

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2013

Bc. Dominika Čiháková

Univerzita Karlova v Praze
Fakulta tělesné výchovy a sportu

Diplomová práce k oboru Management tělesné výchovy a sportu

**Studium oboru Management TVS –
motivace studentů a hodnocení
spokojenosti s obsahem studia**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce:

PhDr. Vladimír Janák, CSc.

Vypracovala:

Bc. Dominika Čiháková

Praha, duben 2013

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Studium oboru Management TVS – motivace studentů a hodnocení spokojenosti s obsahem studia“ vypracovala samostatně. Veškerou použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v příloženém seznamu literatury a zdrojů. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze dne 20. 4. 2013

Bc. Dominika Čiháková

Evidenční list

Souhlasím se zapůjčením své diplomové práce ke studijním účelům. Uživatel svým podpisem stvrzuje, že tuto diplomovou práci použil ke studiu a prohlašuje, že ji uvede mezi použitými prameny.

Jméno a příjmení:

Fakulta / katedra:

Datum vypůjčení:

Podpis:

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala panu PhDr. Vladimíru Janákovi, CSc., vedoucímu mé diplomové práce, za jeho odborné vedení a rady, které přispěly ke zkvalitnění této práce. Dále bych chtěla poděkovat paní Mgr. Markétě Zeithammerové, vedoucí studijního oddělení Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze, za poskytnutí statistických údajů týkajících se studijního oboru Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze a za poskytnutí e-mailové databáze studentů a absolventů tohoto oboru, díky níž mi bylo umožněno provést výzkum, který je součástí diplomové práce.

Abstrakt

Název: Studium oboru Management TVS – motivace studentů a hodnocení spokojenosti se studiem.

Cíle: Cílem diplomové práce je zjistit hlavní motivy, které vedly k zahájení studia současných studentů a absolventů oboru Management tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze. Práce zmapuje, zda jsou studenti se svou volbou studijního oboru spokojeni a zjistí, zda byla naplněna jejich očekávání, která měli před zahájením studia. Dalším cílem práce je vypracování doporučení pro zvětšení spokojenosti studentů se studijním oborem a návrh doporučení, která mohou případně vést k vylepšení stávající situace na Fakultě tělesné výchovy a sportu.

Metody: V diplomové práci je využita metoda dotazování a metoda skupinové diskuze. Metoda dotazování byla aplikována na vzorku respondentů skládajícího se ze všech současných studentů oboru Management tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze a absolventů tohoto oboru. Metoda skupinové diskuze byla aplikována na vybraný vzorek osmi studentů zkoumaného studijního oboru.

Výsledky: Pomocí výzkumných metod byly zjištěny motivy, které přiměly studenty, resp. absolventy, ke studiu oboru Management tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze. Na základě výzkumných otázek se podařilo zjistit, jaké případné změny by cílové skupině respondentů vyhovovaly, aby bylo studium efektivnější a ještě více motivující. Studenti a absolventi daného oboru jsou se s obsahem studia spíše spokojeni.

Klíčová slova: Motivace, motiv, teorie motivace, motivace ke studiu, management, management tělesné výchovy a sportu.

Abstract

Title: Management of Physical Education and Sport Field of Study – Students´ Motivation and Studying Satisfaction.

Objectives: The aim of this thesis is to identify current students and graduates´ main motives for initiating the study of Management of Physical Education and Sport, Charles University in Prague. The work maps whether the students are satisfied with their choice of study and detect whether the expectations they had before studying were met. Another aim of the thesis is to develop recommendations for increasing students´ satisfaction with the field of study and to propose recommendations which may lead to the improvement of the current situation on the Faculty of Physical Education and Sport.

Methods: The thesis uses the method of questioning and group discussion method. The questioning method was applied on a sample of respondents comprising of all the current students of Management of Physical Education and Sport, Charles University in Prague and the graduates in this field. Group discussion method was applied to a selected sample of eight students from the researched field of study.

Results: Using the research methods motives that prompted students, respectively graduates to study a field Management of Physical Education and Sport on Charles University in Prague were identified. Based on the research questions the autor was able to identify which changes would be suitable for the target respondent group and make the study more effective and even more motivating. Students and graduates of the field of study tend to evaluate the study content as satisfying.

Keywords: Motivation, motive, motivation theory, motivation to study, management, management of physical education and sport.

Obsah

Úvod.....	1
Cíle a úkoly diplomové práce	2
1. Teoretické vymezení motivace	5
1.1 Motivace - definice	5
1.2 Vymezení problematiky motivace	6
1.2.1 Proces motivace	7
1.2.2 Dimenze motivace	8
1.2.3 Dynamika motivace	9
1.2.4 Poruchy motivace	9
1.2.5 Motiv.....	10
1.2.6 Stimulace, stimul	11
1.3 Motivace a její zdroje.....	11
1.3.1 Potřeby	12
1.3.2 Návyky.....	13
1.3.3 Hodnoty	13
1.3.4 Zájmy	15
1.3.5 Ideály	15
2. Teorie motivace	16
2.1 Homeostatický model motivace.....	16
2.2 Hédonistický model motivace.....	17
2.3 Aktivační model motivace	17
2.4 Kognitivní model motivace.....	17
2.5 Humanistický model motivace.....	18
2.6 Dvoufaktorový model motivace.....	19

3.	Motivace ke studiu	21
3.1	Zdroje studijní motivace	21
3.2	Posilování studijní motivace	21
3.3	Proč lidé studují.....	22
4.	Obor management.....	24
4.1	Charakteristika managementu	24
4.2	Manažer a jeho funkce	24
4.3	Management sportu	25
4.4	Management tělesné výchovy a sportu na FTVS UK.....	25
4.4.1	Bakalářské studium oboru Management tělesné výchovy a sportu.....	26
4.4.2	Navazující magisterské studium oboru MNG TVS	26
4.4.3	Statistiky oboru Management tělesné výchovy a sportu	27
5.	Metodika řešení práce	29
5.1	Metoda dotazování	29
5.2	Metoda skupinové diskuze.....	30
6.	Dotazník.....	32
6.1	Hypotézy	33
6.2	Vyhodnocení dotazníku	34
6.3	Shrnutí výsledků dotazníku.....	63
7.	Skupinová diskuze	67
7.1	Výsledky skupinové diskuze.....	67
	Závěry a doporučení	71
	Seznam použitých zdrojů.....	75
	Seznam grafů, obrázků a tabulek.....	79
	Seznam příloh	81

Úvod

Vzdělání je nedílnou součástí života lidí. Základní škola, střední škola, vysoká škola. Tyto tři stupně vzdělání, nebo alespoň minimálně jeden z nich, jsou součástí života lidí takřka z celého světa. Poptávka po studiu na vysokých školách je v dnešní době značná. Vysokoškolské vzdělání funguje jako prostředek k získání co nejširšího rozměru vzdělanosti nebo například také jako prostředek k získání atraktivní pracovní pozice. Rozlišuje také příjem pracujících lidí. Co vše motivuje člověka k vyššímu vzdělávání? Důvodů existuje nespočetné množství. Veliká poptávka po vysokoškolském vzdělávání a následném získání vysokoškolského titulu znamená nejen úspěch při pozdějším hledání zaměstnání a investici do budoucnosti. Důvodem (motivem) k vysokoškolskému vzdělávání může být například i potřeba dále se rozvíjet a učit se, rodinná tradice, získání vysokoškolského titulu, zachování statusu studenta a mnoho dalších atributů.

Autorka diplomové práce se zaměřila na obor, který sama studuje – obor Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze. Cílem diplomové práce je zjistit, co tvoří hlavní motivy stávajících studentů a absolventů tohoto oboru přihlásit se ke studiu, zda jsou se studiem spokojeni a zda byla naplněna očekávání, která před zahájením studia měli.

Diplomová práce se skládá ze dvou základních částí. První, teoreticky zaměřená část, je orientována na oblast motivace obecně. Autorka se zaměřila na pojmy motivace, motiv, stimulace, dále na téma motivačních teorií a na motivaci spojenou se studiem. Tato část diplomové práce se věnuje také přímo oboru management. Detailněji je popsán studijní obor, kterému je diplomová práce věnována a uvedeny jsou také statistické údaje týkající se analyzovaného studijního oboru. Následná, přechodná část diplomové práce od teoretického k empirickému, tvoří metodologické vysvětlení diplomové práce. Zde jsou definovány hypotézy k prováděnému výzkumu a podrobně charakterizovány jednotlivé výzkumné metody, které jsou v diplomové práci využity. Poslední část diplomové práce je věnována analýze získaných dat a celkovému vyhodnocení výzkumu, který je důležitou a nedílnou součástí práce. Autorka se zaměřila na sběr dat pomocí elektronického dotazování, které je doplněno a provázáno další výzkumnou metodou – metodou skupinové diskuze. Obě dvě výzkumné metody jsou provedeny na cílové skupině, kterou tvořili stávající studenti

oboru Management tělesné výchovy a sportu a absolventi tohoto oboru. Výzkumné otázky jsou směřovány především na téma motivace ke studiu a spokojenost se studijním oborem Management tělesné výchovy a sportu. Závěrem jsou výsledky výzkumu zanalyzovány a uspořádány do konkrétních celků, na jejichž základě autorka ověřila a případně vyvrátila předem stanovené hypotézy.

Samozřejmou součástí diplomové práce je závěrečné shrnutí výsledků obou metod výzkumu, které byly použity pro tuto práci. Na základě shrnutí celé práce, resp. obou výzkumných metod, jsou vytvořena doporučení, která mohou případně vést k vylepšení stávající situace na Fakultě tělesné výchovy a sportu. V případě, že se mezi studenty a absolventy oboru Management tělesné výchovy a sportu budou rozcházet původní očekávání a jejich reálná naplnění, autorka předloží návrh, jak studenty lépe motivovat ke studiu a jak uspokojovat jejich studijní potřeby – aby byl co největší počet studentů se studiem oboru spokojen a aby po ukončení vysokoškolského studia našel uplatnění ve vystudovaném či podobném oboru.

Cílem diplomové práce je zmapovat oblast motivace a zjistit, jaké motivy byly pro studenty těmi nejzásadnějšími k tomu, aby se rozhodli pro studium oboru Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze. Úkolem diplomové práce je tedy zjistit, co vedlo současné studenty a absolventy oboru Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze k jeho výběru, které jiné alternativy při výběru studia na vysoké škole zvažovali a v jak vysoké míře byla naplněna jejich původní očekávání od studia. Dalším cílem diplomové práce je zjistit, nakolik jsou studenti se studijním oborem spokojeni, jaké změny by případně navrhovali pro zefektivnění a zvýšení motivace ke studiu a jak si představují svou budoucnost (případně jaké je reálné uplatnění absolventů studijního oboru).

Diplomová práce by měla být přínosem především pro obor Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze.

Cíle a úkoly diplomové práce

V této kapitole budou popsány hlavní cíle, poslání a úkoly diplomové práce.

Cíle

Cílem diplomové práce je zjistit od současných studentů a absolventů studijního oboru Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze jejich motivaci k volbě studia. Práce zmapuje, jaké konkrétní motivy představovaly jejich výběr daného oboru, ze kterých variant se ke studiu rozhodovali, zda jsou s volbou studijního oboru spokojeni a zda byla naplněna původní očekávání, která studenti měli před zahájením vysokoškolského studia. Nedílnou součástí diplomové práce je podrobný rozbor dotazníkového šetření. Na základě výsledků dotazníkového šetření a doplnění těchto výsledků o výsledky zanalyzované pomocí metody skupinové diskuze autorka vypracuje soubor doporučení, která by případně mohla vést k vylepšení stávající situace na Fakultě tělesné výchovy a sportu. Pokud se mezi studenty a absolventy oboru Management tělesné výchovy a sportu (respondenty dotazníku) budou rozcházet původní očekávání a reálná naplnění těchto očekávání, autorka předloží návrh, jak studenty lépe motivovat ke studiu a jak uspokojovat jejich studijní potřeby – aby byl co největší počet studentů oboru spokojen a aby po ukončení vysokoškolského studia našli absolventi uplatnění ve vystudovaném či podobném oboru.

Úkoly

Pro dosažení cílů předem stanovených je nutné provést následující kroky:

1. Podrobné studium literatury týkající se tématu motivace a managementu a jeho teoretické shrnutí.
2. Stanovení hypotéz.
3. Vytvoření dotazníku, provedení pilotáže a následný sběr dat v rámci cílové skupiny.
4. Realizace skupinové diskuze zaměřené na danou cílovou skupinu.
5. Analýza a vyhodnocení získaných dat, propojení jednotlivých metod výzkumu, ověření pravdivosti hypotéz.

6. Návrhy na opatření, která povedou ke zlepšení výchozí situace.

Teoretická východiska diplomové práce budou čerpána především z odborné literatury a z elektronických zdrojů týkajících se daných témat práce.

Po stanovení hypotéz bude následovat dotazníkové šetření (nejprve formou pilotáže, poté formou finálního sběru dat). Dále bude uskutečněna skupinová diskuze. Tyto dvě metody výzkumu budou na konci diplomové práce zkombinovány a dotazníkové šetření tak získá širší úhel pohledu.

1. Teoretické vymezení motivace

Slovo motivace má původ v latinském jazyce. Výraz vznikl z latinského slovesa hýbat se, pohybovat se – ze slovesa movere. Z významu slova můžeme odvodit, že motiv je něco, co člověka uvádí do pohybu, něco co vede člověka ke zřetelnému a jasnému chování a jednání.

V následujících kapitolách budou detailně vymezeny pojmy motivace a motiv. Motivace vyjadřující proces a motiv, který představuje určitou pohnutku či dispozici k motivaci. [14], [48]

1.1 Motivace - definice

„Motivaci chápeme v nejširším slova smyslu jako souhrn činitelů, které podněcují, směřují a udržují chování člověka. Zkoumání motivace lidského chování je hledáním odpovědi na otázku, proč se člověk chová určitým způsobem, co je příčinou jeho chování.“ [15, s.16]

„Motiv je důvod pro to, abychom něco udělali. Motivace se týká faktorů, které ovlivňují lidi, aby se určitým způsobem chovali.“ [3], s.219

„Motivace je psychickou formou autoregulace organismu, která v sobě integruje jeho nižší regulační formy. Je vnitřní základnou a hlavní bezprostřední dominantou činností člověka. Je výslednicí celého souboru vnitřních i vnějších podnětů, jejichž motivační valence je určena jednak jejich významným poměrem, jednak jejich vztahem k charakteristickému subjektu.“ [16, s.67]

„Motivace je intrapsychický proces, který má svůj zdroj ve vnitřní a vnější situaci individua.“ [27, s.17]

„Pojem motivace vyjadřuje skutečnost, že v lidské psychice působí specifické, ne vždy zcela vědomé či uvědomované vnitřní hybné síly – pohnutky, motivy. Ty činnost člověka určitým směrem orientují, v daném směru ho aktivizují a vzbuzenou aktivitu udržují. Navenek se pak působení těchto sil projevuje v podobě motivované činnosti, motivovaného jednání.“ [4, s.241]

1.2 Vymezení problematiky motivace

Pokud chce člověk porozumět chování druhých lidí, pochopit jejich činy a umět alespoň lehce předvídat jejich chování do budoucna - jak budou za různých okolností lidé jednat - musí se zeptat na jisté otázky: co tito lidé chtějí, co je baví, co preferují, co je zajímá a těší, o čem sní, v co doufají nebo čeho se bojí. Člověk se tedy musí druhých lidí zeptat, jaké síly jimi hýbou, resp. jak silně a k čemu jsou lidé motivováni.

Studium motivace člověka je důležitou stránkou psychologického zkoumání osobnosti. Poznání motivů činnosti člověka jsou jakýmsi klíčem pro hlubší poznání jeho postojů, vlastností, názorů a vztahů ke společenské realitě. Motivaci lidského chování chápeme jako jednu ze základních struktur osobnosti člověka.

S pojmem motivace samozřejmě velice úzce souvisí výraz motiv. Motiv označuje pohnutku k určitému chování a pojem motivace vyznačuje soustavu pohnutek (motivů), proces podněcování určité aktivity či psychický stav vyvolávající činnosti, jednání a chování člověka zaměřené určitým směrem.

Motivace tedy zahrnuje pohnutky (motivy), vnitřní podněty, které vedou člověka k dané činnosti. Pojem motivace se vztahuje na vnitřní aktivaci jedince, na vzbuzování aktivity organismu, na jeho energizování a jeho zacílení předem daným směrem.

Struktura motivace má tři základní znaky:

- aktivace chování (potřeby, instinkty),
- zaměřenost chování určitým směrem (hodnoty, zájmy, postoje),
- úsilí dosáhnout cíle (aspirace, úspěch, vůle).

Motivace je rozdělena na tři základní složky:

- směr – co se člověk pokouší provádět,
- úsilí – s jakou pílí člověk činnost vykonává,
- vytrvalost – jak dlouho se člověk o prováděnou činnost pokouší.

Motivaci jako takovou nelze žádným způsobem měřit či pozorovat. Jediné, co je možné u motivace změřit, jsou její důsledky. Mezi důsledky motivace patří například činnost člověka a její součásti (fáze, rozsah, intenzita, vnější a vnitřní změny v organismu, aj.).

