímž jsem splnil hlavní cíl mé práce.

Seznam použité literatury:

1. WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003, 159 s. ISBN 80-726-1075-9.
2. BANGS, David H. *Průvodce podnikatelským plánováním: plánování jako klíčový faktor úspěchu v podnikání*. 5. rev. a rozš. vyd. Praha: Pragma, 1996, 116 s. ISBN 80-720-5047-8.
3. SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
4. SMEJKAL, Vladimír. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, c2006, 296 s. Expert (Grada). ISBN 80-247-1667-4.
5. KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.
6. FORET, Miroslav, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 159 s. Expert (Grada). ISBN 80-247-0385-8.
7. SEDLÁČKOVÁ, Helena, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Strategická analýza: jak poznávat své zákazníky*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, xi, 121 s. Expert (Grada). ISBN 80-717-9367-1.
8. KORÁB, Vojtěch, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Podnikatelský plán: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Brno: Computer Press, c2007, 216 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-251-1605-0.

9. FOTR, Jiří, Ivan SOUČEK a Hana SVOBODOVÁ. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s. Expert (Grada). ISBN 80-247-0939-2.
10. BLAŽKOVÁ, Martina, Ivan SOUČEK a Hana SVOBODOVÁ. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 278 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1535-3.
11. SRPOVÁ, Jitka, Ivan SOUČEK a Hana SVOBODOVÁ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.
12. ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu: plánování jako klíčový faktor úspěchu v podnikání*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009, 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
13. SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika: plánování jako klíčový faktor úspěchu v podnikání*. 5. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011, 471 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.

Internetové zdroje

14. MUNI. [online]. [cit. 2013-04-30]. Dostupné z:
<https://is.muni.cz/obchod/fakulta/fsps/priprav/>
15. Metodika SWOT analýzy. [online]. [cit. 2013-04-30]. Dostupné z:
<http://rotschedl.webnode.cz/news/metodika-swot-analyzy/>

16. Mapy. [online]. [cit. 2013-04-30]. Dostupné z:
<https://maps.google.com/maps?hl=en>

17. TJ TESLA Brno. [online]. [cit. 2013-04-30]. Dostupné z: <http://www.tjtesla.cz/>

18. Bazén za Lužánkami. [online]. [cit. 2013-04-30]. Dostupné z:
<http://www.bazenzaluzankami.cz/index.php>

19. Hexaplan. [online]. [cit. 2013-04-30]. Dostupné z:
http://www.hexaplan.cz/?nav=s_halavut

Seznam zkratk

CESA	Centrum sportovních aktivit
VUT	Vysoké učení technické v Brně
MTK	Management v tělesné kultuře
MU	Masarykova univerzita
RC-PPV	Rekondiční centrum pod Palackého vrchem

Seznam obrázků

Obr. 1: Postup tvorby dotazníku	26
Obr. 2: SWOT analýza.....	33
Obr. 3: Umístění areálu.....	63
Obr. 4: Plavecký bazén TJ TESLA Brno.....	72
Obr. 5: Plavecký bazén za Lužánkami.....	72
Obr. 6: Víceúčelová hala VUT	73
Obr. 7: Areál RC-PPV	73

Seznam grafů

Graf 1: Úspěšnost uchazečů.....	47
Graf 2: Průměrný výsledek plavání	48
Graf 3: Průměrný výsledek Testu koordinačních předpokladů	49
Graf 4: Průměrný výsledek pohovoru.....	50
Graf 5: Průměrné výsledky	51

Seznam tabulek

Tab. 1: SWOT analýza.....	37
Tab. 2: Dotazník č. 1.....	56
Tab. 3: Dotazník č. 2.....	59
Tab. 4: Výnosy při určitém počtu uchazečů	70
Tab. 5: Bod ziskovosti	70

Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník č. 1	85
Příloha 2: Dotazník č. 2	87

Příloha 1: Dotazník č. 1

Dotazník č. 1

Povědomí o oboru MTK a zájem o přípravné kurzy na tento obor

1. Plánujete po absolvování střední školy/maturity studium na vysoké škole?
 - Ano
 - Ne

2. Pokud by vysoká škola nabízela přípravné kurzy, přihlásili byste se?
 - Ano
 - Ne
 - Záleží na oboru

3. Znáte obor Management v tělesné kultuře fakulty podnikatelské na VUT?
 - Ano
 - Ne

4. Pokud ano, kde jste se o něm dozvěděli?
 - Na internetu
 - Od kamaráda
 - V současné škole
 - Jiné

5. Přihlásili byste se na tento obor?
 - Ano
 - Ne

6. Ovlivnila by váš názor na studium tohoto oboru existence přípravných kurzů?
 - Ano
 - Ne
 - Jiné

7. Přihlásili byste se na přípravné kurzy na tento obor?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

8. Pokud ano, kolik byste byli ochotni za tyto kurzy zaplatit?

- 1200 – 1800
- 1900 – 2500
- 2600 – 3200
- 3200 a více

9. Kolik hodin byste byli ochotni kurzům týdně obětovat.

- 1
- 2 – 3
- 4 – 5
- 5 a více

10. Jakou formou byste se chtěli dozvědět informace týkající se testu a pohovoru?

- Přednášky
- Skripta
- Speciální publikace
- Jiné

11. Jste muž nebo žena?

- Muž
- Žena

Příloha 2: Dotazník č. 2

Dotazník č. 2

Názor na přípravné kurzy pro obor MTK

1. Když jste se hlásili na obor MTK, hlásili jste se i na jiný obor?
 - Ano
 - Ne

2. Byla u tohoto oboru možnost přípravných kurzů?
 - Ano
 - Ne

3. Ovlivnila vás tato skutečnost při podávání přihlášky?
 - Ano
 - Ne

4. Kdyby v době vaší přihlášky na obor MTK existovali přípravné kurzy, využili byste jich?
 - Ano
 - Ne

5. Myslíte si, že by vás tyto kurzy dokázali lépe připravit na přijímací řízení?
 - Ano
 - Ne

6. Kolik hodin byste byli ochotni kurzům týdně věnovat?
 - 1
 - 2 – 3
 - 4 – 5
 - 5 a více

7. Kolik byste byli ochotni za tyto kurzy zaplatit?

- 1200 – 1800
- 1900 – 2500
- 2600 – 3200
- 3200 a více

8. Máte za to, že má význam do budoucna tyto kurzy nabízet?

- Ano
- Ne

9. Jste muž nebo žena?

- Ano
- Ne