

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA
KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza chování studentů na trhu jazykové přípravy
Analysis of Student Behaviour on the Market of Developing Language Skills

Student: Monika Smékalová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zuzana Némethová

Ostrava 2011

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci včetně všech příloh vypracovala samostatně.

V Ostravě 9. Května 2011

Monika Smékalová

Podpis:.....

Poděkování

Děkuji Ing. Zuzaně Némethové za odbornou pomoc a cenné rady, které mi poskytla při vypracování této bakalářské práce.

Obsah

1 Úvod	1
2 Charakteristika trhu jazykové přípravy	7
2.1. Vývoj trhu jazykové přípravy	7
2.2. Analýza makroprostředí	8
2.3. Chování zákazníku na trhu jazykové přípravy	11
2.4. Výuka jazyků na VŠB-TU Ostrava	12
3 Teoretická východiska	16
3. 1. Zákazník - spotřebitel	16
3. 2. Chování spotřebitelů	16
3.3. Nákupní role spotřebitelů	22
3.4. Rozhodovací proces	23
4 Metodika výzkumu	27
4.1. Cíl výzkumu	27
4.2. Cílový segment	27
4.4. Metoda shromažďování dat	27
4.5. Struktura dotazníku a jeho zaměření	28
4.6 Rozpočet výzkumu	29
4.7. Harmonogram činností	29
4.8. Kontrola plánu	29
4.9. Realizační fáze	29
4.10. Technické zpracování údajů	30
5 Analýza výsledků výzkumu	31
5. 1. Analýza identifikačních otázek	31
5. 2. Úroveň cizího jazyka	32
5. 2. 1 Studium cizího jazyka	32
5. 2. 2 Současná znalost cizího jazyka	33
Využití cizího jazyka	35
5. 2. 3 Zahraniční výjezdy	35
5. 3. Výuka cizích jazyků na VŠB-TUO a mezinárodní zkušenosti	36
5. 3. 1 Hlavní cizí jazyk na Ekf	36
5. 3. 2 Vedlejší cizí jazyk na Ekf	39
5. 3. 3 Cizí jazyk na VŠB-TUO	41

5. 3.3 Hlavní cizí jazyk.....	42
5.3.4. Cizí jazyk na VŠB-TUO.....	45
6 Návrhy a doporučení.....	46
7 Závěr	49

1 Úvod

V minulých letech před rokem 1989 spousta lidí tvrdila, že učit se cizí jazyk je zbytečný a nesmyslný, když nemůžou cestovat. V dnešní době je cestování běžná a neodmyslitelná část života, ale cizí jazyk není využíván pouze k tomuto účelu, stal se součástí životní stylu, který vyplývá ze současné doby. V devadesátých letech byla znalost cizího jazyka přidanou hodnotou občana a poptávka po těchto zaměstnancích byla velmi nízká.

Kdo uměl v 90. letech minulého století trochu slušně anglicky, byl král. Stoupal po kariérních schůdcích v jakémkoli byznysu. Uplynulo dvacet let a tahle definice vlastně platí dál, až na to, že mluvit pouze slušně nestačí a také současná Evropa zdůrazňuje mnohojazyčnost. Je třeba, aby se Evropané mezi sebou domluvili a aby většina populace uměla alespoň jeden cizí jazyk. Překážky ke zlepšení úrovně cizích jazyků bývají prosté: nedostatek času, nedostatek vůle a vytrvalosti.

V dnešní době nabídka jazykových škol nebo e-learningových kurzů doslova vyráží dech. Skoro v každém městě najdeme školu nebo agenturu nabízející tyto služby. Ke zlepšení jazykové schopnosti v současném digitálním světě pomáhají moderní metody výuky s využitím počítače nebo mobilního telefonu.

Podpora vzdělávání v cizích jazycích je v České republice dlouhodobou prioritou. Při stanovení priorit jazykového vzdělávání vychází Česká republika z jazykové politiky Rady Evropy a Evropské komise, kde základním kritériem je, aby občan Evropy byl schopen komunikovat ve dvou cizích jazycích. Zajištění kvalitního vzdělávání v cizích jazycích vyžaduje dostatečný počet kvalitně připravených učitelů cizích jazyků. Účinným nástrojem ke zlepšení jazykových znalostí a dovedností žáků je výuka předmětu v cizím jazyce.

Cílem mé bakalářské práce je analýza chování studentů na trhu jazykové přípravy. Ve své práci se snažím přiblížit vývoj trhu jazykové přípravy, dále se zaměřuji na analýzu makroprostředí. V této kapitole také představením katedru jazyků VŠB-TUO. Další části mé práce jsou zaměřeny na teoretická východiska nákupního chování, vysvětlení postupu celého marketingového výzkumu a její aplikace na chování studentů na trhu jazykové přípravy. Získána data budou vyhodnocena a poté přistoupím k vyvození doporučení a návrhům.

2 Charakteristika trhu jazykové přípravy

2.1. Vývoj trhu jazykové přípravy

Historie trhu jazykové přípravy

Znalost cizích jazyků patří mezi základní potřeby naší společnosti. Již od počátků lidstva docházelo k setkávání různých kultur a ke komunikaci mezi odlišnými národy. Začátky výuky jsou datovány od starověku, avšak i dnes se objevují stále nové přístupy a metody, které čerpají nejen ze zkušeností předešlých generací, ale také z poznatků moderní vědy. Za předchůdce prvních učebnic cizích jazyků jsou považovány starověké dvojjazyčné texty, které se zaznamenávaly na hliněné tabulky. Jednalo se ovšem o pouhé překlady. Skutečné počátky můžeme zařadit do období antiky. Bez znalosti řečtiny by Římané nebyli schopni porozumět řecké kultuře. Učebnice řečtiny kladly důraz na paměťové učení a učení pomocí drilových cvičení. Již v té době se učila gramatika, slovní zásoba, fonetika, a také morfologie (rozdělení slov na slovní druhy). Poté se stala na dlouhou dobu hlavním jazykem latina, která byla pokládána za boží jazyk.

V 18. a 19. století se vedly spory o tom, v jakém věku je nejvhodnější začít s výukou cizích jazyků. Do popředí zájmu se začaly dostávat metody, které upřednostňovaly přirozené osvojení si jazyka. Pokud nemohl být žák vyučován cizojazyčným učitelem, často přecházel na tzv. interlineární neboli meziřádkovou metodu, při níž žáci pracovali s dvojjazyčným textem.

Od konce 18. století a počátku století 19. začíná vyučování cizích jazyků ovlivňovat rychlý technický vědecký vývoj. Důraz začíná být kladen více na živé jazyky a ve výuce se uplatňují poznatky z psychologie a z ostatních věd. Konkrétní pojmy se vyučovaly názorně, abstraktní pojmy pomocí myšlenkových asociací a gramatika na příkladech a typických ukázkách [26].

V 19. století byla díky silnému reformnímu hnutí výuka cizích jazyků zahrnuta do běžné školní výuky. Ve 20. století se začínají objevovat první metody odlišné od tzv. tradičních metod, a to metody pracující s novými poznatky z psychologie a ostatních přírodních věd.

Současnost trhu jazykové přípravy

V dnešní době se nejvíce lidí zaměřuje na výuku anglického jazyka a poté na výuku německého jazyka. Od roku 2004 se postupně otevírají pracovní trhy všech evropských zemí, které požadují znalost cizích jazyků.

Zatímco před devadesáti lety fungovalo jen pár jazykových škol, v dnešní době si lidé mohou vybírat z nabídky jazykových škol a soukromých lektorů. Současný trh nabízí

nepřeberné množství možností výuky cizích jazyků. S výukou cizích jazyků je možné začít již od 3 let v mateřské školce, kde výuka probíhá zábavnou formou prostřednictvím her a písniček. Při vstupu na základní školu si žák volí cizí jazyk, který ho provází celou povinnou školní docházkou. Střední a vysoké školy mají ve svých osnovách povinné absolvování cizího jazyka. Trh jazykové přípravy nabízí i další možnosti výuky, například prostřednictvím jazykových škol, firemních jazykových kurzů, soukromých lektorů cizího jazyka až po e-learning, tedy výuku prostřednictvím internetu nebo denní zaslání SMS zpráv s novými slovíčky, gramatikou či testy. Zpracované MP3 poslechy rozvíjí schopnost rozumět a přináší dokonalou výuku výslovnosti.

V dnešní době díky vyspělejší technologii většina zákazníku upřednostňuje výuku prostřednictvím internetu. Výhodou, kterou mohou zákazníci spatřovat, je především úspora času.

Až 75 % firem požaduje od svých zaměstnanců znalost cizího jazyka. Uchazeči o práci, ale často nejsou schopni aktivně komunikovat v cizí řeči, nemají specializovanou slovní zásobu pro svůj obor nebo mají problémy s psanou angličtinou. Z tohoto důvodu jazykový trh rychle reaguje na potřeby trhu práce a nabízí speciální zaměřené kurzy pro jednotlivé obory.

2.2. Analýza makroprostředí

Analýza makroprostředí zahrnuje společenské síly ovlivňující podnikání. Analýza makroprostředí je důležitá pro poznání externího okolí, ve kterém podnik působí, dále pro identifikaci změn a trendů, které se dějí v okolí podniku a mohou mít na něj vliv [14].

Firmu ovlivňuje zvenčí 6 hlavních faktorů, kterými jsou demografické, ekonomické, politicko-právní, technologické, společensko-kulturní a přírodní faktory. Firma tyto faktory nemůže nijak ovlivnit, kontrolovat je, proto se o nich hovoří jako o faktorech determinujících. S faktory přírodními se na trhu jazykových škol téměř nesetkáváme.

Demografické prostředí

Zaměřuje se především na velikost populace, hustotu obyvatelstva, věkovou strukturu, rasovou a národnostní strukturu.

Česká republika měla k 31. 12. 2010 10 532 770 obyvatel, což bylo o 26 tisíc více než předchozí rok. Moravskoslezský kraj měl k 31. 12. 2010 1 243 220 obyvatel, což znamená pokles o 4 153 obyvatel. Podle průzkumu se učení a zlepšování úrovně cizího jazyka věnují nejvíce lidé mezi 25 až 35 lety, kterých je v Moravskoslezském kraji evidovaných ke konci

roku 2009 189 273 obyvatel. Úbytek počtu obyvatel Moravskoslezského kraje má negativní vliv na trh jazykové přípravy.

Trh jazykové přípravy má ve své nabídce i kurzy českého jazyka pro cizince. V Moravskoslezském kraji se ke konci roku 2009 vyskytuje 23 687 cizinců, kteří mohou ovlivnit poptávku po výuce cizích jazyků.

Počet živě narozených dětí v ČR za rok 2010 činí 117 200 dětí. Porodnost v Moravskoslezském kraji za rok 2010 činí 13 099 oproti roku 2009 je to pokles o 139 živě narozených dětí. Porodnost ovlivňuje výši budoucích potencionálních zákazníků, neboť výuka cizích jazyků je ve většině případů pořádána od 3 let.

Moravskoslezský kraj se řadí mezi nejvíce zalidněné kraje. Hustota zalidnění činí 230 obyvatel na km², což oproti republikovému průměru, který činí 130 obyvatel na km² vysoce převyšuje. Toto číslo je pro poskytovatele jazykových kurzů velmi přívětivé.

Ekonomické prostředí

Mezi ekonomické vlivy řadíme reálný příjem domácností, míru inflace, vývoj nezaměstnanosti či HDP.

Počet nezaměstnaných osob v České republice dosáhl k 31. 12. 2010 363 tisíc. V Moravskoslezském kraji je evidováno k 31. 12. 2010 82 776 uchazečů o práci. Osob nezaměstnaných déle jak 1 rok činí ke konci roku 2010 159,9 tisíc osob, což je o celých 47 tisíc osob více než rok předchozí. Lidé dlouhodobě nezaměstnaní ztrácejí své pracovní návyky, svoji kvalifikaci, pracovní schopnosti, nesnaží se rozvíjet svoji kvalifikaci a proto zvyšující se požadavky na znalost cizího jazyka je pro ně bezpředmětná. Pro jazykový trh se tím sníží počet potencionálních zákazníků, kteří by mohli zvyšovat své jazykové vzdělání

V roce 2010 dosáhla průměrná měsíční mzda v České republice výše 23 951 Kč a v Moravskoslezském kraji činí 22 042 Kč. Zde je patrné, že v Moravskoslezském kraji je nižší průměrná měsíční mzda než v České republice. To může zapříčinit nižší množství potencionální zákazníků jazykových škol. Výše průměrné mzdy ovlivňuje zákazníky při výběru zboží či služeb. Zákazníci mohou investovat méně prostředků do kvalitní výuky cizích jazyků.

HDP lze použít jako měřítko životní úrovně a relativního bohatství společnosti pomocí přepočtu HDP na jednoho obyvatele. HDP v České republice dosahuje meziročního růstu 2,6 % a v Moravskoslezském kraji činí meziroční pokles 7,6 %. Pokles způsobuje u většiny lidí tendenci šetřit a z tohoto důvodu neinvestují tolik peněz do vzdělání.

Legislativní prostředí

Zahrnuje soustavu zákonů, vyhlášek a předpisů vlády, které ovlivňují celý jazykový trh již od samého vzniku. Stát těmito pravidly chrání celospolečenské zájmy, spotřebitele a výrobce. Pro výuku cizích jazyků jsou určeny pravidla udělování akreditací podle vyhlášky MŠMT.

Základní předpisy

- Zákon č. 1/1993 Sb. ústavy České republiky, která poskytuje obecný právní rámec.
- Listina základních práv a svobod v čl. 33 zaručuje práva občanů a povinnosti státu v oblasti vzdělávání.
- Zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělání. K 1. 1. 2005 vstoupil v platnost nový školský zákon, který nahradil dosavadní školský zákon o školských zařízeních a zákon o státní správě a samosprávě ve školství. Stanovil zásady a cíle vzdělávání, dvouúrovňový systém vzdělávacích programů, jimiž se má cílů dosahovat. Tu tvoří školy, které uskutečňují vzdělávání podle rámcových vzdělávacích programů, a školská zařízení, která poskytují vzdělávání a služby, jež doplňují nebo podporují vzdělávání ve školách.

Nařízení

- Nařízení vlády č. 689/2004 Sb., o soustavě oborů vzdělání v základním, středním a vyšším odborném vzdělávání.

Vyhlášky

- Vyhláška MŠMT č. 33/2005 Sb., o jazykových školách s právem státní jazykové zkoušky a státních jazykových zkouškách.

Sociálně kulturní prostředí

Sociálně kulturní prostředí výrazně ovlivňuje celkový charakter spotřebního a nákupního chování. Jedná se o celkový postoj k výrobkům, k reklamě a firmě.

Znalost nejméně dvou světových jazyků, zejména anglického jazyka, se v dnešní době považuje za prioritu. Znalost jazyků zvyšuje konkurenceschopnosti Čechů nejen na Evropském trhu práce. Firmy se snaží prorazit za hranice českého státu, z tohoto důvodu v posledních letech vzrostla poptávka po firemních kurzech, kde je nejčastěji využíván anglický a německý jazyk. Lidé, kteří mají nedostačující znalosti cizího jazyka, se v dnešní době snaží více než kdy jindy tyto nedostatky eliminovat. Z tohoto důvodu navštěvují jazykové kurzy, kterých je v dnešní době nepřeberné množství.

Spotřebitelé nakupují a užívají produkty a služby, které jim poskytují pocit seberealizace.

Technologické prostředí

Na trhu jazykové přípravy se v posledních letech vyskytují nové formy výuky, které se snaží oslovit co nejširší skupinu zákazníků prostřednictvím překonání časových a místních bariér prostřednictvím e-learningu, SMS zpráv či prostřednictvím programu Skype.

V současnosti se při výuce cizích jazyků využívá především reálná komunikace, která je vytvořena právě díky programu Skype. Prostřednictvím výuky přes Skype dochází k ušetření času na dojíždění, můžete si zvolit vlastní téma i čas výuky.

Metoda SMS výuky jazyků využívá běžně dostupných moderních technologií k tomu, aby studium bylo co nejpohodlnější a nejefektivnější. Základním kamenem projektu je cílené směřování vybraných frází přímo ke studentovi, pomocí každodenního zasílání SMS zpráv. SMS obsahuje tři klíčová slova, která jsou vhodně použita ve větách či frázích, učí se nejen slovní zásobu, ale i užitečné fráze. Díky mp3 nahrávkám student zároveň trénuje poslech a zdokonaluje mluvení. Výhodou se stává skutečnost, že mobilní telefon má stále u sebe a studium není omezeno na určitý čas a místo.

2.3. Chování zákazníku na trhu jazykové přípravy

Nákupní chování je definováno jako chování, kterým se spotřebitelé projevují při hledání, nakupování, užívání, hodnocení a nakládání s výrobky a službami. Spotřebitelé očekávají od výrobku a služby uspokojení svých potřeb.

Rozpoznání problému

Je spojen s okamžikem, kdy si zákazník uvědomí, že znalost cizího jazyka je nedostačující. Zákazník si buď přeje zvýšit požadovanou úroveň, nebo rozšířit své znalosti o další cizí jazyk. Důvody problému mohou být různé. V současnosti cizí jazyk je potřebný v práci, při komunikaci v zahraničí, ve škole i na dovolené.

Hledání informací

Po rozpoznání problému nastává fáze shromažďování informací. Zákazník hledá informace o možnostech, formách a způsobu výuky na jazykovém trhu.

Osobní zdroje informací nám poskytuje rodina, přátelé a sousedé, kteří mají předešlé zkušenosti s určitou formou výuky. Důležité jsou také zdroje informací ze sdělovacích prostředků.

Hodnocení alternativ

Zákazník hledá určitou formu výuky s určitým souborem vlastností, které uspokojí potřebu zákazníka. Každý zákazník má své vlastní kritéria, vlastní preference, podle kterých porovnává přípustné alternativy, zvažuje kladné a záporné stránky o možnostech výuky, ceny a popřípadě další faktory.

Nákupní rozhodnutí

Nákupní rozhodnutí uzavírá kupní rozhodovací proces. Zákazník volí nejlepší alternativu z možných variant. Rozhoduje, kdy nákup uskuteční, tedy pokud se nejedná o impulzivní nákup, který na trhu jazykové přípravy není často využíváný. Další typ nákupního chování je extenzivní nákup. U **Extenzivního nákupu** v případě jazykového vzdělání bude kupující aktivně vyhledávat informace o možnostech, metodách a formách výuky. Kupující bude věnovat pozornost různým informačním zdrojům včetně reklamy, které kupujícímu pomáhají při rozhodování. Pro **limitovaný nákup** je charakteristické, že produkt, značku nebo danou službu kupující nezná. Nemůže využít své zkušenosti s daným nákupem jako u zvyklostního nákupu, který ale není příliš typický pro jazykový trh. Využití **zvyklostního nákupu** je možné při koupi stejné zvolené formy výuky, kterou kupující již v minulosti absolvoval.

Ponákupní chování

Nastává z porovnání očekávaného a skutečného stavu. Před začátkem výuky cizího jazyka má zákazník své očekávání, ale skutečnost může být naprosto jiná a to buď v kladném, nebo naopak záporném slova smyslu. Spokojenost s dosaženou jazykovou úrovní, lze vyjádřit kladným slovem z úst, které je neúčinnější formou komunikace či reklamy.

2.4. Výuka jazyků na VŠB-TU Ostrava

Historie katedry jazyků na VŠB-TUO

Výuka jazyků na VŠB-TU Ostrava procházela zajímavým vývojem, který odrážel tehdejší politickou situaci na našem území. V letech 1904 až 1945 sídlila VŠB v Příbrami. Zde studium jazyků mělo charakter lektorátů, tzn., že studium bylo nepovinné. V tehdejší době byla nabídka poměrně široká. Výuka se realizovala ve dvou typech kurzů – pro začátečníky a pokročilé.

Od roku 1927 zavedlo ministerstvo školství povinnou výuku anglického, francouzského, německého nebo ruského jazyka, pokud některý z těchto jazyků nebyl mateřskou řečí posluchače. Po 2. světové válce byla z výuky vyloučena němčina. Později se

stává povinným jazykem pro všechny posluchače ruština a skončila organizační forma lektorátů jazyků. 1. 2. 1955 došlo k ustavení katedry jazyků v dnešním pojetí pod oficiálním názvem Katedra jazyků při rektorátě VŠB. Vyučovaný povinný předmět byl do indexu zapisován jako "Technická ruština". V průběhu druhé poloviny padesátých let došlo pak k znovuzavedení studia jednoho západního jazyka.

Na přelomu let 1969/1970 měla katedra jazyků již 10 interních pedagogů. Od roku 1972 až do konce roku 1989 zůstávala celostátně i na VŠB prvním cizím jazykem ruština. Začíná se s výukou španělštiny, po určitou dobu se realizují kurzy portugalštiny. V letech 1980 až 1990 byla katedra jazyků součástí fakulty ekonomické. Později z důvodu politických změn se ruší monopolní postavení ruštiny a nastává rozmach zájmu o výuku angličtiny, která byla z volitelných jazyků až za němčinou. Katedra jazyků se stěhuje do vlastní budovy v areálu bývalé vojenské katedry na ulici Dr. Malého a organizačně je zařazena jako celoškolská. V souladu s požadavky Evropské unie zajišťuje katedra výuku pěti jazyků ve všech formách studia tj. prezenční, kombinované, distanční a ve studijních programech - bakalářský, magisterský a doktorský.