Motivace má tři základní funkce:

- funkci dynamizující,
- funkci aktivizující,
- funkci usměrňující. [3], [8], [14], [20], [36]

1.2.1 Proces motivace

Motivované chování je výsledkem vzájemného působení jedince a prostředí. Pokud má být motivace realizována, je nezbytná existence určitých potřeb, jinými slovy tzv. vnitřních motivačních dispozic. Nezbytné je také současné působení podnětu, který lidské potřeby aktualizuje a pohání.

U motivace je velice důležité propojení s konkrétním cílem jednání a chování, které člověk vykonává. Pokud člověk ví, co chce, jde si za svým cílem a jeho energie, znalosti a vytrvalost jsou pozitivně obráceny k uskutečnění cíle předem určeného, motivace je poté silnější a lidská činnost je snadněji prováděna. Motivace se v tomto případě stává hnací silou jednání a chování člověka.

Proces motivace je znázorněn na obrázku č. 1. Z obrázku je patrné, že motivace je vyvolána tím, že jedinec zjistí existenci neuspokojených potřeb v sobě samém. Toto zjištění může být jak vědomého, tak i nevědomého charakteru. Neuspokojené potřeby v člověku vyvolávají přání a potřebu něčeho dosáhnout. Na základě těchto potřeb a přání si člověk stanovuje cíle, ke kterým chce dospět. Pokud je cíl dosažen a původní potřeba uspokojena, v člověku se objeví další, klidně i podobná potřeba, která bude chtít být opět naplněna. Pokud cíl naplněn nebude, existuje menší pravděpodobnost, že stejná či podobná potřeba bude v budoucnu opět vznikat.



Obr. 1 Proces motivace [3, s.220]

1.2.2 Dimenze motivace

Motivace působí na člověka ve třech základních dimenzích:

- dimenze směru,
- dimenze intenzity,
- dimenze stálosti.

Dimenze směru je takový druh motivace, který člověka určitým způsobem vede a orientuje ho k předem vytyčenému cíli a zároveň ho naopak od některých jiných směrů odvrací. V rovině prožívání se člověk v rámci této dimenze vyjadřuje nejčastěji slovy „chci ..“, „rád bych ..“, „nezajímá mě ..“, apod.

Druhou dimenzí spojenou s motivací je dimenze intenzity. Tato dimenze se vyznačuje činností člověka v závislosti na síle, kterou využívá k úsilí dosáhnout daného cíle (který je určen směrovou dimenzí). V rovině prožívání zde můžeme hovořit o slovních spojeních „docela bych chtěl..“, „velmi toužím..“, aj.

Třetí dimenzí je dimenze stálosti, která se projevuje jako míra schopnosti člověka překonávat různé vnější a vnitřní překážky. Pokud je tato dimenze značná, člověk pokračuje ve své motivované činnosti i za přítomnosti překážek a intenzita motivace se při jeho jednání takřka nemění. Opakem je, pokud se dimenze stálosti dostane

na nízkou úroveň - člověk se v této situaci vzdaluje svým původním cílům a směrům, které si na počátku stanovil. [3], [14]

1.2.3 Dynamika motivace

S motivací se velice často pojí slovo aktivace. Aktivací je rozuměna mobilizace energie (vzrušení, nabuzení) organismu člověka. Tento výraz formuluje část duševního dění člověka (činnosti jeho nervové soustavy), které není nijak konkrétně zaměřeno a nemá konkrétně daný cíl. Pro vznik motivačních procesů je aktivace v člověku nezbytná. Aktivace energetizuje člověka k provádění určité činnosti; v člověku vzniká automaticky v rámci nově vzniklé situace.

U pojmu aktivace můžeme hovořit o aktivačním minimu a maximu – mírách aktivace, které jsou ukazateli pohotovosti psychiky člověka. Příkladem aktivačního maxima jsou silné vzrušující emoce či ostražitá pozornost. Aktivačním minimem může být například kóma až smrt člověka. Jakýmsi mezičlánkem mezi maximem a minimem bychom mohli vyjmenovat činnosti jako uvolněná bdělost, ospalost nebo mělký či hluboký spánek. [13], [14], [24]

1.2.4 Poruchy motivace

Mezi dvě nejnámější poruchy motivace patří frustrace a deprivace.

Frustrace

V průběhu procesu motivace může dojít k tomu, že postup není zcela naplněn – že cíl jednání člověka není zcela uskutečněn a původní motivy nejsou naplněny. V takovém případě můžeme hovořit o poruše neboli frustraci motivačního procesu, kdy dochází k jeho znemožnění či zmaření. Situace, ve kterých k frustraci může dojít, jsou například uložení nepřiměřeného úkolu, vznik překážky v jednání, konfliktní situace, stresová situace, aj.

Porucha motivačního procesu má své dvě hlavní stránky – vnitřní a vnější. Vnitřní stav člověka, kdy svůj neúspěch vnitřně prožívá a vzniká tím pocit neuspokojení a vnější stav, kdy dochází právě k nedosažení předem vytyčeného cíle. Reakce lidí na tyto poruchy motivace (na frustraci) jsou podobné reakcím vznikajícím v náročných životních situacích. Jako příklad reakcí na frustraci bychom mohli uvést agresi, útok, regresi či stereotypii člověka.

Frustrace se projevuje jako aktuální nežádoucí změna psychiky a jednání člověka; nejedná se o žádný dlouhodobý vliv či akt, který by měnil osobnost člověka jako takovou. [35]

Deprivace

Specifická forma frustrace se nazývá deprivace. Ta má z hlediska vývoje osobnosti člověka dlouhodobější a názornější dopady a projevy. Oproti frustraci má deprivace zřetelné negativní vlivy na fungování osobnosti člověka. Deprivace se přirovnává k neuspokojování základních lidských potřeb jak u dospělých jedinců, tak často například i u dětí (při dlouhodobém nedostatku mateřské lásky nebo dlouhodobé šikaně či izolování dítěte ve skupině). [35]

1.2.5 Motiv

Motiv je nejjednodušeji řečeno něco, co lidi uvádí do pohybu.

Motiv je vnitřní potřeba či touha, která může být vědomá, polovědomá nebo podvědomá. Motiv působí na lidskou vůli a vede člověka k jistému chování a jednání. Můžeme jej chápat jako určité vnitřní podmínky, které vzbuzují aktivitu člověka a regulují jeho činnost daným způsobem. Člověka zároveň ovlivňují i vnější podmínky, a to především podmínky sociální, ve kterých se každodenně pohybuje.

Motivem je vnitřní psychická síla, která člověka popuzuje k danému chování, individualizuje prožívání člověka a dává lidské činnosti psychologický smysl. Pokud existuje jistý motiv k lidské činnosti, člověku se vytvoří určitý cíl. Cílem většiny motivů k dané činnosti je stav nasycení. Nasycení mívá podobu psychického vnitřního uspokojení a vnitřního pocitu naplnění.

Na chování člověka, které je ovlivňováno motivy, působí ještě další faktory - nejvíce patrně poznávací procesy a specifické prožívání člověka samotného.

Motivy na lidskou činnost ve většině případů nepůsobí jednotlivě jeden po druhém, nýbrž jich většinou působí současně několik najednou. Při tomto hromadném působení mohou motivy nabývat i opačných hodnot a směrů. To způsobuje rozhodování člověka, jakou správnou cestou, jakým směrem se vydat. Pokud na sebe tyto hromadné motivy působí protikladně, mohou lidskou motivovanou činnost narušit, oslabit či ji dokonce znemožnit. Pokud se hromadné motivy ubírají stejným směrem a vzájemně si ve velké míře nekonkurují, motivovanou činnost posilují a podporují ji. [1], [4], [14], [33]

1.2.6 Stimulace, stimul

Je důležité rozlišovat mezi sebou dvojice pojmů motiv – motivace a stimul – stimulace. „Stimulací rozumíme takové vnější působení na psychiku člověka, v jehož důsledku dochází k určitým změnám jeho činnosti prostřednictvím změny psychických procesů, prostřednictvím změny jeho motivace.“ [33, s.25] Stimulace se od motivace odlišuje tím, že působí na lidskou psychiku zvnějšku. Nejčastěji se stimulace vyznačuje chováním jednoho člověka k druhému nebo jiným vnějšími působeními na člověka. „Může mít rozmanité podoby a formy. Jejich společným jmenovatelem však bývá ovlivňování činnosti druhého člověka aktivními vnějšími zásahy vedoucími ke změně jeho psychických procesů, především pak ke změně jeho motivace.“ [4, s.243]

K ovlivňování psychiky může docházet jak vědomě, tak i nevědomě. Ve většině případů se ale jedná o vědomé a záměrné ovlivňování člověka a jeho činnosti (motivace). Toto lidské chování může být zaměřeno buď na posílení perspektivy úspěchu, nebo naopak na zvýraznění hrozby neúspěchu a z něj plynoucích negativních důsledků. Stimulace je žádoucí tehdy, pokud jsou využívány stimuly v souladu s motivací daného člověka.

Stimul představuje pohnutku vyvolávající změny v lidské motivaci. Stimuly (podněty) rozdělujeme na impulzy a incentivy. Impulzy, jako vnitřní (endogenní) podněty, a incentivy, jako podněty vnější (exogenní). Impulzy a incentivy mohou být reprezentovány nespočetně mnoha faktory. Vzájemnou interakcí impulzů a incentiv vznikají motivy k jednání člověka. To, co představuje stimuly, závisí hlavně na motivační struktuře konkrétního jedince, na podobě jeho stálějšího motivačního profilu. Příkladem stimulu by mohla být například finanční odměna za dobře vykonanou práci (v tomto případě by se jednalo o stimul materiální).

Pokud člověk vykoná činnost pomocí vnějších stimulů, proces je nazýván stimulací. Jestliže dojde k situaci, kdy člověk vykoná činnost na základě vnitřních motivů, jedná se o motivaci. [11], [20], [29], [31]

1.3 Motivace a její zdroje

Motivace sama o sobě musí mít své prameny a způsoby, jak vzniká. To, že lidé něco chtějí, po něčem touží, že chtějí dosáhnout určitého cíle nebo naopak věci odmítají - to vše musí mít nějaký počátek. „Jako zdroje motivace označujeme ty skutečnosti, které motivaci vytvářejí, tj. skutečnosti, které zakládají dynamické tendence i orientaci

(zaměření) lidské činnosti a které významným způsobem ovlivňují stálost (persistenci, přetrvávání) těchto tendencí.“ [33, s.27]

Mezi základní zdroje motivace se řadí:

- potřeby,
- návyky,
- hodnoty,
- zájmy,
- ideály. [4]

1.3.1 Potřeby

Potřeby jsou základním zdrojem motivace. Představují vnitřní stavy, které lidé prožívají. „Potřeba se v rovině prožívání projevuje jako nelibě pociťovaný stav napětí, který vyvolává tendence k odstranění tohoto napětí. Vede tedy zpravidla k odstranění příslušného nedostatku, resp. k saturaci (nasyčení) příslušné potřeby. Předpokladem ovšem je, že subjekt nalezne cíl, tj. určitou skutečnost, která umožní uspokojení dané potřeby.“ [4, s.244] Tuto situaci znázorňuje obrázek č. 2.



Obr. 2 Zdroj motivace – potřeba [4, s.245]

Pokud se v člověku objeví potřeba jakéhokoliv typu, roste v něm napětí. Toto napětí postupně navyšuje svou intenzitu. Po uspokojení potřeby dochází k postupnému nasycení člověka, ke snižování intenzity napětí až k jeho úplnému zmizení.

Potřeby jsou děleny do dvou základních skupin:

- primární (biologické),
- sekundární (sociální).

Primární potřeby, jinak také potřeby biologické, fyziologické či viscerogenní, souvisí s činnostmi a funkcemi lidského těla. Do této skupiny se zařazují základní lidské potřeby, jako například potřeba vzduchu, potravy, tekutin, atd.

Sekundární potřeby, jinými slovy potřeby sociální, společenské či psychogenní, jsou potřebami spojenými s člověkem jako tvorem společenským a kulturním. Do sekundárních potřeb patří například potřeba seberealizace, potřeba lásky, apod.

Mezičlánkem mezi primárními a sekundárními motivy se uvádějí tzv. potřeby afektivní, mezi které se zařazují potřeby typu bezpečí, strachu, agrese či zlosti. Afektivní potřeby mohou být zčásti vrozené a zčásti získané.

Potřeby obecně mohou být vědomého i nevědomého charakteru. Nemusí vždy představovat zcela uvědomované dostatky či nedostatky. „Člověku se občas stává, že pocítuje jakousi vnitřní nepohodu, má pocit, že mu něco „schází“,“ avšak neví co. Může být roztržitý, projevovat se jako „mrzout“,“ být „bez nálady“ – jen proto, že neví, jaká je jeho potřeba. Jindy naopak dobře ví, co chce, zná příslušnou potřebu, ale neví, kde se vzala, co je příčinou či důvodem vzniku této potřeby, což ho může rovněž vyvádět z míry.“ [4, s.245]

Asi nejznámější teorií spojenou s lidskými potřebami je Maslowova teorie potřeb¹, která bude probrána v kapitole 2.5². [19], [25], [33]

1.3.2 Návyky

Návyk, jinými slovy také opakovaná, zautomatizovaná a stereotypní činnost člověka v určité situaci. Člověk v průběhu života vykonává různé činnosti. Ty mohou být nárazového charakteru nebo charakteru pravidelného a opakujícího se většinou v podobných situacích. Tato pravidelnost tvoří z opakující se činnosti jakousi rutinu, zvyk, stereotyp - návyk. Člověk, který prožívá činnost pravidelného charakteru, na danou situaci reaguje stereotypními tendencemi, které jsou na tyto situace fixované a zautomatizované již z dřívější doby. Jedinec v danou chvíli jedná v souladu se svým návykem na konkrétní situaci, jedná podle naučeného vzorce chování. Návyky mohou být vědomé i nevědomé a objevují se ve všech oblastech lidského chování. [4], [33]

1.3.3 Hodnoty

Hodnoty a hodnotový systém jsou úzce propojeny s motivací veškeré lidské činnosti. V průběhu života se lidé setkávají se stále novými fakty a skutečnostmi. S těmito

¹ Abraham Harold Maslow (1908 – 1970) – americký klinický psycholog.

² Viz. str. 18.

„novinkami“ se člověk seznamuje, poznává je a také jim přisuzuje určité hodnoty, důležitost a význam. Přisuzování hodnot určitým věcem má pro člověka jak objektivní, tak subjektivní (individuální) charakter a smysl. Hodnoty mohou být posuzovány z celé řady hledisek – z hlediska prospěchu jedince, z hlediska prospěchu širších sociálních skupin, apod.

Věci hodnotíme pozitivně i negativně – záleží při tom na hierarchii důležitosti věcí, které v danou chvíli člověk hodnotí. Člověk je nejvíce motivován k činnosti s vysokou (pozitivní) osobní hodnotou, činností s negativními a nízkými hodnotami se spíše vyhýbá. „Hodnocení některých skutečností člověk více či méně přejímá „již hotové“ od svého sociálního prostředí, někdy nekriticky. Tato hodnocení u každého jedince představují jakousi „osobní hodnotovou mapu“ – hodnotový systém, hierarchii hodnot: některým skutečnostem jedinec přisuzuje hodnoty vyšší (cení si jich více, považuje je za významnější), jiným hodnoty nižší.“ [33, s. 32]

Hodnoty jsou subjektivním zdrojem motivace a každý jedinec vnímá hodnocení věcí a dalších skutečností jinak. Záleží na zkušenostech daného jedince a také na jeho osobnosti celkově. Existují zároveň také hodnoty, které mají všichni lidé společné. Tyto hodnoty by se daly nazvat jako obecně platné či objektivní. Mezi tyto hodnoty zařazujeme například rodinu, zdraví, přátelství, děti, práci, peníze, společenské postavení, lásku, úspěch, svobodu a mnoho dalších.

S hodnotami bývá propojeno jméno německého psychologa Sprangera³, který vytvořil typologii hodnotových orientací a rozlišil tak šest osobnostních typů člověka podle jeho převažujícího zaměření. Jedná se o následující typologii lidí:

- teoretický typ – nejvyšší hodnota: poznání,
- ekonomický typ – nejvyšší hodnota: užitek,
- sociální typ – nejvyšší hodnota: láska jako nejhodnotnější forma vztahu,
- politický typ – nejvyšší hodnota: moc,
- estetický typ – nejvyšší hodnota: krása,
- náboženský typ – nejvyšší hodnota: jednota, božská hodnota.

³ Eduard Spranger (1882 – 1963) – německý psycholog.

