

**Pedagogické fakulta Univerzity Hradec Králové
Fakulta financí a účetnictví Vysoké školy ekonomické v Praze
Katedra Teorii i Filozofii Wychowania Uniwersytetu Zielonogorskiego
Časopis Media4u Magazine**

Media and Education 2013



Média a vzdělávání 2013

**Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference
Reviewed Papers of the International Scientific Conference**

Josef Šedivý – Jan Chromý – Liubov Ryashko

Vědečtí garanti mezinárodní vědecké konference

prof. Ing. Radomír Adamovský, DrSc. – CZ	doc. Ing. Pavel Krpálek, CSc. – CZ
prof. Ing. Ondřej Asztalos, CSc. – CZ	doc. PaedDr. Martina Maněnová, Ph.D. – CZ
prof. Ing. Ján Bajtoš, CSc., Ph.D. – SK	doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D. – CZ
prof. PhDr. Martin Bilek, Ph.D. – CZ	Mgr. Anica Djokič, MBA – SRB
prof. Ing. Pavel Cyrus, CSc. – CZ	Donna Dvorak, M.A. – USA
prof. Ing. Rozmarína Dubovská, DrSc. – SK	PhDr. Marta Chromá, Ph.D. – CZ
prof. Ing. Jiří Jindra, CSc. – CZ	Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
prof. Dr. Hab. Mirosław Kowalski – PL	PhDr. Jana Kantorová, Ph.D. – CZ
prof. PhDr. Libor Pavera, CSc. – CZ	Dr. Ewa Kowalska – PL
prof. Dr. Hab. Ing. Kazimierz Rutkowski – PL	Ing. Alena Králová, Ph.D. – CZ
prof. PhDr. Ing. Ivan Turek, CSc. – SK	Ing. Katarína Krpáľková–Krelová, Ph.D. – SK
doc. Ing. Marie Dohnalová, CSc. – CZ	Ing. Mgr. Josef Šedivý, Ph.D. – CZ
doc. PaedDr. René Drtina, Ph.D. – CZ	Mgr. Liubov Ryashko, Ph.D. – RUS
doc. Ing. Vladimír Jehlička, CSc. – CZ	PhDr. Ivana Šimonová, Ph.D. – CZ

Organizační výbor mezinárodní vědecké konference

Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
doc. PaedDr. René Drtina, Ph.D. – CZ
Ing. Mgr. Josef Šedivý, Ph.D. – CZ
Ing. Alena Králová, Ph.D. – CZ
Ing. Katarína Krpáľková–Krelová, Ph.D. – CZ
Prof. Dr. Hab. Mirosław Kowalski – PL
Mgr. Liubov Ryashko, CSc. – RUS

Editoři elektronického vydání

Ing. Mgr. Josef Šedivý, Ph.D. – CZ
Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
Mgr. Liubov Ryashko, CSc. – RUS

Neprošlo jazykovou úpravou
Kvalita obrázků a grafů je dána kvalitou autorských podkladů
Všechny příspěvky ve sborníku jsou recenzovány dvěma recenzenty
Sborník je připraven pro oboustranný tisk na formát A4

Vydal/Published by: Extrasystem Praha © 2013
Ediční řada/Series: Didaktika, pedagogika/Didactics, Pedagogy
Svazek/Volume: 8

ISBN 978–80–87570–15–9

Nezávislí recenzenti mezinárodní vědecké konference

prof. Ing. Ondřej Asztalos, CSc. – CZ
prof. Ing. Jiří Jindra, CSc. – CZ
prof. PhDr. Zdeněk Obdržálek, DrSc. – SK
prof. PhDr. Libor Pavera, CSc. – CZ
prof. RNDr. Ivo Volf, CSc. – CZ
doc. Ing. Petr Hájek, Ph.D. – CZ
doc. Ing. Jan Stejskal, Ph.D. – CZ
doc. PhDr. Ing. Jan Kostelník, PhD. – SK
doc. PhDr. Jan Trnka, CSc. – CZ
doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D. – CZ
doc. PhDr. Milada Šmejcová, CSc. – CZ
doc. Ing. Josef Volek, CSc. – CZ
doc. Dr. Antonín Kulhánek, CSc. – CZ
Ing. Marie Fišerová, Ph.D. – CZ
Ing. Lucia Krištofiaková, PhD. – SK
Mgr. Liubov Ryashko, CSc. – RUS
Ing. Mgr. Josef Šedivý, Ph.D. – CZ
Ing. Eva Tóblová, PhD. – SK
Ing. Marie Urbanová, Ph.D. – CZ
Ing. et Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D. – CZ
PhDr. Jan Závodný Pospíšil, Ph.D. – CZ

Organizační výbor mezinárodní vědecké konference Média a vzdělávání 2013 touto cestou děkuje všem recenzentům za ochotu a čas, který věnovali zpracování recenzních posudků.

Media a vzdělávání 2013 – Media and Education 2013
ISBN 978-80-87570-15-9

Obsah

BERKOVÁ Kateřina	1
Význam e-learningové studijní opory v terciárním vzdělávání Importance of e-learning study support in the tertiary education	
HOLEČKOVÁ Lenka	5
Efektivní využití elektronické komunikace jako prostředku přenosu informací Effective use of electronic communication as AN information transfer medium	
CHROMÝ Jan – KLVAŇA Libor	9
Webové stránky hotelů a jejich informační hodnota Websites for hotels and their information value	
CHROMÝ Jan – KLVAŇA Libor – DVORAK Donna	13
Studium komunikace v hotelnictví podle Lasswellova modelu komunikace Study communication in hospitality by Lasswell's model	
JEHLIČKA Vladimír	18
Systémový pohled na využití médií pro přenos informací ve vzdělávání The system view on the use of medium for transferring information in education	
KRÁLOVÁ Alena	22
Hodnocení učebnic v souvislosti s finanční gramotností žáků středních škol Evaluation of the textbooks with the financial literacy of students of secondary schools	
KRPÁLEK, Pavel	26
Řízení lidských zdrojů jako obsahová komponenta podnikové ekonomiky Human resource management as a curricular component of the business economics	
KRPÁLEK Pavel – PLOCH Jindřich	30
Přístupy k rozvoji e-learningu na Vysoké škole obchodní v Praze The approaches to the development of e-learning technology at The University of Business in Prague	
KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, Katarína	34
PDCA cyklus ako nástroj zvyšovania kvality vyučovania PDCA cycle as a tool improving quality of teaching	
LNĚNIČKA Martin – MÁCHOVÁ Renáta	38
Využívání komunikačních médií v systému Moodle v průběhu studia The use of communicationS media in the system Moodle during the study	
TÓBLOVÁ Eva – PISOŇOVÁ Mária	42
Príprava elektronického kurzu Školský manažment v LMS Moodle Preparation of the e-course school management situated into environment LMS Moodle	

Media a vzdělávání 2013 – Media and Education 2013
ISBN 978-80-87570-15-9

VÝZNAM E–LEARNINGOVÉ STUDIJNÍ OPORY V TERCIÁRNÍM VZDĚLÁVÁNÍ

IMPORTANCE OF E–LEARNING STUDY SUPPORT IN THE TERTIARY EDU- CATION

Kateřina BERKOVÁ

Abstrakt: *Příspevek je zaměřen na význam e–learningové studijní opory v terciárním vzdělávání. Popisuje možnosti využití systému Moodle z hlediska tvorby studijních materiálů a testů.*

Abstract: *This paper has been focused on the importance of e–learning study support in the tertiary education. It describes the possibilities of utilization of the LMS Moodle in view of formation of study materials and tests.*

Klíčová slova: *system LMS, Moodle, e–learning, terciární vzdělávání.*

Keywords: *LMS system, Moodle, E–learning, tertiary education.*

Úvod

V akademickém prostředí se velmi rychle rozvíjí a nabývá na významu systém Moodle, který umožňuje efektivní organizaci a koordinaci výuky na vysoké škole. Moodle je součástí vyučovacího systému LMS (Learning Management System), jehož hlavním cílem je zabezpečit možnost on–line vyučovacího procesu v podobě administrativy, organizace a řízení studia. Své využití má na základních, středních školách, ale také v terciárním vzdělávání. Systém LMS umožňuje též velmi jednoduchou tvorbu studijních materiálů, on–line testů v nejrůznější formě k průběžnému a závěrečnému prověření znalostí studentů a komunikaci mezi administrátory, tvůrci studijních opor, studenty a učiteli. Konkrétně systém Moodle podporuje také tvorbu a vkládání interaktivních činností jako jsou obrázky, zvuky či videa a samozřejmě mnoho dalších aktivit zajišťujících plynulý průběh vyučovacího procesu.

Cílem příspěvku je poukázat na využití systému Moodle v akademickém prostředí, a to v kontextu tvorby studijních opor a možností tvorby různých forem testů.

Charakteristika e–learningového prostředí

Jedním z představitelů systému Moodle je e–learning. Tento způsob výuky se řadí mezi moderní prvky dnešního vyučování. Jeho hlavní předností je tvorba studijních opor umožňujících elektronické vzdělávání.

Pro vymezení pojmu e–learning je možno využít několik různých definic. E–learning lze chápat v kontextu elektronické výuky, která je realizovaná pomocí informačních a komunikačních technologií k tvorbě kurzů, řízení studia a distribuci studijních materiálů [1]. Tato definice vystihuje zejména účel tohoto výukového postupu. E–learningový způsob ale nelze ztotožnit s on–line výukou. E–learning v sobě zahrnuje nejenom on–line výuku, ale také off–line způsob vzdělávání. To znamená, že není vyžadováno přímé

spojení mezi učitelem a studentem. Ač e-learningový vyučovací systém umožňuje velmi efektivní interaktivní způsob výuky, není možné tento proces uskutečňovat pouze elektronicky bez fyzické účasti studentů a učitele. Využívá se kombinace obou zmíněných přístupů. Zejména je tento výukový postup velmi výhodný pro distanční formu vzdělávání. Své využití má také v oblasti odborných školení a lektorské činnosti v rámci akademického prostředí, ale i mimo jeho rámec.

E-learningový systém výuky přináší určité výhody, které lze obecně shrnout do těchto základních oblastí [2]:

- **Asynchronní přístup**, to znamená, že e-learning respektuje individuální potřeby pro vzdělávání každého jednotlivce. Umožňuje vzdělávání studentů bez závislosti na přítomnosti vyučujícího či lektora. Rovněž poskytuje stejnou úroveň studijní opory všem studentům.
- **Snadný přístup a návrat jednotlivce k informacím**, tj. elektronický výukový systém umožňuje trvalost a zachování již v minulosti vytvořených studijních opor. Výhody je možné spatřit jak na straně vyučujícího, jehož vytvořená studijní opora zůstává trvale uložena v systému Moodle a lze ji kdykoliv aktualizovat, tak na straně studentů, kteří mají možnost v jakémkoli časovém okamžiku se vrátit k potřebným informacím.
- **Zvýšení názornosti prostřednictvím interaktivních činností**, které systém Moodle nabízí tvůrcům studijních opor. Zejména se jedná o nahrávání animací, videozáznamů, obrázků či tvorbu hypertextových odkazů.
- **Aktivní přístup studentů** prostřednictvím vytvořených elektronických úkolů, seminárních prací, testů k prověření znalostí apod.
- **Rychlejší a ekonomicky přístupnější způsob výuky**

Se zaváděním a využíváním elektronického systému souvisí i některá úskalí tohoto způsobu výuky:

- **Vyšší počáteční náklady na vzdělávání akademických a ostatních pracovníků**, kteří spravují systém Moodle a vytváří jednotlivé kurzy (předměty).
- **Nižší motivace studentů v důsledku absence fyzické účasti učitele** (popř. lektora). Motivace ke studiu může zejména klesat při nepochopení učiva, které je zveřejněno v systému Moodle a nelze okamžitě reagovat na aktuální potřeby studentů.
- **Časová a technická náročnost při tvorbě studijních opor**

Příspěvek je dále zaměřen na tvorbu studijních materiálů a elektronických testů pro účely průběžné přípravy studentů a závěrečného ověřování znalostí v prostředí Moodle.

Modul tvorby studijních materiálů v e-learningovém systému

Přístupová práva k této činnosti mají všichni učitelé daného kurzu, kteří mohou vkládat různé podklady k výuce. Pouze osoba, které byla vytvořena role tvůrce či administrátor, je oprávněna k větším zásahům pomocí režimu úprav. Studijní materiály je nutno chápat v širším slova smyslu. V e-learningu je možno nejenom vkládat např. přednášky, výu-

kové podklady k praktickému procvičení látky, ale systém Moodle umožňuje vytvářet i další moduly, např. [3]:

- **Kniha** – tento modul se svojí strukturou podobá skutečné knize. Studenti mají k dispozici jednotlivé kapitoly a podkapitoly, včetně obsahu daného učiva. Pro zesílení aktivního přístupu studentů k výuce je možno do tohoto modulu zařadit také úkol, který je součástí celkového hodnocení kurzu.
- **Složka** – tento modul umožňuje vkládat soubory – studijní poklady k výuce.
- **Stránka** – tvůrce studijní opory může vytvářet jednotlivé stránky, kde lze nastavovat písmo, vkládat obrázky, hypertextové odkazy apod.
- **URL** – umožňuje vytvoření odkazu na jinou webovou stránku.

Modul tvorby testů v e-learningovém systému

Testy, které lze vytvářet v prostředí Moodle, mohou nabývat různých forem. Elektronický systém prověřování znalostí nabízí zejména tvorbu závěrečných testů při ukončení kurzu a testy pro průběžné prověřování znalostí, které studentům slouží jako příprava ke studiu. Tento způsob je výhodný také pro učitele, kterému přináší zpětnou vazbu o přípravě studentů a mnohdy představuje jeden z požadavků ukončení studovaného kurzu. On-line testy jsou propojeny s modulem známky, v němž jsou uvedeny výsledky jednotlivých testů (zpravidla procentuálně vyjádřené). Pro průběžné ověřování znalostí je možné vytvořit libovolný počet testů, např. podle témat. Z toho vyplývá, že systém Moodle umožňuje aktivně zapojovat studenta do vzdělávacího procesu.

Při vytváření testu je důležité si rozvrhnout několik technických prvků, které systém Moodle umožňuje. Zpravidla se jedná o tyto:

- možnost nastavení časového limitu (tj. délka testu), včetně určení okamžiku pro otevření a uzavření testu,
- počet pokusů (zpravidla u testů souvisejících s průběžnou přípravou ke studiu),
- náhodné generování otázek (úloh),
- známkování,
- aj.

Po nastavení technických parametrů je možné postoupit k vlastní tvorbě testu. Tvůrce si může nastavit různou podobu otázek, např. výběr z několika možností, pravda/nepřavda, tvořená odpověď, krátká tvořená odpověď, přiřazování, numerická úloha a doplňovací úloha. V případě testů pro průběžnou přípravu ke studiu je možné nastavit u jednotlivých úloh správné řešení, které vidí i studenti, popřípadě jim poskytnout komentář ke každé jejich vyřešené úloze či zodpovězené otázce [3].

Závěr

LMS Moodle nabízí učitelům akademického prostředí různé možnosti zkvalitnění výuky cestou aktivního zapojení studentů do vyučovacího procesu, aniž by byla nutná jejich fyzická účast v určitém časovém okamžiku. Samozřejmě je možné nalézt i řadu nevýhod, které e-learningový systém výuky přináší (zejména vyšší časovou náročnost při technické obsluze systému a obsahové tvorbě studijní opory). Začínající tvůrci studij-

ních opor využijí zejména moduly tvorby studijních materiálů a testů pro ověření znalostí studentů. Tyto moduly plní funkci podpůrných nástrojů pro průběžnou přípravu studentů. Učitelům tyto moduly nabízí vytvoření výukových materiálů a testů, které mají trvalý charakter s možností aktualizace. Z ekonomického hlediska představuje e-learningový systém pro studenty finančně dostupnější možnost pořízení zdrojů pro studium. Lze konstatovat, že je v současné době e-learningový systém v terciárním vzdělávání stále více podporován.

Literatura

- (1) WAGNER, J. *Nebojme se eLearningu*. Česká škola. [online]. 2004 [cit. 2013–10–29]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskaskola.cz/2004/06/jan-wagner-nebojme-se-e-learningu.html>>.
- (2) NEUGEBAUER, T. *O e-learningu*. [online]. 2009 [cit. 2013–10–29]. Dostupný z WWW: <http://bozppo.vfn.cz/teorie_%20e-learningu.htm>.
- (3) *LMS Moodle. Manuál pro tvůrce opor*. Výstup projektu Zavedení e-learningového systému do výuky a vytvoření e-learningových opor na Vysoké škole polytechnické Jihlava, registrační číslo: CZ.1.07/2.2.00/07.0317. [online]. 2012 [cit. 2013–10–29]. Dostupné z <<https://elearning.vspj.cz>>.