Současnost katedry jazyků na VŠB-TUO

V akademickém roce 2010/2011 působí na katedře 39 interních pedagogů a 3 nepedagogičtí pracovníci. V čele katedry stojí od roku 1996 PhDr. Julie Švábová, hispanistka a anglistka, absolventka FF UK v Praze. Katedra je celoškolským zařízením a zajišťuje výuku na všech sedmi fakultách VŠB-TU a ve všech formách studia. Vnitřně se dělí na jednotlivé jazykové sekce. Jedná se o sekce německého, anglického, českého, ruského, francouzského a španělského jazyka.

Katedra rovněž poskytuje studentům ojedinělou možnost vykonání zkoušky TOEFL (Test of English as a Foreign English), kterou uznává k přijetí pět tisíc škol v 90 zemích. Pedagogové ekonomické fakulty se zapojili do projektu Falco, který byl zaměřen na metodickou přípravu akademických pracovníků pro práci s dyslektiky ve výuce angličtiny. Pro dyslektické studenty je připraven, a průběžně se aktualizuje, e-learningový program vycházející z požadavků výuky.

Od roku 2010 je rovněž realizován projekt Zvýšení jazykové kompetence studentů. Jeho výstupem bude elektronická podpora v programu Moodle. Od akademického roku 2010/2011 je zahájena činnost v projektu s názvem Rozvoj jazykových kompetencí pracovníku VŠB-TU Ostrava.

Nabídka jazyků

Anglický jazyk dosáhl statusu lingua franca vědy a techniky, mezinárodního obchodu a diplomacie a proto je přirozené, že počet studentů se zájmem o anglický jazyk na univerzitě každým rokem narůstá. Nejvíce studentů studuje obecně technickou nebo obchodní angličtinu. Studenti si mohou samostatně zvyšovat své kompetence v anglické řeči pomocí počítačové učebny. V počítačové učebně je k dispozici řada multimediálních programů pro různé jazykové úrovně se zaměřením na obecný i odborný jazyk (Business English, Computers).

Románské jazyky jsou zastoupeny **francouzštinou a španělštinou**. Oba jazyky se vyučují v prezenční a kombinované formě. V bakalářském programu i v některých oborech pokračujícího magisterského studia a rovněž v doktorském studijním programu. Výuka probíhá ve všech úrovních. Od začátečnické úrovně, až po pokročilou úroveň i odborný jazyk. Studenti jsou vedeni, aby aplikovali nejčastěji komunikativní dovednosti. Zvláštní důraz se klade na osvojení slovní zásoby studovaného oboru. V posledních letech zájem o španělský jazyk značně roste.

Německý jazyk je vyučován ve všech formách studia. Počet studentů, zabývajících se německým jazykem klesá. Klesající zájem studentů o německý jazyk má pozitivní vliv na samotnou výuku. Vyučující pracují s menší skupinou studentů, což vede ke zkvalitnění úrovně výuky, možnosti individuálního přístupu ke studentům, studenti mohou v hodinách více diskutovat a připravovat vlastní prezentace. Studenti jsou motivováni k tomu, aby se nebáli aktivně zapojit do výuky. Katedra nabídla zájemcům také specializovaný přípravný kurz ke zkoušce Zertifikate Deutsch für den Beruf a kurz Fit für den Job 2010.

Ruský jazyk si volí čím dál více studentů. V akademickém roce 2010/2011 si zvolilo jazyk 500 posluchačů ekonomické fakulty, z toho bylo 460 zájemců právě o výuku pro začátečníky. Na katedře se vyučuje ruština také pro středně pokročilé, kteří absolvují kromě výuky obecného jazyka také jeden semestr jazyka odborně a profesně zaměřeného. Výuku ruského jazyka vede rodilá mluvčí. Nástavbový kurz ruštiny je pravidelně pořádán pro absolventy začátečnické výuky.

Výuka **češtiny** je každoročně pořádána pro studenty programu Erasmus. Kurzy jsou zaměřeny na zvládnutí jednoduché komunikace v češtině. Studenti jsou seznámeni se zajímavostmi Ostravy, regionu, České republiky a výraznými osobnostmi. Výuka je zaměřena na práci s odborným ekonomickým jazykem s cílem gramaticky a stylisticky správně

prezentovat vlastní myšlenky. Mezi nejčtenější skupinu patří studenti zemí bývalého Sovětského svazu.

Katedra jazyků vychází vstříc studentům, kteří se připravují na pobyt v zahraničí v rámci projektu Erasmus.

Ostatní formy jazykového vzdělání na VŠB-TUO

Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava poskytuje i další formy vzdělání v oblasti cizích jazyků. Student v rámci výuky si může zvolit absolvování předmětu, kde přednášky, cvičení i závěrečná zkouška probíhá v cizím jazyce.

Program Erasmus nabízený VŠB-TUO je obrovskou příležitostí pro zlepšení jazykových dovedností. Studenti se během svého studia mohou zúčastnit 1x studijního pobytu v zahraničí a 1x pracovní stáže v zahraničí. Pracovní stáže může zajistit domácí vysokoškolská instituce nebo jí určená zprostředkovatelská organizace nebo si ji student může zajistit sám. Studijní program nabízí nové zážitky a zkušenosti. Doba studia je nejvhodnější příležitostí, kdy si můžete zvýšit své jazykové znalosti.

VŠB-TUO dále nabízí výuku firemní angličtiny, která se zaměřuje na zdokonalení anglického jazyka pro firemní problematiku, což umožňuje další profesionální růst, kurz je nabízen studentům Ekonomické fakulty zdarma a bude ukončen získáním osvědčením o absolvování kurzu firemní angličtiny. Zde studenti získávají nejen teoretické, ale i praktické znalosti a dovednosti v oblasti obchodní angličtiny.

3 Teoretická východiska

Svět spotřebního chování – svět, ve kterém všichni žijeme, ovlivňuje nás a my zpětně působíme na to, co „nabídne“ on nám, jak dokáže uspokojit naše potřeby [7].

Spotřební chování není jen chování spojené s konkrétním nákupem nějakého výrobku nebo služby. Je to obsáhlý komplex navzájem se prolínajících a působících složek.

3. 1. Zákazník - spotřebitel

Poznání spotřebitele, jeho potřeb, emocí, zájmů, hodnotové orientace atd. je základní podmínkou pro úspěch určitého subjektu trhu. Zvolení marketingové mixu a marketingové komunikace je podstatně jednodušší, když znáte potřeby, touhy, zájmy a kupní chování zákazníka [5]. Zákazník si vybírá výrobky, které nejlépe vyhovují a nejlépe řeší jeho problém.

Kupní spotřebitel

Obvykle bývá chápán jako konečný spotřebitel, tedy ten, kdo užívá produkty pro svou vlastní potřebu. V literatuře je někdy zmíněn i pojem organizovaný spotřebitel, tedy organizace a instituce, které nakupují a používají produkty pro své potřeby.

Zákazník

V nejširším slova smyslu ten, kdo projevuje zájem o nabídku produktů a služeb, kdo vstupuje do jednání s firmou, kdo si prohlíží vystavené zboží, objednává, nakupuje a platí [6].

Současný spotřebitel

V současné době digitální revoluce umožňuje zdokonalovat výrobní technologie, vyvíjet a nabízet dokonalejší produkty, využívat nových technik při prodeji a využívat nové možnosti výzkumu trhu. Tyto změny mají dopad také na zákazníka a jeho chování. Zákazník má větší moc než kdykoliv předtím, snadněji a efektivněji získává informace o výrobcích, službách, firmách, které produkují a prodávají výrobky či služby, a to především prostřednictvím internetu. Zákazník se stává náročnějším, má velkou možnost výběru. Vlivem okolního prostředí se zákazník mění.

3. 2. Chování spotřebitelů

Nákupní chování spotřebitelů je ovlivňováno kulturními, sociálními a osobními faktory. Nejširší a nejhlubší vliv mají faktory kulturní. Kultura, subkultura a společenská třída mají obzvláště značný vliv na kupní chování spotřebitelů [8].

Kulturní faktory

Kultura je celkový souhrn nabytých názorů, zásad a zvyků, které slouží k usměrňování nákupního chování členů konkrétní společnosti. Kultura existuje proto, aby uspokojovala potřeby lidí ve společnosti. Kultura se lidé učí již od narození, kdy je přijímána od rodiny.

Subkultura je menší, více homogenní společenství s určitou kulturou, kterou zastávají lidé s určitým vztahem k hodnotám a s určitým vzorem chování. K subkulturám patří národnosti, náboženství, rasové skupiny a geografické regiony.

Společenská třída je seskupení, kde členové sdílejí podobné hodnoty, zájmy a způsoby chování. Společenské třídy mají několik charakteristických rysů. Lidé ve stejné třídě mají tendenci chovat se navzájem podobně a zároveň jinak, než lidé z odlišné společenské třídy. Společenské třídy se liší oděvem, způsobem řeči, mají různé preference při výběru výrobků a služeb [8,9].

Společenské faktory

Výrazně ovlivňují chování spotřebitele. Mezi tyto faktory řadíme referenční skupiny, rodinu, společenskou roli a postavení.

Referenční skupiny definují normy a ovlivňují chování určitého okruhu lidí a určují, co je a co není dovoleno. Lidé jsou výrazně ovlivněni referenčními skupinami, které vystavují jednotlivce novým způsobům chování, životního stylu a ovlivňují jejich názory a sebepojetí. Skupiny, které mají na osobu přímý vliv, označujeme jako členské skupiny. Členské skupiny dělíme na **primární skupiny**, do kterých můžeme řadit rodinu, přátele, sousedy, spolupracovníky, spolužáky. Lidé také náležejí do **sekundární skupiny**, které zahrnují náboženské, profesní a odborové skupiny. Sekundární skupiny bývají formálnější a nevyžadují nepřetržitou interakci.

Lidé jsou ovlivňováni i skupinami, do kterých nepatří. Jedná se o *Aspirační skupinu*, do které by se jednotlivec rád připojil a *disociační skupinu*, kde se spotřebitel za žádných okolností nechce stát členem, nesouhlasí s jejich hodnotami a chováním.

Rodina

Rodina je nejdůležitější nákupní organizační jednotkou spotřebního zboží ve společnosti a členové rodiny tvoří nejvlivnější primární referenční skupinu.

Rodina poskytuje základní sociální zkušenosti, orientaci v náboženství, politice a ekonomice, ale také v sebeúctě a lásce [13].

Společenská role a postavení

Postavení spotřebitele v každé skupině lze definovat z hlediska rolí a postavení. Společenská role je zpravidla definována jako jednání a počínání, které skupina očekává nebo vyžaduje od člena skupiny [17]. Každá role s sebou nese určité postavení. Lidé si vybírají výrobky, které odrážejí a sdělují jejich roli a skutečné nebo žádoucí postavení ve společnosti.

Osobní faktory

Rozhodnutí kupujících je ovlivněno také jejich osobními charakteristickými vlastnostmi. Patří k nim věk kupujícího a stadium životního cyklu, v němž se nachází, zaměstnání a ekonomické okolnosti, osobnost a sebepojetí, životní styl a hodnoty [8].

Věk a fáze života

„Preference a vkus při nákupu potravin, oblečení, nábytku a dovolených se s věkem často mění“¹. Nákup je ovlivňován životním cyklem rodiny, tedy fázemi, jimiž rodiny během své existence procházejí.

Výběr výrobků je také ovlivněn ekonomikou, příjmem spotřebitele, úsporami a dluhy.

Osobnost a sebepojetí

Jako osobnost označujeme konkrétního člověka se všemi jeho psychickými a fyzickými vlastnostmi. Člověk je nositelem psychické a předmětné činnosti a současně i společenských vztahů. Psychickými vlastnostmi rozumíme schopnosti, dovednosti a znalosti, vlastnosti, potřeby, motivy, postoje a hodnoty.

Osobnost může být užitečnou proměnnou při analýze volby značky spotřebitele. I značky mají svoji osobnost, proto spotřebitelé často volí a užívají značky, které mají shodnou osobnost s jejich vlastním sebepojetím. Přestože v některých případech může být tato shoda založena na zidealizovaném sebepojetím, nebo dokonce na tom, jak ho vnímají jiní a nikoliv na skutečnosti [8].

1) KOTLER, P. WONG, V. SAUNDERS, J. ARMSTRONGS, G. *Moderní marketing*. 4. evropské vydání. Grada Publishing, 2007. 1041 s. ISBN 0130404403. Str. 319

Životní styl

Každý člověk nebo skupina si formuje vlastní životní styl. „Životní styl je výrazem lidské individuality, její jedinečnosti a zvláštnosti“². Životní styl je jedním z identifikačních znaků pro příslušnost v určité sociální vrstvě. Je sice individuálním znakem, ale sociální určení zcela nepostrádá, tzn., že v sociálních vrstvách nebo skupinách lze zaznamenat podobnost životních stylů.

Psychologické faktory

Nákupní rozhodnutí je dále ovlivněno čtyřmi důležitými faktory, kterými jsou motivace, vnímání, učení a předsvědčení a postoje.

Vnímání spotřebitele

Jedná se o proces výběru, organizování a interpretaci informací, které jim poskytují obraz okolí. Na každého spotřebitele působí nepřeborné množství podnětů, signálů z okolního, ale i z vnitřního světa. Lidé mohou stejný podnět vnímat různými způsoby. Z hlediska spotřebního chování nás zajímají právě stimuly, které zasahují do spotřebního chování. Vnímání začíná okamžikem registrace podnětu, kdy spotřebitel není schopen smyslově vnímat všechny podněty. Stimuly, které získají pozornost spotřebitele, jsou vnímány určitým způsobem a spotřebitelé je dále „organizují“ dle jistých zákonitostí. Uspořádanému vjemu pak spotřebitelé přisuzují význam, vykládají, interpretují je na základě svých poznávacích schopností, poté ukládají do paměti části získaných informací, které souhlasí s jejich názory nebo postoji [1,9].

-
- 1) NOVÝ, I. SURYNEK, A. a kolektiv. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. 2. Přepřacované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 287 s. ISBN 80-247-1705-0. Str. 215
 - 2) ŘÍČAN, P. *Psychologie osobnosti – obor v pohybu*. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 200 s. ISBN 978-80-247-1174-4. Str. 156

Učení

„Člověk je patrně tvorem, v jehož vývoji hraje učení největší roli“³. Učení vede ke změnám v individuálním chování, které jsou důsledkem zkušenosti. Většina lidského chování je naučená. Teoretici se domnívají, že k učení dochází vzájemným působením motivů, podnětů, náznaků, reakcí a donucování. Všechno, co není v projevech lidského chování vrozené, se utvořilo v procesu učení.

Modelování - učení pozorováním - sociální učení

Spotřebitel si osvojuje určité spotřební jednání na základě sledování jiných osob tzv. napodobování projevu. Jedná se o složitý proces, ve kterém jedinec zpracovává a v paměti ukládá informace ze sledování osob, které v budoucnu použije pro vlastní situace. Nejedná se pouze o pouhou nápodobu. Na obrázku 3. 1. nalezneme průběh modelování. Nejprve je nutné upoutat spotřebitelovu pozornost ke vhodnému modelu, poté si chování modelu musí spotřebitel zapamatovat a být schopen převést tuto informaci do vlastního jednání. Spotřebitel k modelování musí být motivován.

Obr. 3. 1. Průběh modelování



Postoje a Přesvědčení

Lidé získávají postoje a přesvědčení na základě jednání a učení, které ovlivňují nákupní chování.

Na základě *postojů* spotřebitel zaujímá příznivě nebo naopak nepříznivě zabarvený vztah k určitému objektu. Objektem se mohou stát lidé, události i abstraktní objekty. Postoje mají určitý směr a orientaci, navazují na procesy učení, jsou jejich výsledkem a na druhou stranu k nim mohou vést či podmiňovat je. Postoje slouží k orientaci i při spotřebním rozhodování.

Funkce postojů rozdělujeme do čtyř základních skupin. **Utilitářská funkce** napomáhá spotřebiteli k dosažení hledaného užitku. **Sebeobranná funkce** chrání spotřebitelům jejich "já" - fyzicky i psychicky. **Funkce vyjadřující hodnotu** umožňuje vyjadřovat ve spotřebním chování osobní hodnoty a **funkce ocenění objektu** pomáhá spotřebiteli organizovat jeho znalost trhu.

Přesvědčení je mínění spotřebitele o určité skutečnosti. Přesvědčení může být založeno na skutečné znalosti, názoru nebo na víře. Marketingoví specialisté se zajímají o přesvědčení,

které lidé zaujímají vůči výrobkům a službám. Tato přesvědčení vytváří image produktu a značky, což ovlivňuje nákupní chování [1,7].

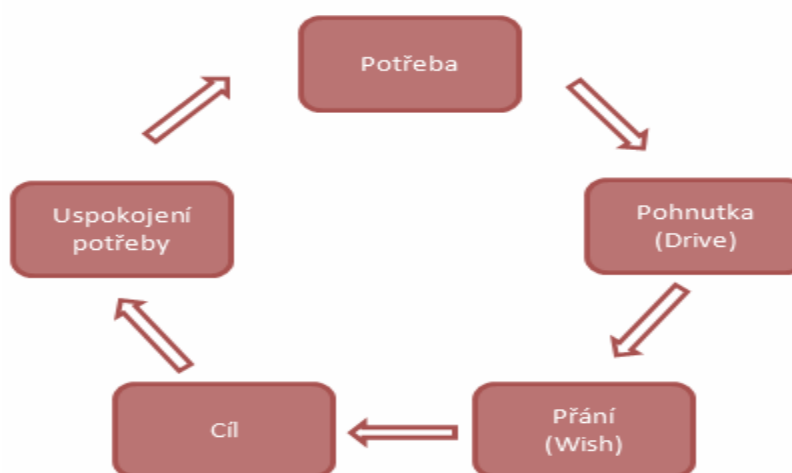
Potřeby a motivace

Pod pojmem motivační struktura rozumíme relativně stále dispozice člověka jednat v určitých životních situacích svým osobitým způsobem. Lze říci, že motivace člověka se utváří a vyvíjí celý život a tak jak se utváří a vyvíjí jeho osobnost.

Lidská motivace se skládá z jednotlivých dílčích motivů. Každý jednotlivý motiv je charakterizován svoji intenzitou, jakou působí, směrem a cílem, ke kterému se vztahuje, a trváním, délkou času, po kterou ovlivňuje chování [3].

Základní zdrojem motivace jsou konkrétní potřeby člověka. Potřeba představuje stav nerovnováhy organismu. Oproti tomu uspokojená potřeba přestává být pohnutkou jednání v určitém směru. Potřeba se při překročení určité hranice stává motivem, můžeme ho vyjádřit jako řídicí hybnou sílu určenou k odstranění napětí v organismu. Na motivaci je třeba nahlížet jako na proces zobrazený na obrázku 3. 2. Počáteční napětí (aktivovaná potřeba) ve formě pohnutky se může projevit různými způsoby, poté přechází do podoby již relativně konkrétního přání, kde představuje specifikaci způsobu uspokojení potřeby. Motivace má svou sílu a směr. [1].

Obr: 3.2. Motivační proces



Klasifikace potřeb

Spotřební chování může být podmíněno různými potřebami. Všichni lidé mají v každém okamžiku řadu nejrůznějších potřeb a očekávání. Lidské potřeby a touhy jsou v podstatě zcela neomezené, velmi různorodé a navíc se ještě mění. Jejich spektrum přechází od potřeb základních (fyziologických) přes potřeby individuální až k potřebám společenským, nadstavbovým. Pod pojmem potřeba se rozumí rozpor mezi stávající situací (momentálním stavem) a lidským očekáváním (stavem požadovaným). Jedná se tedy o určitý pocit nedostatku, nouze [3]. Maslowova klasifikace potřeb je nejčastěji používána v rámci analýzy spotřebitele a jeho chování.

Na obr. 3.3. je uvedena Maslowova pyramida potřeb. Po uspokojení jednoho druhu svých potřeb se lidé většinou snaží spokojit své další potřeby. Základnu pyramidy představují potřeby fyziologické, které zahrnují uspokojení potřeby hladu, žízně a spánku, nad nimi se nacházejí potřeby související s bezpečností a jistotou, která vyjadřuje nutnost stability a známosti prostředí, následují potřeby lásky a přátelství, potřeby uznání vyjadřující respekt a sebeúctu. Na vrcholu této pyramidy se nachází potřeba sebeaktualizace neboli seberealizace.

Obr. 3.3. Maslowova Pyramida potřeb



3.3. Nákupní role spotřebitelů

Nákupní rozhodování jednotlivce či rodiny zpravidla představuje řetězec různých rolí, které mohou ovlivnit nákup mnoha způsoby. **Iniciátor** jako první navrhne možnost nákupu určitého výrobku nebo služby. **Ovlivňovatel** svými názory ovlivňuje rozhodnutí o koupi. Osoba, která provede nákupní rozhodnutí nebo jeho část, se nazývá **rozhodovatel**. **Nákupčí** je osoba, která provede samotný nákup, nemusí se jednat o rozhodovatele nákupu. Osoba, která výrobek nebo službu spotřebuje nebo užívá, se nazývá **uživatel**.

3.4. Rozhodovací proces

Vyznačuje se určitou posloupností aktivit, které postupně zvyšují rozhodnutí si daný výrobek či službu zakoupit.