Hodnoty bývají často spojovány se zájmy. Někdy jsou hodnoty nazývány jako „dominantní zájmy.“ Rozlišení zde ale existuje. „Podstatné rozlišení mezi zájmem a hodnotou spočívá ve skutečnosti, že hodnoty jsou na rozdíl od zájmů přijímány jako specifické normy, tj. mají oproti zájmům individuálně normativní charakter.“ [4, s.250] [35]

1.3.4 Zájmy

Člověk a jeho zájmy. Toto slovní spojení je velice široké. Zájem je schopnost usměrnit sebe sama, schopnost určovat směr svého života vlastními silami, i v případě, že například proti člověku v danou chvíli stojí vnější přesila či překážka. Do zájmů člověka spadají například zájmy sociální, obchodně ekonomické, sportovní, jazykové, estetické, hudební, obchodní, přírodní, technické nebo výtvarné. „Zájem je specifickou formou zaměření člověka na určitou oblast jevů, která jej v daném směru aktivizuje, navíc s určitou persistencí. Je patrné, že ve smyslu tohoto vymezení lze zájem chápat jako zvláštní druh motivu.“ [33, s. 32], [4], [24], [50]

1.3.5 Ideály

„Ideál je model, vzor, který člověku slouží nebo má sloužit jako vodítko jeho jednání.“ [35, s.18] Ideály mohou představovat typ osobního profilu člověka, mohou to být lidské životní cíle nebo se mohou týkat života osobního či pracovního. Ideály vznikají na základě působení sociálních činitelů vývoje a utváření osobnosti člověka. Ideál by se jinými slovy mohl popsat jako vysoce vytyčený cíl jedince. [4], [33]

2. Teorie motivace

Od přelomu 19. a 20. století vzniklo v oblasti psychologie mnoho teorií, které popisují a objasňují principy a pravidla motivace člověka při jeho chování a jednání. Těchto teorií vzniklo veliké množství, mnoho z nich je například uvedeno v Madsenově knize *Moderní teorie motivace*⁴. Teorie motivace bývají nejčastěji děleny do tří základních kategorií: teorie instrumentality, teorie zaměřené na obsah a teorie zaměřené na proces.

Mezi nejznámější výkladové modely motivace lidského chování můžeme zařadit následující:

- homeostatický model motivace,
- hédonistický model motivace,
- aktivační model motivace,
- kognitivní model motivace,
- humanistický model motivace,
- dvoufaktorový model motivace.

Výše vyjmenované modely motivace jsou opravdu jen těmi základními. K dalším teoriím a modelům, které bychom mohli vyjmenovat jsou například Cattellův⁵ behavioristický model motivace, Freudova⁶ psychoanalytická teorie motivace, Alderferova⁷ teorie potřeb (velice podobná teorii Maslowově – viz kapitola 2.5⁸) nebo afilační teorie motivace Stanleyho Schachtera⁹. [3], [4], [10], [42]

2.1 Homeostatický model motivace

S homeostatickým modelem motivace lidského chování je spojeno jedno základní jméno – Walter Bradford Cannon¹⁰. Ten v roce 1951 formuloval následující hypotézu. Pokud dojde k narušení psychické rovnováhy člověka, následuje vznik tlaku a napětí

⁴ [22].

⁵ Raymond Bernard Cattell (1905 – 1998) – americký psycholog britského původu.

⁶ Sigmund Freud (1856 – 1939) – neurolog a psycholog českého původu.

⁷ Clayton Alderfer (narozen 1940) – americký psycholog.

⁸ Viz. str. 18.

⁹ Stanley Schachter (1922 – 1997) – americký psycholog.

¹⁰ Walter Bradford Canon (1871 – 1945) – americký profesor a fyziolog.

uvnitř jeho samého a vzniká potřeba, která má silný vnitřní tlak na člověka. Ten se poté snaží tuto nerovnováhu a tlak určitým směrem odstranit (s pomocí svých poznávacích funkcí a zkušeností) s cílem uspokojit svou příslušnou potřebu. Pokud dojde k naplnění a k uspokojení potřeby, člověk se dostává zpět do původního klidného stavu, do rovnováhy. [4], [33], [42]

2.2 Hédonistický model motivace

Model hédonistický je velice úzce propojen s emocemi. Emoce jsou v této teorii považovány za základ všeho. Veškeré lidské chování je směřováno k dosažení slasti a k vyhnutí se strasti (k dosažení libosti a vyhnutí se nelibosti). Emoce (city) mají dva základní znaky motivace – dynamiku a orientační znaky. Lidé vyhledávají převážně příjemné situace a nepříjemným se snaží vyhýbat či se jim alespoň co nejvíce vzdalovat. [2], [22], [33], [38]

2.3 Aktivační model motivace

Aktivační model, jinými slovy také model pobídkový, je založen na pobídkách – podnětech vznikajících z vnějšího působení na člověka. Tyto podněty mají silový účinek na chování jedince, aktivují člověka a zaměřují lidské chování určitým směrem; lidé jsou poháněni tzv. pobídkovou motivací. Můžeme rozlišit dva druhy pobídek: prvotní a druhotní. Prvotní pobídky mají vrozený silový účinek, druhotní pobídky svůj silový účinek nabývají až jako výsledek procesu učení člověka. Aktivační model motivace vyhovuje hlavně motivům sociálním a motivům spojeným s emocemi. [3], [4], [10], [21], [38]

2.4 Kognitivní model motivace

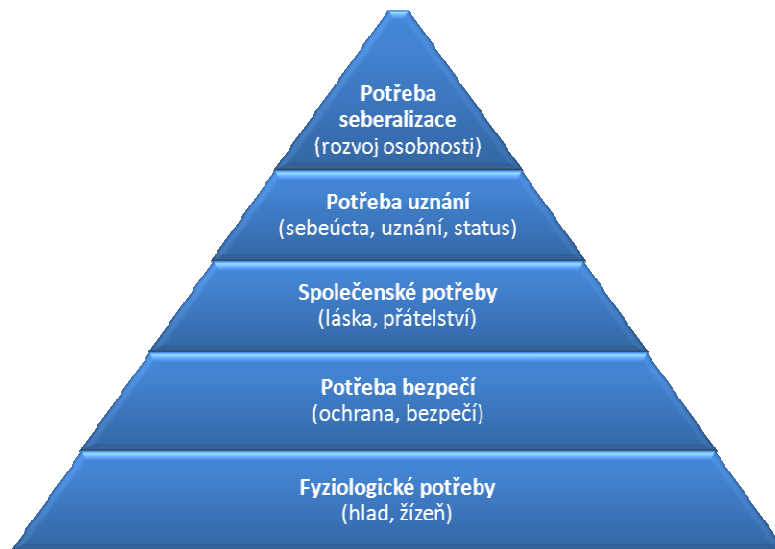
„Skutečnost, že procesy poznávání mají motivační účinky, tj. že s poznáváním souvisí také připravenost člověka k určité činnosti, k určitému jednání, je základním východiskem kognitivních (poznávacích) modelů motivace lidského chování.“ [4, s.266] Lidské celoživotní poznávání se spolupodílí na vzniku a povaze motivačních procesů. Jako nejznámější teorie bývá jmenována teorie kognitivní disonance Leona

Festingera¹¹. Festingerova teorie je založena na celoživotním lidském jednání, poznávání, vnímání a hodnocení stále nových a nových aspektů vnímaných z okolí a člověka samého. Tyto vjemy, poznatky a jednotlivá hodnocení se mohou dostat do vzájemného konfliktu – do kognitivní disonance. Na základě vzniklé disonance má člověk potřebu tuto skutečnost redukovat, aktualizuje své potřeby a uvede jednotlivé kognitivní elementy do pořádku – do souladu. [33], [38], [42]

2.5 Humanistický model motivace

Nejnámějším autorem asi nejvýznamnější humanistické teorie motivace je americký psycholog Abraham Maslow a jeho celosvětově známá hierarchie lidských potřeb. Maslowova teorie je založena na takovém základě, že každý člověk má uvnitř sebe dva druhy sil – sílu vycházející ze strachu o bezpečí, táhnoucí člověka k regresi, a naopak sílu vedoucí člověka vpřed, vedoucí ho k celku, k jedinečnosti a k důvěře k vnějšímu světu. Maslow tvrdil, že základem všeho je představa, že člověk je motivován určitým vnitřním programem potřeb (že není motivován zvenjšku, například odměnou či trestem). Potřeby a jejich uspokojení považoval Maslow za nejdůležitější nástroj vývoje lidí. Uspokojená potřeba člověka přestává motivovat a do popředí se tím odstává potřeba další. „Hierarchickou strukturu potřeb podle teorie A. Maslowa je možné chápat jako jakýsi obecný, univerzálně platný model, jehož konkrétní naplňování nabývá individuálně nejrůznějších podob – v závislosti na specifických podmínkách a předpokladech subjektivních, z hlediska jedince vnitřních (vrozených i získaných), i na podmínkách objektivních, vnějších (sociálních, materiálních, kulturních ad.).“ [33, s.60] Maslowova teorie potřeb je znázorněna na obrázku č. 3 na straně 19.

¹¹ Leon Festinger (1919 – 1989) – americký sociální psycholog.



Obr. 3 Maslowova pyramida potřeb [2, s.301]

Podle Maslowa existuje pět nejzákladnějších lidských potřeb, které má každý člověk totožné. Za nejvyšší místo v pyramidě považoval Maslow potřebu seberealizace (sebenaplnění). Do tohoto nejvyššího stupně pyramidy zařadil schopnosti, dovednosti a jejich rozvíjení, dále také například víru člověka stát se někým, kým věří, že chce být. Druhé nejvyšší místo v pyramidě náleží potřebě uznání. Sem je zařazena potřeba sebeúcty, prestiže nebo samotného lidského uznání. Následují potřeby společenské (sociální) – potřeba lásky, přátelství či akceptace člověka jako příslušníka určité skupiny. Dále je umístěna potřeba bezpečí a na posledním místě jsou potřeby fyziologické (potřeba kyslíku, potravy, vody, aj.). Podle autora hierarchie potřeb musí být vždy v životě člověka naplněna potřeba existence (seberealizace). Další potřeby považoval Maslow za „nedostatkové“. Pokud chce člověk naplnit některou z potřeb nedostatkových, musí alespoň z malé části naplnit potřebu o stupeň nižší. [2], [3], [25], [42], [47]

2.6 Dvoufaktorový model motivace

Autorem dvoufaktorového modelu motivace je Frederick Herzberg¹². Teorie je založena na dvou faktorech – motivačních a udržovacích (hygienických). Tyto faktory jsou po vzájemném propojení pro člověka účinnou motivací k výkonu. Motivační faktory

¹² Frederick Irvin Herzberg (1923 – 2000) – americký psycholog.

(satisfactory) vycházejí z teorie jako motivující činitele (motivátory) k vyššímu výkonu a vyššímu úsilí jedince. Motivační faktory tvoří výkon, uznání, obsah práce nebo například odpovědnost. Udržovací faktory (dissatisfactory) – faktory hygieny – představují podmínky, v nichž jedinec pracuje a podmínky ovlivňující jeho spokojenost při výkonu. Při dobré úrovni hygienických vlivů si jedinci udržovacích faktorů při práci nevšímají a nechají se pobízet motivátory. Při vzbuzení negativních pocitů roste v jedinci výrazná nespokojenost, frustrace a odrazování k výkonu. [10], [21], [22]

3. Motivace ke studiu

Základní podmínkou být aktivním účastníkem ve vzdělávacím procesu je existence podnětů (motivů), které lidskou činnost ovlivňují, a to především pozitivním směrem. Ve vzdělávacím procesu je motivaci potřebné brát jako soubor odlišných a zároveň vzájemně se doplňujících a navzájem se ovlivňujících motivů, které studium zefektivňují. Jakmile je člověk v přípravě na studium nebo v průběhu studia úspěšný, studijní motivace je silná. V opačném případě je motivace nízká a sebevědomí člověka se při jeho jednání a chování snižuje.

Pro posilování motivace v oblasti vzdělávání je doporučeno využívat vlastních dovedností, znalostí a zájmů, které má již člověk zažité, v kombinaci se znalostmi, zájmy a dovednostmi nově získávanými. Motivace se ve vzdělávacím procesu rozděluje na motivaci habituální a motivaci aktuální.

Habituální (opakující se) motivace představuje stálé a navyklé chování jedince, které je odvozeno od dříve získaných způsobů chování a postojů. Příkladem habituální motivace je například obecný postoj člověka ke studiu a ke vzdělávání.

Aktuální motivace je založena na současných krátkodobých motivech, které vznikají znenadání a jsou bezprostřední. Příkladem této momentální motivace může být například obava při hledání nového zaměstnání při studiu nebo po jeho ukončení. [17], [20], [21], [44]

3.1 Zdroje studijní motivace

Mezi tři základní zdroje motivace studijní činnosti patří:

- poznávací potřeby (potřeba získávání nových poznatků a vědomostí),
- sociální potřeby (potřeba sociálních vztahů vznikajících během studia),
- výkonové potřeby (hledisko obtížnosti úkolů v průběhu studia). [21], [49]

3.2 Posilování studijní motivace

V rámci posílení motivace ke studiu by měla být veškerá motivace směřována pozitivně. Pozitivní motivace je podporována lidskými předsevzetími, zvědavostí, vůlí

něco dokázat nebo radostí z úspěchu. Pokud se objeví motivace negativního typu, posílení studijní motivace se stane velice složitou záležitostí.

Motivace v procesu vzdělávání může být posilována a upevňována mnoha způsoby. Mezi charakteristické způsoby bychom mohli zařadit následující:

- vytyčení jasného, přímého cíle a smyslu vzdělávacího procesu,
- návaznost na - v člověku již existující - znalosti a dovednosti,
- touha po poznávání, vědění a učení se nových věcí,
- hodnocení studijního výkonu a informovanost o jeho procesu a výsledcích,
- projevená důvěra účastníkům vzdělávacího procesu,
- pozitivní prostředí, ve kterém vzdělávací proces probíhá (prostředí vnější i vnitřní),
- rozdělení vzdělávacího procesu do na sebe logicky navazujících bloků,
- umožnění svobody projevu a možnosti vyjádření vlastních názorů účastníků vzdělávacího procesu,
- zpětná vazba,
- případné využívání vhodných didaktických pomocných nástrojů. [21], [48], [49]

3.3 Proč lidé studují

Hlavním důvodem vzdělávání lidí bývá jeden nejzásadnější – je to výhodná investice, která se v budoucím pracovním prostředí a procesu jednoduše vyplatí. Motivů ke studiu ale existuje více. Nejedná se tedy pouze o peníze v budoucím zaměstnání. Lidé mohou být například motivováni ke studiu jen tím, že vysokou školu studovali jejich rodiče (motivace spojená s tradicí) nebo proto, že se v budoucnu chtějí uplatnit v oblasti, které by se opravdu chtěli věnovat (motivace spojená s hodnotami).

Pro příklad tohoto teoretického vysvětlení se podle výzkumu¹³, který byl proveden v roce 2006 v České republice, dokázalo, že motivaci ke studiu představuje ve větší části případů hodnotová motivace poněkud silněji než motivace tradiční. Z výzkumu

¹³ Výzkum „Změny na trhu práce a perspektivy vzdělanosti v České republice“ z roku 2006, [15].

je také patrné, že lidé studující vysokou školu či její absolventi, projevují jako další motivy ke studiu například zájem o obor, starosti o pozdější uplatnění či zaměstnání, aj. [17], [20], [49]

4. Obor management

4.1 Charakteristika managementu

„Management lze nejobecněji charakterizovat jako souhrn všech činností, které je třeba udělat, aby byla zabezpečena funkce organizace.“ [39, s.17]

„Management lze chápat jako proces koordinování činností skupiny pracovníků, realizovaný jednotlivcem nebo skupinou lidí za účelem dosažení určitých výsledků, které nelze dosáhnout individuální prací.“ [9, s. 24]

Management, jinými slovy řízení, je definován jako záměrné řízení firmy a řízení jejích jednotlivých činností. Management by se dal také vymezit jako soubor pracovníků, kteří řízení organizace provádějí. Do managementu firmy spadá vedení lidí, specifické funkce (aktivity) vedoucích pracovníků ve firmách a v neposlední řadě předmět studia managementu a jeho účel (vědní disciplína). [5], [6]

4.2 Manažer a jeho funkce

Manažer, jako člověk, který řídí společnost či organizaci, je zodpovědnou osobou která má za úkol dosahovat cílů firmy a efektivně firmu vést; je rozhodujícím činitelem v řízení firmy. Jedná se o samostatnou profesi, do které je jedinec zvolen jmenováním, zvolením nebo například pověřením. Manažer je odpovědný za práci jednotlivců, která co nejlepší cestou vede k dosažení cílů firmy či podnikatelského subjektu.

Role manažera jsou různorodé – měl by být dobrým analytikem, koordinátorem, plánovačem, motivačním činitelem, nositelem zdrojů, komunikačním partnerem, řešitelem problémů, pomocníkem druhým, výkonným vedoucím svého týmu, aj. Role manažera se rozdělují na 3 základní typy: interpersonální, informační a rozhodovací.

Mezi základní činnosti (funkce) manažera v organizaci či ve firmě patří následující:

- plánování,
- organizování,
- personalistika,
- vedení,
- kontrola.

Nejčastější postavení manažera ve firmě může být popsáno jako schéma vlastník – manažer – zaměstnanec.

Manažeři jsou nejčastěji rozdělováni do tří úrovní:

- manažer na nejnižší úrovni (výkonní pracovníci),
- střední manažer (vedoucí útvarů, vedoucí oddělení),
- vrcholový manažer (ředitel, top manažer koordinující všechny aktivity firmy).