Kontaktní adresa

Ing. Kateřina Berková, Ph.D.
Katedra ekonomických studií
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Tolstého 16
586 01 Jihlava
Česká republika
E-mail: katerina.berkova@vspj.cz
Tel.: +420 728 559 845

EFEKTIVNÍ VYUŽITÍ ELEKTRONICKÉ KOMUNIKACE JAKO PROSTŘEDKU PŘENOSU INFORMACÍ

EFFECTIVE USE OF ELECTRONIC COMMUNICATION AS AN INFORMATION
TRANSFER MEDIUM

Lenka HOLEČKOVÁ

Príspevek na konferenci je zpracován jako jeden z výstupů výzkumného projektu Fakulty financí a účetnictví VŠE, který je realizován v rámci institucionální podpory VŠE IP100040.

Abstrakt: *Príspevek se zamýšlí nad efektivním využíváním v současné době velmi rozšířené elektronické pošty v procesu vzdělávání. Upozorňuje na některé nedostatky této formy komunikace, ale nastiňuje i možnosti a pravidla, díky nimž může dojít k usnadnění a zefektivnění celého komunikačního procesu.*

Abstract: *The paper deals with an effective use of electronic communication that is very widely used in the process of education. It not only points out some weaknesses of electronic communication but also shows possibilities and rules that can make communication process easier and more effective.*

Klíčová slova: *elektronická komunikace, vzdělávání, přenos informací.*

Keywords: *electronic communication, education, information transfer.*

Úvod

Elektronická komunikace (či e–komunikace) hraje v soudobém procesu vzdělávání svou nezastupitelnou roli. Díky jejímu snadnému použití, rychlosti a dostupnosti je mnohdy preferována před osobním či telefonickým rozhovorem. Při interakci vyučujícího a studenta je jako oblíbený nástroj užívána zejména komunikace prostřednictvím e–mailu, která může usnadnit a urychlit konzultace seminárních či závěrečných prací, umožnit rychlé poskytnutí odborných materiálů či flexibilní reakci na dotazy studenta.

Žijeme ovšem také v době informační záplavy a tento fakt se promítá i do elektronické komunikace. Rozlišovat důležité a nedůležité zprávy se stalo nutností, která nás však stojí mnoho času, a to obzvláště tehdy, pokud odesílatel vhodným způsobem svou zprávu neidentifikuje. Další nebezpečí plyne z nemožnosti využívat v e–mailu neverbální komunikaci, tón či intonaci hlasu. Tato omezení kladou na odesílatele elektronických zpráv nemalý úkol. Napsat zprávu tak, aby byla užitečná, stručná, výstižná a nesla v sobě skutečně takovou informaci, kterou nést má, není zcela snadné. Nevhodně zvolený tón zprávy či nepřesná formulace mohou přitom vést k mnohým nedorozuměním.

Ačkoli existují určitá komunikační pravidla, která jsou někdy označovaná jako netiketa (tedy etiketa spojená s komunikací na internetu), v praxi často nejsou dodržována.

Článek se zabývá právě specifickými rysy elektronické komunikace se zřetelem na komunikaci prostřednictvím e–mailu. Rovněž se zamýšlí nad úskalími, která z daných

zvláštností vyplývají, a nastiňuje nezávazná pravidla, při jejichž dodržování se může komunikace zefektivnit, zpřehlednit a ušetřit čas všem svým účastníkům.

Některé rozdíly mezi běžnou a elektronickou komunikací

Pokud porovnáme běžnou verbální komunikaci s komunikací elektronickou, nacházíme rozdíly zejména v následujících aspektech (Kopecký, 2007):

- **užívání mluveného či psaného jazyka** – zatímco v běžné komunikaci je základním prostředkem dorozumění jazyk mluvený, elektronická komunikace má písemnou formu,
- **vystupování uživatelů**, které je v elektronické komunikaci do jisté míry anonymní,
- **použití prostředků neverbální komunikace**, které lze běžně vnímat při komunikaci tváří v tvář, nicméně v komunikaci elektronické jsou nahrazeny zástupnými symboly či ikonami.

Elektronická komunikace je ve srovnání s komunikací běžnou odlišná již proto, že její účastníci jsou oddělení místně či časově a samotný přenos sdělení je zprostředkován technikou. Z toho vyplývá její závislost na technologickém zabezpečení a také na počítačové gramotnosti komunikujících.

Uvedené specifické rysy a související omezení jen poukazují na nutnost věnovat elektronické komunikaci zvláštní pozornost, aby při ní neutrpěla kvalita komunikačního procesu.

Výhody a úskalí elektronické komunikace

Elektronická komunikace nabízí řadu výhod. Mezi její **klady** můžeme zařadit zejména rychlost, nízkou cenu, možnost komunikovat na velké vzdálenosti a získat přístup k množství informací (Žemlička, 2003). Elektronická komunikace je navíc hromadná a časově a místně neomezená. Lze tedy komunikovat s kýmkoli, kdekoli a kdykoli.

Nevýhodou elektronické komunikace je zejména její anonymita a chybějící neverbální složka. Za další nedostatky lze považovat následující aspekty (Taylorová, 2009):

- E–maily nás často vyrušují ze soustředění, zejména pokud se necháváme průběžně upozorňovat na nově příchozí zprávy i při jiné práci,
- odpovídání na e–maily nám zabere velké množství času, neboť se předpokládá, že na doručené zprávy zareagujeme co nejdříve,
- e–mail není vždy tím nejlepším informačním prostředkem. Komplikace se mohou objevit v méně přehledné situaci, při jejímž řešení dochází k mnohanásobné výměně těchto zpráv, zatímco řešení by mohlo být snadno a rychle docíleno pouhým telefonátem či osobním jednáním,
- zachování důvěrnosti informací v e–mailech není zaručeno,
- e–mail znamená omezení lidského kontaktu.

Ač dostupnost e–mailové komunikace bývá často chápána jako její klad, faktem je, že právě díky tomuto aspektu využíváme elektronických zpráv přespříliš a mnohdy nepromyšleně.

Dle výzkumů (Plamínek, 2012) v průměru odešleme a přijmeme 90 e-mailů denně. Více než 50 % respondentů stráví vyřizováním elektronické pošty každý den alespoň hodinu a půl, 10 % pak 4 hodiny denně. 40 % respondentů tohoto výzkumu dokonce uvedlo, že ztratí denně 1 – 3 hodiny kvůli neefektivním zprávám, které jim přicházejí.

Mezi nejčastěji zmiňované nedostatky e-mailových zpráv patří (Taylorová, 2009):

- Nic neříkající předmět zprávy,
- chybějící pozdrav a žádný podpis,
- neurčitost zprávy, chybějící cíl zprávy,
- nepřehlednost psaného textu,
- nevlídný tón.

Náležitosti vhodného e-mailu

Vhodný a dobře koncipovaný e-mail v první řadě naplňuje podmínku stručnosti a výstižnosti (Knapp, 2000). Měl by zároveň být adresován pouze těm, kteří skutečně potřebují danou zprávu obdržet. Pokud je již e-mail rozeslán více adresátům, kteří na něj nemusí odpovídat, je vhodné umístit jejich adresy pouze do pole pro kopii.

Předmět zprávy by měl být výstižný, aby se adresát v doručených zprávách co nejrychleji zorientoval (Taylorová, 2009). Pokud prostřednictvím e-mailu řešíme určitý problém, je zároveň vhodné do něj vložit informace pouze k tomuto jednomu tématu.

Je třeba si uvědomit, že elektronická zpráva je vizitkou jejího odesílatele. Čtenáři vnímají kromě zvolených slov také jazyk, kterým je napsána, a rovněž její tón. Významný vliv na srozumitelnost a přehlednost zprávy má i její celkový vzhled a členění do přehledných odstavců, které zdůrazňují hlavní body (Taylorová, 2009). Nutností je rovněž dbát na správný styl v písemném projevu a pozornost věnovat pravopisu a interpunkci.

Ať se již v naší e-mailové schránce objeví úkol, žádost či dotaz, slušností je vždy odpovědět. Odpověď přitom může být velmi stručná. Pokud nestihneme zareagovat včas, je vhodné poslat alespoň stručnou omluvu s termínem, do kdy se vyjádříme.

Odpověď na e-mail má rovněž svá pravidla. Důležité je (Košťálová, Králová, Lorenc, 2010):

- Zachovat předmět zprávy,
- zvážit, zda při odpovědi na zprávu adresovanou více příjemcům odpovídat pouze odesílateli nebo všem,
- odpovědět maximálně do tří pracovních dnů; přitom ale není nutné zareagovat ihned po přijetí zprávy,
- zachovat historii předchozí komunikace, pokud je to užitečné k pochopení a návaznosti na zasílanou zprávu.

Pokud bychom si měli shrnout nejdůležitější pravidla tzv. netikety, na první místo je vhodné zařadit prevenci proti informační záplavě a zasilání i přeposílání pouze těch zpráv, které druzí skutečně potřebují obdržet. Další záležitostí je vhodný a výstižný předmět zprávy, který pomůže jejímu příjemci se v poště zorientovat. V neposlední řadě je nutné si uvědomit, že e-mail není jako komunikační prostředek účelné užívat v každé situaci, a to zejména v případech, že jde o citlivé záležitosti či kritiku (Košťálová, Králová, Lorenc, 2010). Prostřednictvím neosobní zprávy je v této situaci obtížné vyjádřit

přesně to, co máme na mysli, což může vést k nedorozumění, kterému je třeba se vyvarovat.

Závěr

Můžeme konstatovat, že díky užívání e-mailu jako prostředku komunikace se výměna informací sice zrychlila a zefektivnila, ale někdy na úkor její kvality. Skutečně efektivní je komunikace po e-mailu pouze při dodržování určitých pravidel (Košťálová, Králová, Lorenc, 2010). Tato pravidla jsou nezávazná, ale jejich dodržování může výrazně napomoci zřetelné a přehledné komunikaci, která šetří čas všech zúčastněných a plní svůj cíl.

Článek se zabýval právě elektronickou komunikací se zaměřením na komunikaci prostřednictvím e-mailu, která je hojně využívána v procesu vzdělávání. Nabídl vhled do problematiky jejích výhod a nedokonalostí a předložil rovněž možnosti řešení těchto nedostatků přispívající ke zefektivnění celého procesu.

Aby byla kvalita komunikace a mezilidských vztahů při častém užívání e-mailových zpráv i nadále zachována, lze uvedená pravidla jen doporučit.

Literatura

- (1) KNAPP, Pavel. *E-mail...aneb jak ho zvládnout, používat a přežít*. Computer Press 2000.
- (2) KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Hanex Olomouc 2007. ISBN 978-80-85783-78-0.
- (3) KOŠTÁLOVÁ, Hana, KRÁLOVÁ, Tereza, LORENC, Miroslav. *Vybrané kapitoly pro rozvoj pedagogických dovedností*. Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1653-0.
- (4) PLAMÍNEK, Jiří. *Prezentace a komunikace*. Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4484-1.
- (5) TAYLOROVÁ, Shirley. *E-mailová etiketa*. Euromedia Group, 2009. ISBN 978-80-242-2679-8.
- (6) ŽEMLIČKA, Martin. *E-mail, chat, sms. Praktický průvodce elektronickou komunikací*. Computer Press Brno, 2003. ISBN 80-7226-928-3.

Kontaktní adresa

Ing. Lenka Holečková
katedra didaktiky ekonomických předmětů
Fakulta financí a účetnictví
Vysoká škola ekonomická v Praze
nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3
e-mail: lenka.holeckova@vse.cz

WEBOVÉ STRÁNKY HOTELŮ A JEJICH INFORMAČNÍ HODNOTA

WEBSITES FOR HOTELS AND THEIR INFORMATION VALUE

Jan CHROMÝ, Libor KLVÁŇA

V příspěvku jsou využity vybrané výsledky výzkumu webových stránek hotelů, na kterém spolupracují VŠH v Praze 8 a Uralská federální univerzita v Jekatěrinburgu.

Abstrakt: Příspěvek ukazuje možnost hodnocení webových stránek podle jejich informační hodnoty pro zákazníka. Uvedená část výzkumu vychází z marketingového mixu 4P a 4C.

Abstract: The paper shows possibility of evaluating websites by their information value for the customers. The part of research is based on the marketing mix 4P and 4C.

Klíčová slova: webové stránky, hodnocení, informační hodnota, marketingový mix.

Key words: websites, evaluation, information value, marketing mix.

Úvod

Informační hodnota webových stránek hotelů je velmi důležitá pro cílové segmenty zákazníků. Při nedostatku kvalitních informací zákazník navštíví webové stránky konkurence. Daný hotel tak přijde o potenciálního zákazníka. Nepřísahá povinnost poskytování kvalitních a objektivních informací nejen na webových stránkách hotelu platí obecně pro poskytovatele jakéhokoliv produktu, tedy konkrétních služeb nebo výrobků. V některých případech může být zákazník dokonce poškozen nízkou informační hodnotou webových stránek. Lze předpokládat, že zákazník nezná všechno a spoléhá na serióznost prodejce daného produktu, který ho upozorní na vhodnost produktu pro určité účely, prostředí provozu, dodatečné náklady spojené s daným produktem atd.

V tomto příspěvku se zaměříme na oblast hotelnictví, která je zaměřená na poskytování specifických služeb v oblasti ubytování. Podobné služby potřebujeme nejen z pracovních důvodů při služebních cestách, ale také při rekreačních pobytech, cestách za poznáním apod. Z popisu potřeby lze vyčíst, že důvody ubytování v hotelích mohou být naprosto odlišné. Stejně tak mohou být různé i skupiny ubytovávaných osob, které pak mohou mít i speciální požadavky.

Z uvedeného je nutné vycházet při poskytování informací, které jsou cílovému segmentu zákazníků stanoveny. Hodnota poskytovaných informací může být pro různé skupiny jiná. Například pro účastníka mezinárodní vědecké konference budou zajímavé a tedy důležité jiné informace, než pro sportovce, který se v dané oblasti hodlá připravovat na novou sezónu. Lze ovšem předpokládat, že při sjednocení množin důležitých informací pro všechny možné zákazníky poskytnou webové stránky všem uvažovaným segmentům potřebné informace. Pak bude hrát roli jejich přehledné uspořádání.

Pro posouzení důležitosti poskytovaných informací je tedy bezpodmínečně nutná co možná nejlepší znalost cílové skupiny.

Cílový segment zákazníků

Pro dosažení kvalitních účinků marketingové komunikace je nutné znát co možná nejlépe alespoň základní charakteristiky cílového segmentu zákazníků, viz např. P. Poulková (2008, s. 87). Cílové segmenty zákazníků se i nadále vyznačují odlišností individualit jednotlivých osob, ale lze rovněž vysledovat určité, přesně definovatelné, společné vlastnosti různých jednotlivých segmentů, viz J. Chromý (2012, s. 8).

V případě zájemců o služby hotelů lze přesný cílový segment zákazníků určit velmi obtížně. Důvodem jsou heterogenní zájmy cílového segmentu, věky, vzdělání, sociální stránky jednotlivců, k podobnému docházejí např. L. Stašová, I. Junová, T. Adámková (2012, s. 114).

Informační hodnota webových stránek hotelů

Zdánlivě by bylo možné konstatovat, že bude velmi obtížné dostatečně určit informační hodnotu webových stránek hotelů. Pokud ale budeme striktně vycházet z marketingových mixů 4P a 4C, a budeme tyto mixy aplikovat s ohledem na všechny možné cílové segmenty zákazníků, které odpovídají danému produktu, můžeme dojít k poměrně přesným informacím, které budou zajímat všechny potenciální zákazníky, podobně J. Pospíšil a L. S. Závodná (2010, s. 35). Je možné logicky předpokládat, že každý hotel nebo hotelový řetězec provádí marketingový výzkum a má tedy k dispozici údaje nejen o svém cílovém segmentu zákazníků, ale také o tom, co tento segment zajímá, potřebuje apod.

Dalším důležitým předpokladem je, že se vůbec nic nestane, pokud daný hotel poskytne mnohem více informací cílovému segmentu, než kolik jich segment bude zřejmě podle analýzy vyžadovat, podobně M. Lorenz (2010). Například není vůbec zbytečné informovat nejen svůj potenciální segment zákazníků, ale třeba i všechny další o tom, že hotel má v nabídce ubytování pro tělesně postižené osoby. Tělesně postižení tuto informaci přivítají a ostatním nijak neuškodí a neobtěžuje je. Pokud hotel splňuje požadavky pro ubytování tělesně postižených osob alespoň v jednom pokoji, je z hlediska jeho kvalitního marketingu téměř povinné tuto důležitou informaci ve svých propagačních materiálech uvádět. Pokud jí neuvede například na svých webových stránkách, bude každý tělesně postižený hledat ubytování jinde a hotel tak může přijít i o bonitní zákazníky. Důvod, proč tuto informaci neuvádět, není dokonce ani v případě hotelů spojených výhradně se sportovním zařízením. Je dostatečně známé, že tělesně postižení mají své sporty a dokonce paralympijské hry a různé další jim přizpůsobené sportovní akce.