Obecně se zdůrazňuje pět hlavních fází kupního rozhodovacího procesu. Jedná se o rozpoznání problému, hledání informací, hodnocení alternativ, nákupní rozhodnutí a podkupní chování. Spotřebitelé nemusí procházet vždy všemi pěti etapami. Některé z nich mohou vynechat nebo také mohou změnit jejich pořadí

Rozpoznání problému

Rozpoznání problému je spojeno s okamžikem, kdy si jedinec uvědomí rozdíl mezi skutečným a požadovaným stavem [2]. Na vznik problému můžeme nahlížet ze **dvou** pohledů. Problém může nastat díky nepříznivé změně současného stavu, a to *poškozením* určitého zařízení, vybavení. Tyto problémy jsou převážně spojeny s předměty dlouhodobé spotřeby, daný výrobek se opotřebovává a ztrácí schopnost plnit svoji funkci, *vyčerpání zásob a zhoršení kvality* marketingových nástrojů nebo díky *zvýšení* úrovně požadovaného stavu, který spotřebitel rozpoznává jako zvýšení možností, které jsou spojeny s uspokojením dané potřeby (tržní novinky, nové aktivity). Jejich uvědomění může vyplynout také ze změny podmínek (zlepšení finanční situace).

Kupní rozhodovací proces se nemusí dále rozvíjet, pokud rozpor není dostatečně motivující. Zdroje k jeho vyřešení zřetelně nestačí a podmínky spojené s řešením jsou příliš náročné na informace.

Hledání informací

Po rozpoznání neuspokojivého stavu, začíná shromažďování informací, které může probíhat s různou důkladností, s různým časovým průběhem a různými způsoby. Všeobecně je, možné postihnout jednak vnitřní a vnější vyhledávání informací, které se v realitě prolíná. *Vnitřním* hledáním se rozumí oživení odpovídajících informací v dlouhodobé paměti spotřebitele, které se opírá o asociční sítě paměti. *Vnější* hledání je získávání informací z vnějšího okolí, a to v případě, kdy vnitřní informace nejsou dostačující [2].

Zdroje informací lze rozdělit do čtyř hlavních skupin. Jedná se o zdroje **osobní**, do kterých můžeme zahrnout především rodinu, přátelé, sousedy a náhodné známé. Reklama, webové stránky, obchodní zástupci a výkladní skříně jsou **komerčním** zdrojem informací. Mezi **veřejné** zdroje zahrnujeme masové sdělovací prostředky a spotřebitelské hodnotící organizace. Zacházení, prohlížení a užívání výrobku se řadí mezi zdroje **zkušenostní**.

Z marketingového hlediska se u každého spotřebitele liší rozsah získávání informací, úsilí o jejich získání, způsoby a zdroji získávání informací.

Na rozsah vyhledávání informací působí předchozí zkušenosti, tržní prostředí, charakteristika výrobku, situační proměnné, predispozice spotřebitele a vnímané riziko.

Čím větší bude vnímané riziko spojené s nákupem určitého výrobku, tím výraznější bude hledání informací, které povedou ke snížení tohoto rizika. Vnímané riziko dělíme do šesti základních skupin, funkční, fyzické, finanční, společenské, psychologické a časové riziko.

Jestliže výrobek nebude fungovat podle očekávání, hovoříme o **funkčním riziku**. **Fyzické** riziko je způsobeno hrozbou pro fyzickou osobu nebo zdraví uživatele. Pokud výrobek nebude mít takovou cenu, jaká za něj byla zaplácena, jedná se o **finanční riziko**. **Společenské** riziko je spojeno s obavou, že výrobek způsobí spotřebiteli společenskou újmu. **Psychologické** riziko je vnímáno, jestliže výrobek negativně ovlivňuje duševní pohodu uživatele. Pokud výrobek, má za následek vynaložení prostředků na hledání dalšího uspokojujícího výrobku dochází k **časovému** riziku.

Spotřebitelé si pro snižování rizika vytvářejí rutinní postupy, jako je vyhýbání se rozhodování, shromažďování informací od přátel. Marketéři musí poskytovat informace i podporu vedoucí ke snížení vnímaného rizika.

Hodnocení alternativ

Spotřebitel zvažuje vhodné alternativy pro nákup. Jedná se o výběr typu výrobku, hodnocení a rozhodování uvnitř výběrového souboru. Spotřebitel hledá výrobky s určitým souborem vlastností, které uspokojí potřebu spotřebitele.

Výběrový, uvažovaný soubor

Vlastní rozhodování spotřebitele mezi značkami na trhu závisí na tom, jaké alternativy budou reálně zvažovány. Celkovou nabídku na trhu můžeme z hlediska rozhodování spotřebitele rozdělit do několika skupin [1]:

Nezbybavený soubor představuje značky, výrobky, které se spotřebiteli nezbybaví, přestože jsou na trhy nabízeny.

Vybavený soubor představuje ty výrobky, značky, na které si spotřebitelé spontánně vzpomenu (spontánně vybavený soubor). Zde patří i ty alternativy, které spotřebitel zjistí během vnějšího hledání informací.

Uvažovaný soubor zahrnuje všechny alternativy, které spotřebitel aktivně zvažuje jako možné pro řešení problému.

Netečný soubor zahrnuje ty značky, o kterých spotřebitel ví, ale přicházejí v jeho rozhodování na řadu až při nedostupnosti značek uvažovaného souboru.

Odmítaný soubor zahrnuje značky, ke kterým spotřebitel zaujímá negativní postoj.

Vlastní rozhodnutí uvnitř uvažovaného souboru

Toto rozhodnutí vychází z domněnek o podstatných vlastnostech, tzn. funkční, symbolické rysy, estetické vlastnosti a nákupní kritéria, z významu přikládaného vlastnostem a také z domněnek o výrobcích či značkách.

Průběh rozhodování spotřebitele

Rozhodování spotřebitele je proces, který sleduje jistý rozhodovací postup. Většinou nemá formalizovanou podobu, jde spíše o rámcové obrysy určitého sklonu rozhodovat se určitým způsobem. Dva základní způsoby rozhodování zahrnují *nekompenzační* rozhodování a *kompenzační* rozhodování.

U kompenzačních modelů mohou vnímané dobré aspekty výrobku pomoci překonat jeho vnímané špatné aspekty. U nekompenzačních modelů spotřebitelského výběru se pozitivní a negativní stránky nemusí vždy vyloučit. V každé fázi nákupního rozhodovacího procesu mohou zasáhnout rušivé elementy či faktory, jejichž působení může zapříčinit neúspěch a odstoupení od nákupu. Jedná se o postoje jiných osob (negativní i pozitivní), dále různé nepředvídatelné situační faktory a v neposlední řadě také rušivé elementy v podobě míry vnímaného rizika a jeho druhu [8].

Nákupní rozhodnutí

Pomocí zhodnocením alternativ se dospívá ke kupnímu záměru, který bezprostředně předchází vlastní nákup. Do nákupního rozhodování můžou zasáhnout postoje ostatních lidí, kteří jsou přítomni nákupní situaci, nečekané situační vlivy a vnímané riziko.

Sociální prostředí znamená působení jiných osob těsně před nákupem, může se jednat o další zákazníky v prodejně, ale i prodavače.

Situační vlivy jsou okolnosti, které na poslední chvíli mohou změnit nákupní rozhodnutí. Mezi významnou skupinu situačních vlivů, které se mohou do průběhu nákupní akce promítnout, patří vlivy obchodního prostředí, jako sortiment, merchandising (způsob vystavení zboží, uspořádání prodejny) a atmosféra obchodu. Vnitřní prvky zahrnují zejména počet a pohyb

zákazníku, smyslové působení, tzn. barevné ladění, intenzitu osvětlení, zvukové pozadí, působení na další smysly, jako například vůně a personál.

Nákupní rozhodnutí – Uzavření nákupní akce

Kupní rozhodovací proces uzavírá jednak **nákup** určitého výrobku, a to buď nákup alternativy z nákupního rozhodnutí, nebo jiné alternativy. Dále **odložení** nákupu z různých důvodů např. díky chybějícímu potvrzení správnosti volby nebo díky krátké době odkladu. **Odmítnutí** nákupu vůbec, jestliže nákupní rozhodnutí má mělké základy.

Ponákupní chování

Poslední fáze je začátek vlastního užívání výrobku. Spokojenost vyplývá z porovnání očekávaného a skutečného stavu. Uspokojení nebo neuspokojení potřeby se projeví již při prvním užití výrobku. Spokojenost není jen výsledkem užívání výrobku, ale v podstatné míře souvisí i s hladinou očekávání. Pokud funkčnost nespĺňuje očekávání, spotřebitel je zklamán, jestliže naopak naplní očekávání, je spotřebitel spokojený a předčí-li jeho očekávání je potěšen.

Spokojenost s užíváním výrobku spotřebitel může projevit třemi způsoby (věrností, kladným "slovem-z-úst" nebo generalizací).

Základem **věrnosti** je solidní výrobek, dobré služby a informace. Věrní spotřebitelé jsou základem úspěšného postavení firmy. Spotřebitel se při dalším nákupu vrací k té samé značce výrobku.

Spotřebitel chválí, produkt či službu ve svém sociálním okolí. Nejúčinnější forma komunikace, která je spojena s osobními referencemi, je právě **Kladné "slovo-z-úst"**.

Generalizace je spojena s dobrou zkušeností s jedním výrobkem dané firmy a proto spotřebitel uvažuje o nákupu dalších výrobků této firmy.

Nespokojenost dává spotřebitel najevo třemi základními způsoby (změnou značky, záporným "slovem-z-úst" a diskriminací).

Pokud spotřebitel v budoucnu neuvažuje o koupi téhož značkového výrobku, znamená to, že **značku změnil**.

Spotřebitel při komunikaci na téma výrobků, firmy, značky se sociálním okolím zaujímá negativní postoj, který se projeví **záporným "slovem-z-úst"**

Diskriminace znamená, že spotřebitel při příštím nákupu nekoupí výrobek shodné firmy.

4 Metodika výzkumu

Tato kapitola je věnována postupu, který je nezbytný pro sběr údajů a pro vyhodnocení znalost cizích jazyků a spokojenosti s úrovní cizích jazyků na VŠB-TUO.

Kapitola definuje hlavní cíle, kterých se má prostřednictvím kvantitativního výzkumu dospět. V rámci marketingového výzkumu bude využito osobního dotazování.

4.1. Cíl výzkumu

Cílem výzkumu byla analýza úrovně cizích jazyků studentů VŠB-TUO a s tím spokojenost s úrovní výuky cizích jazyků na VŠB-TU Ostrava. Další neméně důležité cíle výzkumu jsou zaměřeny na získání informací ohledně zahraničních výjezdů studentů, formu výuky, kterou využívají při studiu cizích jazyků, využití znalostí cizích jazyků a také informovanost studentů o programu Erasmus nabízený VŠB-TU Ostrava a jeho využití.

4.2. Cílový segment

Výzkum byl aplikován na cílový segment, který byl tvořen všemi studenty Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava.

4.3. Typy a zdroje dat

V marketingovém výzkumu jsem využila data primární i data sekundární. Primární data byla získána pomocí osobního dotazování, při kterém bylo dotazováno 100 respondentů. Osobní dotazování se uskutečnilo na katedře jazyků VŠB-TUO a na Ekonomické fakultě VŠB -TUO. Sekundární data se týkala údajů o studentech Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava, ale i aktuálních informací pro analýzu makroprostředí trhu jazykové přípravy. V rámci získávání sekundárních dat, byly využity především odborné publikace a internetové stránky.

4.4. Metoda shromažďování dat

K získání potřebných údajů byla zvolena metoda osobního dotazování. Sběr dat probíhal v měsíci únor mezi studenty VŠB-TU Ostrava. Podkladem osobního dotazování se staly dva dotazníky.

4.5. Struktura dotazníku a jeho zaměření

Pro sběr primárních údajů byly použity dotazníky, které byly v klasické tištěné formě.

První dotazník obsahoval 23 otázek a byl rozdělen do 4 hlavních sekcí. Dotazník obsahoval průvodní dopis.

První část dotazníku byla zaměřena na studium cizích jazyků, kde se zjišťovalo, zdali respondent v současné době studuje cizí jazyk, jak často se věnuje studiu cizích jazyků, jakou formu výuky využívá a popřípadě z jakého důvodu respondent nestuduje cizí jazyk.

Druhá část dotazníku se zabývala současnou znalostí cizích jazyků respondentů. Bylo zjišťováno, zdali respondent je schopen komunikovat v cizím jazyce, analýzu znalostí cizího jazyka, dále byly kladeny otázky ohledně vlastnictví jazykového certifikátu a využití cizích jazyků.

V třetí části byly kladeny otázky ohledně zahraničních výjezdů. Zajímalo mě, zdali respondenti využili možnosti pracovního nebo studijního pobytu v zahraničí, popřípadě v jaké zemi strávili pracovní nebo studijní pobyt a jaké byly důvody nevyužití pracovního a studijního pobytu v zahraničí.

Závěrečná, čtvrtá část byla ponechána identifikačním údajům. Otázky byly zaměřeny na pohlaví respondenta, studovanou fakultu, studovaný ročník a studovanou střední školu.

Druhý dotazník byl vypracován ve dvou variantách. První varianta byla určena pro Ekonomickou fakultu. Dotazník má 4 hlavní sekce s celkovým počtem 19 otázek. Druhá varianta dotazníku byla určena pro zbylé fakulty. Dotazník byl rozdělen do třech hlavních sekcí s celkovým počtem 15 otázek.

První část obou dotazníků byla shodná, jednalo se o zaměření na hlavní cizí jazyk respondenta. Prostřednictvím této části se zjišťovala volba hlavního cizího jazyka, hodnocení týkající se výuky daného jazyka a hodnocení vyučujícího.

Druhá část dotazníku pro Ekf, je zaměřena na volbu vedlejšího cizího jazyka, z důvodu, že na Ekonomické fakultě se vyučují dva cizí jazyky ve čtyřech semestrech. Druhá část se týkala volby druhého cizího jazyka, důvod zvolení, spokojenost s dvousemestrální výukou a hodnocení faktorů při výuce daného druhého jazyka.

Třetí část dotazníku, který byl určený pro Ekf je shodný s druhou částí druhé varianty dotazníku. Tato část je zaměřena na cizí jazyk na VŠB-TUO, kde jsem zjišťovala, zdali student absolvoval předmět v cizím jazyce, pokud ano o jaký předmět se jednalo, popřípadě důvody nestudování předmětu v cizím jazyce, dále byla zjišťována známost programu Erasmus, využití nabízeného programu nebo důvody jeho nevyužití.

Pro charakteristiku respondentů byly využity identifikační otázky, které uzavíraly oba dotazníky. Otázky se týkaly pohlaví respondenta, studované fakulty, studovaného ročníku a vystudované střední školy.

4.6 Rozpočet výzkumu

Do rozpočtu byly zahrnuty veškerá náklady, které souvisely s provedením marketingového výzkumu. Rozpočet zahrnuje veškeré náklady na tisk, které činili 800 Kč.

4.7. Harmonogram činností

Tabulka 4. 1. znázorňuje časové rozvržení jednotlivých fází výzkumu.

Tab. 4. 2. Harmonogram činností

Činnost	Datum konání
Definice problému	15. 12. – 17. 12. 2010
Orientační analýza	5. 1. – 6. 1. 2011
Plán výzkumu	7. 1. – 8. 1. 2011
Pilotáž	10. 1. – 12. 1. 2011
Sběr údajů	3. 2. – 6. 2. 2011
Zpracování údajů	10. 3. – 25. 3. 2011
Analýza údajů	26. 3. – 3. 4. 2011

4.8. Kontrola plánu

Pro kontrolu dotazníku bylo nutné provést pilotáž. Provedenou pilotáží byly zjištěny nedostatky, které byly následně upraveny dle připomínek. Pilotáž byla provedena na deseti studentech VŠB-TU Ostravy, Ekonomické fakulty.

4.9. Realizační fáze

Sběr údajů probíhal ve dnech od 3. 2. 2011 do 6. 2. 2011. Dotazování bylo provedeno na Ekonomické fakultě a na katedře jazyků VŠB-TUO. Dotazníky byly podány studentům v průběhu vybrané přednášky, kde jsem byla předem domluvena s přednášejícím. O pomoc jsem požádala i vyučující cizích jazyků, kteří ochotně souhlasili. Sběr údajů probíhal bez větších komplikací.

4.10. Technické zpracování údajů

Údaje zjištěné dotazováním byly zpracovány pomocí počítačového programu SPSS. V programu byly využity převážně kontingenční tabulky. Ze získaných údajů byla vytvořena datová matice, která sloužila pro snazší vyhodnocení dotazníků. Výsledky byly vyjádřeny v absolutních a relativních hodnotách. Pro zlepšení přehlednosti bylo využito grafického znázornění. Grafy byly upraveny v programu MS Excel. Pro vyhodnocení otázek bylo použito třídění prvního a druhého stupně.

5 Analýza výsledků výzkumu

Pátá část je zaměřená na objasnění konkrétních údajů získaných z výzkumu, které se uskutečnilo v únoru 2011.

5.1 Analýza identifikačních otázek

Závěrečná část obou dotazníků byla věnována identifikačním otázkám, které se týkaly respondentů. Otázky byly zaměřeny na pohlaví studenta, studovaný ročník, navštěvovanou fakultu VŠB-TUO a navštěvovanou střední školu (viz příloha č. 5.1.).

Pohlaví respondent

Osobního dotazování se zúčastnilo celkem 100 respondentů. Při zaměření na respondenty dle pohlaví bylo dotázáno 51 % mužů a 49 % žen.

Studovaná fakulta

Z hlediska studované fakulty bylo z celkového počtu respondentů z Ekonomické fakulty 50 % respondentů. Ostatní fakulty byly zastoupeny v menším počtu. Hornicko – Geologickou fakultu navštěvuje 13 % dotázaných, Stavební fakulta má 9% zastoupení a 8 % respondentů jsou studenti Strojní fakulty.

Studovaný ročník

U otázky, která se týkala studovaného ročníku, jsem zjistila, že 21 % z počtu dotázaných studuje 1. ročník bakalářského studia, 34 % 2. ročník bakalářského studia a 45 % 3. ročník bakalářského studia z celkového počtu dotázaných.

Vystudovaná střední škola

Otázka byla zaměřena na střední školu respondenta. Z celkového počtu se stala nejnavštěvovanější střední průmyslová škola se 36 % respondentů. Všeobecné gymnázium navštěvovalo 27 % respondentů. Absolventem obchodní akademie je 24 % dotázaných a zdravotní školu navštěvovalo 11 % všech dotázaných.

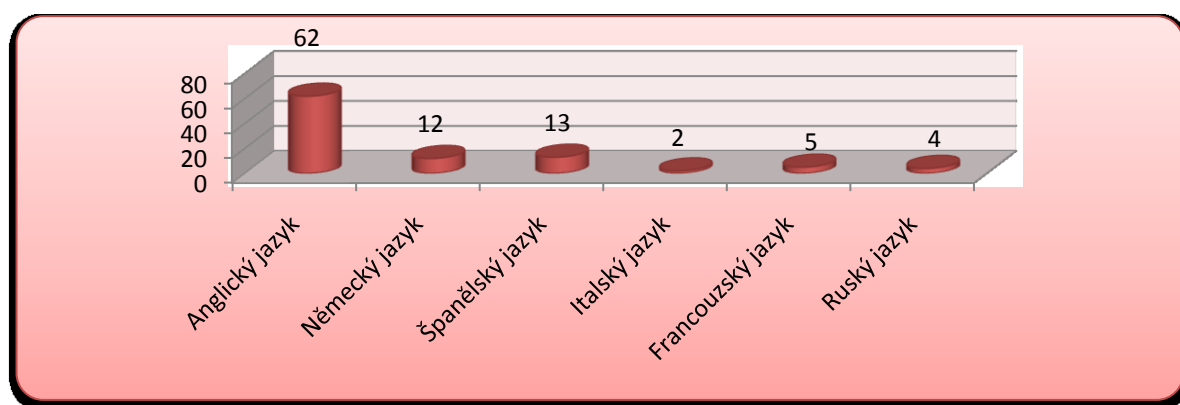
5.2 Úroveň cizího jazyka

5.2.1 Studium cizího jazyka

75 % dotázaných uvedlo, že v současnosti studuje cizí jazyk a v současné době se studiu nevěnuje 25 %. Na tuto otázku odpovědělo 100 respondentů.

Anglický jazyk v současnosti studuje 82,7 % respondentů, španělský jazyk se vyučuje 17,3 % dotázaných, německému jazyku se věnuje 16 % respondentů, francouzský jazyk se vyučuje pouze 6,7 %, ruskému jazyku se věnuje 5,3 dotázaných a italský jazyk studuje 2,7 % respondentů z celkového počtu 75 dotázaných. Grafické znázornění na obr. 5.1.

Obr.: 5.1. Studium cizího jazyka



Důvod nestudování cizího jazyka

Otázka se týkala 25 respondentů, z toho 60 % respondentů se nevěnuje výuce cizích jazyků z důvodu nedostatku času, 24 % respondentů vůbec nepovažuje za důležité studium cizích jazyků, u 12 % respondentů hrají roli finanční důvody a pouze 4 % respondentů je spokojeno se svoji jazykovou úrovní. Zajímavé výsledky byly zjištěny u třídění druhého stupně dle studovaného ročníku, kde 56 % respondentů z 3. ročníku bakalářského studia má nedostatek času na studium cizího jazyka oproti ostatním ročníkům (viz příloha 5.2.).