[5], [6], [7], [31], [39], [40]

4.3 Management sportu

„Pojem sportovní management lze chápat jako způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, tělovýchovných jednot, družstev, které alespoň zčásti akcentují podnikatelsky orientované chování. Dále zde jde zcela bezvýhradně přímo o způsob řízení v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných a sportovních služeb.“ [6, s.18]

Prostředí, ve kterém se sportovní manažer pohybuje je velice úzce spjato se sportem. Sportovní manažer se může uplatnit například v následujících typech organizací: občanská sdružení, příspěvkové organizace, nadace a nadační fondy, obecné prospěšné společnosti, zájmová sdružení právnických osob, podnikatelské subjekty, apod.

Základní funkce a činnosti manažera ve sportu se nijak zvlášť neodlišují od obecných základních manažerských funkcí, které jsou vyjmenovány v kapitole 4.2. Sportovní manažer může být člověkem, který řídí činnost v dané sportovní organizaci, může být manažerem v podnikatelském sektoru nebo také manažerem, který celkově řídí a vede danou sportovní organizaci. [5], [7], [39], [40]

4.4 Management tělesné výchovy a sportu na FTVS UK

Fakulta tělesné výchovy a sportu na Univerzitě Karlově v Praze¹⁴ nabízí studium oboru Management tělesné výchovy a sportu¹⁵ (spadající pod studijní program Tělesná výchova a sport). Tento studijní obor je na FTVS UK rozdělen na tříleté bakalářské

¹⁴ Dále jen FTVS UK.

¹⁵ Dále jen MNG TVS.

a dvouleté navazující magisterské studium. Oba dva typy studia lze na FTVS UK studovat pouze prezenční formou.

4.4.1 Bakalářské studium oboru Management tělesné výchovy a sportu

Bakalářské studium a jeho obsah je zaměřeno především na všeobecné znalosti univerzitního základu, na všeobecné a odborné znalosti ekonomie a na speciální a odborné znalosti a dovednosti z oblasti sportu.

Po absolvování bakalářského studia oboru MNG TVS se mohou absolventi studia pracovním uplatnit například v neziskových organizacích v oblasti sportu, jako jsou například občanská či zájmová sdružení, nadace, aj. Mohou se dále ucházet o práci v obchodních sportovních společnostech, ve sportovních profesionálních klubech, v marketingových odděleních sportovních společností, v cestovních kancelářích či agenturách, apod.

Podmínkou přijetí do bakalářského studia je úspěšné absolvování přijímacího řízení, které se skládá z testu z matematiky a cizího jazyka. Přijímací řízení je jednokolové.

Studium je ukončeno obhajobou bakalářské práce a státní bakalářskou zkouškou. Absolventi bakalářského studia mohou dále navázat studiem magisterským. [45]

4.4.2 Navazující magisterské studium oboru Management tělesné výchovy a sportu

Magisterské studium oboru MNG TVS navazuje na bakalářský obor stejného názvu. Studium je již konkrétněji zaměřeno na specifické předměty týkající se studovaného oboru. Zajišťuje předání odborných znalostí, které absolvent potřebuje k uplatnění se ve vedoucích pozicích sportovně orientovaných organizací jak ziskového, tak i neziskového charakteru. Tento obor je v evropských zemích akreditován jako součást studijních programů sportu a sportovních věd.

Absolventi navazujícího magisterského studia mají možnost se ucházet o obdobné pozice, jako absolventi oboru bakalářského.

Podmínkou přijetí do navazujícího magisterského studia je úspěšně absolvovat přijímací řízení skládající se z testu z matematiky, cizího jazyka a testu odborných vědomostí. Přijímací řízení je jednokolové.

Studium je ukončeno obhajobou diplomové práce a státní závěrečnou magisterskou zkouškou. Absolventi navazujícího magisterského studia mohou dále pokračovat doktorským studiem či prací v oblasti vědy a výzkumu. [46]

4.4.3 Statistiky oboru Management tělesné výchovy a sportu

Zájem o vysokoškolské vzdělávání je každoročně veliký. Uchazečů o studium na vysokých školách je každoročně několikanásobně více, než je možné přijmout. Odlišnost v číslech je jasná – počet uchazečů o studium je vysoký, přijatých studentů je méně, zapsaných ke studiu opět méně a počet absolventů daného oboru zpravidla ještě menší. Pokud se zaměříme přímo na obor MNG TVS na FTVS UK v Praze, statistiky z posledních pěti akademických let jsou následující:

Uchazeči, přijatí, zapsaní a absolventi - bakalářské studium														
Akad. rok 2008/2009	U	426	Akad. rok 2009/2010	U	438	Akad. rok 2010/2011	U	444	Akad. rok 2011/2012	U	431	Akad. rok 2012/2013	U	435
	P	103		P	99		P	123		P	122		P	114
	Z	82		Z	79		Z	97		Z	96		Z	82
	A	42		A	46		A	56		A	49		A	-

Tab. 1 Statistiky oboru MNG TVS – bakalářské studium [40]

Uchazeči, přijatí, zapsaní a absolventi - navazující magisterské studium														
Akad. rok 2008/2009	U	-	Akad. rok 2009/2010	U	78	Akad. rok 2010/2011	U	92	Akad. rok 2011/2012	U	94	Akad. rok 2012/2013	U	84
	P	-		P	78		P	68		P	80		P	72
	Z	-		Z	54		Z	57		Z	69		Z	59
	A	46		A	20		A	32		A	35		A	-

Tab. 2 Statistiky oboru MNG TVS - navazující magisterské studium [40]

V tabulce č. 1 a č. 2 jsou znázorněny počty uchazečů (U), přijatých (P), zapsaných (Z) studentů a počty absolventů (A) pro jednotlivé akademické roky studijního oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze. Uvedeny jsou akademické roky 2008 / 2009 – 2012 / 2013. Počty uchazečů, přijatých a zapsaných jedinců do navazujícího magisterského studia v akademickém roce 2008 / 2009 bohužel nejsou dostupné, počet absolventů akademického roku 2012 / 2013 zatím ještě není znám.

Tabulka s větším množstvím informací a s větším časovým rozpětím je umístěna v Příloze č. 1¹⁶.

¹⁶ Viz. str. 82.

5. Metodika řešení práce

Mezi metody, které jsou využity v praktické části diplomové práce, patří metoda dotazování a metoda skupinové diskuze.

5.1 Metoda dotazování

Dotazování je jednou z nejstarších metod marketingového výzkumu. Jde o nástroj, který se používá nejčastěji ke zjišťování základních informací. Sestavování jakéhokoliv dotazníku, jeho struktura a formulace otázek, jsou velice důležitou součástí. Základem dotazování je pokládání otázek respondentům. Z odpovědí respondentů řešitel získává žádoucí primární údaje. Existuje mnoho způsobů dotazování – osobní, telefonické, písemné nebo například dotazování elektronické. Mezi výhody dotazníku patří, že jej lze aplikovat na velký počet lidí v poměrně krátké době a respondenti se mají možnost vyjádřit bez strachu či rozpaků k danému tématu, neboť ve většině případů bývá dotazník anonymní. Nevýhodou by mohla být ne příliš volná možnost odpovědi nebo malá návratnost u elektronických dotazníků či dotazníků písemných zasílaných poštou.

Pro diplomovou práci je využito elektronického kvantitativního dotazování, jako jedné z nejmodernějších metod sběru dat dnešní doby. Tato metoda je jednou z nejrychlejších metod zpracování dat a nijak silně nezasahuje do finanční složky výzkumu.

Dotazník je velice pružným nástrojem, který nabízí širokou škálu způsobů pokládání otázek. V elektronickém dotazníku této diplomové práce jsou využity různé typy otázek – otevřené, uzavřené, polouzavřené a otázky, které byly hodnoceny metodou škálování.

U otevřených otázek se autorka diplomové práce ptá dotazovaných standardizovanými otázkami, na které dostává nestandardizované a různé odpovědi. Hlavní nevýhodou těchto otázek je to, že analýza a zpracování výsledků jsou časově náročné a mohou zasáhnout i do zvýšení nákladů průzkumu. Uzavřené otázky jsou standardizované z obou stran – jak ze strany autorky dotazníku, tak ze strany dotazovaných. U uzavřených otázek platí, že jsou u nich vždy možnosti výběru, tím pádem si respondent nemusí „lámat hlavu“ vymyšlením odpovědi a jednoduše zatrhává odpovědi předem vypsané. U uzavřených otázek v diplomové práci se objevily otázky dichotomické, které mají jednoduché finální zpracování (odpovědi jsou jednoznačným

výběrem „ano – ne“ apod.). Kromě toho respondenti v elektronickém dotazníku odpovídali ve většině případů na polytomické uzavřené otázky, u nichž je výběr z několika odpovědí. Jelikož výběr z polytomických odpovědí může být pro respondenta jakýmsi omezením, k většině uzavřeným polytomickým otázkám byla přidána polouzavřená odpověď „jiné“ s možností vlastního vyjádření odpovědi – tyto otázky se v obecné rovině nazývají otázky polouzavřené. Jedna otázka v dotazníku je hodnocena metodou škálování.

Dotazník této diplomové práce se skládá z úvodních otázek týkajících se motivace ke studiu a spokojenosti se studijním oborem MNG TVS na FTVS UK, z otázek filtračních, z otázek specifických a v neposlední řadě z otázek identifikačních (demografických). [23], [34], [37]

5.2 Metoda skupinové diskuze

Skupinová diskuze je takový druh techniky sběru dat, kdy se metoda rozhovoru (sběru dat od jedné osoby) „rozprostře“ mezi více osob, mezi skupinu daných jedinců. Pokud je skupinová diskuze vedena dobrým a efektivním způsobem, „uvolňují se racionalizační schémata a psychické zábrany a diskutující snadněji odhalují své postoje a způsoby jednání, své myšlení a pocity v běžném životě. Subjektivní významové struktury vznikají v sociální interakci. Skupinová diskuze je proto vhodná pro odhalení obsahů veřejného mínění a kolektivních postojů.“ [12, s.182]

Skupinová diskuze je zpravidla vedena jednou hlavní osobou – moderátorem. Pro výraznější a lepší zpracovaných dat je dobré skupinovou diskuzi nahrávat například na diktafon či videokameru (v případě souhlasu účastníků diskuze). Dále má moderátor možnost využít například pomocného pozorovatele – „tichého pozorovatele,“ který může moderátorovi být nápomocen tak, že sedí v pozadí, diskuzi sleduje, sleduje její dynamiku, zapisuje poznámky, sleduje mimiku a gesta účastníků diskuze a další situace dějící se v jejím průběhu.

Pro skupinovou diskuzi je nejdůležitějším úkolem správně a efektivně vybrat cílový vzorek (skupinu). Výběr skupiny pro výzkum může být buď náhodný nebo cílený (skupina je vybrána podle předem daných kritérií). Vybraná skupina se dále může rozdělovat na skupinu homogenní (jedinci se stejnými znaky spojenými s výzkumem – například stejné pohlaví, stejný ročník, stejná pracovní pozice, stejná pracovní doba, aj.)

a heterogenní (jedinci s různými znaky – různé pohlaví, různý ročník, různé pracovní pozice či jiné zaměření, aj.). Výběr cílové skupiny vyžaduje dobrou organizaci, jelikož je nutností shromáždit více lidí na jednom místě v danou dobu.

Pokud má být skupinová diskuze užitečná, měla by mít jistou a předem stanovenou konstrukci, podle které bude řízena. Začátek skupinové diskuze by měl být věnován úvodu – moderátor by se měl věnovat zejména následujícím úkonům: uvedení tématu diskuze, vysvětlení problematiky a postupu diskuze, zdůraznění aktivní účasti vybraných jedinců v diskuzi, případné vzájemné představení členů skupiny a představení jejich společných zájmů. Moderátor diskuze se po úvodní části přesune k vyslovení základního impulsu k zahájení diskuze. Pokud se vše daří tak, jak má, moderátor se do diskuze snaží zasahovat co nejméně, čas od času má možnost zmínit v průběhu diskuse podnětové argumenty pro její lepší usměrnění. Po ukončení hlavního úseku diskuze může proběhnout ještě tzv. metadiskuze – rozhovor se všemi zúčastněnými o právě dokončené skupinové diskusi, o pocitech a postojích, které měli jednotlivci při průběhu diskuze, apod.

Existuje několik nevýhod, které metoda skupinové diskuze může přinést – diskuze se například snadno může dostat k jinému tématu, než které bylo původně stanovené. Dynamika diskuze může být různá a zapojení všech členů diskuse může být nerovnoměrné.

V diplomové práci bylo využito skupinové diskuze. Cílová skupina byla homogenního typu a byla vybrána cíleně na základě předem stanovených kritérií. [12]

6. Dotazník

Dotazník¹⁷, který je důležitou součástí této diplomové práce, byl vytvořen v elektronické podobě. Respondenti odpovídali prostřednictvím serveru VyplnTo.cz¹⁸, oslovení byli prostřednictvím elektronické pošty.

Realizace, cílová skupina a forma výzkumu

Výzkum této diplomové práce proběhl v průběhu měsíců leden, únor a březen 2013. Do tohoto období spadá vytvoření finální podoby dotazníkového šetření, jeho rozeslání mezi cílový vzorek respondentů a analýza veškerých sesbíraných dat.

Cílovou skupinu dotazníkového šetření diplomové práce tvoří všichni současní studenti bakalářského a magisterského denního studia oboru MNG TVS na FTVS UK a absolventi tohoto oboru z posledních tří let. Dotazník byl rozeslán 445 respondentům a vyplněn byl 178 respondenty. Celková návratnost vyplněných dotazníků tedy činí 40 %. Dotazník byl zcela anonymní z důvodu nestranného a objektivního zpracování.

Konečnému rozeslání finální a platné verze dotazníku všem stávajícím studentům a absolventům studia oboru MNG TVS předcházelo tzv. pilotní ověření. Pilotáží se rozumí součást předvýzkumu na malém vzorku zkoumaných osob. Autorka diplomové práce vytvořila prvotní verzi dotazníku, kterou rozeslala malému počtu „zkušebních“ respondentů. Na základě vyplnění celého dotazníku byli respondenti vyzváni k vypsání připomínek či případných chyb, které při vyplňování zpozorovali a zaznamenali. Dále byli vyzváni k vyjádření se ke srozumitelnosti dotazníku a k vhodné či nevhodné formulaci otázek. Jednotlivé připomínky a poznámky k dotazníku byly autorce sděleny; díky těmto poznámkám autorka dotazník převedla do finální podoby a rozeslala jej celému reprezentativnímu vzorku cílové skupiny respondentů.

Forma dotazníku této diplomové práce je rozdělena do tří základních částí – motivace k rozhodnutí se studovat obor MNG TVS na FTVS UK, spokojenost s průběhem studia a představy o budoucím uplatnění (u absolventů jejich reálné uplatnění) po ukončení vysokoškolského studia. Dotazník obsahuje jak standardní otázky s návazností

¹⁷ Viz. příloha č. 2, str. 83.

¹⁸ Doména <http://www.vyplnTo.cz/>.

na otázku další v pořadí, tak i otázky, které jsou větveny pro jednotlivé odpovědi daných otázek (celkový počet otázek v dotazníku byl 35, v průměru každý respondent – díky jednotlivým větvením se otázek – odpověděl na 24 otázek). Informace o větvení otázek bude sděleno u každé otázky, které se tato skutečnost týká v kapitole 6.2 Vyhodnocení dotazníku¹⁹. Větvení otázek bylo využito především v poslední části dotazníku. Po zjištění, v jakém ročníku studia se respondent momentálně nachází byly kladeny různé otázky pro různé ročníky (případně absolventy oboru) týkající se tématu výhledu do budoucnosti a pracovního uplatnění dotazovaných.

Dotazník této diplomové práce obsahuje celkově 35 otázek, z toho 14 tvoří uzavřené (výběr z několika variant odpovědí), 8 otevřené (umožňují volnou tvorbu odpovědi) a 12 polouzavřené otázky (kombinace uzavřené a otevřené otázky). Uzavřené otázky jsou rozděleny na dva typy – unique choice (respondent může vybrat pouze jednu z nabízených odpovědí) a multiplechoice (respondent má možnost zvolit více odpovědí; pod otázkou je vždy vyznačeno, kolik minimálně a kolik maximálně odpovědí může respondent vybrat). Jedna otázka dotazníku, otázka č. 16, je hodnocena metodou škálování.

6.1 Hypotézy

K dotazníkovému šetření autorka diplomové práce vytvořila pět hypotéz, které budou pomocí analýzy sesbíraných dat později potvrzeny či vyvráceny. Jednotlivá potvrzení (vyvrácení) budou shrnuta vždy u otázky týkající se tématu hypotézy v následující kapitole.

1. Mezi tři nejvýznamnější motivy ke studiu na vysoké škole obecně budou pro respondenty tyto odpovědi (budou seřazeny v tomto pořadí od nejvýznamnějšího po méně významný): „Zachování statusu studenta“, „získání vysokoškolského titulu“ a „očekávání vyššího platu v budoucím zaměstnání“.
2. Největší konkurenci při podávání přihlášek na jiné vysoké školy bude tvořit Česká zemědělská univerzita v Praze.
3. Minimálně 30 % dotazovaných se před podáním přihlášky na obor MNG TVS na FTVS UK zúčastnilo dne otevřených dveří.