Výzkum webových stránek hotelů

Cílem našeho výzkumu je nalézt jednoduchou, objektivní a opakovatelnou metodu pro hodnocení marketingové kvality webových stránek a následně jí dále rozvíjet. Nejde nám přitom o hodnocení technické úrovně, grafické apod. kvality, umístění v popředí vyhledávačů atd. Naší první hypotézou je, že kvalitu v těchto oblastech pokládáme za samozřejmou.

Druhou a třetí hypotézu pokládáme z našeho pohledu za zásadní. Druhá hypotéza je, že webové stránky hotelů obsahují značné množství nedostatků z hlediska marketingu. Třetí hypotéza je, že webové stránky hotelů mají nízkou informační hodnotu.

Až na některé výjimky jsme v našem výzkumu posuzovali pouze existenci určité služby, informace apod. Pro hodnocení jejich kvality by celý výzkum byl podstatně složitější a zejména časově náročnější. Bylo by ale povrchní, kdybychom hodnotili pouze existenci sledované položky. Proto je třeba náš výzkum zatím hodnotit jako pilotní studii, která povede k upřesnění výzkumu a zmenšení jeho tematického rozsahu.

Příklad – informace o bezbariérovém ubytování

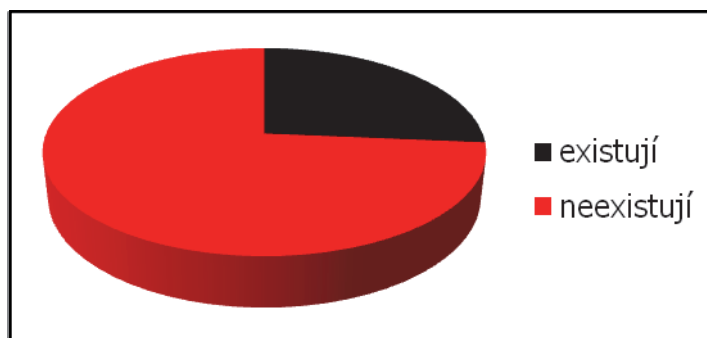
Jako ukázkou našeho výzkumu jsme vybrali výše zmíněný příklad s uváděním informací o ubytování osob tělesně postižených, odborně – bezbariérovém ubytování.

Podle stanovených pravidel našeho výzkumu jsme na webových stránkách každého hotelu sledovali, zda jsou uváděny jakékoliv informace o bezbariérovém ubytování. Pokud existovala informace o možnosti jejich ubytování, započítali jsme jeden bod do celkového počtu, v opačném případě byla započítána nula. Zjištěné výsledky ukazují tab. č. 1 a graf č. 1.

Tab. 1: Přehled existence informací o bezbariérovém ubytování v hotelu

	Údaj existuje	Údaj neexistuje	Celkem hodnoceno hotelů
Informace o bezbariérovém ubytování	95	265	360

Zdroj: Výzkum autorů



Graf 1: Údaje o bezbariérovém ubytování, zdroj výzkum autorů.

Při výzkumu jsme zjistili existenci údajů o bezbariérovém ubytování na webových stránkách 360 českých hotelů pouze v 26,4 %.

Směrodatná chyba odhadu je 2,3 %.

Minimum odhadovaného intervalu při 95% spolehlivosti je 69,1 %.

Maximum odhadovaného intervalu při 95% spolehlivosti je 78,2 %.

Zjištěný údaj lze považovat za dostatečně spolehlivý. Většina českých hotelů na svých webových stránkách neuvádí možnost bezbariérového ubytování.

Závěr

V ukázce výzkumu uvedené údaje vedou k potvrzení správnosti druhé a třetí hypotézy. Je možné spekulovat o tom, že některé hotely danou informaci nepovažují za důležitou a přitom bezbariérové ubytování je u nich k dispozici. Pak obě hypotézy bez výhrad platí. Jiná možnost by nastala, kdyby bezbariérové ubytování skutečně nebylo k dispozici. Pro ověření hypotéz by pak bylo nutné zjistit skutečnou situaci.

V obou případech hotel přichází o návštěvníky, kteří bezbariérové ubytování vyžadují. V prvním případě – při marketingové chybě – je to ztráta zbytečná.

Literatura

- (1) CHROMÝ, J. *Role technických výukových prostředků v elektronickém marketingu vysokých škol*. 1. vyd. Praha: Verbum, 2012. ISBN 978–80–905177–5–2.
- (2) LORENZ, M. *Soudobé poznatky související s informační společností*. (online). 2010 (cit. 2013–10–02). Dostupný z WWW: <http://www.ima.cz/download/cz/aktuality/platformai2010/prezentacek3/lorenz_Soudobe_poznatky_souvisejici_s_informacni_spolecnosti.ppt>.
- (3) PŮSPÍSIL, J. – ZÁVODNÁ, L. S. *Mediální výchova*. 1. vyd. Ostrava: Computer Media, 2010. ISBN 978–80–7402–022–3.
- (4) POULOVÁ, P. Využití Internetu v marketingu fakulty. In *Silesian Moodle Moot 2008 aneb eLearning jako nástroj zvyšování kvality vzdělávání*. Ostrava: Vysoká škola báňská – Technická univerzita, 2008, s. 85 – 90. ISBN 978–80–248–1859–7.
- (5) STAŠOVÁ, L. – JUNOVÁ, I. – ADÁMKOVÁ, T. Electronic Media in the Environment of the Contemporary Households and Families. In *Educational technologies (EDUTE '12 – proceedings of the 8th WSEAS international conference*. Athens: WSEAS, 2012. s. 111 – 116. ISBN 978–1–61804–104–3.

Kontaktní adresa

Ing. Jan Chromý, Ph.D.
Ing. Libor Klvaňa
Katedra marketingu a mediálních komunikací
Vysoká škola hotelová v Praze 8, s.r.o.
Svídnická 506
181 00 Praha 8
Česká republika
E–mail: chromy@vsh.cz
Tel.: 00420 283 101 124
E–mail: klvana@vsh.cz
Tel.: 00420 283 101 113

STUDIUM KOMUNIKACE V HOTELNICTVÍ PODLE LASSWELLOVA MODELU KOMUNIKACE

STUDY COMMUNICATION IN HOSPITALITY BY LASSWELL'S MODEL

Jan CHROMÝ, Libor KLVAŇA, Donna DVORAK

V příspěvku jsou využity vybrané výsledky výzkumu webových stránek hotelů, na kterém spolupracují VŠH v Praze 8 a Uralská federální univerzita v Jekatěrinburgu.

Abstrakt: *Příspěvek ukazuje možnost studia komunikace v hotelnictví podle Lasswellova modelu. V příspěvku jsou uvedeny vybrané části výzkumu webových stránek.*

Abstract: *The paper shows possibility of communication studies hospitality by Lasswell's model. The paper presents the research of selected websites.*

Klíčová slova: *hotelnictví, komunikace, webové stránky, výzkum.*

Key words: *hospitality, communications, websites, research.*

Úvod

Kvalitní komunikace má ve všech oborech, hotelnictví nevyjímaje, zcela nezastupitelnou roli.

Jedním z významných modelů komunikace je model Harolda Lasswella. Jeden z jeho praktických významů spočívá v možnosti rozdělení studia celé konkrétní komunikace na hlavní části, kterými má smysl se zabývat.

V dalších odstavcích se zaměříme na využití modelu H. Lasswella na zkvalitnění komunikace v hotelové praxi. Přitom naznačíme možnost využívání podobných modelů pro studium celé oblasti hotelnictví.

Laswellův model komunikace

Laswellův model komunikace můžeme podle A. Wróbel (2008, s. 113–114) definovat jako proces, ve kterém *někdo – říká něco – někomu – nějakým prostředkem – s nějakým účinkem*. Využití tohoto modelu pro studium mediálních komunikací uvádějí J. Jiráček a B. Köpplová (2007, s. 60–63).

Aplikace Lasswellova modelu na komunikaci v hotelnictví

Definici Lasswellova modelu je možné pro oblast komunikace v hotelnictví specifikovat následujícím způsobem:

Někdo – je při komunikaci v oblasti hotelnictví představován konkrétním hotelem nebo řetězcem hotelů. Hotel i řetězec hotelů je možné pojímat jako instituci, která poskytuje

hotelové služby. Tyto služby mají své specifické charakteristiky a ty mohou tvořit samostatnou oblast zkoumání. Například je možné se zabývat oblastmi ubytování, gastronomie a dalších souvisejících služeb. Hotel i řetězec hotelů lze také pojímat jako zcela konkrétní organizaci, která má svoji strukturu. Tato struktura bývá v případě hotelnictví v jednotlivých organizacích obdobná (nemusí být) a liší se jen například podle velikosti apod. Z uvedeného vyplývá, že komunikace v hotelnictví může být směřována k cílovému segmentu trhu (externí komunikace) nebo uvnitř této organizace (interní komunikace) mezi zaměstnanci a vedením apod., viz J. Chromý (2013, s.30) V obou případech jde o „někomu“ podle Lasswellova modelu.

Říká něco – obsah předávaných sdělení se liší podle toho, zda jde o komunikaci externí (s cílovým segmentem trhu) nebo interní (uvnitř hotelu či řetězce). Je zřejmé, že v obou případech jde o adresáty, tedy příjemce určitého sdělení. Předávaná sdělení jsou v případě hotelnictví specifická a do určité míry relativně snadno predikovatelná. Je nutné počítat s možností zpětné vazby, přesněji očekávat ji a vyžadovat. Například informace získané od cílového segmentu trhu mohou být základem marketingových výzkumů, které hotel i řetězec potřebují. Je naprostou samozřejmostí, že informace poskytované hotelem či řetězcem musí být objektivní a mít co nejvyšší informační hodnotu.

Někomu – příjemci sdělení jsou v případě externí komunikace zcela heterogenní, pokud nejde o velmi úzce specializovaný hotel či řetězec. Zpětná vazba získaná od cílového segmentu trhu může (a má) sloužit k účelům marketingových výzkumů. Každý hotel i řetězec potřebuje mít perfektní znalost svého cílového segmentu zákazníků. Pokud tuto znalost nemá, v podstatě ani neví, proč své služby poskytuje. Příkladem důsledku může být fatální absence pokojů pro osoby s tělesným postižením v lázních pro léčbu pohybového ústrojí.

Nějakým prostředkem – prostředky přenosu sdělení od odesílatele (hotelu) k příjemci (zákazník) mohou být různé a odpovídat využívaným médiím. V oblasti hotelnictví lze opět předpokládat určitý standard, který vychází zejména ze znalosti cílového segmentu zákazníků. V případě tohoto článku pojmem jako základní komunikaci prostřednictvím webových stránek, která je rozšířená a má v oblasti hotelnictví velký význam. Nutnost dosažení co nejvyšší informační hodnoty webových stránek vede k tzv. horkým médiím, které podle M. McLuhana (1991) obsahují nadbytek informací a vyžadují minimální účast příjemce sdělení k tomu, aby je získal. To samozřejmě není ve všech případech možné a toto přirovnání uvádíme pouze jako příklad, abychom zdůraznili nutnost kvalitních a úplných (raději nadbytečných) informací.

S nějakým účinkem – v oblasti hotelnictví je možné účinky komunikace s vysokou jistotou predikovat. Z hlediska hotelu a řetězců očekávat snahu o maximální zisk, který raději budeme označovat jako optimalizovaný. Cílem každého hotelu i řetězce je maximální spokojenost cílového segmentu zákazníků, bez nichž nelze dosáhnout zmíněných zisků. Z tohoto důvodu nelze podle J. Chromého (2010, s. 58) hovořit o maximálním zisku, který nemusí brát ohled na cílovou skupinu.

Webové stránky hotelů – příklad „nějakého prostředku“

Webové stránky hotelů lze v současnosti považovat za základ komunikace hotelů a hotelových řetězců se svým cílovým segmentem zákazníků. V současnosti se takovým výzkumem zabývají někteří členové katedry marketingu a mediálních komunikací. Jejich činnost je součástí výzkumu „Hospitality marketing a management“ realizovaného

v rámci celé školy. Současně na tomto výzkumu spolupracují s Uralskou federální univerzitou v Jekatěrinburgu.

Cíle výzkumu webových stránek hotelů

Prvním cílem je sestavit kritéria pro vytvoření jednoduchého a objektivního systému hodnocení komunikace hotelů a gastronomických zařízení s cílovou skupinou prostřednictvím webových stránek. Dosažení tohoto cíle umožní vytvořit jednoduchý systém hodnocení kvality webových stránek v oblasti hotelnictví a gastronomie s ohledem na marketingový a komunikační mix a podporu komunikace moderními zařízeními

Realizací návrhu hodnocení webových stránek v oblasti hotelnictví a gastronomie v ČR bude možné získat ucelená data. Spolupráce s UFU Jekatěrinburg a realizace návrhu hodnocení webových stránek přinesou první ucelená data v oblasti hotelnictví a gastronomie na základě mezinárodní spolupráce s jinými VŠ.

Dalším cílem výzkumu je průběžné sledování, predikce a vyhodnocování vývoje elektronického podnikání v oblasti hotelnictví a gastronomie, zejména s ohledem na možnosti moderních komunikačních prostředků a technologií. To současně povede k průběžnému vývoji jednoduchého systému hodnocení kvality webových stránek.

Metody dosažení cílů

První metodou pro dosažení cílů je analýza využívání možností moderních komunikačních prostředků v elektronickém podnikání v oblasti hotelnictví.

Druhou metodou je syntéza jednoznačných kritérií pro hodnocení kvality komunikace prostřednictvím webových stránek do jednoduchého systému hodnocení webových stránek v oblasti hotelnictví a gastronomie s ohledem na marketingový a komunikační mix a podporu komunikace moderními zařízeními.

Data budou průběžně sbírána při analýze webových stránek hotelů a gastronomických zařízení. Dále budou ukládána do speciální databáze a okamžitě statisticky vyhodnocována.

Dosavadní výsledky

V současné době jsou stanovená jednoduchá a jednoznačná kritéria pro hodnocení komunikace hotelů a gastronomických zařízení s cílovou skupinou prostřednictvím webových stránek, která budou přinášet objektivní a opakovatelné výsledky v případě hodnocení jiným hodnotitelem.

Dále byl stanoven zcela jednoduchý a nezpochybnitelný systém získávání údajů. Většinou se při jeho realizaci vychází z dichotomické stupnice – buď nějaký jev existuje, nebo neexistuje. Je tedy vyloučena možnost subjektivního hodnocení.

Probíhá získávání konkrétních výsledků na vybraném prvním vzorku 500 hotelů.

Spolupráce s UFU se vyvíjí, obě strany se průběžně informují o dosažených výsledcích. Je možné předpokládat další rozvoj této spolupráce.

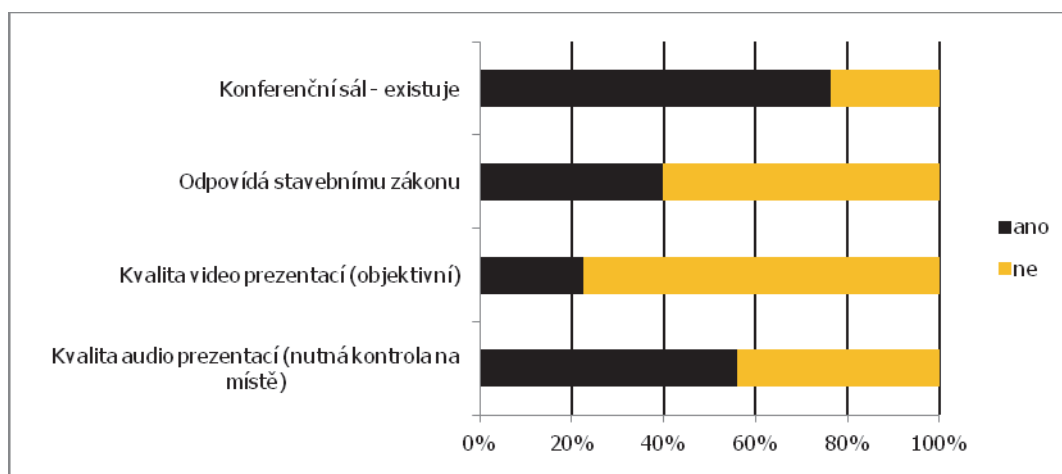
Příklad konkrétních výsledků

Jako ukázkou probíhajícího výzkumu jsme vybrali dosavadní výsledky výzkumu informací o konferenčních sálech, které hotely uveřejňují na svých webových stránkách. Vybrané výsledky jsou uvedeny v tab. č. 1 a grafu č. 1.