Délka studia cizích jazyků

71 % respondentů se věnuje studiu cizích jazyků 1x týdně, skoro každý den studuje cizí jazyk 22,7 % respondentů, 1 – 3x měsíčně se ke studiu přiklání 4 % respondentů, 2,6 % respondentů se věnuje cizím jazykům méně než 1x měsíčně. Na tuto otázku nám z celkového počtu odpovědělo 75 dotázaných (viz příloha 5. 3.).

Forma studia cizích jazyků

V rámci školní výuky se věnuje cizím jazykům 58,7 % respondentů. Samostudium při výuce využívá 36 % respondentů, soukromou jazykovou školu navštěvuje 12 % respondentů a 1,3 % respondentů využívá při výuce soukromou osobu a státní jazykovou školu. Otázka byla určena 75 dotázaným z celkového počtu respondentů (viz příloha 5.4.).

5. 2. 2 Současná znalost cizího jazyka

V současnosti je 97 % respondentů schopno komunikovat alespoň jedním cizím jazykem, pouze 3 % dotázaných uvedli, že nejsou schopni komunikovat ani jedním cizím jazykem. Otázka byla určena celkovému počtu respondentů.

Anglickým jazykem je schopno komunikovat 90 % respondentů, z toho 85 % dotázaných ho považuje za svůj hlavní cizí jazyk. Německým jazykem hovoří 22 % dotázaných a za hlavní jazyk ho považuje 15 % dotázaných, španělský jazyk při komunikaci ovládá 14 % respondentů a italským jazykem hovoří 2 % dotázaných (viz příloha 5.5.). Na otázku odpovědělo 97 respondentů.

V rámci této otázky jsem se zaměřila na hodnocení spokojenosti se současnou znalostí cizích jazyků respondentů. Jednalo se především o hodnocení slovní zásoby, porozumění souvislého textu, běžnou komunikaci, odbornou komunikaci a gramatiku. Otázka se týkala celkovému počtu respondentů. Průměrné hodnocení znalostí cizích jazyků je znázorněno na obr. 5.2.

Slovní zásoba

Velmi spokojeno se svoji slovní zásobou je 8 % respondentů, spokojeno je 53 % respondentů, nespokojeno se slovní zásobou je 32 % respondentů a velmi nespokojeno je 7 % respondentů.

Slovní zásoba u respondentů v anglickém jazyce získala průměrnou známku 2,41 a v německém jazyce 2,21.

Porozumění souvislého textu

50 % dotázaných je spokojeno s porozumění souvislého textu, 13 % je velmi spokojeno, 31 % je nespokojeno a 6 % dotázaných je velmi nespokojeno.

Porozumění souvislého textu v anglickém jazyce je ohodnoceno průměrnou známkou 2,29 a v německém jazyce je ohodnoceno známkou 2,36.

Běžná komunikace

21 % respondentů je velmi spokojeno s běžnou komunikací, s využitím cizího jazyka při běžné komunikaci je 38 % respondentů. Nespokojeno je 32 % respondentů a 9 % respondentů jsou velmi nespokojeni.

Běžná komunikace v anglickém jazyce získala průměrnou známku 2,35 a komunikace v německém jazyce je ohodnocena známkou 1,86.

Odborná komunikace

Pouze 4 % respondentů jsou velmi spokojeni s odbornou komunikací, 20 % je spokojeno, celých 43 % respondentů jsou nespokojeni s využitím odborné komunikace a 33 % respondentů jsou velmi nespokojeni.

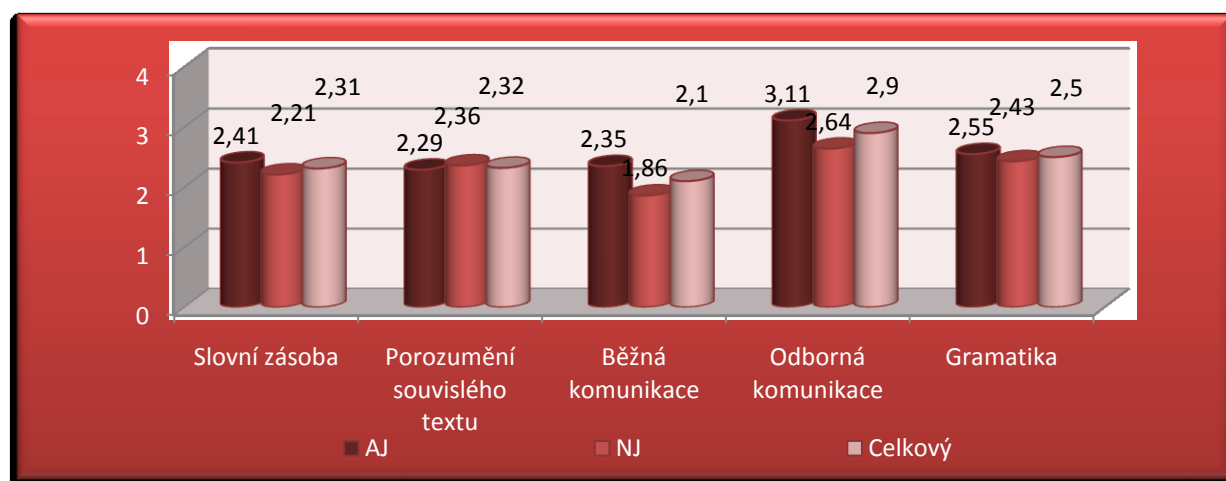
Odborná komunikace je ohodnocena známkou 3,11 v anglickém jazyce a v německém jazyce získala průměrnou známku 2,64.

Gramatika

S gramatikou je velmi spokojeno 10 % respondentů. 37 % se jich domnívá, že jejich znalosti s gramatikou jsou uspokojující, 41% respondentů hodnotí svoje znalosti jako neuspokojující a 12 % respondentů jsou velmi nespokojeni se svoji znalostí gramatiky.

Gramatika anglického jazyka je průměrně hodnocena známkou 2,55 a gramatika německého jazyka je hodnocena známkou 2,43.

Obr.5.2.: Průměrné hodnocení znalostí cizího jazyka



Na otázku, zdali respondenti vlastní jazykový certifikát, odpověděl celkový počet respondentů a z toho pouze 6 % respondentů vlastní jazykový certifikát.

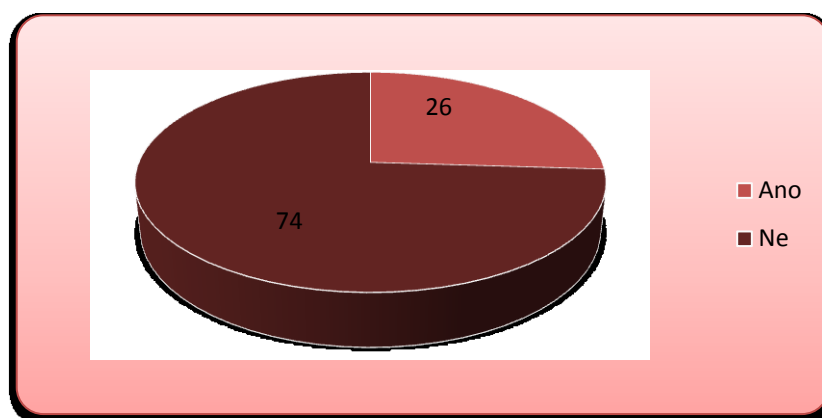
Využití cizího jazyka

Na využití cizího jazyka odpovídal celkový počet respondentů. Při práci v České republice se setkala s cizím jazykem 32 % respondentů. V rámci dovolené využilo znalosti cizích jazyků 65 % respondentů, při práci v zahraničí využívalo cizí jazyk 26 % respondentů a 7 % při studiu v zahraničí (viz příloha 5.7.).

5. 2. 3 Zahraniční výjezdy

Na otázku odpovědělo 100 respondentů, kteří se zúčastnili dotazování. Z toho 26 % dotázaných absolvovalo pracovní pobyt v zahraničí. Grafické znázornění na obr. 5.3.

Obr. 5.3: Absolvování zahraničního pobytu



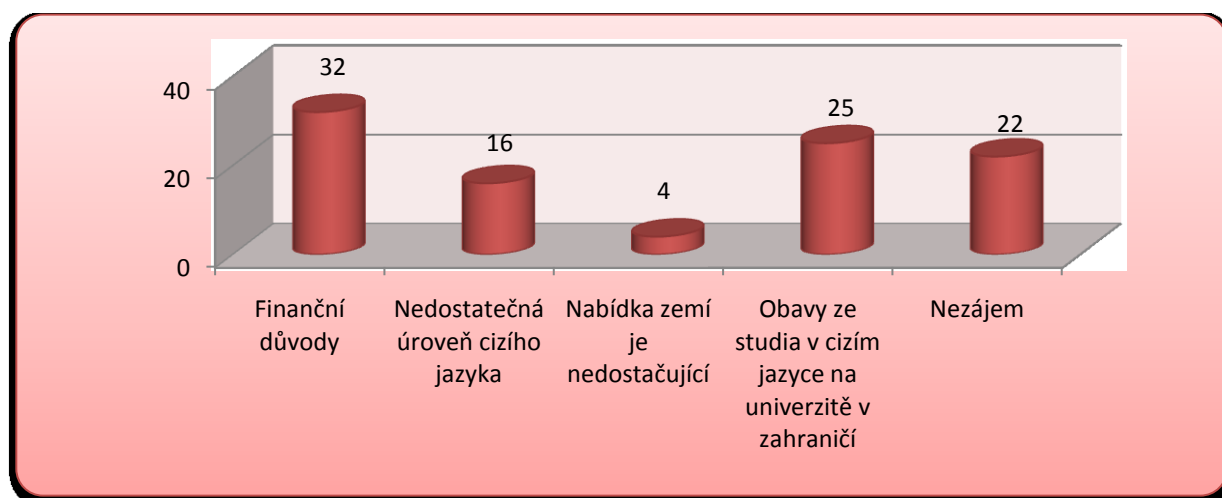
Země pracovního pobytu

Z celkového počtu respondentů odpovědělo na tuto otázku 26 respondentů, kteří se zúčastnili pracovního pobytu. Ve Skotsku pracovalo 30,8 % z dotázaných, pracovní zkušenost ve Velké Británii má 26,9 %, v USA pracovalo 19,2 % dotázaných, 7,7 % respondentů má pracovní zkušenost ve Španělsku a 3,9 % dotázaných pracovalo v Itálii, Německu a na Kypru.

Důvod nevyužití pracovního pobytu

Na otázku z jakového důvodu respondenti nevyužili pracovní pobyt v zahraničí, odpovědělo 74 dotázaných, z toho 39,2 % se obává počátečních finančních nákladů, 25,6 % dotázaných si myslí, že jejich jazyková úroveň je nedostačující pro práci v zahraničí. Nedůvěru ke zprostředkovatelům pracovního pobytu a nezájem o práci v zahraničí má 21,6 % dotázaných. 17,6 % dotázaných má strach či obavu z práce v zahraničí a kvůli trvalému pracovnímu vztahu v ČR nevyužilo tuto možnost 6,8 % dotázaných. Obr. 5. 4. znázorňuje důvody nevyužití pracovního pobytu.

Obr. 5.4.: Důvody nevyužití pracovního pobytu



Nejvýraznější rozdíly dle třídění druhého stupně se projevily u nezáměru o zahraniční pobyt, kde nezáměr má 4,1 % žen a 17,6 % mužů (viz příloha 5.8.).

Studijní program v zahraničí

Stokrát byla položena otázka, zdali respondent absolvoval studijní program v zahraničí. 91 % respondentů se nezúčastnilo zahraničního studijního programu a 9 % respondentů zahraničního programu využili.

Otázka v jaké zemi respondenti absolvovali studijní program, byla určena 9 dotázaným. 77,8 % dotázaných absolvovalo studijní program ve Velké Británii a 22,2 % dotázaných studovalo ve Španělsku.

91 respondentů bylo dotázáno, z jakého důvodu nevyužili pracovní pobyt. Finanční důvody hrály nejdůležitější roli u 30,8 % respondentů, nedostatečná úroveň cizího jazyka je překážkou u 19,8 % respondentů. 4,4 % respondentů si myslí, že nabídka zemí je nedostačující, obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí má 24,2 % respondentů a nezáměr projevilo 20,9 % respondentů (viz příloha 5.9.). U třídění druhé stupně nebyly odhaleny velké rozdíly.

5. 3. Výuka cizích jazyků na VŠB-TUO a mezinárodní zkušenosti

5. 3. 1 Hlavní cizí jazyk na Ekf

Úvodní otázka je rozděluje 50 dotázaných na tzv. angličtináře a němčináře. Anglický jazyk si zvolilo 80 % dotázaných a německý jazyk se stal hlavním jazykem pro 20 % respondentů.

Dvousemestrální výuka

Otázka byla položena 50 respondentů. S dvousemestrální výukou je velmi spokojeno 6 % dotázaných, 28 % dotázaných je spokojeno s délkou výuky, oproti tomu 40 % respondentů je nespokojeno pouze s dvousemestrální výukou a dokonce 26 % respondentů je velmi nespokojeno. U třídění druhého stupně nevznikly výrazné rozdíly.

50 respondentů hodnotilo faktory týkající se výuky cizích jazyků. Jednalo se především o hodnocení počtu studentů ve skupině, uspořádání studentů podle úrovně, délka 1 lekce, učební materiály, zaměření hodin, motivace studia, pokrok v jazykové úrovni, hodnocení u zkoušky a zápočtu (viz příloha 5.10.).

Počet studentů ve skupině

Z celkového počtu dotázaných je 20 % respondentů velmi spokojeno s počtem studentů ve skupině, 32 % dotázaných je spokojeno, celých 40 % respondentů je nespokojeno s počtem studentů a 8 % je dokonce velmi nespokojeno.

Uspořádání studentů podle úrovně

Velmi spokojeno s uspořádáním studentů je pouze 14 % respondentů, spokojeno je 30 % respondentů, 36 % dotázaných je nespokojeno a dokonce 20 % respondentů je velmi nespokojeno. Celkově lze odvodit, že studenti s uspořádáním podle úrovně jsou spíše nespokojeni.

Délka 1 lekce

S délkou 1 lekce je velmi spokojeno 8 % studentů z celkového počtu, 26 % respondentů vyjádřilo spokojenost, celých 44 % respondentů jsou nespokojeni a 22 % respondentů jsou velmi nespokojeni.

Učební materiály

18 % dotázaných je s učebními pomůckami velmi spokojeno, 56 % dotázaných je spokojeno. Nespokojenost projevilo 20 % dotázaných a 6 % je velmi nespokojeno s učebními materiály.

Zaměření hodin

Při hodnocení faktoru, který se týkal zaměření hodin, je s faktorem velmi spokojeno 8 % respondentů, celých 50 % respondentů jsou spokojeni se zaměřením hodin, oproti tomu 38 % z celkového počtu dotázaných je nespokojeno a 4 % dotázaných jsou dokonce velmi nespokojeni.

Motivace studia

S motivací studia je velmi spokojeno pouze 8 % studentů, spokojeno s motivací je 24 % respondentů, celých 48 % je nespokojeno s tímto faktorem a 20 % respondentů je velmi nespokojeno s motivací studia.

Pokrok v jazykové úrovni

Velmi spokojeni s dosaženým pokrokem jsou pouze 4 % dotázaných. Spokojenost zaznamenalo 32 % dotázaných, celých 38 % respondentů nejsou s jazykovým pokrokem spokojeni a dokonce 26 % jsou velmi nespokojeni.

Hodnocení u zkoušky a zápočtu

Z celkového počtu respondentů je 26 % respondentů velmi spokojeno s hodnocením, 52 % respondentů je spokojeno, oproti tomu 20 % respondentů je s hodnocením nespokojeno a 2 % respondentů jsou velmi nespokojeni. Z výsledků je patrné, že s hodnocením u zkoušky a zápočtu jsou studenti spíše spokojeni.

Otázka týkající se hodnocení vyučujících byla položena 50 respondentům. Jednalo se o hodnocení přístupu ke studentům, připravenosti vyučujícího, motivování studentů k dosažení pokroku a schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk (viz příloha 5.11.).

Přístup ke studentům

Velmi spokojeni s přístupem vyučujících ke studentům je 32 % respondentů, spokojenost projevilo 58 % respondentů a pouze 10 % respondentů je nespokojeno s přístupem ke studentům.

Přístup ke studentům byl hodnocen průměrnou známkou 1,78. U anglického jazyka byla průměrná známka 1,75 a průměrná známka u německého jazyka činila 1,90. Z výsledku je patrné, že s přístupem ke studentům jsou více spokojeni studenti anglického jazyka.

Připravenost vyučujícího

S připraveností vyučujícího je velmi spokojeno 40 % respondentů, spokojeno je celých 50 % respondentů a pouze 10 % je nespokojeno s připraveností vyučujícího.

Průměrná známka u tohoto faktoru činila 1,70. Opět studenti anglického jazyka hodnotili připravenost vyučujícího lepší průměrnou známkou, která byla 1,65 a studenti německého jazyk hodnotili průměrnou známkou 1,90.

Motivování studentů k dosažení pokroku

Velmi spokojeni s motivováním studentů k dosažení pokroku jsou pouze 4 % dotázaných, spokojeno s tímto faktorem je 30 % dotázaných, celých 46 % dotázaných je nespokojeno s dosaženým pokrokem a 20 % dotázaných je dokonce velmi nespokojeno.

Motivování studentů k dosažení pokroku bylo hodnoceno průměrnou známkou 2,82. Studenti anglického jazyka hodnotili průměrnou známkou 2,73 a průměrná známka studentů německého jazyka činila 3,20. Z výsledků je patrné, že studenti německého jazyka hodnotili tento faktor o poznání hůře než studenti anglického jazyka.

Schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk

Se schopností donutit studenty aktivně používat cizí jazyk jsou velmi spokojeni 4 % dotázaných. Spokojeno je 28 % respondentů, 40 % je spíše nespokojeno a dokonce 28 % je velmi nespokojeno se schopností aktivně používat cizí jazyk.

Schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk je hodnoceno průměrnou známkou 2,92. Studenti anglického jazyky ohodnotili faktor průměrnou známkou 2,85 a podstatně horší známka 3,20 je u studentů německého jazyka.

5. 3. 2 Vedlejší cizí jazyk na Ekf

Záměrem této otázky byla volba druhého cizího jazyka. Z 50 dotázaných si 16 % respondentů zvolilo anglický jazyk, 22 % respondentů se přiklonilo k německému jazyku, ruskému jazyku se věnuje nebo věnovalo 28 % respondentů, francouzský jazyk si zvolilo 14 % respondentů a španělský jazyk se stal druhým cizím jazykem u 20 % respondentů.

Důvod volby druhého cizího jazyka

Na otázku odpovídalo 50 respondentů. Z důvodu zaplnění kapacity preferovaného jazyka si 6 % dotázaných muselo zvolit jiný cizí jazyk, 48 % respondentů se chtělo naučit nový cizí jazyk, daný jazyk v dřívější době již studovalo 44 % respondentů a 2 % respondentů si

zvolili druhý cizí jazyk z důvodu obtížnosti daného jazyka (viz příloha 5.12.). U třídění druhého stupně nevznikly výrazné rozdíly.

Dvousemestrální výuka

Velmi spokojeno s dvousemestrální výukou je 16 % dotázaných, 36 % dotázaných si myslí, že dvousemestrální výuka je uspokojující, nespokojenost s dvousemestrální výukou projevilo 26 % dotázaných a 22 % je velmi nespokojeno s dvousemestrální výukou druhého cizího jazyka. Otázka se týkala 50 respondentů.

V této části se zabývám hodnocením faktorů týkající se výuky cizích jazyků. Jednalo se především o hodnocení počtu studentů ve skupině, uspořádání studentů podle úrovně, délka 1 lekce, učební materiály, zaměření hodin, motivace studia, pokrok v jazykové úrovni, hodnocení u zkoušky a zápočtu (viz příloha 5.13.). 50 respondentů hodnotili faktory týkající se výuky cizích jazyků.

Počet studentů ve skupině

S velikostí skupiny je velmi spokojeno 28 % respondentů, spokojenost projevilo 36 % respondentů. Nespokojeno s počtem studentů ve skupině je 28 % respondentů a 8 % je velmi nespokojeno s tímto faktorem.

Uspořádání studentů podle úrovně

20 % respondentů je s uspořádáním velmi spokojeno, 42 % respondentů je spokojeno. Nespokojenost projevilo 10 % respondentů a 28 % je velmi nespokojeno s uspořádáním studentů podle dosažené úrovně.

Délka 1 lekce

Délka 1 lekce vedlejšího cizího jazyka je pro 10 % studentů velmi uspokojující, 34 % dotázaných je spokojeno. Nespokojenost vyjádřilo 44 % respondentů a velmi nespokojeno s délkou 1 lekce je 12 % studentů.

Učební materiály

S učebními materiály je velmi spokojeno 24 % respondentů, z celkového počtu je spokojeno 54 % respondentů, pouze 18 % respondentů je nespokojeno a 4 % jsou velmi nespokojeni s učebními materiály.

Zaměření hodiny

Velmi spokojeno s tímto faktorem je 20 % respondentů, 54 % studentů je spokojeno se zaměřením hodin. Nespokojenost vyjádřilo 24 % dotázaných a pouze 2 % dotázaných je nespokojeno se zaměřením hodin.

Motivace studia

S motivací ke studiu je velmi spokojeno 16 % respondentů, 34 % je spokojeno s tímto faktorem oproti tomu 35 % respondentů projevilo nespokojenost s motivací studia. 20 % z celkového počtu je velmi nespokojeno.