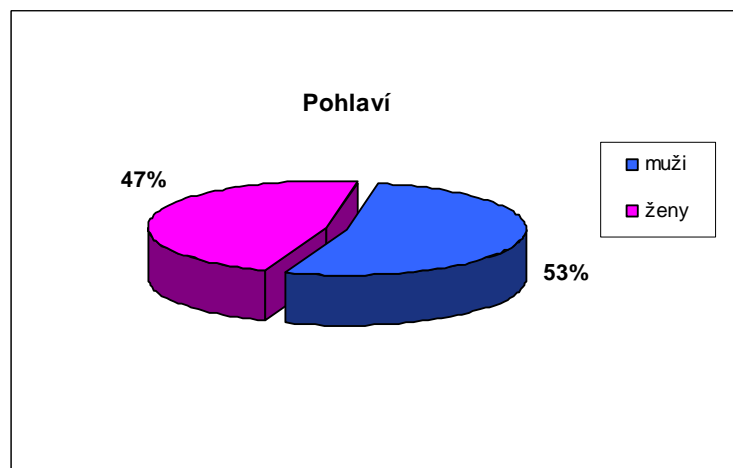
¹⁹ Viz. str. 34.

4. Studenti na základě známkování na stupnici 1 – 5 nejlépe ohodnotí nabídku sportovních aktivit a nejhůře nabídku počítačového vzdělání, jakožto aktivity a možnosti, které FTVS UK studentům nabízí.
5. Absolventi studijního oboru MNG TVS budou alespoň minimálně ze 70 % pracovat či podnikat ve sportovní sféře (ve sportovní oblasti přímo, nebo alespoň částečně).

6.2 Vyhodnocení dotazníku

Kapitola „Vyhodnocení dotazníku“ se bude věnovat analýze dat dotazníkového šetření diplomové práce. Při prezentaci výsledků dotazníku budou součástí analýzy sebraných dat grafy, tabulky, diskuse a podrobnější charakteristiky (vždy umístěné pod grafem či tabulkou) k výsledkům jednotlivých otázek dotazníku²⁰.

Údaje o respondentech

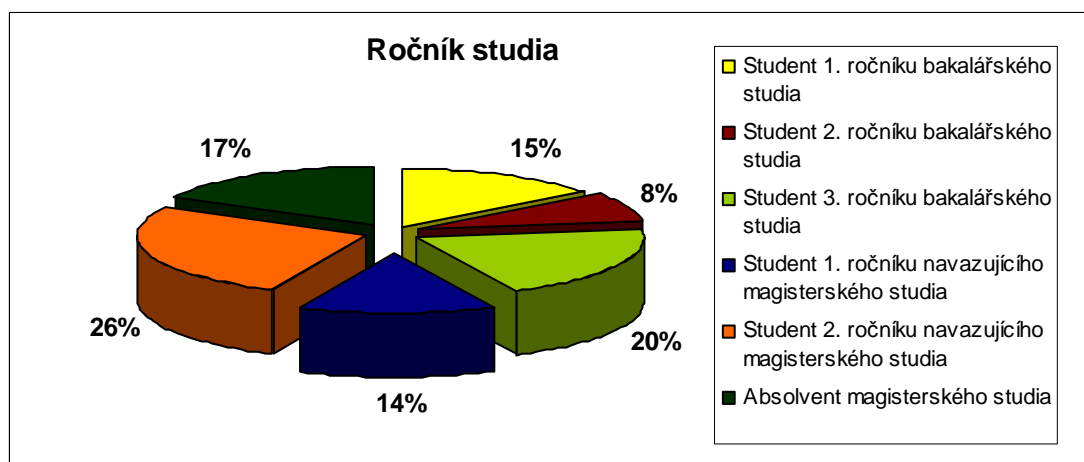


Graf č. 1 Pohlaví

Elektronický dotazník byl vyplněn celkem 178 respondenty – z toho větší podíl (53 %) vytvořili respondenti mužského pohlaví. V přesných číslech reprezentovalo výzkumný vzorek 84 žen a 94 mužů. Dotazník byl vyplněn respondenty ve věkovém rozhraní 19 – 36 let. Tento fakt byl dán předem stanovenou cílovou skupinou respondentů – dotazník byl rozeslán všem stávajícím studentům oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze

²⁰ Zdroj grafů, tabulek a dalších zobrazení v kapitole 6.2: [43] (pokud není uvedeno jinak).

a absolventům tohoto oboru ze tří posledních akademických let. Nejpočetnější věková skupina byla zastoupena osobami ve věku 24 let (38 respondentů). Dalších 15 % reprezentovala věková skupina 22 a 23 let (obě dvě věkové skupiny byly zastoupeny 26 respondenty), 23 % tvořila skupina ve věku 25 let (23 respondentů). Další uvedené věky respondentů byly 19, 20, 21, 26, 27, 28 a 36 let. Celkový průměrný věk všech dotazovaných činí 23,4 let.



Graf č. 2 Ročník

Zastoupení počtu studentů jednotlivých ročníků a absolventů oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze (respondentů elektronického dotazníku) bylo následující:

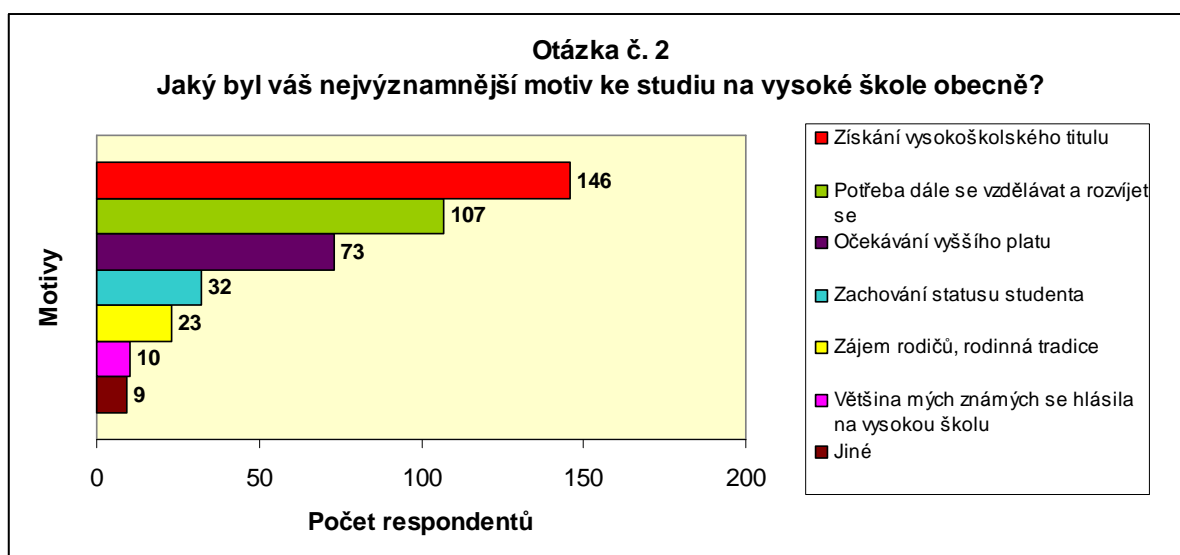
- Studenti 1. ročníku bakalářského studia: 15 % (26 respondentů)
- Studenti 2. ročníku bakalářského studia: 8 % (14 respondentů)
- Studenti 3. ročníku bakalářského studia: 20 % (36 respondentů)
- Studenti 1. ročníku navazujícího magisterského studia: 14 % (25 respondentů)
- Studenti 2. ročníku navazujícího magisterského studia: 26 % (47 respondentů)
- Absolventi oboru: 17 % (30 respondentů)

Největší počet respondentů je zastoupen druhým ročníkem navazujícího magisterského studia, nejmenší zastoupení tvoří respondenti druhého ročníku studia bakalářského.

Nejvíce dotazovaných (48 %, 85 respondentů) má místo trvalého bydliště v kraji Hlavní město Praha. Další nejvíce zastoupené kraje, jakožto místa trvalého bydliště, následovaly kraje Středočeský, Ústecký, kraj Vysočina a Pardubický kraj.

Prvních jedenáct otázek dotazníkového šetření bylo směřováno převážně na téma motivace ke studiu oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze. Od otázky dvanácté po dvacátou byl dotazník zaměřen na spokojenost se studiem oboru. Otázka č. 21 byla otázkou větvící – respondenti byli tázáni, v jakém ročníku studia se momentálně nacházejí či zda jsou absolventem oboru. Po uvedení momentálního „stavu“ respondenta následovalo několik otázek týkajících se tématu výhledů do budoucnosti a pracovního uplatnění dotazovaných.

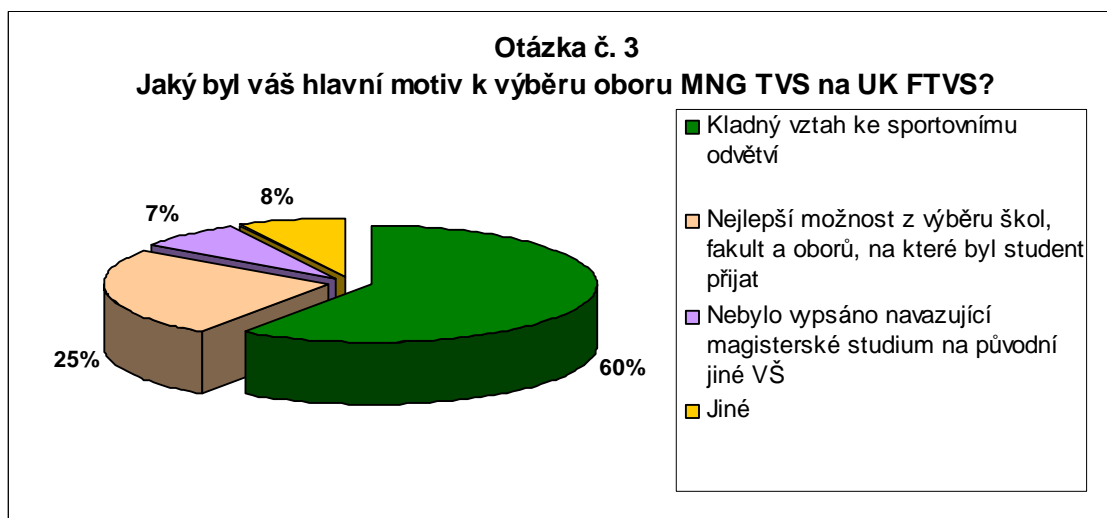
Otázky č. 2 – č. 11



Graf č. 3 Nejvýznamnější motiv ke studiu na vysoké škole obecně

Počáteční základní otázkou dotazníku zjišťující motivaci ke studiu byla otázka „Jaký byl váš nejvýznamnější motiv ke studiu na vysoké škole obecně?“ Odpověď mohla být minimálně jedna a maximálně tři, respondenti měli možnost výběru z nabídky šesti možností či mohli odpovědět vlastními slovy. Nejvíce zastoupené odpovědi a základní motivy tvořily „získání vysokoškolského titulu“ (82 %), „potřeba dále se vzdělávat a rozvíjet se“ (60 %), „očekávání vyššího platu“ (41 %) a „zachování statusu studenta“ (18 %). V menším procentuálním zastoupení byly vyplněnými odpověďmi a motivy „rodinná tradice“ či odpovědi vlastní (jednotlivé), mezi které patřily například tyto motivy: „rád se pohybuji v akademickém prostředí“ nebo „po gymnáziu ani jiná možnost nebyla.“

Danými odpověďmi respondentů na otázku č. 2 se zároveň také vyvrací první stanovená hypotéza k dotazníkovému šetření²¹. V první hypotéze bylo určeno, že nejvýznamnějšími motivy ke studiu na vysoké škole obecně budou patřit odpovědi „zachování statusu studenta“, „získání vysokoškolského titulu“ a „očekávání vyššího platu“ právě v tomto pořadí. Tato hypotéza byla zčásti naplněna, v celkovém výsledku ale byla vyvrácena.



Graf č. 4 Hlavní motiv k výběru oboru MNG TVS na FTVS UK

Třemi nejvýznamnějšími motivy k výběru oboru MNG TVS na FTVS UK byli: „kladný vztah ke sportovnímu odvětví“ (106 respondentů), „nejlepší možnost z výběru vysokých škol, na které byl student přijat“ (45 respondentů) a „výběr oboru z důvodu nevypsání navazujícího magisterského studia na předchozí vysoké škole“ (13 respondentů). K dalším motivům patřily následující vybrané odpovědi: „byl jsem přijat na více vysokých škol a výběr MNG TVS mi připadalo jako „nejmenší zlo“, „nebyl jsem přijat na jinou vysokou školu“, „hlásil jsem se pouze na tento obor“, „studovat tento obor byl můj sen“ nebo „tento obor je skvělá kombinace sport + management / sport + ekonomie + matematika“.

Otázka č. 4 „Na jaké jiné vysoké školy a konkrétní obory jste si podával/a přihlášku?“ byla studentům položena především z důvodu zjištění konkurence oboru MNG TVS na FTVS UK. Otázka byla nepovinná a otevřená - studenti a absolventi zkoumaného

²¹ Viz. str. 33.

studijního oboru tak měli plně „volnou ruku“ k vypsání vysokých škol / fakult / oborů, na které si podávali přihlášky vedle přihlášky na studijní obor MNG TVS na FTVS UK v Praze. Respondenti nejčastěji uváděli pouze názvy vysokých škol, někteří z nich připsali název fakulty či přímo studijního oboru.

Výčet všech potenciálních konkurenčních vysokých škol, jejich fakult a jednotlivých oborů byl velmi pestrý a obsáhlý. Mnoho z nich bylo například vyjmenováno pouze jedním, případně jen několika málo respondenty. V analýze otázky č. 4 dotazníkového šetření se proto autorka diplomové práce věnovala pouze vysokým školám / fakultám / oborům skutečně pouze čteněji vyjmenovaným.

Po rozboru odpovědí otázky č. 4 největší konkurenci analyzovanému studijnímu oboru této diplomové práce tvoří Vysoká škola ekonomická²² v Praze (respondenti nejčastěji jmenovali Fakulty podnikohospodářskou, národohospodářskou a Fakultu managementu). Ihned za VŠE v Praze se v závěsu konkurence zařazuje Česká zemědělská univerzita²³ v Praze s nejčastěji jmenovanou Provozně ekonomickou fakultou a jejími obory Podnikání a administrativa a Provoz a ekonomika.

Mezi další nejvíce konkurující vysoké školy, fakulty a obory bychom mohli zařadit brněnskou Masarykovu univerzitu²⁴ (Fakulta sportovních studií, obor Management sportu, Královéhradeckou univerzitu²⁵ (Fakultu informatiky a managementu, obor Management cestovního ruchu), České vysoké učení technické v Praze (Fakulta dopravní, Fakulta strojní), Technickou univerzitu v Liberci²⁶ (studijní obor Sportovní management, pražskou Policejní akademii ČR (Fakulta bezpečnostně právní) a v neposlední řadě Univerzitu Karlovu v Praze. V rámci Univerzity Karlovy uváděli respondenti nejčastěji Fakultu pedagogickou (s nejrůznějšími kombinacemi oborů zaměřených na vzdělávání), přírodovědeckou (obor demografie a obor geografie), filosofickou (obor andragogika a personální řízení), Fakultu humanitních studií, sociálních věd a také Fakultu tělesné výchovy a sportu. Na Fakultě tělesné výchovy a sportu si respondenti podávali nejčastěji přihlášku na obor Fyzioterapie nebo Tělesná výchova a sport.

²² Dále jen VŠE.

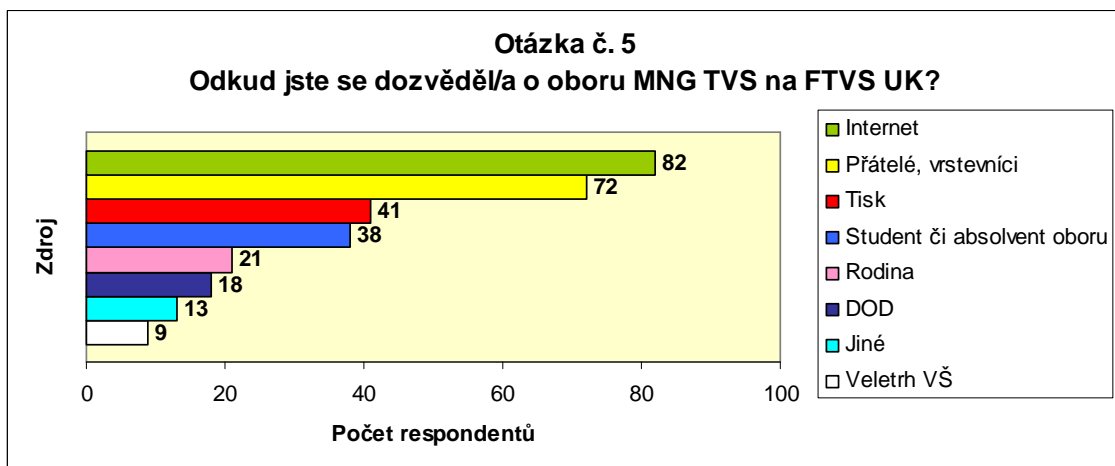
²³ Dále jen ČZU.

²⁴ Dále jen MUNI.

²⁵ Dále jen UHK.