Tab. 1: Vybrané výsledky informací o konferenčních sálech

Kritérium	Skutečný stav	
	ano	ne
Konferenční sál – existuje	76,3 %	23,7 %
Sál zcela vyhovuje stavebnímu zákonu	39,7 %	60,3 %
Kvalita video prezentací v sálu (objektivní)	22,4 %	77,6 %
Kvalita audio prezentací v sálu (nutná kontrola na místě)	56,1 %	43,9 %

Zdroj: Výzkum autorů



Graf 1: Četnost vybraných kritérií – informace o konferenčních sálech, zdroj autoři.

K uvedené ukázkce je nutné dodat, že posouzení kvality sálu pro audio a video prezentace, stejně jako jeho soulad se stavebním zákonem potřebuje stanovení dalších kritérií, které vycházejí z oboru auditoriologie. Pro rozsáhlost celého oboru a dílčích kritérií jsme zde uvedli pouze souhrnné údaje.

Závěr

V článku jsme ukázali, že je možné využívat Lasswellův model komunikace pro výzkum různých oblastí komunikace v hotelnictví. Problematiku této komunikace je možné rozdělit podle Lasswellova modelu na příslušné oblasti a dále je podrobněji zkoumat podle různých hledisek.

Předložené vybrané výsledky prováděného výzkumu dokládají, že jde o téma aktuální a je třeba mu věnovat vysokou pozornost. Zlepšení na základě výsledků výzkumu povedou k vyšší spokojenosti cílového segmentu zákazníků a tím také k optimalizaci zisků hotelů a jejich řetězců.

Literatura

- (1) CHROMÝ, J. *Marketing a média v hotelnictví a cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Verbum, 2010. ISBN 978–80–904415–3–8.
- (2) CHROMÝ, J. *Elektronické podnikání: informace, komunikace, příležitosti*. 1. vyd. Praha: Extrasystem, 2013. ISBN 978–80–87570–10–4.
- (3) JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978–80–7367–287–4.
- (4) MC LUHAN, M. H. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. 1.vyd. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80–207–0296–2.
- (5) WRÓBEL, A. *Výchova a manipulace*. 1. vyd., Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978–80–247–2337–2.

Kontaktní adresa

Ing. Jan Chromý, Ph.D.
Ing. Libor Klvaňa
Katedra marketingu a mediálních komunikací
Donna Dvorak, M.A.
Katedra jazyků

Vysoká škola hotelová v Praze 8, s. r. o.
Svídnická 506
181 00 Praha 8
Česká republika
E-mail: chromy@media4u.cz
Tel.: 00420 283 101 124
E-mail: klvana@vsh.cz
Tel.: 00420 283 101 113
E-mail: dvorak@vsh.cz
Tel.: 00420 283 101 131

SYSTÉMOVÝ POHLED NA VYUŽITÍ MÉDIÍ PRO PŘENOS INFORMACÍ VE VZDĚLÁVÁNÍ

THE SYSTEM VIEW ON THE USE OF MEDIUM FOR TRANSFERRING INFORMATION IN EDUCATION

Vladimír JEHLIČKA

Abstrakt: Příspěvek uvádí systémový pohled na úlohu a možnosti médií jako prostředku pro přenos informací ve vzdělávání. Na konkrétních příkladech jsou ukázány klady i záporny nasazení médií do výuky na různých stupních vzdělávání.

Abstract: The paper presents the systemic view of the role and potential of the media as a means to transmit information in education. Using specific examples are shown the pros and cons of deploying media in teaching at various levels of education.

Klíčová slova: média, přenos informací, vzdělávání.

Keywords: media, information transmission, education.

Úvod

Zabýváme-li se úlohou a možnostmi médií jako prostředku pro přenos informací, pak se prakticky vždy zabýváme určitými formami vzdělávání. Nejedná se pouze o formální vzdělávání, které žákům poskytuje škola nebo jiná vzdělávací instituce, ale také o neformální vzdělávání, které probíhá mimo školní lavice.

Již v nejtělejší věku se děti setkávají s vlivem médií. Dříve to bývaly především tisky ve formě různých obrázkových leporel pro nejmenší, pro starší děti to pak byly bohatě ilustrované knížky pohádek. Dnešní děti se ale setkávají se všude přítomnou televizí, a to ještě dříve než začnou mluvit. Blikající obrazovka je zaujme mnohdy víc než jakákoliv hračka, kterou její tvůrci vytvořili cíleně pro děti určité věkové kategorie.

Jakmile děti jenom trochu začnou vnímat své okolí, nabídnou jim rodiče sledování pohádky v televizi, nebo jim vybranou pohádku pustí z DVD přehrávače nebo na počítači, tabletu či chytrém telefonu. Děti jsou tak již v útlém věku chyceni do sítí elektronických médií, ze kterých se již nikdy nevymaní. Je to správné? Přispívá to ke zdárnému vývoji dětí? Čekají je jenom „samá pozitiva“, nebo se někde skrývá také určité nebezpečí? V následujícím textu bude uvedeno několik rozporuplných ukázek, kdy přenos informací s využitím současných médií může vykazovat pozitivní i negativní stránku.

Systémový pohled na roli médií ve vzdělávání

V odborné literatuře existuje velké množství příspěvků, ve kterých nás jejich autoři informují o blahodárném vlivu elektronických médií na vzdělávání, a to od dětí v mateřských školách, přes vysokoškoláky^{1, 2} až po posluchače v univerzitách třetího věku. Vše je krásné, ideální a téměř bez jakékoliv chybičky. Při systémovém pohledu na danou problematiku je třeba mít na paměti, že každá mince má nejenom svůj líc, ale také svůj rub. Podívejme se jenom na některé okamžiky ve vzdělávání.

Média v mateřských školách

Prodejci interaktivních dotykových tabulí předvádějí jejich úspěšné nasazení již v mateřských školách. Děti baví tukaní na tabuli, protože tabule nějakým způsobem na jejich podnět zareaguje. Čím se to liší od autíčka, které po dotyku začne blikat, či jiné hračky, která po dotyku začne přehrávat nějakou znělku či písničku? Je dotyková tabule v tomto věku skutečným přínosem pro výuku? Nejsou pro danou věkovou kategorii lepší stavebnice, se kterými si hráli už rodiče těchto dětí? Nerozvíjejí hry s různými kostkami a jinými stavebnicovými prvky zručnost dětí a jejich prostorovou představivost víc než sebelepší aplikace spuštěná na dotykové tabuli?

Média na základních školách

Existují učitelé, kteří by nejraději vůbec neučili děti psát tužkou či perem na papír, protože stejně v budoucnu budou vše psát na počítači, tabletu, či jiném elektronickém zařízení. Dokonce vzniklo písmo „comenia script“³, které je jakýmsi velice problematickým přechodem mezi psacím a tištěným písmem. Toto písmo může být vhodné pro výuku dětí s určitými vývojovými poruchami. Proč by ale zdravé dítě nemělo právě při nácviku psaní se naučit zvládat drobnou motoriku rukou⁴? Nebo nechceme, aby z našich dětí vyrostli manuálně zruční lidé?

V uplynulých letech bylo kritizováno přílišné zaměření výuky na znalosti žáků, na učení se z paměti. Proč se děti mají učit fakta, která bez problémů najdou na internetu? Proč takto obtěžovat děti? Ale tady nejde jenom o to, aby se žáci naučili z paměti např. určité letopočty do hodin dějepisu. Jde o rozvoj paměti v tom ideálním věku. Nebo snad z našich dětí chceme vychovat dospělé s nedostatečně rozvinutou pamětí, kteří ve svém vyšším věku se nebudou schopni spolehnout na svoji paměť a ve stáří skončí s určitým stupněm demence? Někomu se tyto obavy mohou zdát zbytečné, ale skutečností je, že mnozí absolventi základní školy řeší příklady z malé násobilky nikoliv z hlavy, ale za pomoci kalkulačky, mobilního telefonu apod. Je to to správné využití médií pro přenos informací?

Do výuky na základních školách pronikají tzv. interaktivní učebnice, které vyžadují vybavení učebny dotykovou tabulí s předpokladem, že každý žák má svůj tablet. Myšlenka jistě hezká, ale je zřejmé, že každé zařízení může být poruchové. To se týká i tabletů žáků. Někteří učitelé pak se zklamáním odcházejí od tohoto využití médií ve výuce, neboť poruchovost techniky je zdržuje od vlastní výuky.

Média na středních a vysokých školách

V průběhu výuky žáci středních škol a studenti vysokých škol využívají současná média pro přenos informací především ve spojení s tzv. chytrými mobilními telefony. V menší míře pak využívají tablety a notebooky. Mnozí z nich mají svoje mobilní telefony stále položené na lavici. Můžeme tedy s potěšením konstatovat, že jsou kdykoliv připraveni vyhledat jakoukoli potřebnou informaci na internetu a přispět tak k výuce. Ve skutečnosti ale na svých mobilech řeší především svoji vlastní soukromou komunikaci přes e-mail a SMS. Neustálá přítomnost zapnutých mobilních telefonů pak studenty zákonitě rozptyluje a odtahuje od výuky. Studenti jsou na tento způsob činnosti zvyklí, pokládají jej za standardní a nevidí na něm nic špatného. Ve skutečnosti se ale tak naučili řešit povrchově více věcí najednou a nejsou schopni se intenzivně soustředit na precizní de-

tailní řešení jediného konkrétního úkolu. Jsou takto studenti dobře připraveni pro svoji další profesní dráhu? Nejsou náhodou spíše připravováni pro roli klientů psychologických poraden?

Média a vyučující

S nástupem zpětných projektorů mnozí učitelé odložili křidu a vytvořili si folie s potřebnými texty. Sami se tak dobrovolně degradovali do role „promítače slajdů“. S rozvojem digitální výpočetní techniky se rozšířilo promítání Power Pointových prezentací nejprve s využitím data projektorů, později s využitím interaktivních tabulí. Promítání barevných diapozitivů a výukových 16 mm filmů je nyní nahrazeno promítáním videí.

Zastánci rozšiřování médií do výuky argumentují např. tím, že čas potřebný na předvedení jediného pokusu z fyziky nebo z chemie je srovnatelný s časem, za který lze promítnout třeba pět podobných pokusů na dotykové tabuli. Má ale toto promítání stejný nebo lepší vzdělávací efekt než předvádění pokusů? Nezapamatuje si žák z jednoho reálného pokusu víc než z pěti promítnutých pokusů? Je zřejmé, že např. pokusy s výbušninami či s hořlavinami nelze reálně ve třídě předvést. Pak má video své nezastupitelné místo. Velký význam pro pochopení daného jevu má i jeho zpomalené promítnutí, případně krokování po jednotlivých snímcích. Je zřejmé, že některé úlohy⁵ jsou cíleně stavěny na využití internetu, který je pak nezastupitelný.

Přecenění významu médií ve výuce vedlo na mnoha školách ke zrušení dílen a k jejich nahrazení počítačovými učebnami. Zřejmě se ředitelé těchto škol domnívali, že naše společnost již nebude potřebovat zručné řemeslníky, a že vše se bude nadále odehrávat pouze na úrovni obrazovek počítačů.

Média a studentské taháky

S nástupem výpočetní techniky si studenti začali vytvářet taháky v digitální formě. Dokonce se rozvinul i obchod s taháky. Existují i taháky, které spočívají v nakopírování zmenšených digitálních prezentací vyučujících, a to bez jakékoliv úpravy a vlastní redukce nepotřebných informací.

V současné době někteří studenti dospěli k maximálnímu využití médií pro přenos informací během zkoušky. Vyfotografují písemné zadání úkolu mobilním telefonem a odešlou ho vhodnému adresátovi, který za příslušný finanční obnos zašle obratem zpět na mobilní telefon řešení zadaného úkolu. V tomto případě již student nemusí z daného předmětu znát téměř nic a zcela se spoléhá na práci předem zaplaceného „přítele na telefonu“.

A jaká je vyhlídka do budoucna? Mobilní telefony jsou doplňovány o tzv. chytré hodinky. Jedná se o digitální hodinky se zabudovaným fotoaparátém s rozlišením např. 5 megapixelů⁶. Jsou schopny komunikovat s mobilním telefonem, který je uložen v tašce či v batohu studenta. Chytré hodinky druhé generace mohou pracovat zcela samostatně bez dalších zařízení. Displej hodinek s rozlišením např. 320 x 320 pixelů⁷ umožňuje nejenom odeslat ofotografované zadání, ale také přijmout zpět řešení úkolu. Naprosto negativní dopad takového využití médií na vzdělávání je zřejmý.

Závěr

Média hrají svoji významnou roli v procesu vzdělávání, ale do vlastní výuky je třeba je nasadit vždy velice uvážlivě s ohledem na jejich pozitivní přínos pro celý vzdělávací systém a s ohledem na výskyt možných nežádoucích negativních jevů.

Literatura

- (1) HINKE, Jana a Karel ŠRÉDL. Média jako didaktické prostředky procesu vzdělávání na vysokých školách ekonomického zaměření. *Media4u Magazine: Média a vzdělávání 2012* [online]. 2012, X3/2012, s. 10–14 [cit. 2013–10–30]. Dostupné z: <http://www.media4u.cz/mmx32012.pdf>
- (2) HOLEČKOVÁ, Lenka. Úloha a možnosti médií jako prostředku pro přenos informací: Současná úloha elektronické komunikace. *Media4u Magazine: Média a vzdělávání 2012* [online]. 2012, X3/2012, s. 15–18 [cit. 2013–10–30]. Dostupné z: <http://www.media4u.cz/mmx32012.pdf>
- (3) LENCOVÁ, Radana. *Comenia script* [online]. 2013 [cit. 2013–10–30]. Dostupné z: http://www.lencova.eu/cs/uvod/comenia_script
- (4) MLČÁKOVÁ, Renata. *Grafomotorika a počáteční psaní*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2009, 223 s. Pedagogika (Grada). ISBN 978–802–4726–304.
- (5) VOLF, Ivo. Jízdní řád jako modelová situace. *Media4u Magazine* [online]. 2012, 4/2012, s. 105–109 [cit. 2013–10–30]. Dostupné z: <http://www.media4u.cz/mm042012.pdf>
- (6) *Kickstarter* [online]. 2013 [cit. 2013–10–31]. Dostupné z: <http://www.omate.com/>
- (7) *Heureka* [online]. 2013 [cit. 2013–10–31]. Dostupné z: <http://mobilni-telefony.heureka.cz/samsung-v7000-galaxy-gear/>

Kontaktní adresa

doc. Ing. Vladimír Jehlička, CSc.
Katedra informatiky v dopravě
Dopravní fakulta Jana Pernera
Univerzita Pardubice
Studentská 95
532 10 Pardubice
Česká republika
E-mail: Vladimir.Jehlicka@upce.cz
Tel.: +420 466 036 519

HODNOCENÍ UČEBNIC V SOUVISLOSTI S FINANČNÍ GRAMOTNOSTÍ ŽÁKŮ STŘEDNÍCH ŠKOL

EVALUATION OF THE TEXTBOOKS WITH THE FINANCIAL LITERACY OF STUDENTS OF SECONDARY SCHOOLS

Alena KRÁLOVÁ

Článek je zpracován jako jeden z výstupů výzkumného projektu Fakulty financí a účetnictví VŠE, který je realizován v rámci institucionální podpory VŠE IP100040.

Abstrakt: *Příspěvek se zabývá hodnocením nejdůležitějších ekonomických učebnic včetně ostatních publikací používaných na obchodní akademii v souvislosti s finanční gramotností. Ukazuje možnosti, jak učebnice hodnotit, jak odhalovat jejich klady a zápory.*

Abstract: *The paper describes the evaluation of the most important economics and other textbooks which can be used at Business Academy in connection with the financial literacy. It shows us possibilities how to evaluate the textbooks and how to identify their positives and negatives.*

Klíčová slova: *finanční gramotnost, učebnice, ekonomické a ostatní předměty.*

Keywords: *financial literacy, textbooks, economics and other subjects.*

Úvod

Finanční gramotnost je specializovanou součástí širšího ekonomického a společensko-vědního vzdělávání. Jedná se o soubor znalostí, dovedností a hodnotových postojů občanů nezbytných k tomu, aby finančně zabezpečili sebe a svou rodinu, aktivně vystupovali na trhu finančních produktů a služeb (www.msmt.cz). V rámci OECD byl projekt finančního vzdělávání zahájen v roce 2003. Kromě definování uvedené problematiky identifikovala tři základní příčiny důležitosti zlepšování finančního vzdělávání i politiky (Dvořáková, Z., Smrčka, L. 2011, s. 19):

- Rostoucí přesun rizika za budoucí vlastní finanční zdraví směrem k jednotlivcům či domácnostem,
- Sofistikovanost finančního systému a s ním spojené nejistoty,
- Velmi nízká úroveň finanční gramotnosti.