Pokrok v jazykové úrovni

Velmi spokojeno s pokrokem v oblasti cizích jazyků je 14 % dotázaných, celých 48 % respondentů je spokojeno s dosaženou úrovní cizích jazyků. Nespokojenost vyjádřilo 24 % respondentů a velmi nespokojeno bylo 14 % respondentů.

Hodnocení u zkoušky a zápočtu

S hodnocením je velmi spokojeno 32 % respondentů, celých 50 % z celkového počtu je spokojeno s tímto faktorem, pouze 14 % respondentů je nespokojeno a pouhé 4 % respondentů je velmi nespokojeno.

5. 3. 3 Cizí jazyk na VŠB-TUO

Na otázku týkající se studia předmětu v cizím jazyce odpovídalo 50 respondentů. Pouze 8 % respondentů studovalo předmět v cizím jazyce a jednalo se o statistiku A, zbylých 92 % respondentů nestudovalo předmět v cizím jazyce

Důvod nestudování předmětu v cizím jazyce

Otázka byla určena 46 respondentům, z toho 24 % se domnívá, že jejich jazyková úroveň je nedostačující, 26 % respondentů se obává větší náročnosti studia předmětu, 8,7 % respondentů si myslí, že nabídka předmětů v cizím jazyce je nedostačující, 6,5 % respondentů se domnívá, že je předmět ohodnocen nízkým počtem kreditů, 17,4 % respondentů vůbec nevědělo o nabídce studia předmětu v cizím jazyce a shodný počet respondentů neuvažovalo o studiu předmětu v cizím jazyce. U třídění druhého stupně dle pohlaví byly nejzřetelnější rozdíly u nedostatečné jazykové úrovně, kde si 19,5 % žen a pouze 4,3 % mužů myslí, že jejich úroveň je nedostačující (viz příloha 5.14.).

Program Erasmus

98 % všech respondentů zná program Erasmus nabízený VŠB-TUO a zbylé 2 % dotázaných netušilo, o jaký program se jedná. Na otázku odpovídalo 50 respondentů.

Využití studijního programu

Z 50 respondentů pouze 6 % absolvovalo studijní program v zahraničí a 94 % respondentů nevyužilo možnost studovat v zahraničí.

3 respondenti byli dotázáni, kde strávila studijní program. 66,7 % respondentů se zúčastnili studijního programu ve Velké Británii a 33,3 % absolvovalo studijní program ve Španělsku.

Důvod nevyužití programu Erasmus

Otázka se týkala 47 respondentů, kteří nevyužili možnost studovat v zahraničí. Finanční důvody se staly rozhodujícím faktorem u 27,7 % respondentů, 19,1 % respondentů si myslí, že jejich úroveň cizího jazyka je nedostačující, obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí má 34,1 % respondentů a nezájem o program Erasmus má 19,1% respondentů. U třídění druhého stupně dle studovaného ročníku vznikl výrazný rozdíl u obavy ze studia v cizím jazyce, kde 27,7 % studentů 3. ročníku a pouze 6,4 % 2. ročníku sdílí obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí (viz příloha 5.15.).

5. 3.3 Hlavní cizí jazyk

První otázka je zaměřena na volbu hlavního cizího jazyka. 92 % studentů si za hlavní cizí jazyk zvolili anglický jazyk a pouze 8 % dalo přednost německému jazyku. Otázka byla určena 50 respondentům.

V této otázce respondenti hodnotili faktory týkající se výuky cizích jazyků. Jednalo se především o hodnocení počtu studentů ve skupině, uspořádání studentů podle úrovně, délka 1 lekce, učební materiály, zaměření hodin, motivace studia, pokrok v jazykové úrovni, hodnocení u zkoušky a zápočtu (viz příloha 5.16.). Na otázku odpovídalo 50 respondentů.

Počet studentů ve skupině

Velmi spokojeno s tímto faktorem je 24 % dotázaných, spokojeno je celých 50 % respondentů. Počet studentů ve skupině je po 22 % respondentů nevyhovující a 4 % respondentů je s počtem velmi nespokojeno.

Uspořádání studentů podle úrovně

Skupina studentů s 10% zastoupením je velmi spokojena s uspořádáním, 46 % vyjádřilo spokojenost s dosavadním uspořádáním, 30 % respondentů je v současnosti nespokojeno a 14 % dokonce velmi nespokojeno s uspořádáním studentů podle dosažené úrovně.

Délka 1 lekce

Velmi spokojeno s délkou lekce je 22 % dotázaných, 34 % respondentů je spokojeno s tímto faktorem. Nespokojenost projevilo 36 % dotázaných z celkového počtu a velmi negativní postoj k délce 1 lekce zaujímá 8 % respondentů.

Učební materiály

Z celkového počtu je 28 % dotázaných velmi spokojeno s učebními materiály, které jsou využity při výuce. Spokojenost vyjádřilo 38 % respondentů, 22 % studentů považuje jejich učební materiály za neuspokojující a dokonce 12 % za velmi neuspokojující.

Zaměření hodin

Pro 18 % dotázaných je zaměření hodiny velmi uspokojující. 30 % respondentů je spokojeno se zaměřením hodin. 38 % z celkové počtu respondentů je nespokojeno a 14 % velmi nespokojeno se zaměřením hodin.

Motivace studia

Motivace studia je po 12 % respondentů velmi uspokojující. Spokojenost také vyjádřilo 34 % respondentů a shodný počet dotázaných je nespokojen s motivací studia. Velmi nespokojeni s motivací studia je 20 % respondentů.

Pokrok v jazykové úrovni

Velmi spokojeno s dosaženým pokrokem je 10 % respondentů. Pokrok také zaznamenalo 32 % respondentů. Z celkového počtu respondentů je nespokojeno s dosaženým pokrokem 46 % respondentů a velmi nespokojeno je 8 % z dotázaných.

Hodnocení u zkoušky a zápočtu

20 % respondentů je velmi spokojeno s hodnocením u zkoušky a zápočtu, ale shodný počet respondentů je nespokojen s tímto faktorem. Spokojeno je 48 % dotázaných a 12 % respondentů je velmi nespokojeno s hodnocením u zkoušky a zápočtu

Respondenti v této otázce hodnotili faktory týkající se vyučujících. Jednalo se o hodnocení přístupu ke studentům, připravenosti vyučujícího, motivování studentů k dosažení pokroku a schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk (viz příloha 5.17.). Na otázku odpovídalo 50 respondentů.

Přístup ke studentům

Z celkového počtu je 34 % respondentů velmi spokojeno s přístupem vyučujících, spokojenost vyjádřilo 38 %, pouze 18 % respondentů je nespokojeno a 10 % je velmi nespokojeno s přístupem ke studentům.

Přístup ke studentům byl hodnocen průměrnou známkou 1,78. Studenti anglického jazyka hodnotili tento faktor průměrnou známkou 1,75 oproti tomu studenti německého jazyka známkou 1,90.

Připravenost vyučujícího

Velmi spokojeni s tímto faktorem je celých 58 % respondentů, 20 % respondentů je spokojeno a shodný počet je nespokojen s připraveností vyučujícího. Pouze 2 % dotázaných je velmi nespokojeno.

Připravenost vyučujícího se stal nejlépe hodnoceným faktorem, kde celková průměrná známka činila 1,70. Opět při hodnocení lépe dopadly vyučující anglického jazyka, kde průměrná známka byla 1,65 a u německého jazyka 1,90.

Motivování studentů k dosažení pokroku

S tímto faktorem jsou velmi spokojeni pouze 4 % dotázaných, 30 % se spokojí s motivováním k dosažení pokroku. Celých 46 % respondentů bylo nespokojeno s motivací a dokonce 20 % velmi nespokojeno.

Motivování studentů k dosažení pokroku bylo hodnoceno průměrnou známkou 2,82, což je podstatně horší než dva předešlé faktory. Angličtináři hodnotili průměrnou známkou 2,73 a opět němčináři hodnotili podstatně horší známkou 3,20.

Schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk

Pouze 4 % respondentů jsou spokojeni s tímto faktorem, spokojeno je 28 % respondentů. Z celkového počtu dotázaných je 40 % nespokojeno a celých 28 % je dokonce velmi nespokojeno se schopností donutit studenty aktivně používat cizí jazyk.

Tento faktor u vyučujících dopadl nejhůře, jeho průměrná známka činila 2,92, pokud se zaměříme na studenty anglického jazyka, průměrná známka činila 2,85 a u německého jazyka 3,20.

5.3.4. Cizí jazyk na VŠB-TUO

Důvod nestudování předmětu v cizím jazyce

Na otázku odpovídalo 50 respondentů. Nedostatečnou jazykovou úroveň pocítuje 28 % respondentů. Větší náročnosti studia se obává 26 % respondentů. 12 % respondentů nevěděli o nabídce studia předmětu v cizím jazyce a shodný počet studentů si myslí, že nabídka předmětů v cizím jazyce je nedostačující. 22 % respondentů neuvažovalo o studiu předmětu v cizím jazyce (viz příloha 5.18.). U třídění druhého stupně nevznikly znatelné rozdíly.

Program Erasmus

Z 50 respondentů, kteří na otázku odpovídali, zná program Erasmus 92 % respondentů a pouze 8 % respondentů netušilo, o jaký program se jedná.

Nabízený program využili pouze 2 % dotázaných a zbylých 98 % dotázaných nevyužili program Erasmus. Na otázku odpovídalo 50 respondentů.

Důvod nevyužití programu Erasmus

Otázka byla směřována k 49 respondentům. Finanční důvody se staly rozhodujícím faktorem u 28,6 % respondentů. Nedostatečnou jazykovou úroveň pocítuje 20,4 % respondentů. 6,12 % dotázaných si myslí, že nabídka zemí je nedostačující. Obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí má 20,4 % a nezájem o nabízený program má 24,5 % studentů. U třídění druhého stupně 20,4% mužů a pouze 4,1 % žen projevuje nezájem o studijní program Erasmus (viz příloha 5.19.).

6 Návrhy a doporučení

Cílem výzkumu bylo zjistit, jak se chovají studenti na trhu jazykové přípravy, jaká je jejich současná znalost cizích jazyků a jak hodnotí výuku cizích jazyků na VŠB-TO Ostrava.

Na základě výzkumu bude moci VŠB-TUO zlepšit, změnit nebo přizpůsobit výuku potřebám studentům. Výsledky pomohli zjistit jednotlivé postoje, názory a preference jednotlivých studentů, které vedly k následujícím návrhům a doporučením.

Doufám, že dané návrhy a doporučení budou pro katedru jazyků VŠB-TUO přínosem.

Doporučení ohledně dvousemestrální výuky

Zde je velmi důležité, si položit otázku, zdali je vhodné vyučovat cizí jazyk pouze dva semestry a další dva se věnovat jinému cizímu jazyku, jak je to v případě Ekonomické fakulty.

Z důvodu, že se vyučuje odborný cizí jazyk zaměřený na fakulty, což znamená, že na Ekf se vyučuje Business english a na technických odborech se učí Engineering english, je možné se domnívat, že převážná část studentů se s takovou odbornou angličtinou dříve nesetkali. V dnešní době při práci v určitém oboru, je nutné přizpůsobit cizí jazyk zvolenému oboru. Většina studentů studující určitý obor nebo fakultu, doufá, že v budoucnu zůstane ve stávajícím oboru, proto je velmi důležité rozvíjet jejich odborný cizí jazyk. V rámci jedné otázky bylo zjištěno hodnocení znalostí cizího jazyka v odborné komunikaci. Z výsledků mohu říci, že pouze 24 % dotázaných uvádí, že při odborné komunikaci v cizím jazyce by obstálo, zbylých 76 % dotázaných uvádí, že má problém s využitím odborné komunikace v cizím jazyce.

Návrh byl záměrně zvolen, z důvodu zjištěných nepříznivých výsledků. Celých 66 % dotázaných jsou nespokojeni s dvousemestrální výukou, toto číslo je alarmující a žádá si zamyšlení nad změnou.

Doporučení je, aby dvousemestrální výuka se rozšířila na čtyři semestry odborné výuky, kde úspěšné absolvování by bylo zakončeno zkouškou, jak je tomu doposud. Pokud Ekf trvá na výuce druhého cizího jazyka, mohlo by se jednat pouze o nepovinný předmět.

Doporučení k absolvování předmětu v cizím jazyce

Ze 100 dotázaných studentů bakalářského studia pouze 4 absolvovali předmět v cizím jazyce, je patrné, že studenti záměrně nevolí tuto možnost studia.

Největší překážkou z pohledu studenta, je nedostatečná jazyková úroveň a obava z větší náročnosti studia, tyto faktory se daly očekávat u studentů 1. bakalářského ročníku, kteří se teprve seznamují s chodem výuky na VŠ.

Zajímavé výsledky byly zjištěny u studentů 3. ročníku bakalářského studia Ekonomické fakulty, kde většina dotázaných vůbec neuvažovala o studiu předmětu v cizím jazyce. Zde by měla VŠ přehodnotit povinnou volbu předmětu v cizím jazyce již od 2. ročníku bakalářského studia, kde by byl student povinen absolvovat jeden předmět v cizím jazyce již během bakalářského studia. Výběr předmětu by měl probíhat v rámci zvoleného oboru. Tato část je z mého pohledu velmi důležitá, protože fráze a slovíčka použité při přednáškách nebo cvičeních jsou velmi cenné získané znalosti, oproti tomu absolvování předmětu v cizím jazyce, který není podstatný při zvoleném oboru, jsou získané znalosti téměř nepodstatné.

Vstup České republiky do EU a tím i získaný volný přístup na pracovní trh EU, rozšířil nabídku pracovních míst. Je možné se domnívat, že současné generace by ráda využila příležitosti nabízející vstup do EU. Každý by rád uspěl v profesním životě, ať už v cizině nebo v ČR a významným prvkem, který může přispět k úspěchu je právě dokonale zvládnutá cizí řeč. Je důležité, aby VŠ dohlížela na aktivní používání cizího jazyka u studentů.

Schopnost přinutit studenty aktivně používat cizí jazyk, se také stal jedním z hodnotících prvků. Více jak polovina dotázaných je nespokojena s aktivním používáním cizích jazyků, jejich získané znalosti při absolvování odborného cizího jazyka v prvním ročníku se postupem času ztrácí. Je důležité najít kompromis mezi využitím odborného cizího jazyka při výuce a náročností studia v cizím jazyce pro méně nadané studenty v oblasti cizích jazyků.

Doporučení uspořádání studentů podle dosažené úrovně

Pro studenta, který nevyniká v oblasti cizích jazyků, je velmi obtížné se přizpůsobit výuce na vyšší úrovni, převážnou část hodiny se snaží nekomunikovat a neprojevat své znalosti, oproti tomu student s kladným vztahem k cizím jazykům se ve skupině s méně nadanými studenty cítí nevyužitý, jeho profesní růst se v této oblasti zpomaluje.

Velmi přínosným prvkem při rozdělení studentů dle úrovně, by se stal rozřazovací vstupní test, který by mohl být vykonán na úvodní hodině cizích jazyků nebo pomocí internetových stránek prostřednictvím programu Moodle, kde může každý student VŠB-TU Ostrava bez větších problémů vstoupit.

Vyhodnocení testu by doporučilo studentovi, kterou úroveň navštěvovat. Zde může nastat nečekaný problém, když student nebude souhlasit s výsledkem testu, ať už z jakéhokoliv

důvodu. Zde by mohla být možnost dle vlastního uvážení přestoupit do vyšší či nižší úrovně výuky cizích jazyků.

Výsledky marketingového výzkumu prokázaly, že celých 56 % studentů z Ekonomické fakulty jsou nespokojeni s uspořádáním podle jazykové úrovně. Ostatní fakulty také nesouhlasí ze 44 %, což není většina dotázaných, ale i tak, je to vysoké procento. V rámci této otázky byly hodnoceny i další faktory, mezi špatně hodnocené faktory může zařadit délku 1 lekce, ke které téměř polovina z celkového počtu respondentů zaujímá negativní postoj. S motivací studia bylo nespokojeno 61 % respondentů. Více jak polovina studentů z celkového počtu je nespokojena s pokrokem v jazykové úrovni. Vysoká škola báňská – Technická univerzita by se měla zaměřit na tyto problémové faktory.

Doporučení ke zvýšení zájmu o program Erasmus

Pobyt v cizí zemi, v cizím prostředí, seznámení s odlišnou kulturou, zvyky a poznání lidí odlišného původu je a bude velkou životní zkušeností každého z nás.

Jedna možnost, jak získat tuto životní zkušenost je využít program Erasmus nabízený Vysokou školou báňskou – Technickou univerzitou Ostrava. Ze zjištěných výsledků si pokládám otázku, proč 25 % dotázaných vůbec neprojevuje zájem o tento nabízený program. Je důležité, aby VŠB-TUO více propagovala tento nabízený program, poukazovala na jeho výhody. Na Ekf je před vybranou přednáškou spuštěna prezentace z vybraných zemí. Je to poutavé vidět fotografie z různých koutů světa, ale mnoho z nás nevidí výhodu, kterou tento program nabízí. Je pochopitelné, že nedostačující jazykové schopnosti u 19 % dotázaných hrají velkou roli při rozhodování, zdali se zúčastnit nabízeného programu, ale otázkou je, zda vědí, že katedra jazyků pomáhá a vychází vstříc studentům, kteří se připravují na pobyt v zahraničí v rámci programu Erasmus.

Téměř třetina studentů se obává finančních nákladů, je patrné, že vůbec netuší o stipendiích, které jsou přidělovány každý měsíc studentovi, který je na studijním programu. Výše stipendia se odvozuje od délky studijního programu a země, kde studijní program absolvujete. Výši stipendií v roce 2010/2011 můžete nalézt v příloze č. 6.

Při odbourání zbytečných neznalostí o studijním programu, jistě stoupne poptávka po programu Erasmus.

7 Závěr

Cílem mé bakalářské práce byla analýza chování studentů na trhu jazykové přípravy. V bakalářské práci se zaměřuji na přiblížení katedry jazyků VŠB-TUO od její minulosti až po současnost. V práci popisuji vývoj trhu jazykové přípravy a analyzuji makroprostředí. Část práce byla také věnována teorii spotřebitelského chování.

Bakalářská práce byla zaměřena na odhalení úrovně znalostí cizích jazyků současných studentů VŠB-TUO, jejich aktivního používání, dále byl zjišťován postoj studentů k hodnocení výuky cizích jazyků na VŠB-TUO, přístup vyučujícího a zda získané znalosti využijí při výuce nebo při studijním programu Erasmus.

Pro sběr údajů potřebných pro vyhodnocení chování studentů na trhu jazykové přípravy bylo použito osobní dotazování. Podkladem osobního dotazování se staly dva dotazníky určené pro sběr primárních údajů od studentů VŠB-TUO. Údaje byly shromažďovány na Ekonomické fakultě a na katedře jazyků VŠB-TUO za pomoci přednášejících a vyučujících.

Výzkum podhalil poznatky, ze kterých byly následně vytvořeny návrhy a doporučení pro VŠB-TUO. Návrhy a doporučení by měly zlepšit spokojenost s výukou cizích jazyků, ale také pomoci k využití mimo povinnou výuku cizích jazyků.

Doporučení se především týkala změny dvousemestrální výuky cizích jazyků na Ekf, kde většina studentů s délkou výuky odborného cizího jazyka nesouhlasí.

Doporučení se týkalo i uspořádání studentů podle dosažené úrovně cizího jazyka, které by mělo napomoci k větší efektivitě při hodině, lepší spolupráci mezi vyučujícím a studentem a především by měla vzniknout příjemná pracovní atmosféra a ne atmosféra strachu a obavy.

Důležitým návrhem je povinné absolvování předmětu v cizím jazyce již během bakalářského studia.

Zvýšení zájmu o program Erasmus, se také stalo jedním z návrhu na zlepšení. Spousta studentů netuší, co program nabízí, pouze si je vědoma překážek a obav ze studia v cizí zemi, v cizím jazyce a bez peněz. Proto je důležité, aby škola více poukazovala na to, co student může získat, ať už se jedná pouze o zkušenost nebo pracovní příležitost.

Doufám, že mé doporučení a návrhy pomohou Vysoké škole báňské – Technické univerzitě Ostrava, zlepšit úroveň cizích jazyků studentů navštěvující VŠB-TUO a zvýšit spokojenost při výuce cizích jazyků.

Seznam použité literatury

Literatura:

- [1] KOUDELKA, J. Spotřební chování. 1. Vyd. Praha Oeconomica, 2010. 158 s. ISBN 978-80-245-168-1.
- [2] BÁRTOVÁ, H. BÁRTA, V. KOUDELKA, J. *Spotřebitel: chování spotřebitele a jeho výzkum*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 254 s. ISBN 978-80-245-1275-4.
- [3] VESELKOVÁ, J. a kolektiv. *Chování zákazníka*. Grada Publishing. 2011. 360 s. ISBN 978-80-247-3528-3.
- [4] PRIDE, W. M. FERRELL, O.C. *Marketing express*. Cengage learning. 2010. 441 s. ISBN 10:0-538-46681-2.
- [5] KRÍŽEK, Z. *Jak psát reklamní texty*. 3. Aktualizované a rozšířené vydání. Grada Publishing. 2008. 220 s. ISBN 978-80-247-2452-2. Str. 53.
- [6] ZAMAZALOVÁ, M. *Marketing obchodní firmy*. Grada Publishing. 2009. 232 s. ISBN 978-80-247-2049-4. Str. 67.
- [7] KOTLER, P. WONG, V. SAUNDERS, J. ARMSTRONGS, G. *Moderní marketing*. 4. evropské vydání. Grada Publishing. 2007. 1041 s. ISBN 0130404403. Str. 319.
- [8] KOTLER, P. KELLER, L. K. *Marketing management*. 12. Vydání. Grada Publishing. 2007. 788 s. ISBN: 978-80-247-1359-5.
- [9] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Grada Publishing. 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3. Str.
- [10] TOMEK, G. *Jak zvýšit konkurenční schopnost firmy*. C H Beck. 2009. 240 s. ISBN 978-80-7400-098-0. Str.
- [11] NOVÝ, I. SURYNEK, A. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. 2. Přepřacované a rozšířené vydání. Grada Publishing. 2006. 287 s. ISBN 80-247-1705-0. Str. 225
- [12] ŘÍČAN, P. *Psychologie osobnosti – obor v pohybu*. Grada Publishing. 2007. 196 s. ISBN 978-80-247-1174-4. Str. 156.
- [13] DĚDINA, J. CETHAMR, V. *Management a organizační chování*. Grada Publishing. 2005. 339 s.