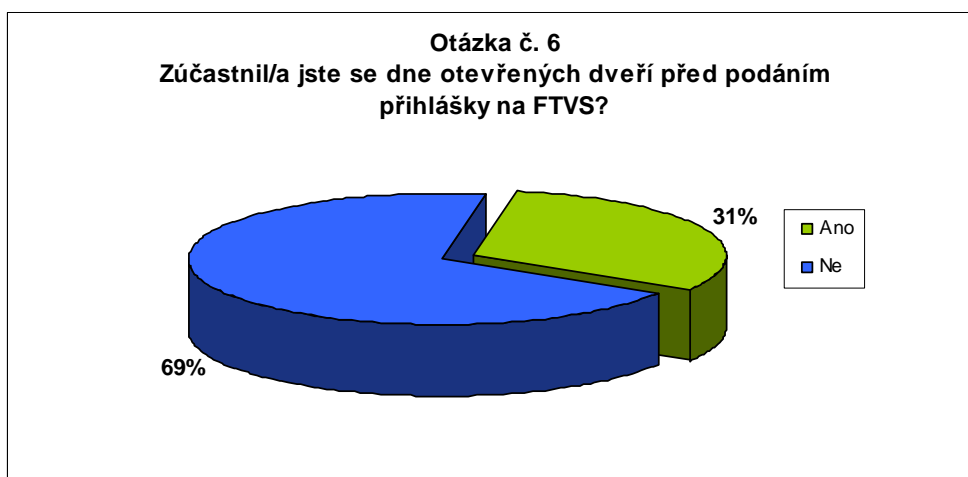
²⁶ Dále jen TUL.

Z výsledků otázky č. 4 vyplývá, že největší konkurenci studijnímu oboru MNG TVS na FTVS UK tvoří zejména vysoké školy nabízející ekonomické obory (především VŠE a ČZU) a vysoké školy, které nabízejí podobný obor studia zaměřený na management sportu (TUL, UHK, MUNI). Těmito zjištěnými údaji se částečně potvrzuje druhá hypotéza dotazníkového šetření, která tvrdila, že největší konkurenci oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze bude tvořit pouze Česká zemědělská univerzita v Praze.



Graf č. 5 Odkud jste se dozvěděl/a o oboru MNG TVS na FTVS UK?

Otázka č. 5 - „Odkud jste se dozvěděl/a o oboru MNG TVS na FTVS UK?“ Odpověď na tuto otázku mohla být minimálně jedna z deseti předem stanovených, maximálně tři. Respondenti se o oboru MNG TVS dozvěděli, a na základě daného zdroje si podali přihlášku, nejčastěji pomocí internetu (45 %), přátel či vrstevníků (40 %), pomocí jiného studenta či absolventa tohoto oboru (21 %) či pomocí tisku (23 %). Dalšími zdroji s menším procentuálním zastoupením, kde se dotazovaní o zkoumaném studijním oboru dozvěděli, byli „rodina“ (12 %), „den otevřených dveří“ (10 %), „veletrh vysokých škol“ (5 %), „výchovný poradce nebo učitel na střední škole“ (3 %), „sociální sítě“ (1 %) a další odpovědi zastoupené jednotlivci mezi něž bychom mohli zařadit na příklad odpověď „známá škola, na které jsem již studoval jiný obor.“ V dalších případech si respondenti bohužel na zdroj nebyli schopni vzpomenout.



Graf č. 6 DOD před podáním přihlášky na FTVS

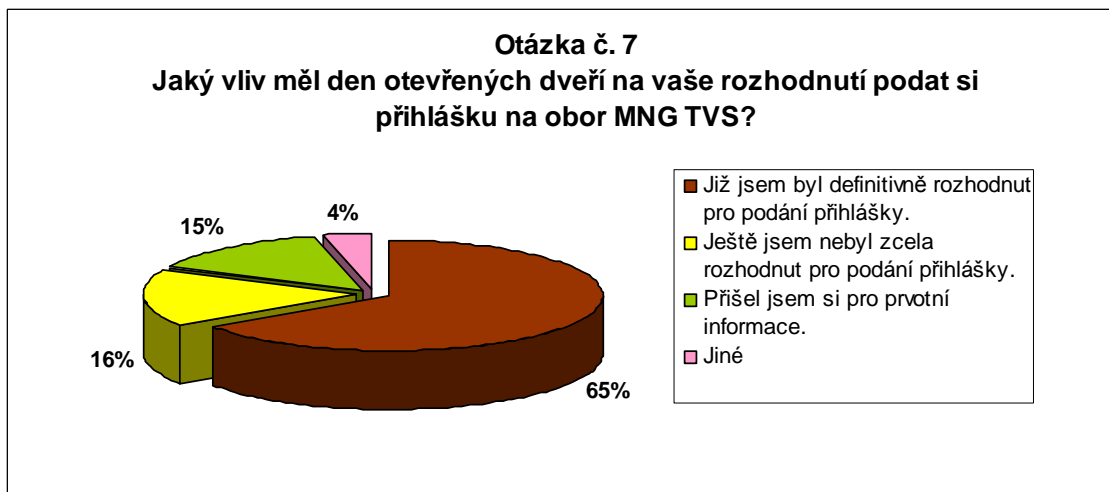
Den otevřených dveří²⁷ na FTVS UK v Praze se koná pravidelně ke konci každého kalendářního roku. Jedná se o den, kdy vysoká škola návštěvníkům poskytuje základní informace o nabízených studijních oborech a programech a snaží se jejich nabídkou a poskytnutím základních informací o nich a o přijímacím řízení motivovat potenciální uchazeče k podání přihlášky a případnému studiu daného oboru.

Z celkového počtu 178 respondentů této diplomové práce se DOD před podáním přihlášky na studijní obor MNG TVS na FTVS UK zúčastnilo 31 % (55) dotazovaných (čímž se potvrdila třetí hypotéza dotazníku, která tvrdila, že minimálně 30 % respondentů se DOD zúčastnilo); zbytek, konkrétně 123 (69 %) respondentů, se DOD nezúčastnilo. Otázka č. 6 se dále větvila - po odpovědi „Ano“ byli respondenti odkázáni na otázku č. 7, po odpovědi záporné, tedy „Ne“, byli přímo posláni na otázku č. 8.

Důvody, kvůli kterým se respondenti DOD na FTVS UK v Praze nezúčastnili (respondenti mohli zvolit jednu až tři odpovědi nebo odpovědět vlastními slovy) byli následující: 34 % (42) respondentů nevědělo, že DOD na FTVS UK byl vyhlášen. 29 % (36) dotazovaných nemělo na DOD čas. 24 % (29) respondentů nemělo o DOD zájem, stejný počet respondentů již informace o oboru znalo a DOD byl pro ně tudíž „nezajímavým“ a pro 18 % (22) dotazovaných se DOD nezúčastnilo z důvodu přílišné vzdálenosti školy od místa bydliště. Mezi další, vlastní odpovědi respondentů, proč se DOD nezúčastnili, byly například: „rozhodoval jsem se o podání přihlášky až na

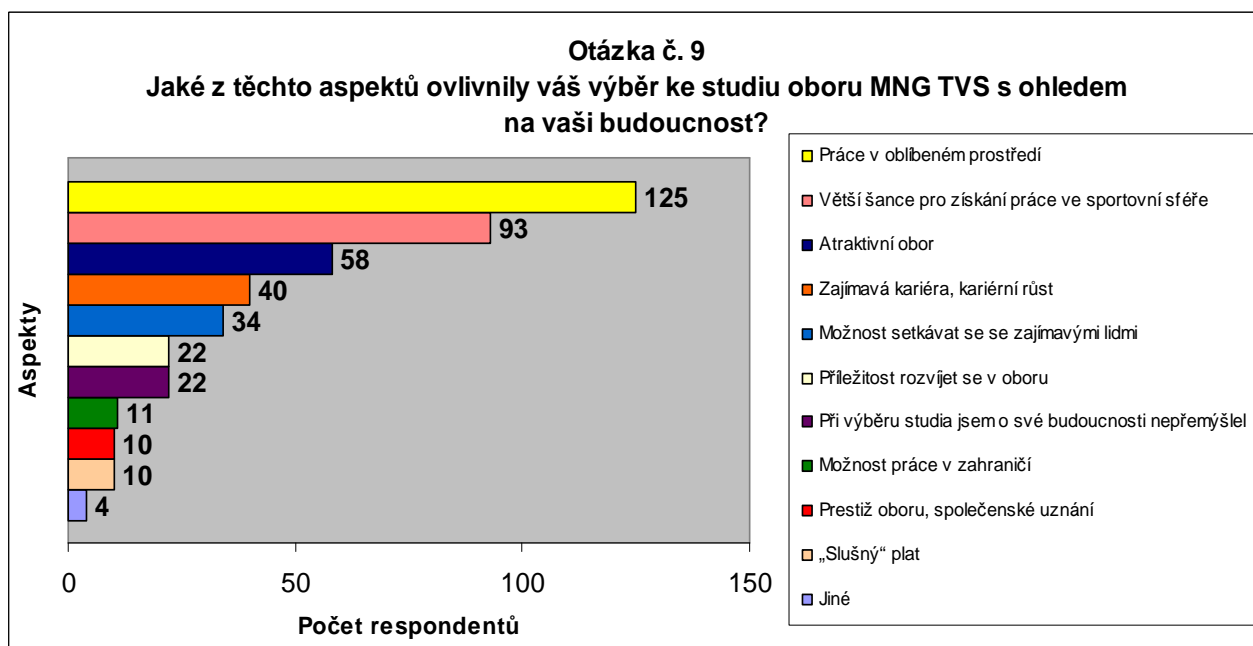
²⁷ Dále jen DOD.

poslední chvíli“, „důvod si již nepamatuji“ nebo „rozhodl jsem se podat si přihlášku až po DOD“.



Graf č. 7 Vliv DOD na rozhodnutí podat si přihlášku na obor MNG TVS

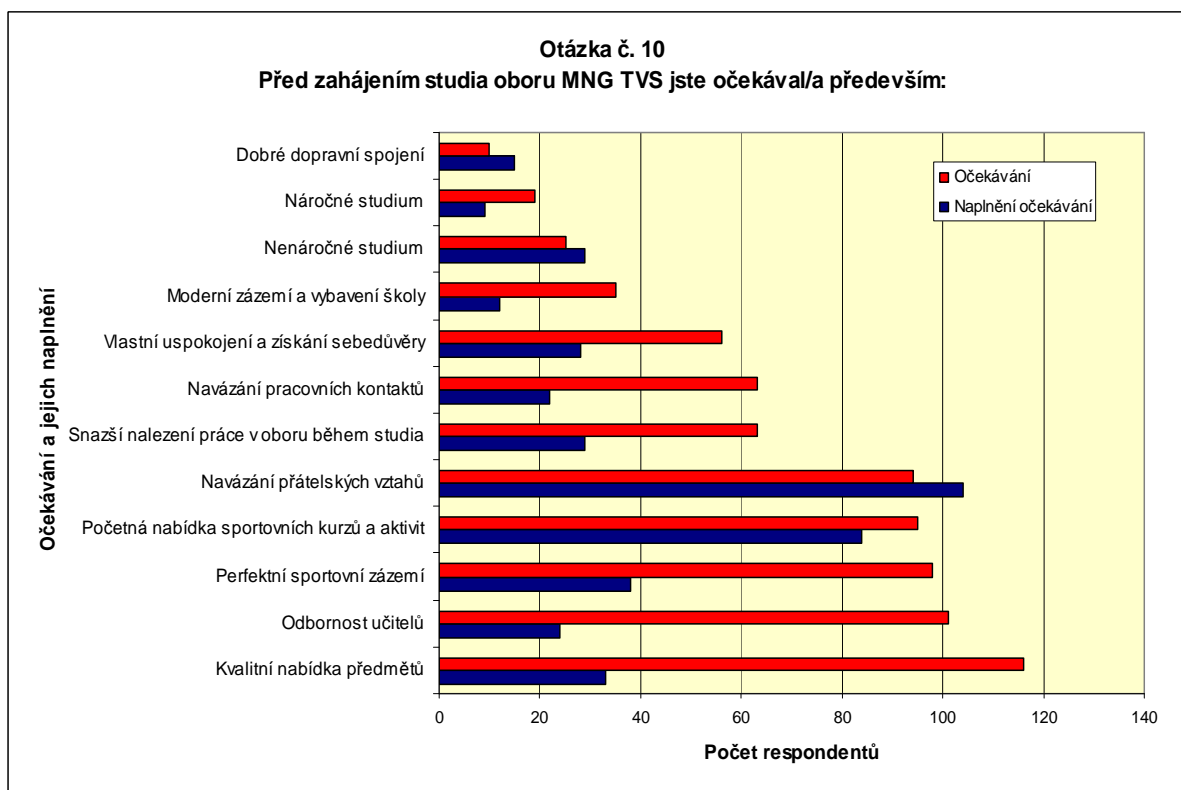
Respondenti, kteří se DOD zúčastnili (55 dotazovaných, 31 %) byli tázáni otázkou, jaký vliv na ně DOD měl (jak respondenty DOD ovlivnil k podání přihlášky na studijní obor MNG TVS na FTVS UK). Na výběr bylo opět několik možností odpovědí. 65 % (36 respondentů) bylo již k podání přihlášky na obor MNG TVS definitivně rozhodnuto a na DOD si přišli pouze pro detailnější informace. 16 % (9 dotazovaných) ještě nebylo k podání přihlášky na obor pevně rozhodnuto, pomocí DOD byli pozitivně ovlivněni a díky němu byli motivováni k podání si přihlášky na tento studijní obor. 15 % (8 dotazovaných) do dne konání DOD o studijním oboru nic nevědělo, přišli si pro nové a prvotní informace o oboru a DOD je motivoval k podání přihlášky na obor MNG TVS. Jeden respondent odpověděl vlastní odpovědí – přišel hlavně z důvodu zakoupení si učebních materiálů k přijímacím zkouškám.



Graf č. 8 Aspekty, které ovlivnily výběr oboru MNG TVS s ohledem na budoucnost

K odpovědi na devátou otázku ve znění „Jaké aspekty ovlivnily váš výběr ke studiu oboru MNG TVS s ohledem na vaši budoucnost?“ měli respondenti možnost vybrat minimálně jednu a maximálně tři možnosti. Nejvíce zastoupenou odpovědí (70 %) byla odpověď „práce v zajímavém prostředí“, druhou nejčetnější odpovědí (52 %) byla „větší šance získat práci ve sportovní sféře“, 32 % ovlivnil aspekt „atraktivního oboru“. Navazovaly odpovědi „zajímavá kariéra“ a „kariérní růst“ (22 %), „možnost setkávat se se zajímavými lidmi“ (19 %) nebo „příležitost rozvíjet se v oboru“ (12 %). Dalších 12 % respondentů při výběru studijního oboru o budoucnosti ještě nepřemýšlela. Méně procentuálně zastoupené aspekty s ohledem na budoucnost dotazovaných jedinců byly „možnost práce v zahraničí“, „prestiž oboru“, „slušný“ plat“, nebo jednoduše „dokončit magisterské studium oboru, který student absolvoval jako bakalář“.

Otázky č. 10 a č. 11 jsou otázkami spolu úzce souvisejícími. Jsou zaměřeny na téma očekávaných aspektů od studia oboru MNG TVS před zahájením studia a naplnění těchto očekávání při nebo po studiu. Respondenti měli možnost zvolit minimálně jednu a maximálně šest odpovědí, měli také možnost vyjádřit se vlastními slovy. V následujícím grafu máme možnost názorně rozpoznat, jak se liší jednotlivá očekávání před zahájením studia a jejich následná naplnění.



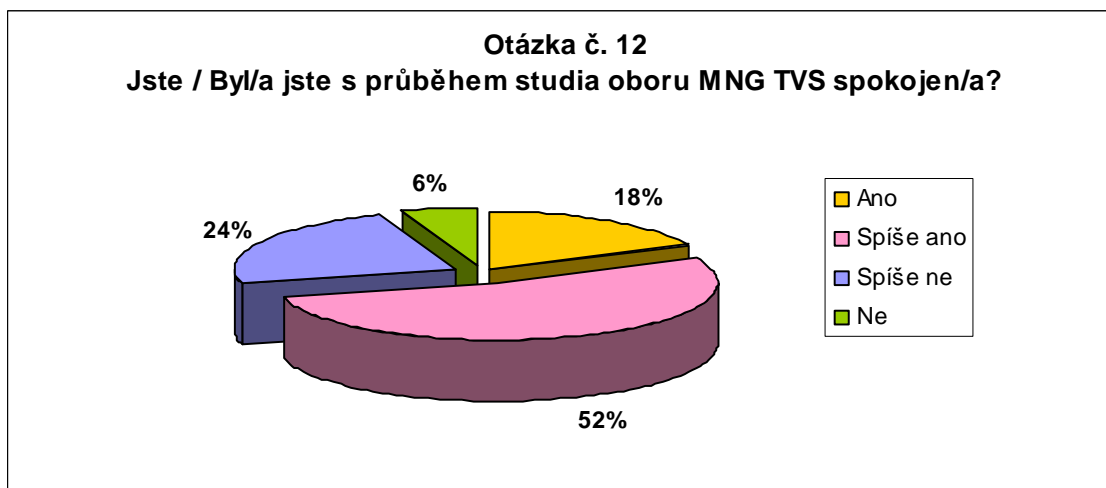
Graf č. 9 Očekávání před studiem a naplnění očekávání při/během studia

Ze získaných odpovědí na otázky č. 10 a č. 11 je zřejmé, že nebyla zcela naplněna všechna očekávání, která studenti měli před zahájením studia. Pouze tři z nabízených dvanácti možností by se daly vyjádřit ve znění „očekávání bylo naplněno“. Mezi tyto tři situace patří „dobré dopravní spojení“, „nenáročné studium“ a „navázání přátelských vztahů“. Zbytek z nabízených možností, jakožto aspektů, které byly původně očekávány a bohužel naplněny nebyly, jsou znázorněny v grafu č. 9.