Budování finanční gramotnosti v České republice

O systému budování finanční gramotnosti se začalo hovořit v České republice v roce 2005. Byla vymezena dvoupilířová struktura finančního vzdělávání, vymežující počáteční vzdělávání (předškolní, základní, střední, vyšší odborné vzdělávání) a další (vzdělávací aktivity jako celoživotní vzdělávání). V roce 2007 byl vytvořen materiál Systém budování finanční gramotnosti, který obsahoval konkrétní harmonogram kroků pro zavedení uvedené problematiky do počátečního vzdělávání. Byly vytvořeny Standardy

finanční gramotnosti pro základní a střední školy, v základním vzdělávání zahrnují problematiku hospodaření domácností, peněz a finančních produktů, ve středním vzdělávání navíc ještě část věnovanou ochraně spotřebitele. Standardy obsahují tři složky strukturovaných problémů, kterými jsou **peníze, cena a rozpočet** (tj. hovoří se o gramotnosti peněžní, cenové, rozpočtové). V roce 2009/10 se na všech středních školách začala finanční gramotnost povinně vyučovat v rámci následujících předmětů (matematiky, občanské výchovy či základů společenských věd, ekonomiky, účetnictví...). Na středních školách byly vytvořeny nástroje, pomocí nichž se stanovené cíle začaly dosahovat. Začaly se připravovat metodické materiály včetně příkladů dobré praxe a hodnocení, jak jsou žáci schopni řešit problémy týkající se: prevence proti předlužení, zajištění na stáří, aktivní a zodpovědné účasti na finančních trzích (www.msmt.cz).

Úloha a hodnocení učebnic ve finančním vzdělávání středních škol

Při zvyšování úrovně finanční gramotnosti plní metodické materiály důležitou úlohu. Fungují jako **součást kurikula** (prezentují určitý výsek plánovaného obsahu vzdělávání) i jako **didaktický prostředek**, tj. řídí a stimulují učení žáků a zakládají výukové činnosti učitele (Průcha, J., 2009, s. 265 – 256). Klasická tištěná učebnice se skládá z vytvořených verbálních (slovních) a neverbálních (obrazových) složek. Obě tyto skupiny mají v konkrétní učebnici určité vlastnosti, tj. parametry, které lze zjišťovat a vyjadřovat *kvantitativními hodnotami* (rozsahem a obtížností verbálního textu) a *kvalitativními hodnotami* (kurikulem vzdělávacího obsahu – transformací vědeckého poznání či praxe do vyučovacích předmětů) a způsobem prezentace obsahu v souvislosti s kulturními standardy (hodnotami, postoji, normami, symboly).

V současné době na obchodních akademiích ovlivňují úroveň finanční gramotnosti následující učebnice. Jedná se o učebnice Ekonomiky 1. – 4. díl pro obchodní akademie a ostatní střední školy, pracovní sešity Ekonomika cvičebnice 1. – 9. pro střední školy (Klínský, P. a Münch, O) a učebnice Účetnictví 1. – 3. díl pro střední školy a pro veřejnost včetně Sbírkou příkladů k učebnici Účetnictví 2. a 3. díl (Štohl, P). Úroveň finanční gramotnosti ovlivňují také učebnice aplikované ekonomie (e-learningová učebnice a materiál Poznej svoje peníze) a fiktivní firmy (e-learningové materiály na stránkách www.nuv.cz). V tabulce 1 je vyjádřen vztah příslušné gramotnosti (peněžní, cenové a rozpočtové) k vybraným tematickým celkům výše uvedených učebnic. Z uvedených výsledků je zřejmé, že žáci obchodních akademií mají všechny předpoklady, aby používáním učebnic získali dobrou úroveň finanční gramotnosti. Podle uvedených výsledků v tabulce lze vyhodnotit kvalitu i kvantitu verbální složky Ekonomiky. Učebnice jsou v souladu s kurikulem i v souladu s kulturními standardy. Rozsah a obtížnost textu je někdy slabší, některá témata jsou v učebnicích rozpracována do menších podrobností (např. úročení), výjimečně některá témata chybí (např. problematika předlužení). V těchto případech mohou žákům pomoci další vydávané metodické materiály, popř. učebnice ostatních předmětů.

Ostatní publikace

Vydávání dalších materiálů podporující rozvoj finanční gramotnosti zajistil v roce 2008 Národní ústav odborného vzdělávání, v roce 2011 Výzkumný ústav pedagogický a veřejný sektor. Finanční vzdělávání podporují také webové projekty různých institucí např. www.financnivzdelavani.cz (Ministerstvo financí ČR), banks.ja.org.

www.bankovniagramotnost.cz, (Junior Achievement), *ww.rvp.cz*. (Národní ústav vzdělávání s podporou MŠMT), aj. K rozvoji finanční gramotnosti však mohou pomoci též učebnice ostatních předmětů např. matematiky. Úlohy v učebnicích matematiky mohou přispívat k rozvoji peněžní a rozpočtové gramotnosti. Zde se příklady objevují např. v tématech (opakování učiva ZŠ, rovnice a nerovnice a jejich soustavy, elementární funkce, posloupnosti a řady), učitelé mohou zařazovat úlohy týkající se např. rozpočtů domácností či finančních produktů. Geometrická témata z planimetrie a stereometrie tyto úlohy obsahovat nebudou (<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/7347/FINANCNI-GRAMOTNOST-V-UCEBNICICH-MATEMATIKY.html/>).

Tabulka 1 Příslušná gramotnost k vybraným tematickým celkům

Gramotnost	Předmět	Téma na obchodní akademii	Kompetence
Peněžní	Ekonomika	Peněžnictví – peníze, placení, cenné papíry, měna, finanční trh, instituce působící na finančním trhu, ceny produktů na finančním trhu, finanční produkty Hlavní činnost podniku (zahraniční činnost – platební instrumenty) Pojišťovnictví Finanční řízení	Správa hotovostních a bezhotovostních peněz, platebních instrumentů, transakcí s nimi, správa nástrojů s nimi
	Účetnictví	Zúčtovací vztahy Krátkodobý finanční majetek Kapitálové účty Účetní výkazy	
	Aplikovaná ekonomie	Poznej svoje peníze – peníze, bankovní instituce, platební nástroje, životní jistoty a peníze, hlavní zdroje příjmů Financování podniku	
	Fiktivní firma	Fungování fiktivní firmy	
Cenová	Ekonomika	Fungování tržní ekonomiky Marketingové nástroje – cena Finanční řízení – kalkulace, rozpočty Hospodářská politika	Porozumění cenovým mechanismům a inflaci
	Účetnictví	Kalkulace Rozpočty	
	Aplikovaná ekonomie	Nabídka, poptávka, tržní cena Ekonomická stabilita	
	Fiktivní firma	Fungování fiktivní firmy	
Rozpočtová	Ekonomika	Finanční řízení – soustava rozpočtů	Správa osobního/rodinného rozpočtu (např. schopnost vést rozpočet, stanovovat finanční cíle a rozhodovat o alokaci finančních zdrojů) schopnost zvládat různé životní situace z finančního hlediska
	Účetnictví	Kalkulace a rozpočty	
	Aplikovaná ekonomie	Spotřebitel v naší ekonomice	

Zdroj: Vlastní šetření

Závěr

Obsahová problematika týkající se finanční gramotnosti je do soustavy učiva ekonomických předmětů na obchodní akademii zahrnuta téměř v celém rozsahu. Pro doplnění některých témat (např. rozpočty, úroky) je možné problematiku zahrnout též do dalších předmětů, např. matematiky. K uvedené problematice jsou vydávány speciální učebnice týkající se finanční gramotnosti a značné množství pomocného materiálu. Jejich úroveň je pestrá a velice dobrá. Nastává otázka, zda uvedené pomůcky učitelé využívají alespoň tak, jako učebnice vydávané pro jednotlivé předměty? Finanční témata (např. v ekonomice, matematice) jsou většinou v učebnicích zpracována napříč všemi díly učebnic. To může být jedna z příčin, proč žáci při různých hodnoceních finanční úrovně dosahují špatné výsledky. Pravděpodobně nejsou schopni spojovat finanční poznatky z učiva získané v různých předmětech do souvislostí s aktuálně řešenou problematikou v běžném životě. Východiskem může být změna práce učitelů ve třídách, zařazování aktivizujících metod práce.

Literatura

- (1) DVOŘÁKOVÁ, Z., SMRČKA, L. a kol. *Finanční vzdělávání pro střední školy se sbírkou řešených příkladů na CD*. Praha: C. H. Beck, 2011. ISBN 978–80–7400–008–9.
- (2) KRÁLOVÁ, A. *Pojetí finanční gramotnosti ve výuce ekonomických předmětů na obchodních akademiích*. Sborník z mezinárodní vědecké konference. Bratislava: Ekonomická univerzita, 2011. ISBN 978–80–225–3249–5.
- (3) PRŮCHA, J. PRŮCHA, J. *Pedagogická encyklopedie*. Praha: Portál: 2009. ISBN 978–80–7367–546–2.
- (4) *System budování finanční gramotnosti na základních a středních školách*. 2007. [cit. 2009–12–15]. Dostupný z [www: http://www.msmt.cz/vzdelavani/system-budovani-fina..](http://www.msmt.cz/vzdelavani/system-budovani-fina..)
- (5) *Finanční gramotnost v učebnicích matematiky*. [online] 2007 [cit. 2013–11–02]. Dostupný z [www: http://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/7347/FINANCNI-GRAMOTNOST-V-UCEBNICICH-MATEMATIKY.html/](http://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/7347/FINANCNI-GRAMOTNOST-V-UCEBNICICH-MATEMATIKY.html/).

Kontaktní adresa

Ing. Alena Králová, Ph.D.
Katedra didaktiky ekonomických předmětů
Vysoká škola ekonomická
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3
Česká republika
E-mail: kralova@vse.cz
Tel.: 00420 224 095 123

ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ JAKO OBSAHOVÁ KOMPONENTA PODNIKOVÉ EKONOMIKY

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AS A CURRICULAR COMPONENT
OF THE BUSINESS ECONOMICS

Pavel KRPÁLEK

Abstrakt: Řízení lidských zdrojů je zpravidla vnímáno jako specifická funkce podnikového managementu, zaměřená na práci s největším bohatstvím podniků – motivovanými zaměstnanci. Jeho cílem je plně saturovat potřeby organizace pomocí kompetentních zaměstnanců. Personální manažeři nesou přímou zodpovědnost za řízení a motivování lidí v organizaci. Příspěvek je zaměřen na aplikaci soudobých přístupů předemtné problematiky v podnikové ekonomice se zvláštním akcentem na zvyšování didaktické efektivnosti ekonomického vzdělávání ve výuce podnikové ekonomiky.

Abstract: Human Resource (HR) Management is defined as a specific managerial function that tries to match an organization's needs to the competencies of its employees. HR managers' are directly responsible for how people are managed and motivated in the organizations. The article is focused on the application of HR management approaches into development of Business Economics and to improve instructional design by the teaching it and to make economic education more effective.

Klíčová slova: lidské zdroje, management, podniková ekonomika, zaměstnanci, vzdělávání, kompetence, efektivnost.

Keywords: human resource, management, business economics, employee, education, competence, effectiveness.

Úvod

Řízení lidských zdrojů je spolu s příbuzným pojmem řízení lidského kapitálu součástí řízení lidí v organizacích směrem k dosahování cílů. Řízení lidských zdrojů se vymezuje jako strategický a promyšlený přístup k řízení lidí, kteří v organizaci pracují a kteří individuálně i kolektivně přispívají k dosažení cílů (Armstrong, 2007). Systémy řízení lidských zdrojů by měly být zdrojem takových schopností, které umožní organizacím učit se definovat, identifikovat a využívat nových příležitostí (Ulrych et Lake, 1990).

Řízení lidských zdrojů se týká plnění cílů v těchto klíčových oblastech:

- **efektivnost organizace** – zvláštní manažerské postupy, které generují klíčové schopnosti lidí s rozhodujícím významem pro dosahování konkurenceschopnosti, týká se to zejména systému řízení znalostí, řízení talentů, budování kultury organizace a vytváření excelentního pracoviště, jedná se o politiku trvalého zlepšování a vytváření vztahů se zákazníky, což je zřetelný průmět do oblasti systému řízení kvality,

- **řízení lidského kapitálu** – tvoří jej lidé, kteří v organizaci pracují a na kterých závisí úspěšnost podnikání, lidský faktor je kombinací vzdělání, inteligence, dovedností a zkušeností, a tedy „lidskou složkou“ organizace jsou ty složky, které jsou rozvojeschopné, tzn. otevřené schopnostem učit se, pracující se změnou (adaptabilní), inovativní a kreativní, tyto aspekty jsou základem trvalé udržitelnosti a předpokladem prosperity, proces řízení lidského kapitálu začíná získáváním a výběrem zaměstnanců a dále pokračuje odměňováním založeném na výkonech, systematickým rozvojem manažerů a optimalizací stylů jejich řízení až k podnikovému vzdělávání.
- **řízení znalostí**, spočívající v cílevědomé podpoře vytváření, získávání, ovládnutí a sdílení znalostí, které jsou výsledkem procesu učení a směřují ke zvyšování výkonnosti organizace,
- **řízení odměňování**, které si klade za cíl zejména růst motivace, pracovní angažovanosti a oddanosti pomocí politiky a postupů, zajišťujících spravedlivé ohodnocení pracovního výkonu a za dosaženou úroveň kompetence (kvalifikace, dovednosti, zkušenosti),
- **zaměstnanecké vztahy**, kam náleží budování sdílené vize, sociální smír, klima důvěry a partnerství mezi vlastníky a interesenty,
- **uspokojování rozdílných potřeb**, spočívající v uvážlivém vyvažování a respektování potřeb všech zainteresovaných stran, poskytuje stejné příležitosti všem zaměstnancům,

Průřezovým **obecným cílem řízení lidských zdrojů** je systémově zabezpečit, aby organizace získala a udržela si adekvátní profesní strukturu kvalifikovaných, oddaných a dobře motivovaných pracovních sil.

Didaktické hledisko uspořádání poznatků z oboru řízení lidských zdrojů v ekonomice podniku

Řízení lidských zdrojů jako vědní disciplína vychází z univerzálního nadhledu nad jednotlivými způsoby koordinace v sociálních útvech, které optimalizuje. Nejedná se zdaleka pouze o podniky, zabývá se i sférou nonprofitní, vládními institucemi apod. Proto používá neutrální označení subjektů „organizace“. Nejprve je podstatné definovat specifické cíle řízení lidských zdrojů v podniku, následně v obsahové analýze vymezit zásadní problémové okruhy a následně zvolit optimální typ kódování a uspořádání poznatků.

Základním cílem řízení lidských zdrojů v prostředí podniku (organizace působící na „ziskovém principu“) je aktivní a cílevědomá podpora plnění hlavního cíle podniku (maximalizace hodnoty podniku), přitom platí, že podnik se snaží kultivovat svůj „personální potenciál“, který svým pojetím odpovídá výše charakterizovanému lidskému kapitálu jako rozhodujícímu faktoru prosperity. Výslednicí je komplikovaná trajektorie, **kombinující cíle personální práce v ekonomické a sociální oblasti**. Z analýzy funkcí, cílů a podnikových činností jednoznačně vyplývá oprávněnost podpory následujících personálních činností, které jsou součástí **personální strategie** a jako takové je pro podnik zabezpečují **personální útvary**:

- **plánování, získávání, výběr a rozmíst'ování zaměstnanců,**
- **popisy pracovního místa, normování práce, sledování průběžného výkonu a hodnocení zaměstnanců, odměňování** a budování systému benefitů k podpoře zainteresovanosti zaměstnanců na výsledcích práce,

- **podnikový systém** neformálního **vzdělávání**, podpora všech forem dalšího vzdělávání, včetně kurzů celoživotního vzdělávání a dalšího všestranného rozvoje lidských zdrojů,
- **sociální péče a kolektivní vyjednávání**,
- vedení a archivace **personální agendy a personální informační systém**.

Didaktická stratifikace obsahu odborných poznatků a související kódování těchto informací včetně způsobů jejich hodnocení jsou výsledkem sociální konstrukce, a to na základě dvou elementárních typů kódů nebo jejich vzájemné kombinace:

- **seriálního kódu**, kde poznatky k osvojení (prvky učiva) vycházejí z předmětových, oborových poznatků, které jsou ale výrazně separované a hierarchicky uspořádané; analýza pojmů předchází expozici, koncepty předcházejí tématům, po zjištění základní pojmové sítě se zkoumá přílehlavost jednotlivých témat,
- **integrovaný kód**, v němž jsou poznatky segmentované, ale nehierarchicky uspořádané, stojí vedle sebe, nezávisle na sobě, osvojovány v kontextu, na kterém závisí; spíše než o pojmech a jejich sítích se hovoří o průřezových tématech (překračujících hranice jednotlivých disciplín); učivo jako pojmy a sémantické struktury je extrahováno z témat až při následné reflexi činností učících se jedinců; integrace je užitečná zejména pro upevňování dovedností, při vědomí rizika degenerace do činností bez intelektuálně formativní hodnoty (Štech, 2009).