Internet:

- [14] www.vsb.cz [2004 - 2011]
- [15] www.ekf.vsb.cz [2004 - 2011]
- [16] www.detskestranky.cz [2006 - 2011]
- [17] www.portal.cz/scripts/detail [2005 - 2011]
- [18] www.jazykova.skola.online.cz [2009 - 2011]
- [19] www.smsjazyky.cz [2010 - 2011]
- [20] www.denik.cz [2005 - 2011]
- [21] www.helpforenglish.cz [2005 - 2011]
- [22] www.novinky.cz [2003 - 2011]
- [23] www.domacihned.cz [2006 - 2011]
- [24] www.e-sondy.cz [2010 - 2011]
- [25] www.hello.cz [2007]
- [26] www.eamos.cz [2002 - 2011]
- [27] [http:// nb.vse.cz](http://nb.vse.cz) [2000 - 2011]
- [28] <http://vyuka.jazyku.cz> [2003 - 2011]
- [29] www.czso.cz [2011]
- [30] www.ssgostrava.cz [2003 - 2011]

Ostatní zdroje:

- [31] Akademik: 2010, ročník XIV., 11. strana – 14. strana.

Seznam použitých zkratk

VŠB-TUO = Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava

Ekf = Ekonomická fakulta

č. = číslo

např. = například

tzn. = to znamená

% = procento

obr. = obrázek

VŠ = vysoká škola

ČR = Česká republika

sb. = sbírka

MŠMT = ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky

str. = strana

s. = strana

odst. = odstavec

§ = paragraf

HDP = hrubý domácí produkt

čl. = článek

EU = Evropská unie

AČ = absolutní četnosti

RČ = relativní četnosti

Kč = koruna česká

Seznam obrázků a tabulek

Obrázky:

Obr. 3. 1.: Průběh modelování

Obr. 3. 2.: Motivační proces

Obr. 3. 3.: Maslowova pyramida potřeb

Obr. 5. 1.: Studium cizího jazyka

Obr. 5. 2.: Průměrné hodnocení znalostí cizího jazyka

Obr. 5. 3.: Absolvování zahraničního pobytu

Obr. 5. 4.: Důvody nevyužití pracovního pobytu

Tabulky:

Tab. 4. 2.: Harmonogram činností

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

1. jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
2. beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst.
3. v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému 3);
4. souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována VŠB-TUO;
5. bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
6. bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 9. května 2011

.....

jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

Javoříčská 20, Prostějov, 796 01

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazníky

Příloha č. 2: Foto VŠB-TU Ostrava

Příloha č. 3: Webové stránky VŠB-TU Ostrava

Příloha č. 4: Webové stránky katedry jazyků

Příloha č. 5: Doplněné výsledky analýzy – grafy

Příloha č. 6: Výše stipendia

Příloha č. 1: Dotazníky

Příloha č. 1/1: Úroveň cizího jazyka

Vážení respondenti,

děkuji Vám, že jste se rozhodli vyplnit tento dotazník, který je zaměřen na **úroveň cizího jazyka**. Pomůžete mi tím získat potřebné informace k vypracování bakalářské práce: Analýza chování studentů na trhu jazykové přípravy. Studuji VŠB-TU Ostrava, Ekonomická fakulta, obor Marketing a obchod.

Tento dotazník je zcela anonymní.

Děkuji

Hezký zbytek dne.

Studium cizího jazyka

1. Studujete v současné době nějaký cizí jazyk?
 - a) Ano
 - b) Ne – *přejděte na otázku č. 3*
2. Jaký cizí jazyk v současné době studujete? *Možnost více odpovědí.*
 - a) Anglický jazyk
 - b) Německý jazyk
 - c) Španělský jazyk
 - d) Italský jazyk
 - e) Francouzský jazyk
 - f) Ruský jazyk
 - g) Jiný.....
3. Z jakého důvodu nestudujete cizí jazyk? *Přejděte na otázku č. 6*
 - a) Nepovažuji to za důležité
 - b) Časové důvody
 - c) Spokojenost s dosavadní jazykovou úrovní
 - d) Finanční důvody
 - e) Jiné.....
4. Jak často se věnujete studiu cizích jazyků?
 - a) Skoro každý den
 - b) 1x týdně
 - c) 1-3x měsíčně
 - d) Méně než 1x měsíčně
 - e) Nevěnuji se
5. Jakou formu výuky využíváte? *Možnost více odpovědí.*
 - a) Samostudium
 - b) Soukromá osoba
 - c) Soukromá jazyková škola
 - d) Státní jazyková škola

- e) V rámci školní výuky
- f) Jiné.....

Současná znalost cizího jazyka

6. Jste schopen/a komunikovat alespoň jedním cizím jazykem?
 - a) Ano
 - b) Ne – přejděte na otázku č. 8
7. Kterým cizím jazykem jste schopen/a komunikovat? *Možnost více odpovědí*
 - a) Anglický jazyk
 - b) Německý jazyk
 - c) Španělský jazyk
 - d) Italský jazyk
 - e) Jiný.....
8. Váš hlavní cizí jazyk je?
 - a) Anglický jazyk
 - b) Německý jazyk
 - c) Španělský jazyk
 - d) Italský jazyk
 - e) Jiný.....
9. Ohodnoťte spokojenost s Vaší znalostí cizího jazyka: *1 = velmi spokojen, 4 = velmi nespokojen*

	1	2	3	4
Slovní zásoba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porozumění souvislého textu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Běžná komunikace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Odborná komunikace (obchodní)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gramatika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Jste držitelem jazykového certifikátu?
 - a) Ano
 - b) Ne – přejděte na otázku č. 12
11. Jaký typ certifikátu vlastníte?

.....
12. S cizím jazykem jste se setkali: *možnost více odpovědí*
 - a) V rámci školní výuky
 - b) V práci
 - c) Na dovolené
 - d) Při práci v zahraničí
 - e) Studium v zahraničí
 - f) Jiné.....

Zahraníční výjezdy

13. Absolvoval/a jste pracovní pobyt v zahraničí?
- Ano
 - Ne – přejděte na otázku č. 15
14. V jaké zemi jste strávila pracovní pobyt v zahraničí? Přejděte na otázku č. 16
- Velká Británie
 - Skotsko
 - Irsko
 - Španělsko
 - Itálie
 - USA
 - Německo
 - Belgie
 - Jiné.....
15. Proč jste nevyužil/a pracovní pobyt v zahraničí? Možnost více odpovědí
- Nedostatečná jazyková úroveň
 - Počáteční finanční náklady
 - Nedůvěra ke zprostředkovatelům pracovního pobytu
 - Trvalý pracovní vztah v České republice
 - Obava /strach z práce v zahraničí
 - Nezajímám se o to
 - Jiné.....
16. Absolvoval/a jste studijní program v zahraničí?
- Ano
 - Ne – přejděte na otázku č. 19
17. Který studijní program v zahraničí jste využil/a?
-
18. V jaké zemi jste absolvoval/a studijní program v zahraničí? Přejděte na otázku č. 20
- Belgie
 - Bulharsko
 - Dánsko
 - Finsko
 - Itálie
 - Německo
 - Nizozemí
 - Španělsko
 - Velká Británie
19. Z jakého důvodu jste nevyužil/a studijního programu v zahraničí? Možnost více odpovědí

- a) Finanční důvody
- b) Nedostatečná úroveň cizího jazyka
- c) Nabídka zemí je nedostačující
- d) Obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí
- e) Nezájem
- f) Jiné.....

Identifikační otázky

20. Jakého jste pohlaví?
- a) Muž
 - b) Žena
21. Jste studentem fakulty?
- a) Ekonomické
 - b) Strojní
 - c) Stavební
 - d) Elektrotechnické a informatické
 - e) Hornicko-Geologické
 - f) Metalurgie a Materiálního inženýrství
 - g) Bezpečnostního inženýrství
22. Jaký ročník studujete?
- a) 1. ročník bakalářského studia
 - b) 2. ročník bakalářského studia
 - c) 3. ročník bakalářského studia
 - d) 1. ročník navazujícího studia
 - e) 2. ročník navazujícího studia
23. Jste absolventem střední školy:
- a) Všeobecné gymnázium
 - b) Jazykové gymnázium
 - c) Střední průmyslová škola
 - d) Obchodní akademie
 - e) Zdravotní škola
 - f) Jiná.....

Příloha č. 1/2: Výuka cizích jazyků na VŠB-TUO a mezinárodní zkušenosti

Vážení respondenti,

děkuji Vám, že jste se rozhodli vyplnit tento dotazník, který je zaměřen na **výuku cizích jazyků na VŠB-TUO a mezinárodní zkušenosti**. Pomůžete mi tím získat potřebné informace k vypracování bakalářské práce: Analýza chování studentů na trhu jazykové přípravy. Studuji VŠB-TU Ostrava, Ekonomická fakulta, obor Marketing a obchod.

Tento dotazník je zcela anonymní.

Děkuji

Hezký zbytek dne.

Hlavní cizí jazyk

1. Váš hlavní cizí jazyk?
 - a) Anglický jazyk
 - b) Německý jazyk
2. Jak jste spokojen s dvousemestrální výukou hlavního cizího jazyka:
 - a) Velmi spokojen
 - b) Spokojen
 - c) Nespokojen
 - d) Velmi nespokojen
3. Ohodnoťte následující faktory - 1 = *velmi spokojen*, 4 = *velmi nespokojen*

	1	2	3	4
Počet studentů ve skupině	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uspořádání studentů podle úrovně	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Délka 1 lekce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Učební materiály	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zaměření hodin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivace studia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pokrok v jazykové úrovni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hodnocení u zkoušky a zápočtu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Ohodnoťte následující faktory u vyučujícího - 1 = velmi spokojen, 4 = velmi nespokojen

		1	2	3
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Přístup ke studentům				
Připravenost vyučujícího	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivování studentů k dosažení pokroku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vedlejší cizí jazyk

5. Jaký druhý jazyk jste si zvolil/a?

- a) Anglický jazyk
- b) Německý jazyk
- c) Ruský jazyk
- d) Francouzsky jazyk
- e) Španělský jazyk

6. Z jakého důvodu jste si zvolil/a právě daný druhý cizí jazyk?

- a) Z důvodu zaplnění kapacity preferované jazyka
- b) Chtěl/a jsem se naučit nový cizí jazyk
- c) Daný jazyk jsem v dřívější době již studoval/a
- d) Obtížnost daného jazyka
- e) Z důvodu preferencí k vyučujícím
- f) Jiné.....

7. Jak jste spokojen s dvousemestrální výukou vedlejšího cizího jazyka?

- a) Velmi spokojen
- b) Spokojen
- c) Nespokojen
- d) Velmi nespokojen

8. Ohodnoťte následující faktory - 1 = velmi spokojen, 4 = velmi nespokojen

	1	2	3	4
Počet studentů ve skupině	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uspořádání studentů podle úrovně	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Délka 1 lekce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Učební materiály	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zaměření hodin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivace studia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pokrok v jazykové úrovni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hodnocení u zkoušky a zápočtu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Cizí jazyk na VŠB-TUO

9. Studoval/a jste v rámci výuky předmět v cizím jazyce?
 - a) Ano
 - b) Ne – *přejděte na otázku č. 11*
10. Jaký předmět jste studoval/a v cizím jazyce? *Přejděte na otázku č. 12*
.....
11. Z jakého důvodu jste nestudoval/a předmět v cizím jazyce?
 - a) Nedostatečná jazyková úroveň
 - b) Větší náročnost studia předmětu
 - c) Nedostatečná nabídka předmětů v cizím jazyce
 - d) Předmět ohodnocen nízkým počtem kreditů
 - e) Nevěděl/a jsem o nabídce studia předmětu v cizím jazyce
 - f) Neuvažoval/a jsem o studiu předmětu v cizím jazyce
 - g) Jiné.....
12. Znáte program Erasmus nabízený VŠB-TU Ostrava?
 - a) Ano
 - b) Ne – *přejděte na otázku č. 14*
13. Využil/a jste studijního programu v zahraničí?
 - a) Ano – *přejděte na otázku č. 15 a 16*
 - b) Ne
14. Z jakého důvodu jste nevyužil/a studijního programu v zahraničí? *Přejděte na otázku č. 17.*
 - a) Finanční důvody
 - b) Nedostatečná úroveň cizího jazyka
 - c) Nabídka zemí je nedostačující
 - d) Obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí
 - e) Nezájem
 - f) Jiné.....
15. V jaké zemi jste absolvoval/a zahraniční studijní program?
 - a) Belgie
 - b) Bulharsko
 - c) Dánsko
 - d) Finsko

- e) Itálie
 - f) Německo
 - g) Nizozemí
 - h) Španělsko
 - i) Velká Británie
16. Jak dlouho jste absolvoval/a zahraniční studijní program?
- a) Jeden semestr
 - b) Dva semestry
 - c) Tři semestry
 - d) Čtyři semestry
 - e) Jiné.....

Identifikační otázky

17. Jakého jste pohlaví?
- a) Muž
 - b) Žena
18. Jaký ročník studujete?
- a) 2. ročník bakalářského studia
 - b) 3. ročník bakalářského studia
 - c) 1. ročník navazujícího studia
 - d) 2. ročník navazujícího studia
19. Jste absolventem střední školy:
- a) Všeobecné gymnázium
 - b) Jazykové gymnázium
 - c) Střední průmyslová škola
 - d) Obchodní akademie
 - e) Zdravotní škola
 - f) Jiná.....

Vážení respondenti,

děkuji Vám, že jste se rozhodli vyplnit tento dotazník, který je zaměřen na **výuku cizích jazyků na VŠB-TUO a mezinárodní zkušenosti**. Pomůžete mi tím získat potřebné informace k vypracování bakalářské práce: Analýza chování studentů na trhu jazykové přípravy. Studuji VŠB-TU Ostrava, Ekonomická fakulta, obor Marketing a obchod.

Tento dotazník je zcela anonymní.

Děkuji

Hezký zbytek dne.

Hlavní cizí jazyk

1. Váš hlavní cizí jazyk?
 - a) Anglický jazyk
 - b) Německý jazyk
2. Ohodnoťte následující faktory - 1 = *velmi spokojen*, 4 = *velmi nespokojen*

	1	2	3	4
Počet studentů ve skupině	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uspořádání studentů podle úrovně	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Délka 1 lekce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Učební materiály	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zaměření hodin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivace studia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pokrok v jazykové úrovni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hodnocení u zkoušky a zápočtu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Ohodnoťte následující faktory u vyučujícího - 1 = velmi spokojen, 4 = velmi nespokojen

		1	2	3
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Přístup ke studentům				
Přípravenost vyučujícího	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivování studentů k dosažení pokroku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Cizí jazyk na VŠB-TUO

4. Studoval/a jste v rámci výuky předmět v cizím jazyce?
 - a) Ano
 - b) Ne – přejděte na otázku 6.
5. Jaký předmět jste studoval/a v cizím jazyce? Přejděte na otázku č. 7
.....
6. Z jakého důvodu jste nestudoval/a předmět v cizím jazyce?
 - a) Nedostatečná jazyková úroveň
 - b) Větší náročnost studia předmětu
 - c) Nedostatečná nabídka předmětů v cizím jazyce
 - d) Předmět ohodnocen nízkým počtem kreditů
 - e) Nevěděl/a jsem o nabídce studia předmětu v cizím jazyce
 - f) Neuvažoval/a jsem o studiu předmětu v cizím jazyce
 - g) Jiné.....
7. Znáte program Erasmus nabízený VŠB-TU Ostrava?
 - a) Ano
 - b) Ne – přejděte na otázku č. 9
8. Využil/a jste studijního programu v zahraničí?
 - a) Ano – přejděte na otázku číslo 10. a 11.
 - b) Ne
9. Z jakého důvodu jste nevyužil/a studijního programu v zahraničí? Přejděte na otázku č. 12
 - a) Finanční důvody
 - b) Nedostatečná úroveň cizího jazyka
 - c) Nabídka zemí je nedostačující
 - d) Obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí
 - e) Nezájem
 - f) Jiné.....

10. V jaké zemi jste absolvoval/a zahraniční studijní program?
- a) Belgie
 - b) Bulharsko
 - c) Dánsko
 - d) Finsko
 - e) Itálie
 - f) Německo
 - g) Nizozemí
 - h) Španělsko
 - i) Velká Británie
11. Jak dlouho jste absolvoval/a zahraniční studijní program?
- a) Jeden semestr
 - b) Dva semestry
 - c) Tři semestry
 - d) Čtyři semestry
 - e) Jiné.....

Identifikační otázky

12. Jakého jste pohlaví?
- a) Muž
 - b) Žena
13. Jste studentem fakulty?
- a) Strojní
 - b) Stavební
 - c) Elektrotechnické a inženýrské
 - d) Hornicko-Geologické
 - e) Metalurgie a Materiálního inženýrství
 - f) Bezpečnostního inženýrství
14. Jaký ročník studujete?
- a) 1. ročník bakalářského studia
 - b) 2. ročník bakalářského studia
 - c) 3. ročník bakalářského studia
 - d) 1. ročník navazujícího studia
 - e) 2. ročník navazujícího studia
15. Jste absolventem střední školy:
- a) Všeobecné gymnázium
 - b) Jazykové gymnázium
 - c) Střední průmyslová škola
 - d) Obchodní akademie
 - e) Zdravotní škola
 - f) Jiná.....