Jak se již autorka zmínila na začátku kapitoly, od otázky č. 12 je dotazník konstruován tak, že je zaměřen na otázky týkající se spokojenosti se studiem v rámci oboru MNG TVS na FTVS UK.

Otázky č. 12 – č. 20

Jak se již autorka zmínila na začátku kapitoly, od otázky č. 12 je dotazník konstruován tak, že je zaměřen na otázky týkající se spokojenosti se studiem v rámci oboru MNG TVS na FTVS UK.



Graf č. 10 Jste / Byl/a jste s průběhem studia oboru MNG TVS spokojen/a?

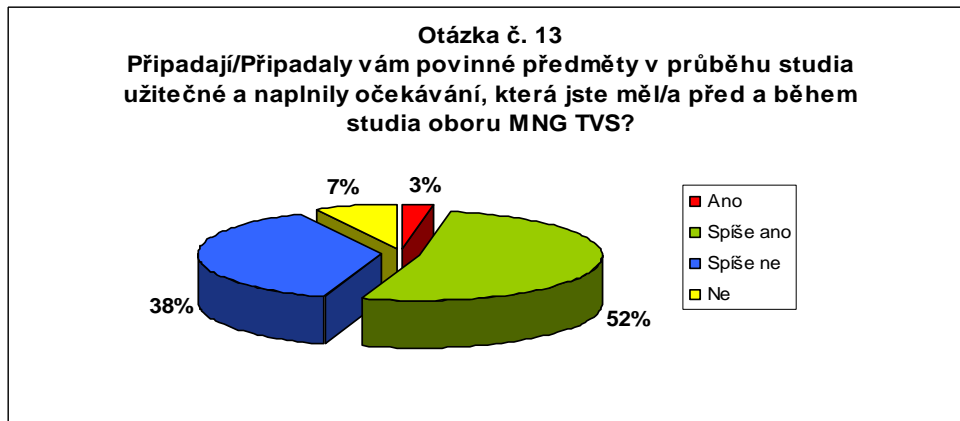
Počáteční otázka druhé tematické části dotazníku byla kladena všeobecnějším způsobem – „Jste / byl/a jste se studiem oboru MNG TVS spokojen/a?“ Analýzu výsledků můžeme zpozorovat v tabulce č. 3, případně grafu č. 10.

Odpověď	Počet respondentů
Ano	32
Spíše ano	94
Spíše ne	42
Ne	10

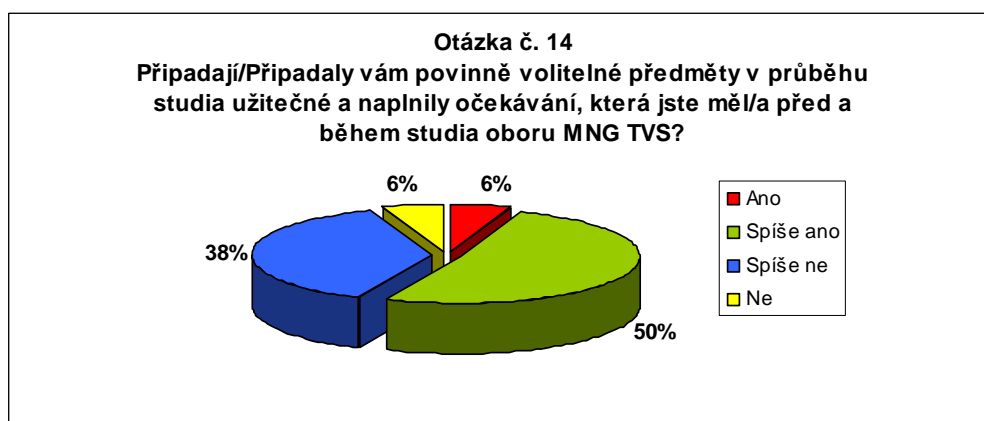
Tab. 3 Spokojenost s průběhem studia

Z celkového počtu respondentů je / bylo se studiem oboru MNG TVS na FTVS UK spíše spokojeno 52 % (94 respondentů), spíše nespokojeno 24 % (42 respondentů), rozhodně spokojeno 18 % (32 respondentů) a rozhodně nespokojeno 6 % (10 respondentů).

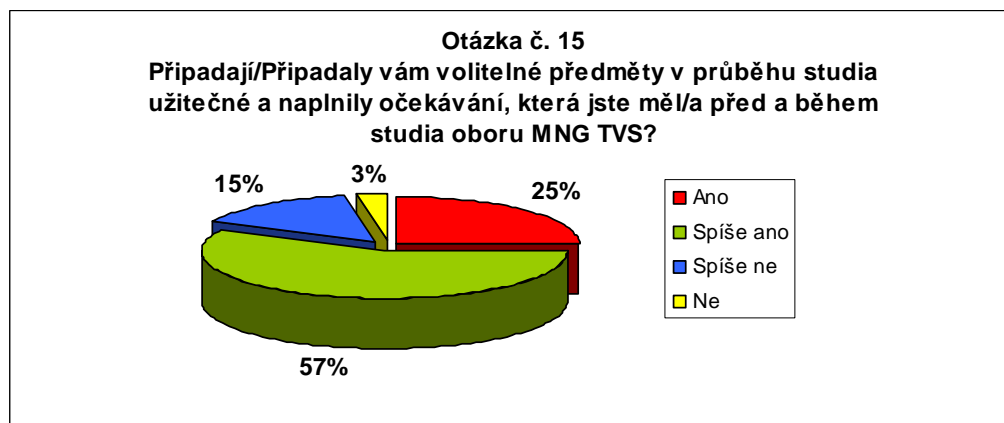
Pokud sečteme kladné hodnoty, celkové procento tvoří 70 % respondentů hodnotících spokojenost se studiem v pozitivní rovině, zbytek (30 %) respondentů hodnotí spokojenost se studiem zkoumaného studijního oboru negativním oceněním.



Graf č. 11 Užitečnost povinných předmětů



Graf č. 12 Užitečnost povinně volitelných předmětů



Graf č. 13 Užitečnost volitelných předmětů

Otázky č. 13, č. 14 a č. 15 byly zaměřeny na zjištění celkové užitečnosti povinných, povinně volitelných a volitelných předmětů v rámci studia oboru MNG TVS na FTVS UK pro jednotlivé respondenty a zjištění naplnění celkového očekávání, které studenti u jednotlivých typů předmětů měli před zahájením studia. Výsledky těchto tří otázek

znázorňuje tabulka č. 4 a grafy č. 11, 12 a 13. Čísla v jednotlivých řádcích tabulky znázorňují počty respondentů s danou odpovědí.

Odpovědi	Užitečnost povinných předmětů	Užitečnost povinně volitelných předmětů	Užitečnost volitelných předmětů
Ano	5	10	44
Spíše ano	93	91	103
Spíše ne	67	67	26
Ne	13	10	5

Tab. 4 Užitečnost předmětů

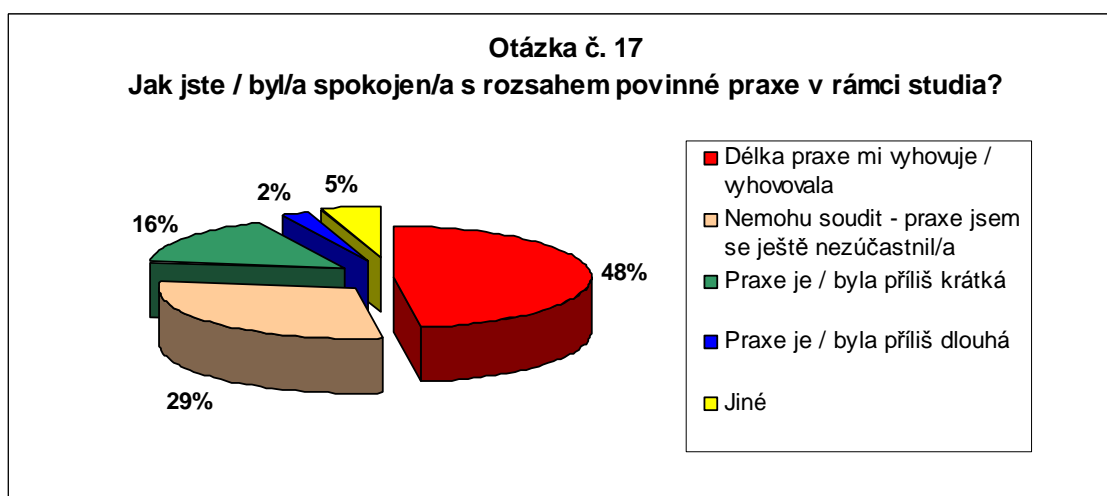
Jak je z tabulky č. 4 patrné, většina studentů byla jak s povinnými, tak i s povinně volitelnými a volitelnými předměty spíše spokojena a předměty v rámci těchto skupin byly pro studenty a absolventy tedy převážně užitečného rázu. Ve všech třech případech se jedná o více než padesátipětiprocentní spokojenost s užitečností a naplněným očekáváním jednotlivých druhů nabízených předmětů. Samozřejmě je nutné se na výsledky těchto otázek dívat s jakýmsi nadhledem, a to hlavně z důvodu, že jednotlivé typy předmětů v sobě zahrnují mnoho konkrétních předmětů a disciplín, kterými si student v každém akademickém roce má povinnost projít; otázka je tedy směřována skutečně jen obecnou formou pro zjištění celkové užitečnosti a naplnění původních očekávání u typů předmětů nabízených v rámci studia.

Nabídka školy	Průměrná známka
Nabídka sportovních aktivit	2,06
Nabídka cizích jazyků	3,16
Možnost vycestovat v rámci zahraničního studijního pobytu	2,56
Nabídka počítačového vzdělání	3,82

Tab. 5 Nabídka školy

Nabídka sportovních aktivit, nabídka cizích jazyků, možnost vycestovat v rámci zahraničního studijního pobytu nebo nabídka počítačového vzdělání – na tyto oblasti nabídek v rámci studia se autorka diplomové práce ptala v otázce č. 16. Respondenti měli za úkol ohodnotit jednotlivé nabídky a možnosti nabízené vysokou školou na škále 1 – 5, kdy 1 znamenala nejvíce spokojen a 5 nejméně spokojen. Výsledky jsou znázorněny v tabulce č. 5.

Nejvíce jsou / byli studenti a absolventi spokojeni se sportovními aktivitami, které FTVS UK nabízí. Možnost vycestovat v rámci zahraničního studijního pobytu byla ohodnocena průměrnou známkou 2,56. Spíše nespokojeni jsou respondenti s nabídkou cizích jazyků a nejhůře, a to známkou 3,82 byla ohodnocena nabídka počítačového vzdělání na FTVS UK v Praze. Těmito výsledky se zcela potvrdila čtvrtá hypotéza dotazníkového šetření, která byla stanovena tak, že nejlépe ohodnocena bude nabídka sportovních aktivit a nejhůře nabídka počítačového vzdělání.



Graf č. 14 Spokojenost s rozsahem povinné praxe

Jak je z grafu č. 14 patrné, téměř poloviční část z celkového počtu respondentů (konkrétně 48 %, 84 respondentů) byla s povinnou praxí v rámci studia a její délkou spokojena. 29 % (52 dotazovaných) tuto otázku nemohla posoudit, jelikož se povinné praxe ještě nezúčastnila (v tomto případě se jedná o studenty 1., 2. a některé studenty 3. ročníku bakalářského studia, jelikož první povinná praxe v rámci studia je doporučena na zimní semestr 3. ročníku bakalářského studia). 16 % (28 respondentů) se povinná

praxe zdála příliš krátká a pro 2 % (4 respondenty) naopak příliš dlouhá v rámci rozložení povinných odpracovaných hodin.

Respondenti měli u otázky č. 17 možnost výběru jedné ze čtyř předem daných odpovědí či měli možnost odpovědět v rámci odpovědí vlastní. Mezi vlastní odpovědi na otázku, a většinou jednotlivě zastoupené odpovědi týkající se spokojenosti s rozsahem povinné praxe, patřila spíše negativní hodnocení, například: „Již jsem pracoval ve sportovní sféře – délka praxe byla pro mne bezpředmětná“, nebo odpovědi ve znění „praxe byla vlastně jen jakousi „papírovou formalitou“ či že by studenti (absolventi) ocenili pomoc (doporučení) vysoké školy při vyhledávání pracovního místa k povinné praxi.

Otázky č. 18, č. 19 a č. 20 jsou otázkami otevřenými a nepovinnými. I přes jejich nepovinnost se autorce diplomové práce dostalo velké množství odpovědí. Cílem otázek bylo zjistit užitečnost a neúžitečnost konkrétních předmětů v rámci studia oboru MNG TVS na FTVS UK a návrh předmětu / předmětů či aktivit, které ve studiu zahrnutý nejsou a pro studenty by byly potenciálně přínosné. Jelikož na každou z těchto tří otázek mohou mít respondenti z každého ročníku studia jiný názor (například student 1. ročníku bakalářského studia má za sebou momentálně pouze necelé 2 semestry, kdežto absolvent má za sebou celé studium), analýza těchto otázek je rozdělena do pěti menších podkapitol – podle rozboru dat respondentů z jednotlivých ročníků (absolventů) studia. Jelikož byly odpovědi na otázky velice rozsáhlé, v podkapitolách je vždy uveden výčet nejčastěji jmenovaných předmětů (případně jiných návrhů).

Otázka č. 18 zní následovně: „Který konkrétní předmět/předměty z oboru MNG TVS považujete/jste považoval/a za nejpřínosnější? (byl užitečný, rád/a jste ho navštěvoval/a)?“ Vybrané a nejčastější odpovědi respondentů jsou tyto (pro přehlednost jsou předměty vždy seřazené podle abecedy):

- Studenti 1. ročníku bakalářského studia:

- Aplikovaná matematika,
- Historie tělesné kultury,
- Makroekonomie,
- Mikroekonomie,
- Základní management.

- Studenti 2. ročníku bakalářského studia

- Komunikace,

- Makroekonomie,
 - Marketing,
 - Mikroekonomie,
 - Organizace tělesné výchovy a sportu v ČR,
 - Průzkum trhu,
 - Veřejné finance,
 - Základní management.
- Studenti 3. ročníku bakalářského studia
 - Komunikace,
 - Kurz aktivit v přírodě,
 - Makroekonomie,
 - Marketing,
 - Mikroekonomie,
 - Průzkum trhu,
 - Sport events management and promotion,
 - Statistika,
 - Veřejné finance,
 - Základní management.
- Studenti 1. ročníku navazujícího magisterského studia
 - Anglický jazyk (především konverzace),
 - Makroekonomie,
 - „Management“,
 - Management sportovních organizací,
 - Management sportovních zařízení a akcí,
 - Marketing,
 - Mikroekonomie,
 - Public relations ve sportovních organizacích,
 - Statistika,
 - Veřejné finance.
- Studenti 2. ročníku navazujícího magisterského studia
 - Anglický jazyk,
 - Ekonomika sportu,
 - Komunikační techniky,
 - Makroekonomie,
 - „Management“,

- Management sportovních organizací,
- Management sportovních zařízení a akcí,
- Marketing,
- Mikroekonomie,
- Public relations ve sportovních organizacích,
- Sociální dovednosti – psychologie koučování,
- Veřejné finance.

- Absolventi oboru

- Cizí jazyky,
- Ekonomika sportu,
- Makroekonomie,
- „Management“,
- Management lidských zdrojů,
- Management sportovních zařízení a akcí,
- Marketing,
- Mikroekonomie.

Z odpovědí jednotlivých ročníků je patrné, že nejužitečnějšími předměty jsou pro naprostou většinu respondentů Makroekonomie, Mikroekonomie (nejčastěji vypsáné dohromady jako „Ekonomie“). V pořadí se dále zařazují předměty Marketing a „Management“ (mnoho dotazovaných uvedlo předmět „Management“, kdy bohužel nemohlo dojít k detailnější analýze předmětu – zda se jedná o předmět Základní management, Stress management, Personální management, Sportovní management, Management sportovních organizací, Management lidských zdrojů či o předmět Management sportovních zařízení a akcí). U většiny případů byl ale předmět „Management“ vedle předmětu „Marketing“, tudíž můžeme předpokládat, že na mysli měli respondenti především předměty Základní management či Sportovní management. Mezi nejužitečnější předměty by se dály mohly zařadit Public relations ve sportovních organizacích, Veřejné finance, Komunikace nebo Ekonomika sportu. Větší zastoupení pozitivního hodnocení měly dále předměty Účetnictví, Sociální dovednosti - psychologie koučování, Průzkum trhu či Organizace tělesné výchovy a sportu v ČR.