Z hlediska organizačního uspořádání ekonomické problematiky do didakticky efektivně využitelné podoby se rozlišují **dva základní druhy konstrukce učiva**:

- **lineární uspořádání**, které je typické sériovým řazením tematických celků a témat, jež na sebe časově navazují v řadě; používá se tehdy, když mezi tematickými celky není výrazná logická souvislost a návaznost; výhodou je úspora času a možnost zvládnutí většího rozsahu učiva, nevýhodou je izolovanost poznatků a menší kontextuální pochopení,
- **koncentrické uspořádání**, kdy učivo je exponováno v koncentrických okruzích a návazně prohlubováno, fixováno a aplikováno na další nové úrovni během běžného semestru nebo v navazujících semestrech; výhodou je dosažení ucelených a hlubších znalostí trvalejší povahy, nevýhodou je zvládnutí menšího rozsahu problematiky (větší časová náročnost výuky).

Závěr

Soudobá didaktika ekonomických předmětů je postavena na komplexní didaktické analýze, která vychází z obsahové analýzy. Snahou je nalézt optimální model konstrukce učiva vždy podle konkrétních oborů a přístupů ekonomických věd, snaží se při tom vyvarovat povrchnímu tematismu bez sémantické analýzy a normativnímu prosazování poznatků bez předchozí obsahové analýzy. Z uvedených deskripcí lze na základě provedených analýz označit problematiku řízení lidských zdrojů za přiměřeně integrovanou do podnikové ekonomiky, je pro ni typický smíšený kód, v tomto konkrétním případě s převahou integrálního kódu. Konstrukce učiva řízení lidských zdrojů je jednoznačně koncentrická, platí to jak pro makrostrukturu (spojitost s jinými podnikovými činnostmi), tak pro mikrostrukturu (mezitematické uspořádání a vzájemné interní vazby v rámci ohraničené problematiky řízení lidských zdrojů).

Literatura

- (1) ASZTALOS, O. *Ekonomické vzdělávání v systému středního a vyššího školství*. Praha: ediční oddělení VŠE, 1996, 265 s. ISBN 80–7079–319–8.
- (2) ARMSTRONG, M. *Řízení lidských zdrojů. Nejnovější trendy a postupy*. Praha: Grada, 2007, 800 s., ISBN 978–80–247–1407–3.
- (3) CHROMÝ, J. *Elektronické podnikání: informace, komunikace, příležitosti*. Praha: ExtraSystem, 2013, 263 s., ISBN 978–80–87570–10–4.
- (4) KRPÁLEK P., KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, K. *Didaktika ekonomických předmětů*. Praha: Oeconomica, 2012, 184 s., ISBN 978–80–245–1909–8.
- (5) KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, K., KRPÁLEK, P., CHROMÝ, J., SOBEK, M. *Research in Area of Students Entrepreneurship at Middle and University Schools. Recent Advances in Educational Methods*. In: 10th WSEAS International Conference on Engineering Education. WSEAS Press: Cambridge. 2013. pp. 50 – 55. ISBN 978–1–61804–163–0, ISSN 2227–4618.
- (6) SYNEK, M., KISLINGEROVÁ, E. et al. *Podniková ekonomika*. 5. přepracované a doplněné vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. 498 s. ISBN 978–80–7400–336–3.
- (7) ŠTECH, S. *Zřetel k učivu a problém dvou modelů kurikula*. In: Pedagogika č. 2, roč. LIX, vol. 2009, ISSN 3330–3815.
- (8) ULRICH, T., LAKE, D. *Organizational Capability: Competing from the inside out*. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1990.

Kontaktní adresa

doc. Ing. Pavel Krpálek, CSc.
Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s.
Spálená 76/14
110 00 Praha 1
Česká republika
E-mail: krpalek@vso-praha.eu

PŘÍSTUPY K ROZVOJI E-LEARNINGU NA VYSOKÉ ŠKOLE OBCHODNÍ V PRAZE

THE APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF E-LEARNING TECHNOLOGY
AT THE UNIVERSITY OF BUSINESS IN PRAGUE

Pavel KRPÁLEK, Jindřich PLOCH

Abstrakt: *V současné době jsou na Vysoké škole obchodní v Praze rozvíjeny zejména bakalářské a magisterské studijní obory služeb cestovního ruchu a letecké dopravy. Příspěvek je zaměřen na specifické přístupy k aplikaci e-learningu v konkrétních podmínkách Vysoké školy obchodní v Praze, jehož cílem je zejména zefektivnit výuku v realizovaných studijních programech a dále je účelně rozvíjet. Příspěvek vychází z analýzy základních přístupů realizované koncepce rozvoje e-learningu na této vysoké škole.*

Abstract: *Nowadays the study programmes in the fields of Tourism and Aviation Services are developed mainly at the University of Business in Prague, offering its students education in bachelor and master degree study programmes. The article is focused on the specific application of e-learning technology to the development of those study programmes and to improve instructional design and to make education more effective. The article presents and analysed basic framework for the internal conception of development of e-learning technology at the University of Business at Prague.*

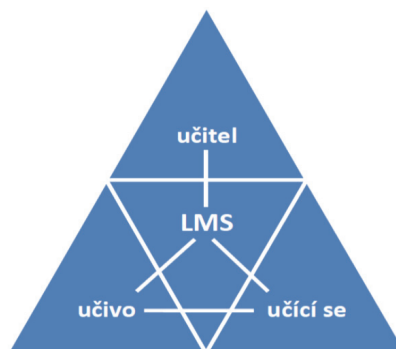
Klíčová slova: *e-learning, vysokoškolské vzdělávání, služby cestovního ruchu a služby letecké dopravy, technologie vzdělávání, didaktická efektivnost.*

Keywords: *e-learning technology, higher education, tourism and aviation services, technology of education, effectiveness in the education.*

Úvod

Obecně lze konstatovat, že e-learning považujeme za progresivní technologii vzdělávání, rozvíjenou na platformě informačních a komunikačních technologií (ICT) k podpoře procesů výuky (práce učitele) a k zefektivnění procesu učení (činnosti studentů). V tomto příspěvku se zaměříme na oblast terciárního vzdělávání v podobě specifikace přístupů k rozvoji e-learningu v podmínkách konkrétní soukromé vysoké školy.

Spektrum technických a metodických přístupů k elektronické podpoře vysokoškolského vzdělávání je značně široké a **strukturálně diferencované**. Začíná zvýšením komfortu kombinovaného studia integrací studijních opor a vrcholí realizací ucelených elektronických kurzů ve virtuální univerzitě prakticky bez kontaktní výuky. Do jádra vztahů mezi tradičními partnery ve vzdělávání vstupuje u e-learningu navíc ještě speciální aplikační software, označovaný jako autorský systém neboli elektronický vzdělávací systém (Learning Management System: LMS). Tato skutečnost modifikuje klasický didaktický trojúhelník, viz obr. 1.



Obr. 2: Modifikovaný didaktický trojúhelník, zdroj J. Ploch, P. Krpálek (2013)

Právě na způsobu implementace LMS závisí uživatelský komfort participantů, efektivnost tvorby studijních pomůcek (e–objektů), výsledná kvalita elektronických studijních opor a celých on line kurzů a také to, jak se bude partnerům ve vzdělávání vzájemně komunikovat, evaluovat kurzy a trvale zlepšovat aktuální model e–learningu. LMS je technickou aplikací, která by měla sloužit k podpoře systému řízení výuky. Podstatou LMS je podpora vytváření elektronických studijních materiálů. K tomu slouží autorské nástroje, například ProAuthor, eXe anebo Moodle. Autorský nástroj je jakousi šablonou, do které by měl být schopen běžný uživatel počítače vkládat strukturované texty, schémata, vyobrazení, animace, audio a videonahrávky a vytvářet interaktivní prvky (e–objekty). Kvalitní LMS dokáží z e–objektů jednoduše generovat interaktivní elektronické učebnice (e–booky), vytvářet a sdílet multimediální soubory s přednáškami, vytvářet z databází otázek náhodně generované testy a zefektivnit tak prověřování znalostí studentů, umožňují propagovat a distribuovat on line kurzy a e–objekty, účinně chránit autorská práva díky ošetření přístupových práv ke studijním materiálům. Kromě toho umožňují také rutinně využívat on line nástroje pro komunikaci a řízení studia (nástěnky, tabule, diskuzní fóra, chat), vést přehledné rychlé evidence a správu aktivit účastníků on–line kurzů a správu vložených studijních materiálů. LMS by měl být otevřený (rozvojeschopný), uživatelsky přívětivý a intuitivně ovladatelný.

Základní přístupy k technické implementaci e–learningu:

- e–learning je chápán jako **modul univerzitního informačního systému**, je to integrovaná aplikace s podporou elementárních funkcí e–learningu,
- budování e–learningu na platformě volně dostupného autorského nástroje **Moodle**, je nutné, aby si uživatel e–learningový produkt sám vytvořil, existuje již česká lokalizace, poskytovaná společností PragoData,
- **profesionální LMS** vytvořený v prostředí ProAuthor, eXe nebo jiného autorského nástroje, e–learningový produkt je vytvořen na komerční bázi, speciálně pro potřeby konkrétního školského pracoviště.

Základní systémové předpoklady zdárného rozvoje e–learningu:

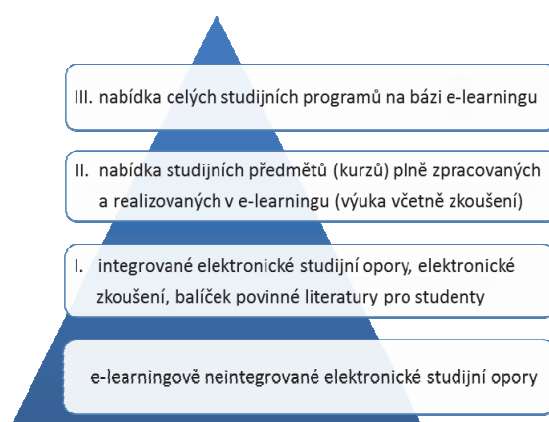
- a priori přesně definovaná **deklarace autorsko–právních vztahů** k vytvořeným elektronickým studijním materiálům (e–objektům, studijním oporám, e–kurzům), které zpracují vyučující na základě svých dosavadních vědeckých (odborných)

a pedagogických zkušeností (chápaných učiteli zpravidla jako jejich vlastní “know-how“), a to včetně souvisejících finančních podmínek (odměn),

- **technická informační infrastruktura**, zejména počítačová síť, parametry serverů, elektronický vzdělávací systém (LMS), na jejichž bázi bude e-learning realizován a rozvíjen,
- **personální báze**, zejména kvalifikovaní garanti, vyučující – tutoři, administrátoři a kompetentní technici s dostatečnou motivací a odpovědností,
- **atraktivní e-kurzy** (obsahově a formálně kvalitní tutoriály) nebo e-learningem podpořené konvenční vzdělávací programy, zvyšující zájem o studium a tím počty podpořených studentů a množství finančních prostředků ke kompenzaci nákladů e-learningu.

Rozvoj e-learningu probíhá v následujících systémových úrovních, viz obr. 2:

- **výchozí úroveň rozvoje**: studijní materiály zpřístupněny jako e-objekty přinejmenším v podobě elektronických prezentací v MS PowerPoint nebo v podobě textových opor v MS Word, vložených ke sdílení studentům do dokumentového serveru UIS,
- **základní úroveň e-learningu**: každý studijní předmět u kombinované formy studia povinně podpořen elektronickými studijními oporami a pro každý studijní předmět je zpracována databáze testových otázek pro elektronické testování výstupních znalostí studentů a k dispozici jsou „balíčky povinné literatury“ (studijní literatura k řízenému samostudiu),
- **předmětový e-learning**: sylaby vybraných studijních předmětů převedeny do podoby e-learningových osnov, studijní opory přeneseny jako e-objekty do modulu “E-learning“ v UIS, zpracovány a zpřístupněny e-objekty pro celý předmět, generována elektronická učebnice (e-book): nejprve vždy pilotní ověřování e-learningu na této úrovni v nejméně dvou studijních předmětech, následně plošný rozvoj,
- **e-learningové studijní programy**: akreditace studijních programů distančního vzdělávání s on line výukou, realizace na základě získaných zkušeností z předchozích etap rozvoje e-learningu.



Obr. 2: Úrovně a fáze implementace e-learningu na VŠO v Praze. Zdroj autoři

Závěr

Koncepce rozvoje e-learningu na VŠO v Praze je technicky realizována na bázi integrovaného modulu “E-learning“, který je součástí univerzitního informačního systému (UIS) VŠO Praha, a to diferencovaně – vícerychlostně. Rozvoj je podrobně naplánován do jednotlivých etap a fází rozvoje, pokročilejší etapy jsou nejprve pilotně vyzkoušeny a výsledky evaluovány. V současné době například on line kurz “Etapy života letadel“, který je kvalitně propracován a umožnil získat zkušenosti a podněty pro optimalizaci e-learningového modulu UIS. Otevřela se tím cesta pro široký proud dalších e-learningově aplikovaných předmětů, on line kurzů a studijních programů.

Literatura

- (1) PLOCH, J., KRPÁLEK, P. *Koncepce rozvoje e-learningu na VŠO v Praze*. Interní dokument VŠO v Praze, o.p.s. 2013.
- (2) KRPÁLEK P., KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ, K. *Didaktika ekonomických předmětů*. Praha: Oeconomica, 2012, 184 s., ISBN 978–80–245–1909–8.
- (3) CHROMÝ, J. *Elektronické podnikání*. 2. vyd. Praha: VŠH, 2009, 109 s., ISBN 978–80–86578–96–5.

Kontaktní adresa

doc. Ing. Pavel Krpálek, CSc.

doc. Ing. Jindřich Ploch, CSc.

Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s.

Spálená 76/14

110 00 Praha 1

Česká republika

E-mail: krpalek@vso-praha.eu, ploch@vso-praha.eu

PDCA CYKLUS AKO NÁSTROJ ZVYŠOVANIA KVALITY VYUČOVANIA

PDCA CYCLE AS A TOOL IMPROVING QUALITY OF TEACHING

Katarína KRPÁLKOVÁ KRELOVÁ

Príspevok vznikol za podpory riešenia výskumného projektu Fakulty financi a účtovníctví, s inštitucionálnou podporou VŠE IP100040.

Abstrakt: *Príspevok uvádza konkrétny príklad využitia PDCA cyklu ako nástroj na zvýšenie kvality vyučovania predmetu Didaktická technika v bakalárskom študijnom programe Učiteľstvo praktického vyučovania v ekonomickom vzdelávaní.*

Abstract: *The paper presents a concrete example of using PDCA cycle as a tool to improve the quality of teaching. The subject Didactic technique is included in the bachelor study program Teaching of economic subjects.*

Kľúčová slova: *PDCA cyklus, didaktická technika, interaktívna tabuľa, informačné a komunikačné technológie*

Keywords: *PDCA cycle, Didactic technique, interactive whiteboard, information and communication technologies*

Úvod

V súčasnej hektickej dobe, ktorá je založená na znalosti informačných a komunikačných technológií je nevyhnutné zvyšovať didaktickú účinnosť výučby prostredníctvom vhodne vybraných, do procesu výuky funkčne implementovaných, materiálnych didaktických prostriedkov, poučenými učiteľmi. Naším hlavným cieľom by malo byť rozvíjanie didaktických kompetencií študentov učiteľských študijných programov, pričom tieto kompetencie majú učiteľovi umožniť efektívne plánovať a organizovať učebné činnosti žiakov, motivovať ich, kvalifikovane viesť vyučovacie hodiny, stanovovať adekvátne výchovno – vzdelávacie ciele a účinne ich dosahovať za použitia najvhodnejších didaktických prostriedkov, operatívne riešiť konkrétne, často nepredvídateľné, výchovné a vyučovacie situácie. Ak máme budovať didaktické kompetencie budúcich učiteľov je potrebné klásť dôraz na moderné didaktické prostriedky. V mnohých prípadoch umožňuje didaktická technika didakticky efektívnejšie riadenie procesu výučby a procesu učenia.

Manažment školy by od svojich učiteľov mal vyžadovať, aby neustále premýšľali, analyzovali a hodnotili vlastnú prácu a snažili sa ju skvalitňovať. Súčasťou ich práce by mal byť Demingov systematický prístup nazývaný PDCA cyklus. Tento cyklus pozostáva zo štyroch etáp.

Najskôr sa zostaví plán činnosti (Plan), ten je následne realizovaný v malých sériách (Do). V tretej etape sa overí (Check) výsledok realizácie oproti pôvodnému zámeru

(plánu). V poslednej etape dochádza k úprave výrobného postupu (Act), ktorého výsledkom je nový plán činnosti a nový upravený PDCA cyklus. Opakovaním tohoto cyklu dochádza k neustálemu zlepšovaniu kvality (Blaško, 2012).