Příloha č. 2: Foto VŠB-TU Ostrava

Příloha č. 2/1: Vysoká škola Báňská Technická univerzita Ostrava



Příloha č. 2/2: Aula VŠB-TUO



Příloha č. 3: Webové stránky VŠB-TU Ostrava



Nabídky

- Úřední deska
- Infoservis
- Prezentace univerzity
- Služby univerzity
- Organizační struktura
- Fakulty
- Život na univerzitě

- Studium a výuka
- Výzkum a vývoj
- Projekty
- Spolupráce a vnější vztahy
- Management kvality
- Kontakty a mapy



Určeno pro

- Uchazeče
- Studenty
- Zaměstnance
- Absolventy
- Média
- Handicapované

Rychlé odkazy

- ECTS Information Package/Course Catalogue
- Celoživotní vzdělávání
- Vzdělávání zaměstnanců
- Ubytování
- Ústřední knihovna

UNIS

Příhláška

Rozvrh

Pošta

Aktuality

[Blog rektora](#)

Proč jsme nelobbovali



[Rektorské volno](#)

[Univerzitní kolo Ceny Josepha Fouriera](#)

[Výzva k podání nabídky a k prokázání splnění kvalifikace](#)

[Doctoral Day 2011](#)

2.5.2011

[Modulové koupelny](#)

2.5.2011

[Pasivní domy](#)

2.5.2011

[CENA JOSEPHA FOURIERA ZA POČÍTAČOVÉ VĚDY 2011](#)

3.5.2011

[Zkamenělý les na ostrově Lesbos \(Řecko\)](#)

3.5.2011

[Hvězdárna a planetárium Johanna Palisy](#)



Katedra jazyků

Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava

 Hledej

English version

[o nás](#)

[aktivity](#)

[aktuality](#)

[prezenční studium](#)

[doktorské studium](#)

[kombinované studium](#)

[často kladené dotazy](#)

[vyučující](#)

[učebnice](#)

[PC učebna](#)

[TOEFL testing](#)

[odkazy](#)

[kontakt](#)

Aktuality:

Termíny TOEFL

28. Květen

17. Červen

[Anglický jazyk,
uznávání zápočtů a
zkoušek](#)

[Rozvoj jazykových
kompetencí pracovníků
VŠB-TUO](#)

[Čeština pro cizince](#)

[E-learnigový kurz](#)

[Zkouška z češtiny B2](#)

[Erasmus](#)



Katedra jazyků VŠB-TU Ostrava
Aktualizováno 14/02/2011

[elosc/index.php?page=o-nas](#)

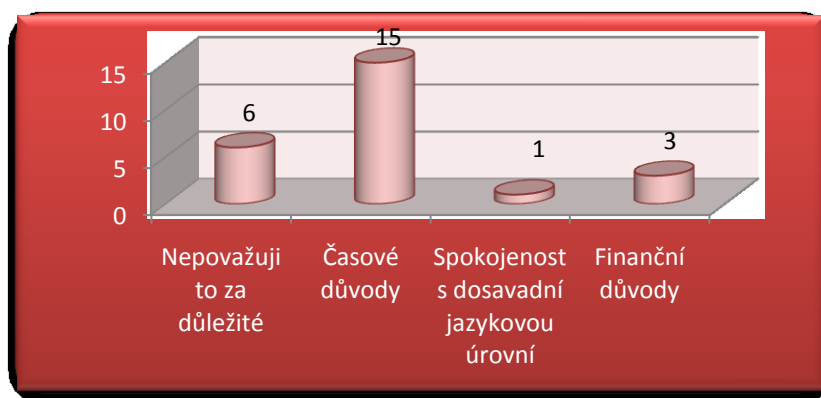
Příloha č. 5: Doplněné výsledky analýzy

Příloha č. 5. 1.: **Charakteristika respondentů**

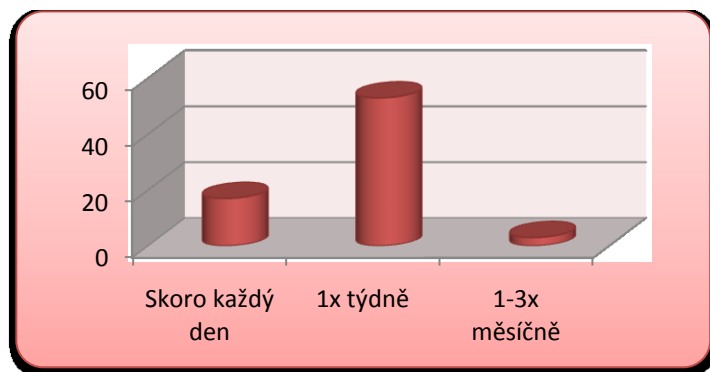
Identifikační otázky	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Pohlaví		
Muž	51	51%
Žena	49	49%
Studovaná fakulta		
Ekonomická	50	50%
Stavební	9	9%
Elektrotechnická a inženýrská	20	20%
Hornicko-Geologická	13	13%
Studovaný ročník		
1. ročník bakalářského studia	21	21%
2. ročník bakalářského studia	34	34%
3. ročník bakalářského studia	45	45%
Absolventem střední školy		
Všeobecné gymnázium	27	27%
Střední průmyslová škola	36	36%
Obchodní akademie	24	24%
Zdravotní škola	11	11%
Jiné	2	2%

Příloha č. 5. 2.: **Důvody nestudování cizích jazyků**

Hodnota	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Nepovažuji to za důležité	6	24%
Časové důvody	15	60%
Spokojenost s dosavadní jazykovou úrovní	1	4%
Finanční důvody	3	12%
Celkem	25	100%



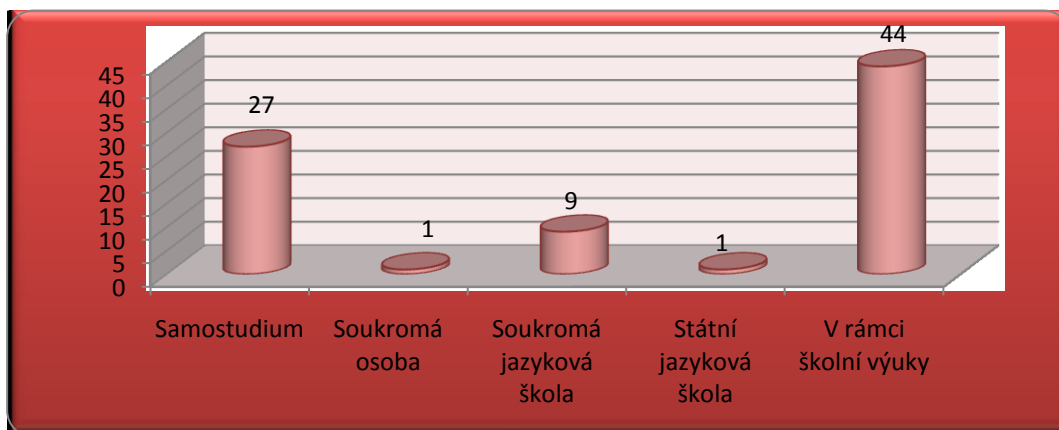
Příloha č. 5. 3.: **Délka studia cizích jazyků**



Hodnota	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Skoro každý den	17	22,70%
1x týdně	53	71%
1-3x měsíčně	3	4%
Méně než 1x měsíčně	2	2,60%

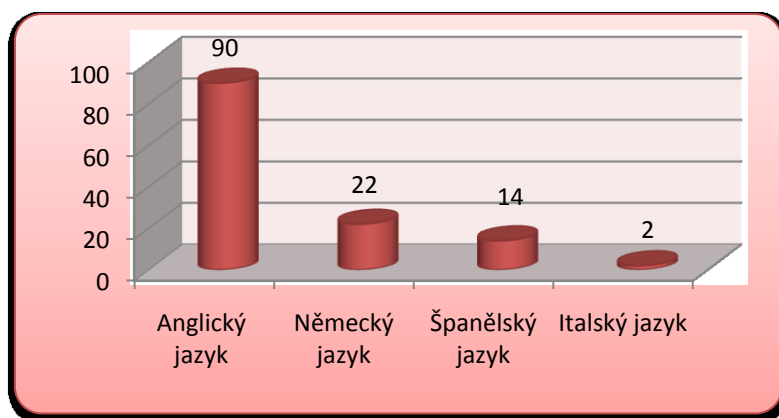
Příloha č. 5. 4.: **Forma studia**

Hodnota	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Samostudium	27	36%
Soukromá osoba	1	1,30%
Soukromá jazyková škola	9	12%
Státní jazyková škola	1	1,30%
V rámci školní výuky	44	58,70%



Příloha č. 5. 5. : Schopnost komunikace v cizím jazyce

Hodnota	Relativní četnosti	Absolutní četnosti
Anglický jazyk	90	90%
Německý jazyk	22	22%
Španělský jazyk	14	14%
Italský jazyk	2	2%

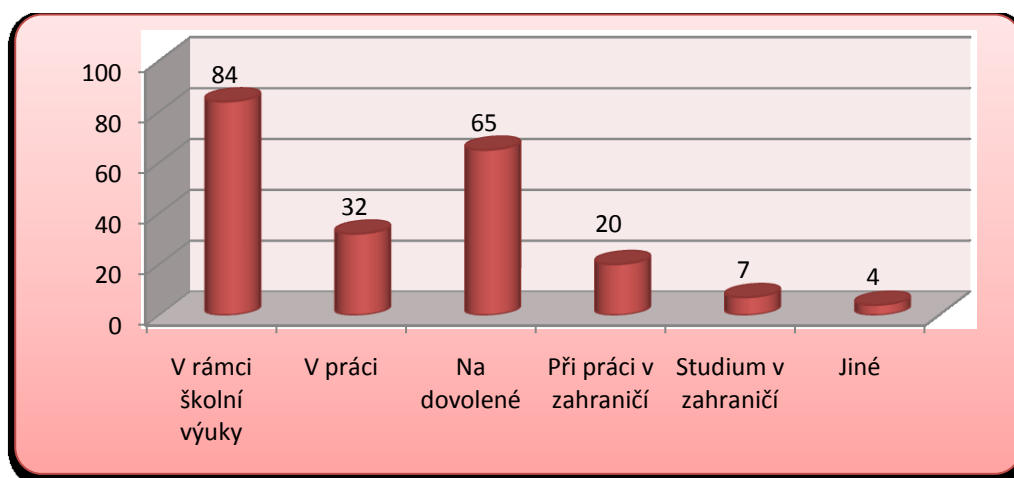


Příloha č. 5.6: Spokojenost se znalostí cizích jazyků

Hodnota	Průměrná známka		
	AJ	NJ	Celkový
Slovní zásoba	2,41	2,21	2,31
Porozumění souvislého textu	2,29	2,36	2,32
Běžná komunikace	2,35	1,86	2,1
Odborná komunikace	3,11	2,64	2,9
Gramatika	2,55	2,43	2,5

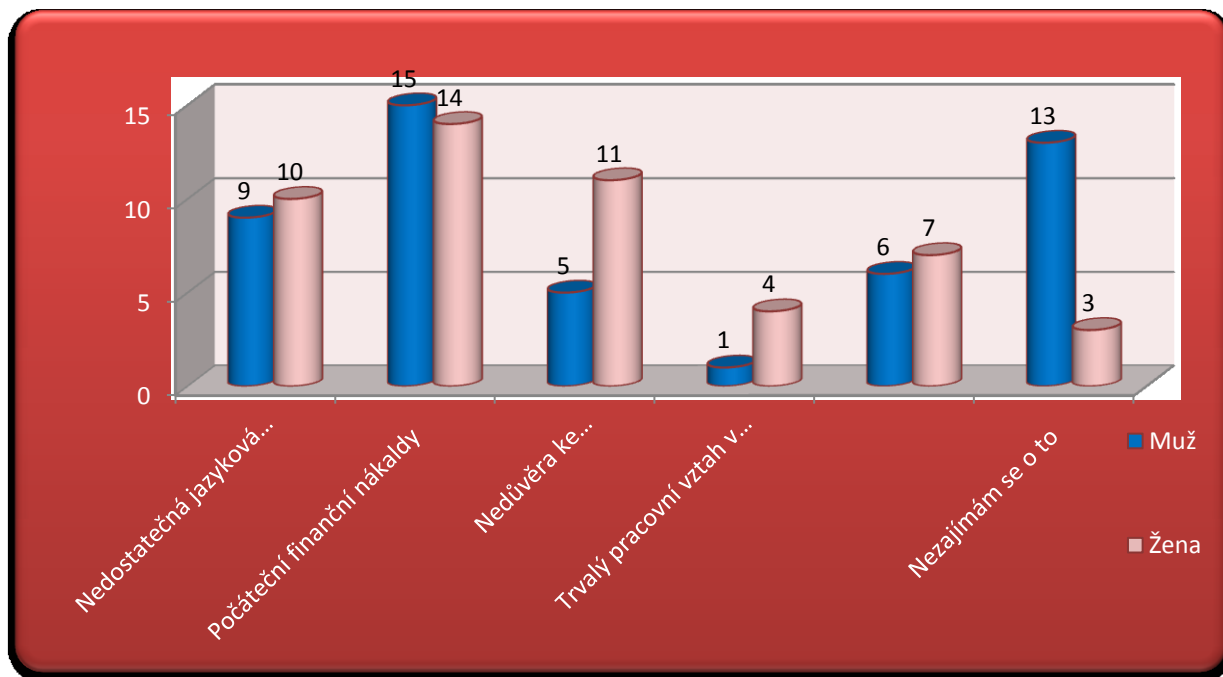
Příloha č. 5. 7.: **Využití cizího jazyka**

Hodnota	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
V rámci školní výuky	84	84%
V práci	32	32%
Na dovolené	65	65%
Při práci v zahraničí	20	20%
Studium v zahraničí	7	7%
Jiné	4	4%



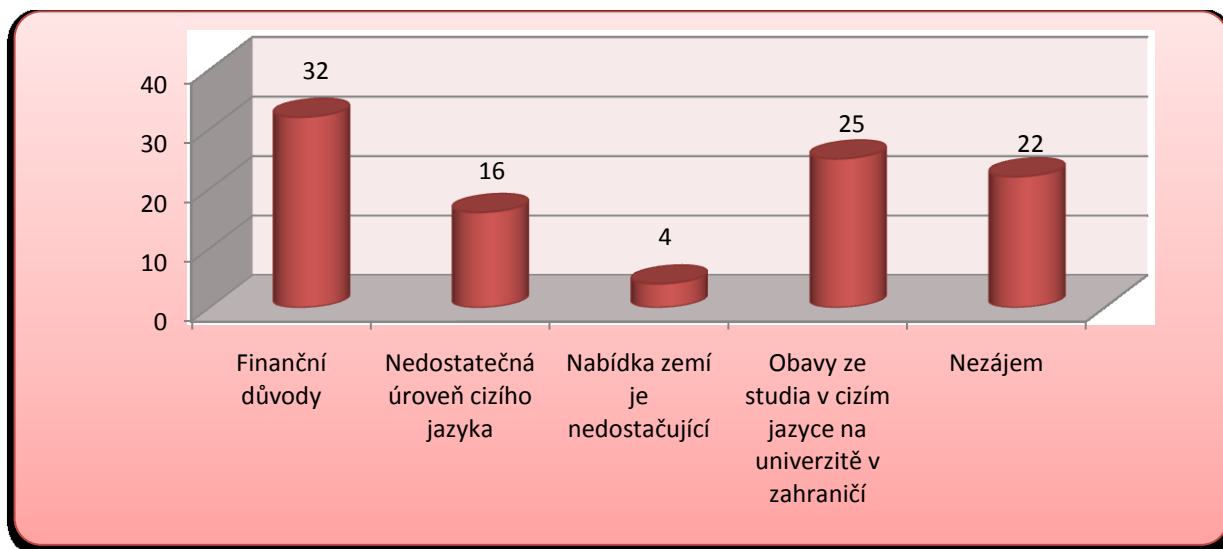
Příloha č. 5/8: **Důvody nevyužití pracovního pobytu v zahraničí**

Hodnota	Muž		Žena	
	AČ	RČ	AČ	RČ
Nedostatečná jazyková úroveň	9	12,2%	10	13,5%
Počáteční finanční náklady	15	20,3%	14	18,9%
Nedůvěra ke zprostředkovatelům pracovního pobytu	5	6,8%	11	14,9%
Trvalý pracovní vztah v České republice	1	1,4%	4	5,4%
Obava/strach z práce v zahraničí	6	8,1%	7	9,5%
Nezajímám se o to	13	17,6%	3	4,1%



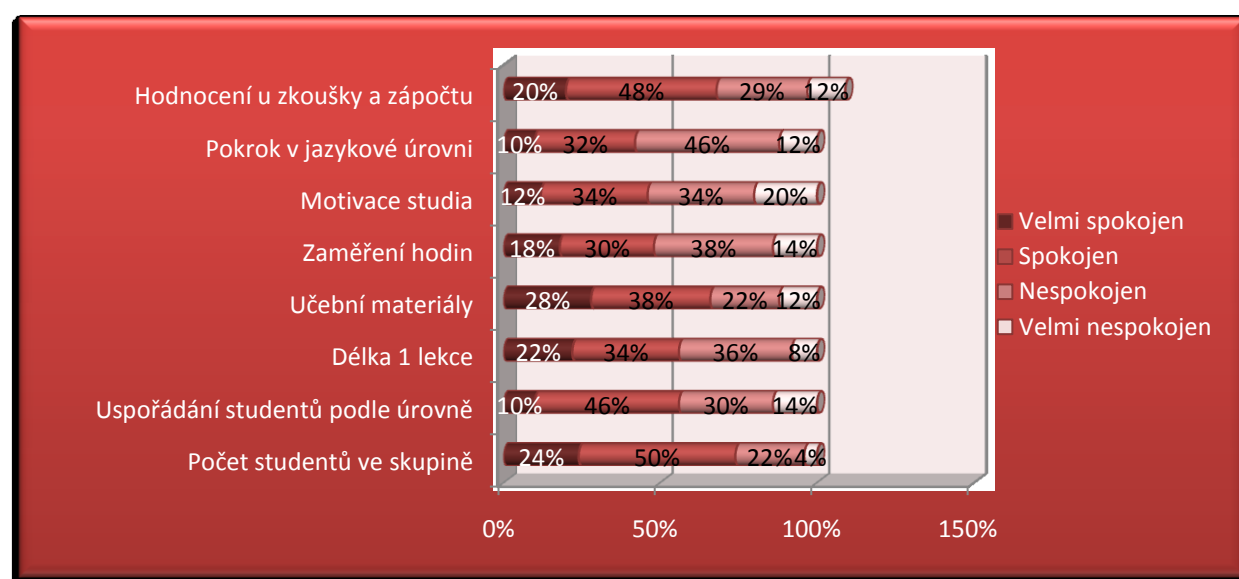
Příloha č. 5/9: Důvody nevyužití studijního programu v zahraničí

Hodnota	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Finanční důvody	32	30,8%
Nedostatečná úroveň cizího jazyka	16	19,8%
Nabídka zemí je nedostačující	4	4,4%
Obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí	25	24,2%
Nezájem	22	20,9%



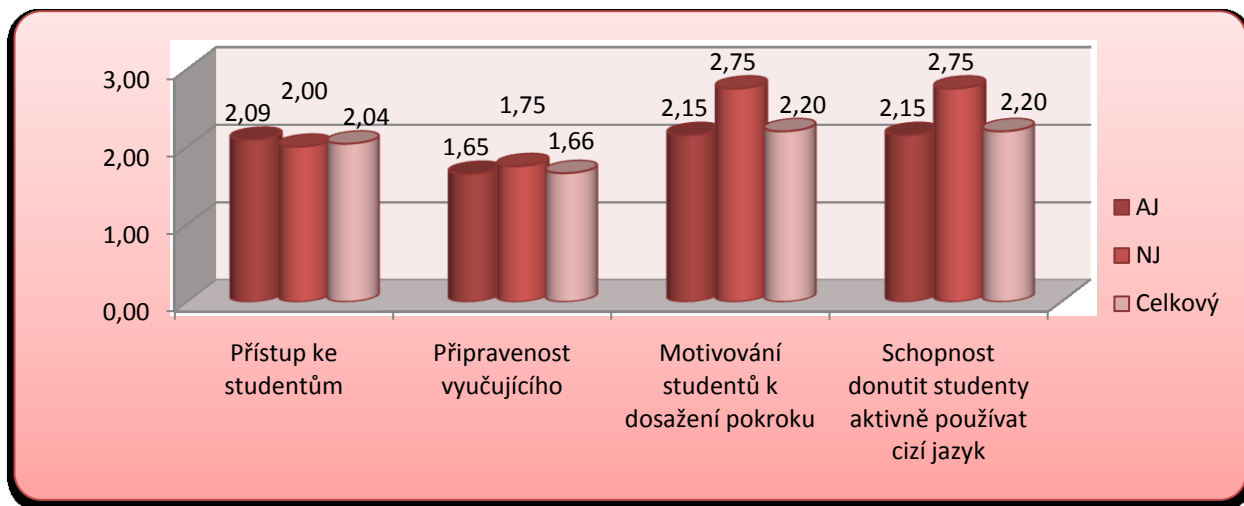
Příloha č. 5/10: Hodnocení faktorů při výuce cizích jazyků na VŠB-TUO

Hodnota	Velmi spokojen		Spokojen		Nespokojen		Velmi nespokojen	
	AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ
Počet studentů ve skupině	10	20%	16	32%	20	40%	4	8%
Uspořádání studentů podle úrovně	7	14%	15	30%	18	36%	10	20%
Délka 1 lekce	4	8%	13	26%	22	44%	11	22%
Učební materiály	9	18%	28	56%	10	20%	3	6%
Zaměření hodin	4	8%	25	50%	19	38%	2	4%
Motivace studia	4	8%	12	24%	24	48%	10	20%
Pokrok v jazykové úrovni	2	4%	16	32%	19	38%	13	26%
Hodnocení u zkoušky a zápočtu	13	26%	26	52%	10	20%	1	2%



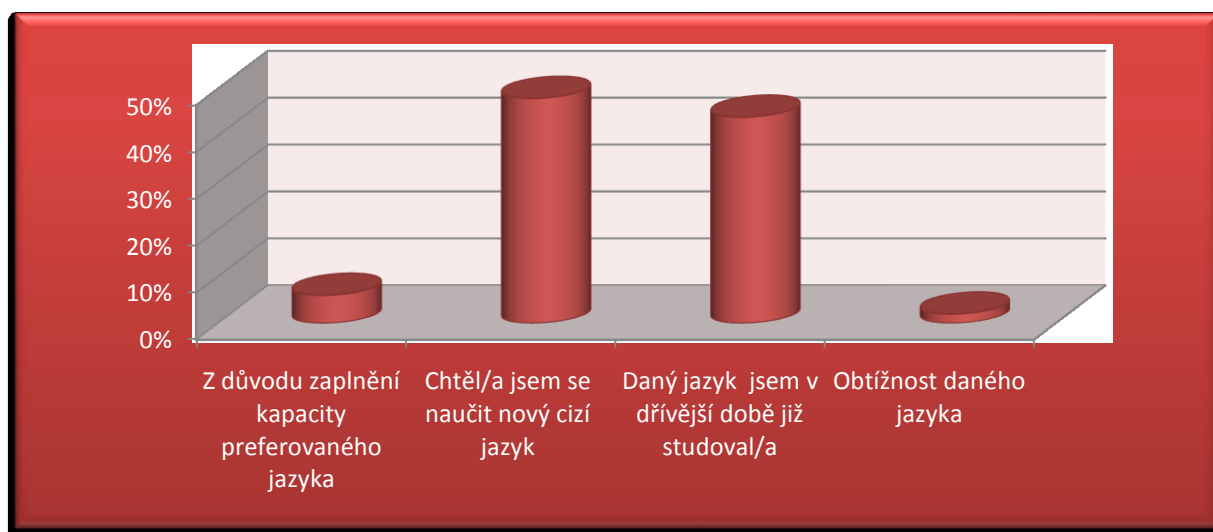
Příloha č. 5/11: Průměrná známka hodnocení faktorů u vyučujícího

Hodnota	Průměrná známka		
	AJ	NJ	Celkový
Přístup ke studentům	1,75	1,90	1,78
Připravenost vyučujícího	1,65	1,90	1,70
Motivování studentů k dosažení pokroku	2,73	3,20	2,82
Schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk	2,85	3,20	2,92



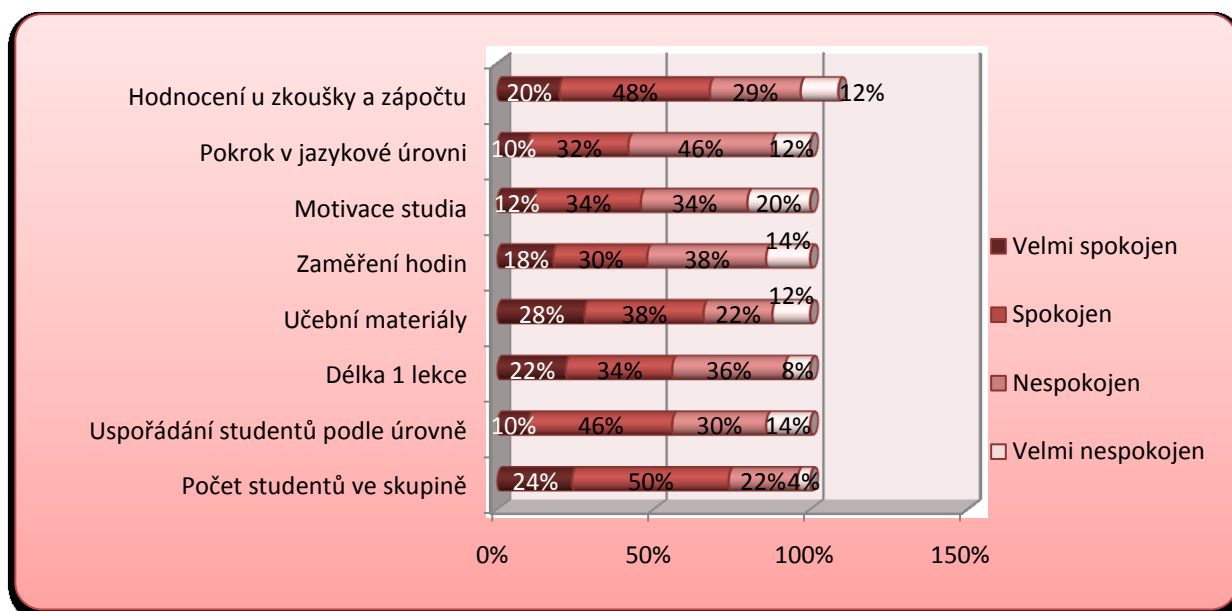
Příloha č. 5/12: **Důvod zvolení druhého cizího jazyka**

Hodnota	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Z důvodu zaplnění kapacity preferovaného jazyka	3	6%
Chtěl/a jsem se naučit nový cizí jazyk	24	48%
Daný jazyk jsem v dřívější době již studoval/a	22	44%
Obtížnost daného jazyka	1	2%



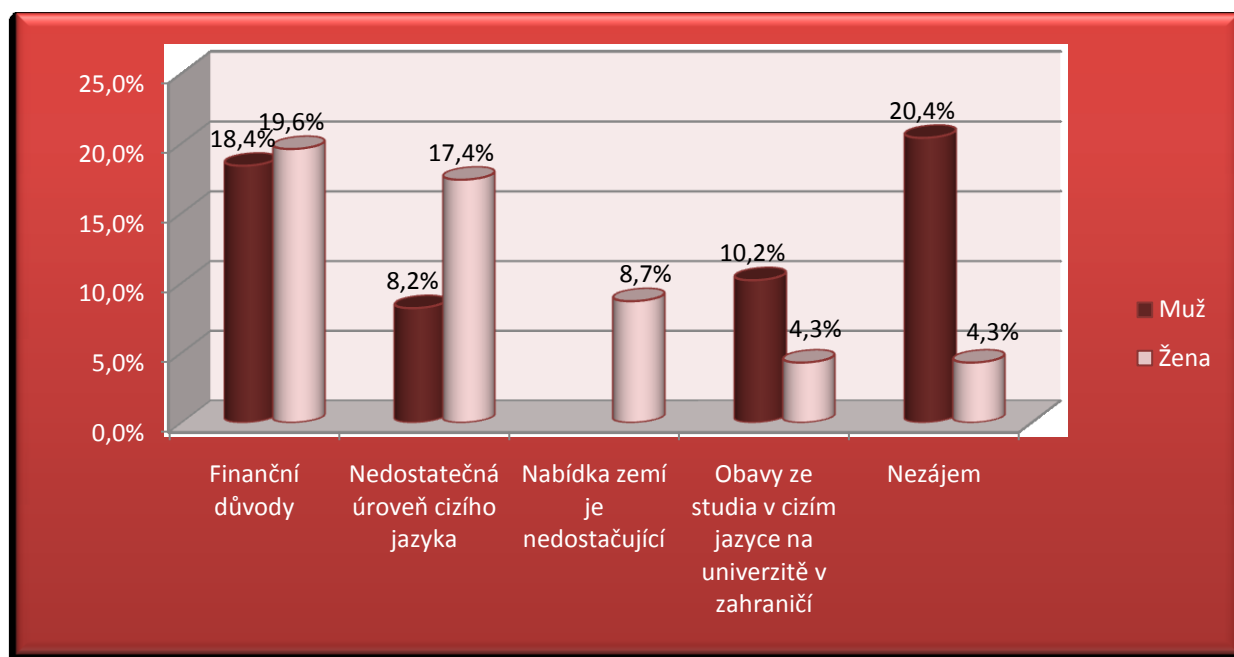
Příloha č. 5/13: **Hodnocení faktorů při výuce cizích jazyků na VŠB-TUO**

Hodnota	Velmi spokojen		Spokojen		Nespokojen		Velmi nespokojen	
	AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ
Počet studentů ve skupině	14	28%	18	36%	14	28%	4	8%
Uspořádání studentů podle úrovně	10	20%	21	42%	5	10%	14	28%
Délka 1 lekce	5	10%	17	34%	22	44%	6	12%
Učební materiály	12	24%	27	54%	9	18%	2	4%
Zaměření hodin	10	20%	27	54%	12	24%	1	2%
Motivace studia	8	16%	17	34%	15	30%	10	20%
Pokrok v jazykové úrovni	7	14%	24	48%	12	24%	7	14%
Hodnocení u zkoušky a zápočtu	16	32%	25	50%	7	14%	2	4%



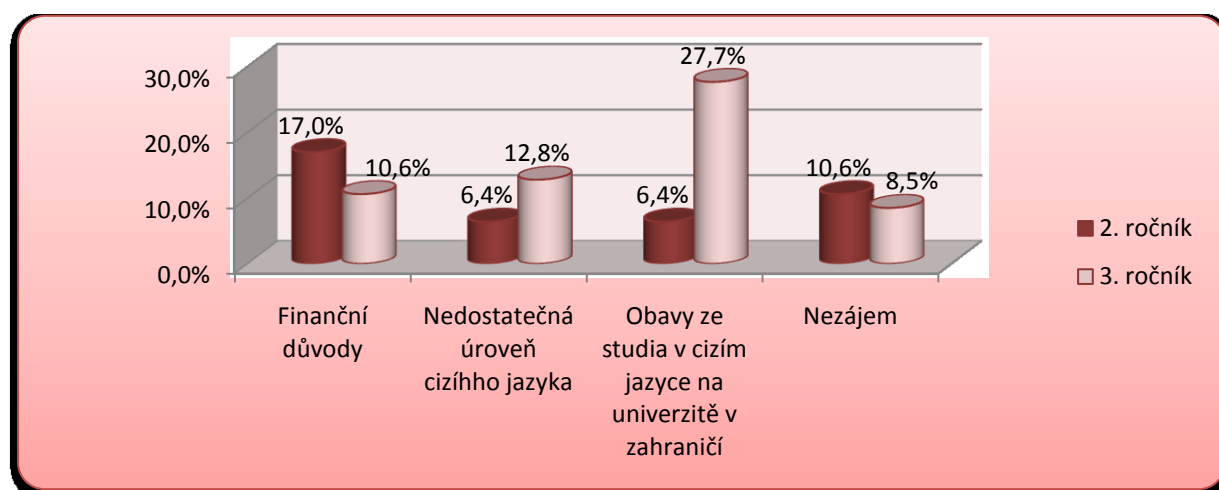
Příloha č. 5/14: **Důvod nestudování předmětu v cizím jazyce**

Hodnota	Muž		Žena	
	AČ	RČ	AČ	RČ
Nedostatečná jazyková úroveň	2	4,3%	9	19,6%
Větší náročnost studia předmětu	4	8,7%	8	17,4%
Nedostatečná nabídka předmětů v cizím jazyce	0		4	8,7%
Předmět ohodnocen nízkým počtem kreditů	1	2,2%	2	4,3%
Nevěděl/a jsem o nabídce studia předmětu v cizím jazyce	6	13,0%	2	4,3%
Neuvažoval/a jsem o studiu předmětu v cizím jazyce	6	13,0%	2	4,3%



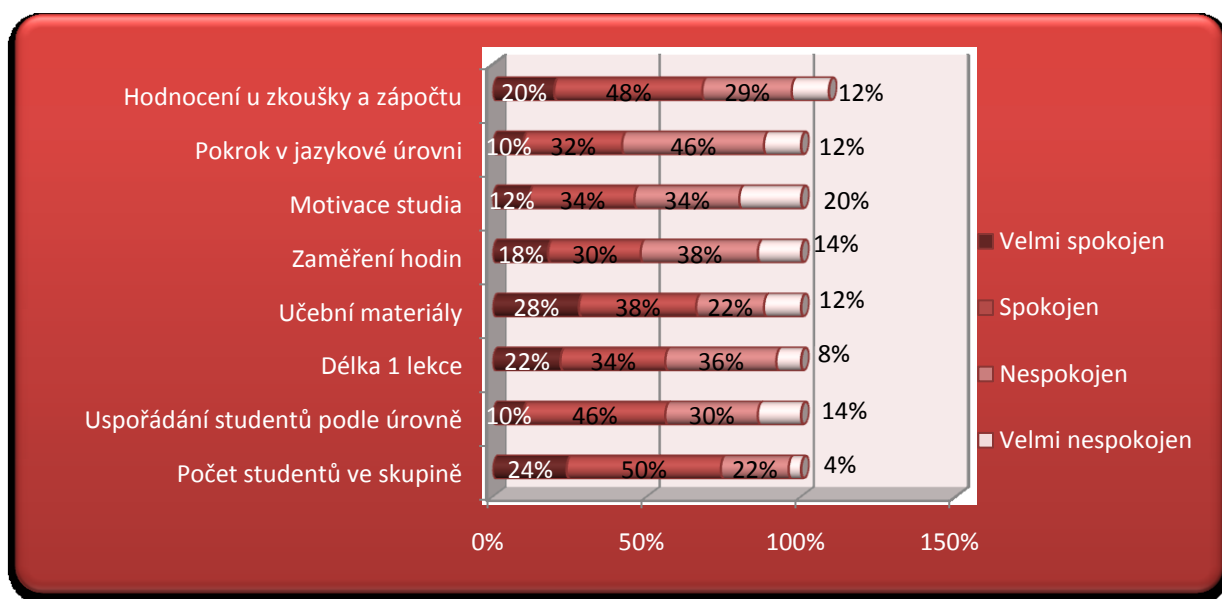
Příloha č. 5/15: Důvody nevyužití studijního programu v zahraničí

Hodnota	2. ročník		3. ročník	
	AČ	RČ	AČ	RČ
Finanční důvody	8	17,0%	5	10,6%
Nedostatečná úroveň cizího jazyka	3	6,4%	6	12,8%
Obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí	3	6,4%	13	27,7%
Nezájem	5	10,6%	4	8,5%



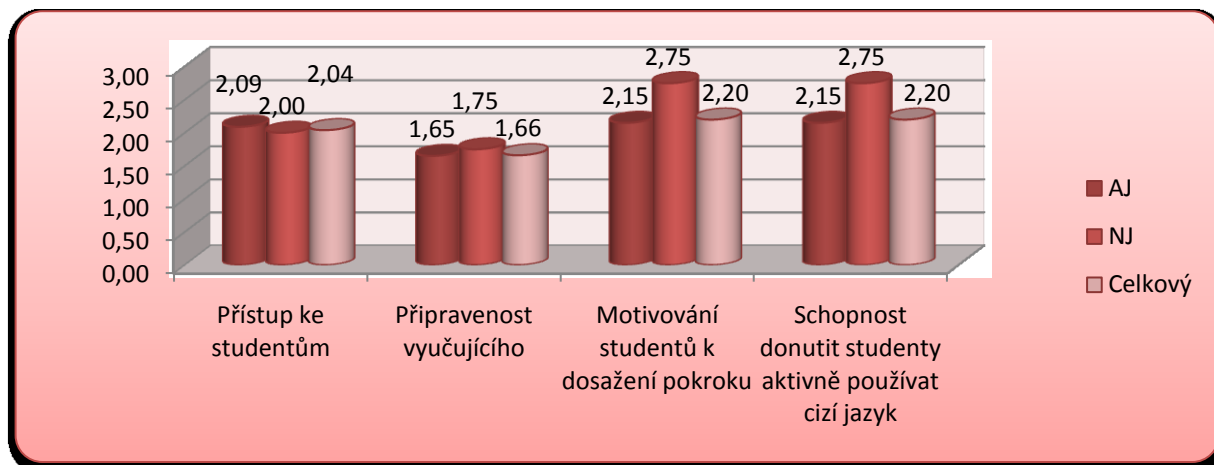
Příloha č. 5/16: **Hodnocení faktorů při výuce cizích jazyků na VŠB-TUO**

Hodnota	Velmi spokojen		Spokojen		Nespokojen		Velmi nespokojen	
	AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ
Počet studentů ve skupině	12	24%	25	50%	11	22%	2	4%
Uspořádání studentů podle úrovně	5	10%	23	46%	15	30%	7	14%
Délka 1 lekce	11	22%	17	34%	18	36%	4	8%
Učební materiály	14	28%	19	38%	11	22%	6	12%
Zaměření hodin	9	18%	15	30%	19	38%	7	14%
Motivace studia	6	12%	17	34%	17	34%	10	20%
Pokrok v jazykové úrovni	5	10%	16	32%	23	46%	6	12%
Hodnocení u zkoušky a zápočtu	10	20%	24	48%	10	29%	6	12%



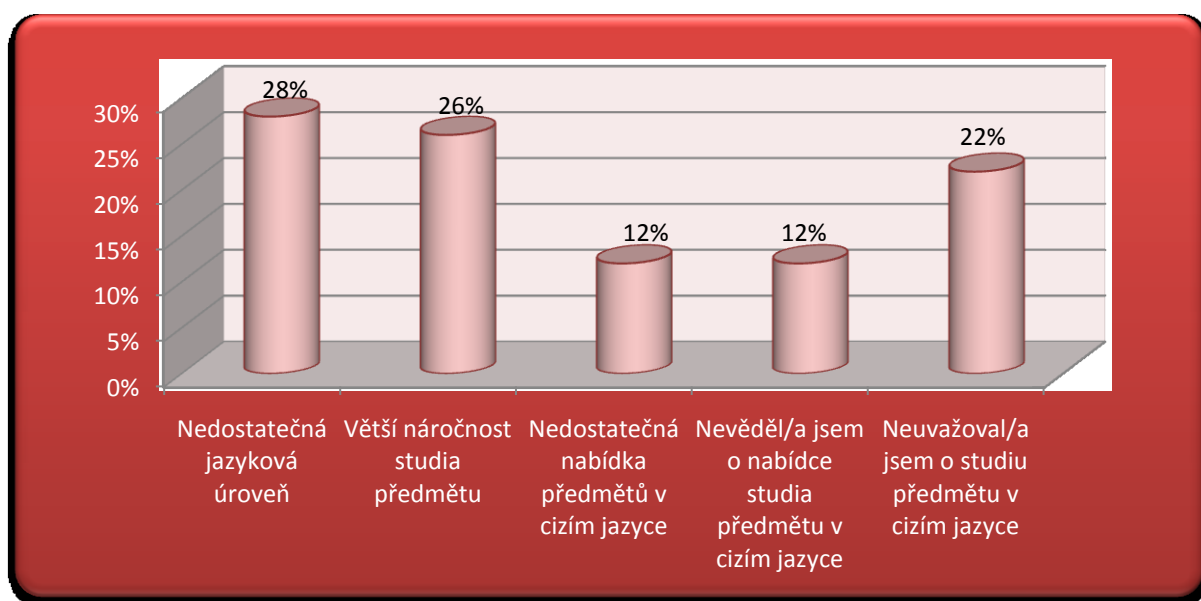
Příloha č. 5/17: **Průměrná známka hodnocení faktorů u vyučujícího**

Hodnota	Průměrná známka		
	AJ	NJ	Celkový
Přístup ke studentům	2,09	2,00	2,04
Přípravenost vyučujícího	1,65	1,75	1,66
Motivování studentů k dosažení pokroku	2,15	2,75	2,20
Schopnost donutit studenty aktivně používat cizí jazyk	2,15	2,75	2,20



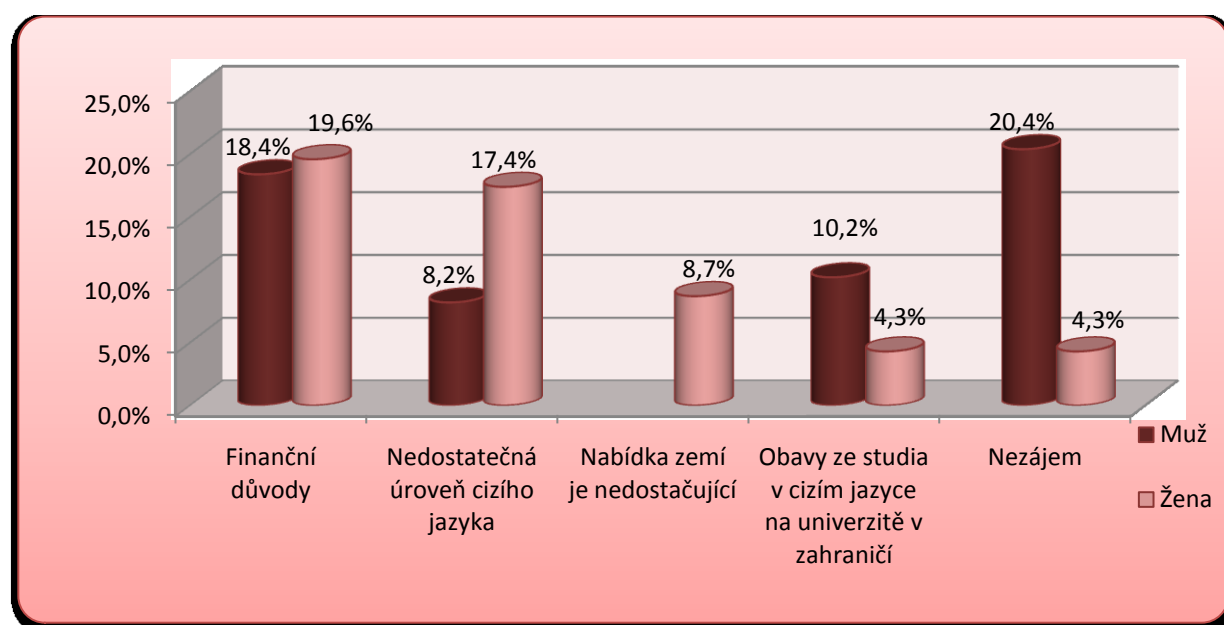
Příloha č. 5/18: Důvody nestudování předmětu v cizím jazyce

Hodnota	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Nedostatečná jazyková úroveň	14	28%
Větší náročnost studia předmětu	13	26%
Nedostatečná nabídka předmětů v cizím jazyce	6	12%
Nevěděl/a jsem o nabídce studia předmětu v cizím jazyce	6	12%
Neuvažoval/a jsem o studiu předmětu v cizím jazyce	11	22%



Příloha č. 5/19: Důvod nevyužití studijního programu v zahraničí

Hodnota	Muž		Žena	
	AČ	RČ	AČ	RČ
Finanční důvody	9	18,4%	5	10,2%
Nedostatečná úroveň cizího jazyka	4	8,2%	6	12,2%
Nabídka zemí je nedostačující	0		3	6,1%
Obavy ze studia v cizím jazyce na univerzitě v zahraničí	5	10,2%	5	10,2%
Nezájem	10	20,4%	2	4,1%



Příloha č. 6: Výše stipendia

MOBILITA STUDENTŮ			
ISO kód	Země	STUDIJNÍ POBYT	PRACOVNÍ STÁŽ
		Paušální částka stipendia na 1 měsíc pobytu v zahraničí v EUR	Paušální částka stipendia na 1 měsíc pobytu v zahraničí v EUR
AT	Rakousko	430	611
BE	Belgie	404	570
BG	Bulharsko	226	323
CY	Kypr	355	524
DE	Německo	405	571
DK	Dánsko	555	775
EE	Estonsko	312	458
ES	Španělsko	409	577
FI	Finsko	488	671
FR	Francie	473	678
GR	Řecko	359	530
HU	Maďarsko	348	513
IE	Irsko	505	698
IS	Island	567	621
IT	Itálie	447	638
LI	Lichtenštejnsko	516	713
LT	Litva	301	440
LU	Lucembursko	404	570
LV	Lotyšsko	297	434
MT	Malta	346	511
NL	Nizozemí	459	625
NO	Norsko	571	800
PL	Polsko	316	464
PT	Portugalsko	353	522
RO	Rumunsko	252	363
SE	Švédsko	469	641
SI	Slovinsko	322	473
SK	Slovensko	338	530
TR	Turecko	324	476
UK	Velká Británie	583	806