Cyklus PDCA (viz obr. 1) predstavuje jednoduchú metódu zlepšovania s univerzálnym použitím. Tento model bol využitý v mnohých medzinárodných normách.



Obr. 1: PDCA cyklus (www.google.com)

V ďalšej časti uvedieme konkrétny príklad využitia PDCA cyklu, ktorého primárnym cieľom bolo zlepšenie kvality vyučovania predmetu Didaktická technika, ktorý sa vyučuje v bakalárskom študijnom programe Učiteľstvo praktického vyučovania v ekonomickom vzdelávaní na VŠE v Prahe. Predmet je zaradený do 2. ročníka a jeho časová dotácia je 0/2 (3 kredity). Cieľom predmetu je zoznámiť budúcich učiteľov (lektorov) s možnosťami využitia prostriedkov didaktickej techniky v procese vyučovania ekonomických predmetov na stredných školách a naučiť ich prakticky využívať vybrané technické prostriedky. Ak by sme mali zabezpečiť, aby študenti nadobudli okrem teoretických poznatkov aj praktické skúsenosti s využívaním moderných technických prostriedkov, museli by sme mať k dispozícii učebňu, ktorá bude vybavená modernými technickými prostriedkami ako napr. interaktívna tabuľa, vizualizér, počítač s výukovým softvérom a pod. Keďže výučba prebieha v klasickej učebni vybavenej počítačom a dataprojektorom, nie je možné praktické skúsenosti u študentov budovať. Keďže chceme zabezpečiť kvalitu vyučovania tohto predmetu, hľadali sme možnosti, ktoré by dopomohli danú „nekvalitu“ riešiť. V rámci zlepšovania kvality výučby predmetu uplatňujeme PDCA cyklus. Prostredníctvom neho sme už zaviedli mnohé inovácie, ktoré prispeli ku kvalite jeho vyučovania.

Uplatnenie PDCA cyklu – získavanie praktických skúsenosti študentov učiteľstva s využívaním interaktívnej tabule a hlasovacieho zariadenia ako moderných prostriedkov výučby.

(Plan) Plánovanie činnosti (naplánuj, zámer zlepšenia):

- študenti sa oboznámia s možnosťami využitia interaktívnej tabule, naučia sa pracovať so základnými nástrojmi interaktívnej tabule, získajú vlastnú skúsenosť s hlasovacím zariadením, budú účastní videokonferencie;

- študenti budú schopní definovať výhody a nevýhody využitia interaktívnej tabule vo vyučovaní ekonomických predmetov, budú mať prehľad o súčasných trendoch v oblasti techniky využiteľnej pre vzdelávacie účely;
- keďže škola (FFÚ VŠE) nemá interaktívnu tabuľu, nadviazali sme spoluprácu so spoločnosťou AV MEDIA, a.s., ktorá sa zaoberá predajom a prenájmom prezentačnej techniky a systémovou audiovizuálnou integráciou. Medzi technológie, ktoré má spoločnosť v portfóliu, patria projekčné a zobrazovacie systémy, elektroakustické ozvučenie, audiokonferenčné systémy, teleprezentácie a videokonferencie a pod.;
- dohodnúť termín s lektorom v AV MEDIA a.s.; podať inštrukcie študentom, upresniť miesto vyučovania, oboznámiť ich s vyučovacími cieľmi;

(Do) Realizácia plánu (realizuj, uskutočni tento zámer):

- v dohodnutom termíne stretnutie študentov, vyučujúceho a lektora zo spoločnosti AV MEDIA a.s.; vyučovanie prebieha v školiacej miestnosti spoločnosti, ktorá je vybavená najmodernejšou prezentačnou technikou;
- výučbu realizuje školená lektorka zo spoločnosti AV MEDIA, využíva predovšetkým praktické metódy vyučovania, študenti majú možnosť si vyskúšať prácu s interaktívnou tabuľou, hlasovacím zariadením, audiovizuálnou technikou a pod.;
- lektorka má pripravené rôzne učebné aktivity, ukážky študijných materiálov a učebných pomôcok, ktorými študentov aktivizuje; odpovedá na rôzne otázky, ktoré jej kladú študenti počas celého stretnutia;
- na záver študenti dostanú k dispozícii rôzne propagačné materiály a CD so softvérom pre interaktívnu tabuľu, ktorý môžu využiť na svojich osobných PC na prípravu učebných pomôcok;

(Control) Hodnotenie činnosti (vykonaj kontrolu, vyhodnoť dosiahnuté výsledky):

- v priebehu ďalšej vyučovacej hodiny, ktorá sa už realizovala v priestoroch VŠE sme zisťovali úroveň dosiahnutia vzdelávacích cieľov;
- študenti prezentujú výhody a nevýhody využívania moderných technických prostriedkov vo vyučovaní ekonomických predmetov na stredných školách, diskutujú o vlastných praktických skúsenostiach;
- rozhovorom sme zistili, že študenti výučbu v priestoroch spoločnosti AV MEDIA považujú za mimoriadne inšpiratívnu, zaujímavú, zmysel videli v prepojení teoretických prednášok realizovaných v rámci „klasickej“ výučby a praktickými ukážkami a trendami v oblasti didaktickej techniky a učebných pomôcok;
- v záverečnom teste študenti nemali problém s otázkami a úlohami, ktoré sa dotýkali obsahu moderných informačných a komunikačných technológií, prezentačnej techniky a ďalších prostriedkov vyučovania;

(Act) Zasaňovanie do procesu (urob korekciu, úpravy, ak výsledky nezodpovedajú plánovaným zámerom):

- spätná väzba sa realizuje prostredníctvom rozhovoru a dotazníka; týmito metódami sme získali obraz o hodnotení kvality vyučovania predmetu, pričom väčšina študentov hodnotila realizovanú inováciu vo forme výučby moderných didaktických prostriedkov v spoločnosti AV MEDIA za zaujímavú, podnetnú, praktickú, celkovo za kvalitnú;
- na základe pozitívneho ohlasu študentov aj lektorky zo spoločnosti AV MEDIA a.s., sme nadviazali ďalšiu spoluprácu;
- pripravujeme projekt, ktorého parciálnym cieľom je vybaviť Katedru didaktiky ekonomických predmetov didaktickou učebňou vybavenou modernou didaktickou technikou;
- Uvedená inovácia výučby predmetu Didaktická technika nie je konečná, v súčasnosti už plánujeme ďalšie možnosti zlepšenia výučby a to v oblasti praktického spracovania učebných pomôcok pre výučbu ekonomických predmetov. Výsledkom je teda nový plán činnosti, na kvalitatívne vyššej úrovni a tiež nový PDCA – cyklus.

Záver

Efektívne využívanie moderných materiálnych didaktických prostriedkov, informačných a komunikačných technológií vo vyučovacom procese je podmienené predovšetkým dostatočnou prípravou vyučujúcich ale aj študujúcich. V súčasnosti ešte stále pociťujeme nedostatky v prispôsobovaní vyučujúcich využívaniu nových technológií a nedostatky v príprave budúcich učiteľov, ktorí by mali didaktickú techniku a učebné pomôcky aktívne a efektívne v procese vyučovania využívať a tým zvyšovať kvalitu vyučovania a procesu učenia sa.

Literatura

- (1) BLAŠKO, M. Úvod do modernej didaktiky II. (Manažerstvo kvality v škole). Aktualizované vydanie. Košice : KIP TU, 2012.
- (2) CHROMÝ, J. *Elektronické podnikání: informace, komunikace, příležitosti*. Praha: ExtraSystem, 2013, 263 s., ISBN 978–80–87570–10–4.

Kontaktní adresa

Ing. Katarína Krpáľková Krelová, PhD., Ing.–Paed.
Katedra didaktiky ekonomických předmětů, FFÚ, VŠE v Praze
nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3, ČR
e–mail: katarina.krelova@vse.cz

VYUŽÍVÁNÍ KOMUNIKAČNÍCH MÉDIÍ V SYSTÉMU MOODLE V PRŮBĚHU STUDIA

THE USE OF COMMUNICATIONS MEDIA IN THE SYSTEM MOODLE DURING THE STUDY

Martin LNĚNIČKA, Renáta MÁCHOVÁ

Abstrakt: Tento příspěvek prezentuje výsledky průzkumu, který se zabýval vývojem ve využívání komunikačních médií v průběhu studia. Je zde sledována zejména oblast elektronických médií se zaměřením na jejich využívání v systému Moodle. Vlastní vývoj je dán porovnáním názorů studentů v prvním a posledním roce studia na vysoké škole.

Abstract: This contribution presents the results of a survey, which dealt with the development in the use of communications media during the study. There is especially observed the area of electronic media, focusing on their use in the Moodle system. The development is given by comparing the views of students in the first and final year at the university.

Klíčová slova: průzkum, elektronická komunikace, Moodle, komunikační média.

Keywords: survey, electronic communication, Moodle, communication media.

Úvod

Komunikace a výměna informací mezi studenty je důležitou součástí studia na vysoké škole, zejména pokud se jedná o studenty v kombinované formě studia. Ne vždy jsou však získané informace relevantní vzhled k obsahu studia. V rámci různých komunikačních kanálů totiž dochází k různé úrovni šumu, často chybí zpětná vazba a informace je pak znehodnocena. Studenti ve většině případů využívají ke komunikaci různé uzavřené skupiny na sociálních sítích a diskuzních fórech, kde má učitel pouze minimální možnosti korigovat informace, zejména pak ty, které souvisí se studijními materiály a obecně problémy se studiem. Proto je nutné studenty nasměrovat, přiblížit jim a naučit je využívat primární komunikační kanály pro podporu studijního procesu. V rámci tohoto příspěvku je tímto zamýšleno prostředí různých kurzů v e-learningových systémech, které využívá většina vysokých škol v České republice. Konkrétně pak jde o průzkum zaměřený na elektronická komunikační média využívána v systému Moodle.

Cílem je určit vývoj ve využívání elektronických komunikačních médií v průběhu studia studenta a získat představu o tom, jaká média a kanály dnes studenti využívá pro vzájemnou komunikaci a jaké existují možnosti jejich integrace do e-learningových systémů, zejména systému Moodle.

Elektronická komunikační média, e-learning a e-learningové systémy

Médium je obecně prostředek přenosu, když v rámci komunikačního procesu jde pak o prostředek přenosu informace (sdělení). V případě elektronických komunikačních médií se jedná o přenos pomocí počítačových sítí (zejména internet a intranet). Vlastní

obsah přenosu je pak v tomto případě vytvořen pomocí informačních a komunikačních technologií (ICT). Různá média pak mají různé funkce a role v procesu učení, když jde zejména o zajištění efektivního sdílení studijních materiálů a přístupu k informacím [1].

E-learningové systémy slouží pro podporu výuky a studia s využitím hierarchie kurzů a podpůrných funkcí. Existuje velké množství komerčních i open source systémů. Vlastní implementace funkcí systému a jejich dopady na studijní proces jsou však často podceňovány, resp. nesprávně nebo vůbec využívány vzhled k požadavkům na systém i na organizaci a fungování studijního procesu [3]. Propojení, resp. interoperabilita mezi těmito systémy je sice zajištěna normami AICC (Aviation Industry Computer-Based Training Committee) nebo také normou SCORM (Sharable Content Object Reference Model), nicméně chybí možnost integrace s dalšími komunikačními médii a systémy.

Určení hypotéz a postup řešení výzkumného cíle

Pro řešení tohoto výzkumného cíle byl využit systém Moodle, který je dostupný studentům Fakulty ekonomicko-správní (FES) Univerzity Pardubice. Vlastní průzkum byl pak realizován formou anonymních online dotazníků, které byly vytvořeny rovněž v systému Moodle. V tomto průzkumu byly definovány dvě hypotézy:

- elektronická komunikace mezi studenty v průběhu let studia prošla vývojem od studentských portálů zejména směrem k sociálním sítím,
- studenti by uvítali vyšší míru integrace kurzů systému Moodle se sociálními sítěmi a dalšími službami typu Google nebo Windows Live.

Komentář a diskuze k výsledkům

Průzkumu se zúčastnilo 72 studentů prezenčního studia na FES, když 23 jich bylo z prvního ročníku, 28 ze třetího ročníku (konec bakalářského studia) a 21 z posledního pátého ročníku (konec navazujícího magisterského studia).

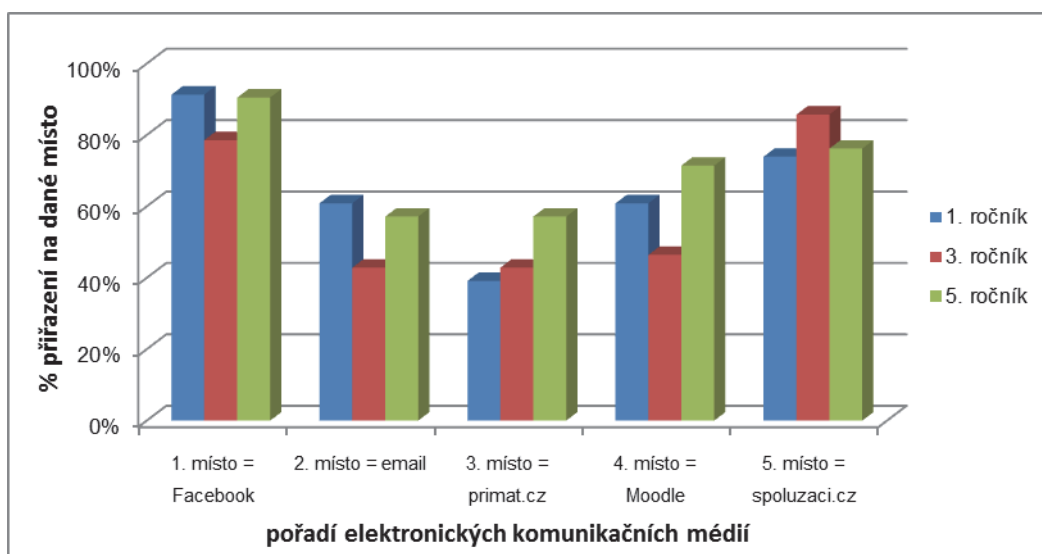
První dvě otázky zjišťovaly míru využívání systému Moodle jako komunikačního média. U první otázky, kde byla na výběr jedna ze tří možností, žádný ze studentů neuvedl, že by Moodle využíval pro komunikaci s ostatními studenty a jako hlavní zdroj informací pro studium. Více jak třetina studentů využívá systém pouze pro studium (vše co kurz nabízí včetně rozšiřujících volitelných materiálů) a dvě třetiny pak pouze pro studium (jen povinné úkoly). V průběhu studia (vývoj odpovědí u 1., 3. a 5. ročníku) se studenti spíše od Moodle odklánějí a využívají jej pouze pro povinné činnosti a úkoly. To je patrné i z tabulky 1, kde jsou zachyceny odpovědi studentů na využívání různých možností komunikace v systému Moodle v průběhu studia. Studenti mohli vybrat i více odpovědí, hodnoty jsou pak zachyceny v % z celkového počtu odpovědí. U studentů z 1. ročníku je ještě patrná neznalost nabídky jednotlivých funkcí systému Moodle.

Tab.1 Přehled využívání jednotlivých možností komunikace v systému Moodle. Zdroj autoři.

	1. ročník	3. ročník	5. ročník
Novinky	26,1%	39,3%	33,3%
Diskuzní fórum	13,0%	17,9%	9,5%
Soukromé zprávy (chat)	0,0%	7,1%	0,0%
Žádnou funkci v Moodle nevyužívám	8,7%	21,4%	42,9%
Vůbec nevím o existenci těchto služeb	52,2%	14,3%	14,3%

Dále měli studenti seřadit vybrané formy elektronické komunikace podle jejich důležitosti využívání v prvním a aktuálním roce studia, když u studentů 1. ročníku šlo pouze o aktuální rok studia. Na základě pilotního průzkumu bylo identifikováno těchto 5 možností elektronické komunikace – Facebook jako hlavní zástupce sociálních sítí, student-ské servery primat.cz a spoluzaci.cz, Moodle jako e-learningový systém, který je dostupný na FES a emailová komunikace. Pokud jde o pořadí pro první rok studia u studentů 3. a 5. ročníku, tzn. 2 a 4 roky zpátky do minulosti, tak u studentů dnešního 3. ročníku byl v jejich prvním roce studia nejčastěji využíván Facebook, když na prvním místě ho uvedlo přibližně 60 % ze všech studentů, na druhém místě se umístil email a na třetím místě byl Moodle, který jako třetí nejčastější komunikační médium uvedlo 45 % studentů. U studentů 5. ročníku byl v jejich prvním roce studia nejčastěji využíván email (na prvním místě ho uvedlo 35 % studentů), na druhém místě se pak umístily Facebook a primat.cz s 30 % a na třetím pak Moodle a spoluzaci.cz.

Na grafu 1 je pak zachycen % podíl odpovědí pro aktuální rok studia. U všech sledovaných ročníků je pořadí shodné, liší se jen podíl přiřazení komunikačního média na dané místo. Jasným vítězem je Facebook, když ho na první místo přiřadilo asi 90 % všech studentů. Dobře si vede i emailová komunikace, což je způsobeno především dnes širokou nabídkou dalších služeb spojených s emailovými účty, když Univerzita Pardubice využívá účty Google, které jsou spravované doménou upce.cz.



Graf 1 Pořadí vybraných forem elektronické komunikace v aktuálním roce studia. Zdroj autoři.

Na základě předchozích výsledků je patrný vývoj směrem k Facebooku a s ním souvisejících služeb, proto další otázka zjišťovala názor studentů na možnost propojení systému Moodle s účty na Google nebo Facebook, resp. přihlášení do Moodle přes tyto účty. Studenti 1. ročníku z 83 % uvedli, že by tuto možnost uvítali. Studenti vyšších ročníků pak k této otázce přistupovali spíše konzervativně, a to s ohledem na bezpečnost a ochranu soukromí, když kladný názor na možnost integrace těchto systémů zastává 67 % studentů 3. ročníku a 58 % studentů 5. ročníku, což je ale i tak nadpoloviční většina. Studenti by tak tuto možnost uvítali, stejně jako studenti z průzkumu realizovaného v Kanadě na konci roku 2012, kde se autor zabýval možnostmi integrace Facebooku do kurzů v Moodle – více v [4]. Systém Moodle již od verze 2.5 nabízí možnost přidat přihlášení přes účty Google, Facebook nebo Windows Live [2], ale vysoké školy většinou

z důvodu různých procesních, administrativních nebo technických překážek často nestíhají držet tempo v aktualizacích tohoto open source e-learningového systému.

Obě hypotézy definované v úvodu se na zkoumaném vzorku studentů potvrdily, nicméně pro získání komplexnějších informací by bylo vhodnější provést rozsáhlejší průzkum. Další výzkum by pak měl směřovat do oblasti elektronických komunikačních médií využívaných studenty v kombinované formě studia, u kterých je právě fyzický kontakt s ostatními studenty a učiteli omezen na několik setkání během semestru, a zároveň správné nastavení komunikačních kanálů a využívání komunikačních médií zásadním faktorem úspěšného studia.

Závěr

Jak je patrné z výsledků průzkumu, většina studentů využívání ke komunikaci jiná média než ta dostupná v systému Moodle, čímž se vzdaluje možnost komunikace učitele se studentem prostřednictvím e-learningového systému a jeho správné směrování v průběhu studia. Jasným signálem do budoucnosti je integrace těchto služeb tak, aby měl student všechny informace na jednom místě a nemusel se přihlašovat (pamatovat si několik uživatelských hesel a jmen) v několika různých systémech, především ve vazbě na sociální sítě.

Literatura

- (1) CALADINE, R. *Enhancing E-learning with Media-rich Content and Interactions*. Hershey: Information Science Pub., 2008, 322 s. ISBN 15-990-4734-9.
- (2) *Google / Facebook / Github / Linkedin / Windows authentication* [online]. [cit. 2013-10-21]. Dostupné z WWW: <https://moodle.org/plugins/view.php?plugin=auth_googleoauth2>.
- (3) RICE, W. *Moodle 2.0 E-learning Course Development: A complete guide to successful learning using Moodle*. 1. vyd. Birmingham: Packt, 2011, 321 s. ISBN 978-1-849515-26-9.
- (4) SCAPIN, R. *Integrating a Moodle Course into Facebook* [online]. [cit. 2013-10-21]. Dostupné z WWW: <<http://www.slideshare.net/rscapin/integrating-a-moodle-course-into-facebook>>.

Kontaktní adresa

Ing. et Ing. Martin Lněnička,
Ing. Renáta Máchová, Ph.D.

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Studentská 84
53210 Pardubice

E-mail: martin.lnenicka@student.upce.cz, renata.machova@upce.cz
Tel.: +420 46 603 6075, +420 46 603 6074

PRÍPRAVA ELEKTRONICKÉHO KURZU ŠKOLSKÝ MANAŽ- MENT V LMS MOODLE

PREPARATION OF THE E-COURSE SCHOOL MANAGEMENT SITUATED INTO
ENVIRONMENT LMS MOODLE

Eva TÓBLOVÁ, Mária PISOŇOVÁ

Abstrakt: *Príspevok načrtáva základné východiská pre tvorbu a využívanie elektronického kurzu Školský manažment v prostredí LMS Moodle. V projekte plánujeme zvýšiť efektivitu, atraktivnosť, ako aj kvalifikovanosť výučby kurzu Školský manažment vytvorením modernej vysokoškolskej učebnice s nadväznosťou na e-kurz situovaný do prostredia LMS Moodle.*

Abstract: *The paper is based on the creating and utilizing of e-course School Management in LMS Moodle. In project it is planned to increase the effectiveness, attractiveness as well as qualification of teaching the course School Management by making a modern university coursebook connected to an e-course situated into environment LMS Moodle.*

Kľúčové slová: *inovácia, elektronický kurz, školský manažment, LMS Moodle.*

Keywords: *innovation, e-course, school management, LMS Moodle*

Úvod

Kvalita vysokoškolskej edukácie sa v praxi transformuje do tzv. účinkov a úžitkov vzdelávania, ktorými sa podrobnejšie zaoberá Ekonomia vzdelávania. Táto disciplína participuje na školskom manažmente veľmi výrazne a tvorí jeho súčasť. Kvalitní učitelia kontinuálneho vzdelávania, resp. vedúci pedagogickí zamestnanci sú hlavnými osobnosťami ovplyvňujúcimi výstupy vzdelávania, t.j. uplatnenie absolventov na trhu práce, znižovanie miery nezamestnanosti. [2]

Stále viac vysokých škôl rieši úlohy vzdelávania a jeho prechodu na nové technológie. Vo väčšine prípadov už nevyhovujú tradičné formy prezenčného vzdelávania, pretože zaistenie prípravy sa týka väčšieho okruhu pracovníkov a nemalú úlohu hrá aj včasnosť prevedenia výučby s následným vyhodnotením vzdelávania. Riešenie hľadajú vysoké školy v nových formách pre dištančné vzdelávania – e-learningu. [6]

Zameranie projektu

Kurz Školský manažment, ktorého obsahová inovácia je cieľom riešenia projektu – Obsahová inovácia kurzu Školský manažment s následným vytvorením modernej vysokoškolskej učebnice a e-kurzu LMS Moodle pre študijné odbory učiteľstva a učiteľov kontinuálneho vzdelávania. Je súčasťou a zároveň nosnou témou jadra pre všeobecný učiteľský základ a mal by tvoriť portfólio pre tvorbu vzdelávacích programov funkčného a inovačného vzdelávania vedúcich pedagogických zamestnancov.

Plánovaným hlavným výstupom a prínosom projektu v spoločenskej, ekonomickej a hospodárskej oblasti je inovácia kurzu Školský manažment, vytvorenie portfólia a základu pre kvalifikovanú prípravu učiteľov študijných odborov učiteľstva, vedúcich pedagogických zamestnancov. Prostredníctvom vytvorenia modernej vysokoškolskej učebnice a elektronického kurzu situovaného do prostredia LMS Moodle očakávame skvalitnenie, zatriktívnenie a profesionalizáciu vysokoškolskej prípravy prostredníctvom moderných didaktických prostriedkov. [4]

Rešpektovaním zásad pedagogického výskumu má projekt ambíciu vytvoriť také didaktické prostriedky, ktoré sú v súlade s modernými trendmi univerzitného vzdelávania. Ambíciou riešiteľského kolektívu projektu je zvýšiť efektivitu, atraktivnosť a kvalifikovanosť výučby kurzu Školský manažment aj následným vytvorením e–kurzu situovaného do prostredia LMS Moodle. Uvedenými výstupmi chceme pokračovať v procese zvyšovania kvality univerzitného vzdelávania prostredníctvom tvorby moderných didaktických prostriedkov. [4]

Tvorba e–kurzu v prostredí LMS Moodle

„Elektronický vzdelávací kurz je multimedialny produkt, ktorý kombinuje textový výklad s animáciami, videom, audiom, grafikou, schémami a testovacími objektmi.“ Spôsobov, ako spracovať a prezentovať učivo, je niekoľko, od jednoduchej textovej prezentácie učiva cez interaktívne tútorie, až po komplexné simulácie reálnych situácií. Všetky elektronické materiály by však mali atraktívnou formou získavať spätnú väzbu od študentov vo forme testov, kontrolných otázok a pod. [5, s.23]

Uvedený e–kurz Školský manažment bude korešpondovať s obsahovým zameraním vysokoškolskej učebnice. Bude však rešpektovať metodologické požiadavky na tvorbu elektronického výučbového materiálu. Pedagogická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave disponuje serverom, ktorý tvorí nevyhnutnú súčasť prístrojového vybavenia pre tvorbu e–kurzov v prostredí LMS Moodle.

Prípravou e–kurzu sa práca pedagóga nekončí, nasleduje ďalšia etapa, a to samotná výučba. Vo väčšine prípadov je autor kurzu, alebo aspoň jeden z autorov (ak ide o tímovú prácu), súčasne aj vyučujúci kurzu a preberá zodpovednosť za regulárny priebeh jeho výučby. Vzhľadom na rôznorodosť e–kurzov nie je možné poskytnúť jednotný návod ako má výučba prebiehať. Výučba e–kurzu sa môže realizovať v podstate dvoma spôsobmi: synchronne a asynchronne. Synchronne prebieha výučba v reálnom čase a študenti prijímajú odovzdávané informácie všetci naraz. Prebieha v reálnej triede, t.j. účastníci kurzu sa stretnú na jednom mieste (napr. v počítačovej učebni), alebo vo virtuálnej triede, t.j. účastníci výučby sú pripojení z rôznych miest siete (napr. z domu). Ide o výučbu typu "on–line", pretože len tak je možné zaistiť synchronnosť a možnosť vzájomnej komunikácie medzi účastníkmi. Asynchronny typ výučby nie je viazaný na pripojenie k sieti a môže byť realizovaný aj "off–line", a to v čase, ktorý účastníkovi kurzu najlepšie vyhovuje. Obsah kurzu sa prenáša na vhodných médiách napr. kompaktných diskoch. Hlavnou úlohou pedagóga je podporovať samostatné učenie sa študenta. Vede výučbu, ak sa deje synchronnou formou, konzultuje so študentmi, podporuje ich v štúdiu a vedie administráciu výučby. Osobnú komunikáciu nahrádza e–mailom, "vstupuje" do virtuálnej triedy, informuje študentov o ich napredovaní v kurze, podnecuje ich do ďalšieho štúdia, reaguje na príspevky študentov do diskusie, opravuje domáce práce a testy. [1]

Metodologické požiadavky na tvorbu elektronického výučbového materiálu v prostredí LMS Moodle

Vytváranie elektronických kurzov je proces, ktorý vyžaduje dôsledné aplikovanie niekoľkých pravidiel. Na ich tvorbu je potrebné pozerať z dvoch hľadísk:

- *didaktického* – sem patria zásady, ktoré by mali spĺňať základné požiadavky týkajúce sa tvorby a aplikácie základných vyučovacích teorém do praxe,
- *technického* – mali by zahŕňať riešenie problémov súvisiacich s prostriedkami IKT, či už softvérové alebo hardvérové.

Okrem odborných požiadaviek, ktoré musí elektronický kurz spĺňať, by mal spĺňať aj niektoré ďalšie požiadavky, ako napr.:

- interaktívne, jednoduché a graficky dobre spracované prostredie,
- prehľadné a intuitívne ovládanie,
- prezeranie elektronických vzdelávacích materiálov vo voľne dostupných prehliadačoch s vhodne zvoleným rozlíšením,
- jednoducho spustiteľné aplikácie. [5]

Pri návrhu štruktúry elektronického kurzu by sme mali brať do úvahy nasledovné princípy samoštúdia:

- jasne definované ciele celého kurzu, ako aj jednotlivých kapitol,
- jednoduchý a zrozumiteľný štýl písania,
- prehľadná štruktúra textu v jednotlivých logických celkoch,
- názorná vizualizácia (grafické symboly, značky, typografické konvencie, animácie a pod.),
- podpora samoštúdia formou priamej výučby, diskusných skupín a pod. [5, s.24]

Záver

Súčasná doba prináša okrem mnohých vymožeností aj potrebu pracovať kvalitnejšie a zodpovednejšie. Amaterizmus prestáva mať miesto všade tam, kde má svoje opodstatnenie konkurenčný zápas a snaha uspieť, výslednicou čoho je kvalita. Je potrebné zdôrazniť, že už dávno sa táto požiadavka nevzťahuje iba na podnikovú sféru. Pribúda čoraz viac súkromných vzdelávacích inštitúcií či zdravotníckych zariadení, pričom ich existencia už nie je závislá na finančných prostriedkoch zo štátneho rozpočtu. Dnes už platí, že prežije iba ten, kto ponúka kvalitné produkty, či už sú to tovary alebo služby. Vynára sa tu otázka: Kto alebo čo je štartérom týchto zmien? Sú to zákazníci, radoví zamestnanci alebo top manažment? Určite je nám jasné, že sú to predovšetkým zákazníci, ktorí svojimi požiadavkami stimulujú výrobcov a poskytovateľov služieb ku kvalitným výstupom. Na ich požiadavky by mali reagovať riadiaci zamestnanci, ktorí prostredníctvom profesionálnej implementácie manažérskych funkcií dokážu priania zákazníkov, či klientov pretransformovať do reality. [3]

Vysoké školy si však začínajú stále viac uvedomovať význam elektronického vzdelávania prostredníctvom internetu a snažia sa i v tejto oblasti ponúknuť svoje služby.

Príspevok tvorí súčasť riešenia projektu KEGA č. 018UK–4/2013 Obsahová inovácia kurzu Školský manažment s následným vytvorením modernej vysokoškolskej učebnice a e–kurzu LMS Moodle pre študijné odbory učiteľstva a učiteľov kontinuálneho vzdelávania.

Literatúra

- (1) Pedagogická fakulta UK, *Elektronické vzdelávanie. Výučba E–kurzu*. [online]. [cit. 2013–10–15]. Dostupné z <http://www.uniba.sk/index.php?id=721> >.
- (2) PISOŇOVÁ, M. 2011. *Kompetenčný profil manažéra výchovno–vzdelávacej inštitúcie*. 2011. Bratislava : Iura Edition, 2011, s. 47 – 48. ISBN 978–80–8078–402–7
- (3) PISOŇOVÁ, M. 2008. *Leadership ako súčasť manažérskych funkcií* : Teória a prax riadenia ziskových a neziskových organizácií. Nitra : UKF, 2008. s. 132. ISBN 978–80–8094–335–6.
- (4) Projekt KEGA č. 018UK–4/2013 *Obsahová inovácia kurzu Školský manažment s následným vytvorením modernej vysokoškolskej učebnice a e–kurzu LMS Moodle pre študijné odbory učiteľstva a učiteľov kontinuálneho vzdelávania*.
- (5) ŠVEJDA, G. a kol. *Vybrané kapitoly z tvorby e–learningových kurzov*. [online] Pdf UKF Nitra, s. 64–121, ISBN 80–8050–989–1 Dostupné na internete: edu.ukf.sk/file.php/1/files/moodle_tvorba_kurzov_UKF_Nitra.pdf
- (6) TÓBLOVÁ, E. 2007. *Využitie E–textov vo výučbe*. In: *Modernizace vysokoškolské výuky technických predmetů*. ISSN 1214–0554. Mezinárodní vědecká konference. Hradec Králové, 31.1.–1.2.2007. – Hradec Králové : Gaudeamus, 2007. – ISBN 978–80–7041–776–8, s. 101–107

Kontaktná adresa

Ing. Eva Tóblová, PhD.
doc. PaedDr. Mária Pisoňová, PhD., mim. prof.

Katedra pedagogiky a sociálnej pedagogiky
Univerzita Komenského v Bratislave
Ústav pedagogických vied a štúdií
Moskovská 3
813 34 Bratislava
Slovenská republika
Tel.: +421/2/50 222 329
E–mail: toblova@fedu.uniba.sk
E–mail: pisonova@fedu.uniba.sk

Média a vzdělávání 2013
Media and Education 2013

Editoři: Ing. Mgr. Josef Šedivý, Ph.D. – CZ
Ing. Jan Chromý, Ph.D. – CZ
Mgr. Liubov Ryashko, CSc. – RUS
© 2013

Vydal: Extrasystem Praha
Ediční řada: Didaktika, pedagogika
Svazek: 8 – elektronické vydání
Počet stran: 52
3,12 AA

ISBN 978–80–87570–15–9