Otázka č. 19: „Který konkrétní předmět/předměty z oboru MNG TVS považujete / jste považoval/a za nejméně přínosný? (nebyl užitečný / nerad/a jste ho navštěvoval/a)?“

Mezi nejčastěji jmenované předměty, které respondenti považují za nejméně přínosné patřily tyto (předměty jsou pro větší přehlednost seřazeny opět vždy podle abecedy):

- Studenti 1. ročníku bakalářského studia
 - Angličtina,
 - Filosofie,
 - Historie tělesné kultury,
 - Sociologie.

- Studenti 2. ročníku bakalářského studia
 - Aplikovaná matematika,
 - Filosofie,
 - Manažerská ekonomika,
 - Sociologie,
 - Základy gymnastiky.

- Studenti 3. ročníku bakalářského studia
 - Aplikovaná matematika,
 - Filosofie,
 - Manažerská ekonomika,
 - Metodologie a zadání bakalářské práce,
 - Sociologie,
 - Základy finančních trhů,
 - Základy gymnastiky.

- Studenti 1. ročníku navazujícího magisterského studia
 - Filosofie,
 - Komunikace,
 - Manažerská ekonomika,
 - Metodologie a zadání diplomové práce,
 - Personální management,
 - Sociologie,
 - Stress management,
 - Světová ekonomika,
 - Základy finančních trhů,
 - Základy gymnastiky.

- Studenti 2. ročníku navazujícího magisterského studia

- Hospodářská politika v ČR,
- Komunikační techniky,
- Metodologie a zadání diplomové práce,
- Mezinárodní sportovní organizace,
- Pedagogika, Pedagogika sportu,
- Sociologie,
- Sociální psychologie a psychologie sportu.

- Absolventi oboru

- Aplikovaná matematika,
- Hospodářská politika v ČR,
- Manažerská ekonomika,
- Metodologie zadání závěrečné práce,
- Mezinárodní sportovní organizace,
- Ochrana obyvatelstva,
- Sociologie,
- Statistika.

Za nejméně přínosné předměty pro studenty a absolventy oboru MNG TVS se v největší četnosti považují Aplikovaná matematika, Filosofie, Sociologie, Hospodářská politika v ČR, Manažerská ekonomika, Metodologie a zadání závěrečných prací, Mezinárodní sportovní organizace či Základy gymnastiky. U analýzy otázky č. 19 je též nutno podotknout, že mnoho respondentů se zmínilo o skutečnosti, že studijní obor nabízí mnoho zajímavých a užitečných předmětů, u kterých by se jejich názor na užitečnost změnil se současnou výměnou vyučující osoby – mnoho předmětů a jejich neužitečnost může být tudíž velice silně ovlivněna kantorem, nikoliv obsahem předmětu.

Série tří otevřených nepovinných otázek byla zakončena dotazem č. 20 – „Domníváte se, že existuje předmět či aktivita, která by byla užitečná pro studium oboru MNG TVS a budoucí praxi, ale do studia zahrnuta nebyla?“ Vybrané odpovědi respondentů z jednotlivých ročníků:

- Studenti 1. ročníku bakalářského studia

- Návrhy nových konkrétních předmětů: Komunikace.

- Další návrhy: Více jazyků, více předmětů zaměřených na ekonomii a sport zároveň, spojení teoretických předmětů s kvalitní praxí.
- Studenti 2. ročníku bakalářského studia
 - Návrhy nových konkrétních předmětů: Informatika, Anatomie, Účetnictví 3.
 - Další návrhy: Kvalitnější výuka cizích jazyků, větší nabídka kurzů přímo pro obor MNG TVS, větší propojení teorie s praxí, zajištění pracovní praxe v zajímavějších sportovních organizacích, nabídka předmětů týkajících se přímo funkcí manažera (jeho povinnosti, pracovní činnosti, apod.).
- Studenti 3. ročníku bakalářského studia
 - Návrhy nových konkrétních předmětů: Anatomie, Fyziologie, Informační technologie (Informatika), Personální psychologie.
 - Další návrhy: Více předmětů v praxi, předmět zaměřený na turismus, předmět zaměřený na potenciální obory možné pro budoucí uplatnění absolventa oboru MNG TVS, více ekonomických předmětů vázaných na sportovní sektor, zlepšení forem prezentací na přednáškách – kvalitnější a modernější formy prezentace, apod.
- Studenti 1. ročníku navazujícího magisterského studia
 - Návrhy nových konkrétních předmětů: Anatomie, Fyziologie, Výživa.
 - Další návrhy: Zahrnutí praxe do většiny předmětů úzce souvisejících se studovaným oborem („méně teorie a definic a více praxe“), větší využití externích pracovníků, kteří studentům mohou předat informace přímo z praxe, zvýšení úrovně jazyků a ekonomických předmětů, předmět týkající se každodenních povinností a aktivit manažera obecně.
- Studenti 2. ročníku navazujícího magisterského studia
 - Návrhy nových konkrétních předmětů: Anatomie, Cestovní ruch, Ekonomie 2, Marketing 2, Informatika, Základy podnikání.
 - Další návrhy: Větší propojení teorie s praxí a diskusemi ve vyučovacích hodinách, více praktických cvičení a projektů, větší spolupráce

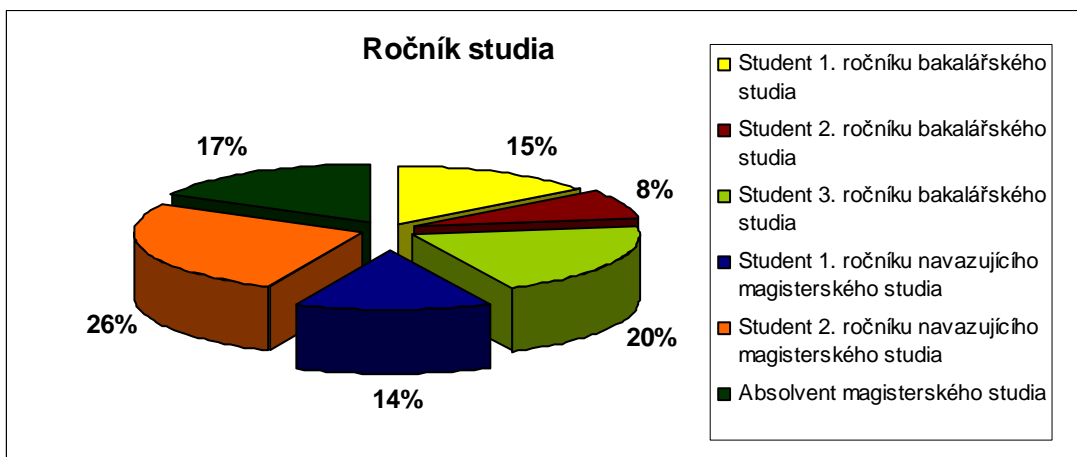
s externími pracovníky, větší nabídka jazyků a jejich převedení do povinných předmětů, výuka předmětů spojených se studijním oborem v cizím jazyce, navýšení aktuálnosti náplně přednášek a cvičení, zvýšení náročnosti některých předmětů, více marketingových a PR předmětů, silnější využívání moderní grafiky a audiovizuálních systémů při vyučovacích hodinách, předmět informatiky (alespoň základy práce s MS Office, statistickými programy, apod.).

- Absolventi oboru

- Návrhy nových konkrétních předmětů: Anatomie, Fyziologie, Informatika, Obchodní angličtina, International business, Management a marketing služeb, Event management, Organizace sportovních akcí.
- Další návrhy: větší využití externích pracovníků u většiny předmětů, více povinné praxe (podílení se na organizacích různých akcí, aj.), navýšit aktuálnost náplně přednášek a cvičení, sledování nových trendů v daných oblastech, více praxe v rámci předmětů, zvýšení úrovně cizích jazyků, jejich specializace a nabídky, větší konkrétnost a specifičnost u teoretických předmětů, větší nabídka možností práce pro studenty oboru, více předmětů spojených s financemi, více předmětů přímo se věnujících managementu sportu, výuka některých povinných předmětů v cizím jazyce.

Odpovědi na otázku č. 20 byly velice různorodé. Návrhy respondentů nebraly meze a i přes jejich různorodost se objevila doporučení, která se (ač v jiném znění) často opakovala. Tyto opakující se návrhy byly autorkou diplomové práce považovány za ty nejdůležitější.

Otázky č. 21 – č. 32

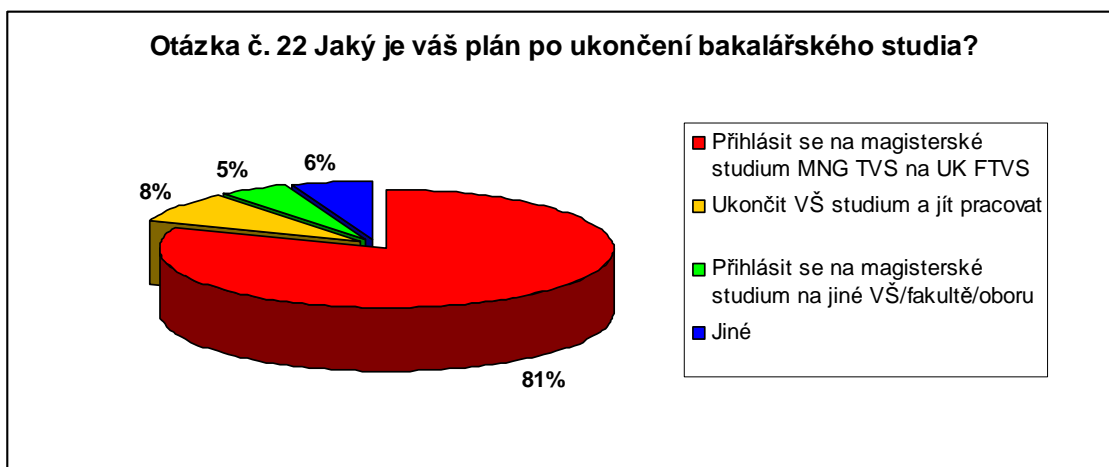


Graf č. 15 Ročník

Výsledek otázky č. 21 byl již analyzován na začátku této kapitoly²⁸ u demografického shrnutí dotazníku. Graf je pro jednodušší představivost přiložen podruhé i zde. Na základě různých odpovědí na otázku se dotazník dále větvil pro každý ročník (případně pro absolventy) studijního oboru MNG TVS individuálně. Pro větší přehlednost bude vyhodnocování dotazníku dále pokračovat postupně právě podle jednotlivých ročníků studia oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze. Jak již bylo řečeno na počátku této kapitoly, finální otázky dotazníků se týkají tématu výhledu do budoucnosti a pracovního uplatnění respondentů.

²⁸ Viz. str. 35.

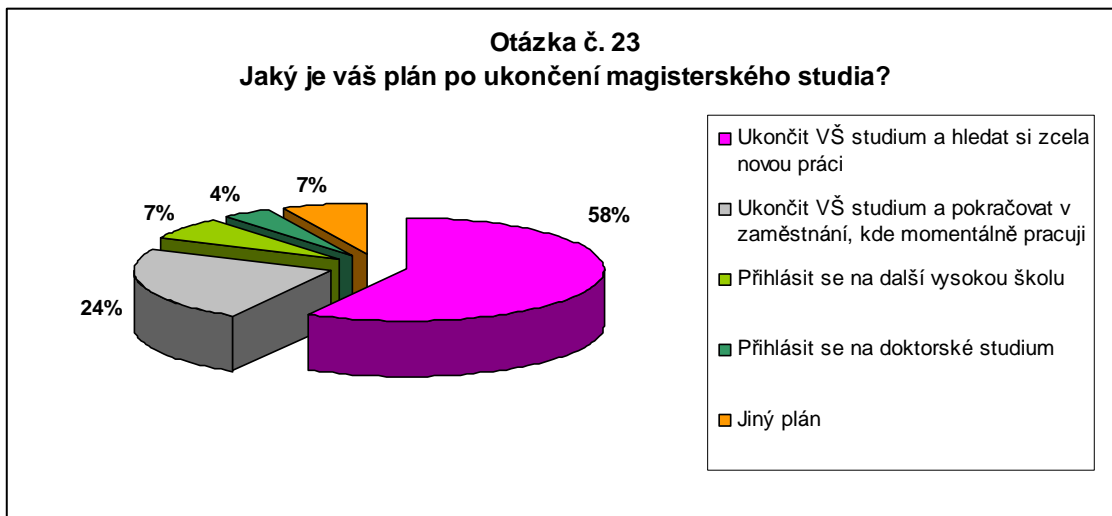
1., 2. a 3. ročník bakalářského studia oboru MNG TVS na FTVS UK



Graf č. 16 Plán po ukončení bakalářského studia

Studenti 1., 2. a 3. ročníku bakalářského studia byli tázáni na to, jaký je jejich plán po ukončení bakalářského studia. Respondentům byly nabídnuty tři základní odpovědi, nebo mohli napsat odpověď vlastní. 81 % respondentů má po ukončení bakalářského studia v plánu podat si přihlášku na navazující magisterské studium na obor MNG TVS na FTVS UK v Praze. Sedm respondentů chce bakalářským titulem jejich vysokoškolské vzdělávání ukončit a má v plánu jít pracovat. Čtyři respondenti mají v plánu přihlásit se na magisterský obor na jiné vysoké škole (případně fakultě). Zbytek respondentů (5) zatím své plány po ukončení bakalářského studia nezná nebo by chtěli začít pracovat již v průběhu magisterského studia.

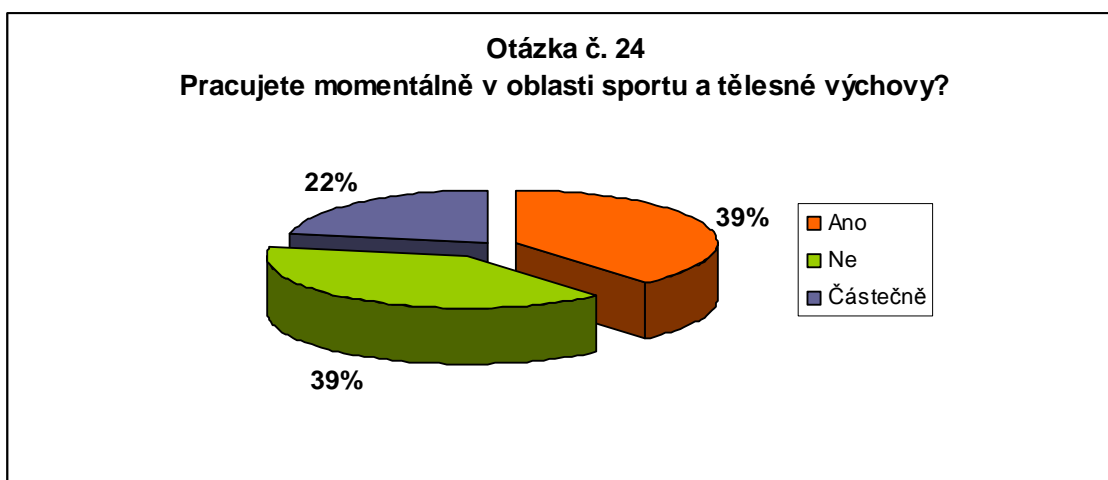
1. a 2. ročník navazujícího magisterského studia oboru MNG TVS na FTVS UK



Graf č. 17 Plán po ukončení magisterského studia

Studenti navazujícího magisterského studia byli tázáni na stejnou otázku, jako studenti oboru bakalářského s tím rozlišením, že se dotazník na základě jejich odpovědí ještě dále větvil. Jaké jsou tedy plány stávajících studentů navazujícího magisterského studia po jeho potenciálním ukončení?

58 % (42 studentů) má v plánu vysokoškolské vzdělávání zcela ukončit a hledat si nové zaměstnání. 24 % (17 respondentů) má ten samý plán, jen - na rozdíl od předchozí skupiny - chtějí pokračovat v práci, která je momentálně již nyní zaměstnává. 7 % (5 studentů) se chystá přihlásit se na další vysokou školu, 4 % (3 studenti) se chystá pokračovat studiem zakončeným doktorským titulem a zbylých pět studentů, kteří odpovídali, má jiné vlastní plány.



Graf č. 18 Pracujete momentálně v oblasti TVS?

Ti respondenti, kteří v otázce č. 23 zaznamenali odpověď „Ukončit VŠ studium a pokračovat v zaměstnání, kde momentálně pracuji,“ byli automaticky přesměrováni na otázku č. 24. Tato otázka zjišťuje, zda studenti, kteří jsou při magisterském studiu zaměstnaní a ve stávajícím zaměstnání chtějí i nadále pokračovat po ukončení vysoké školy, pracují v oblasti sportu a tělesné výchovy či nikoliv. Sedm dotazovaných (39 %) ve sportovní sféře pracuje, dalších sedm studentů (39 %) nikoliv a čtyři studenti (22 %) pracují ve sportovní sféře pouze částečně.

Na respondenty z otázky č. 24 čekala dále nepovinná otevřená otázka č. 25 - studenti navazujícího magisterského studia oboru MNG TVS na FTVS UK, kteří jsou momentálně zaměstnaní byli vyzváni k uvedení jejich konkrétní současné pracovní pozice, případně zaměstnavatele. Mezi vybrané odpovědi patřily například následující:

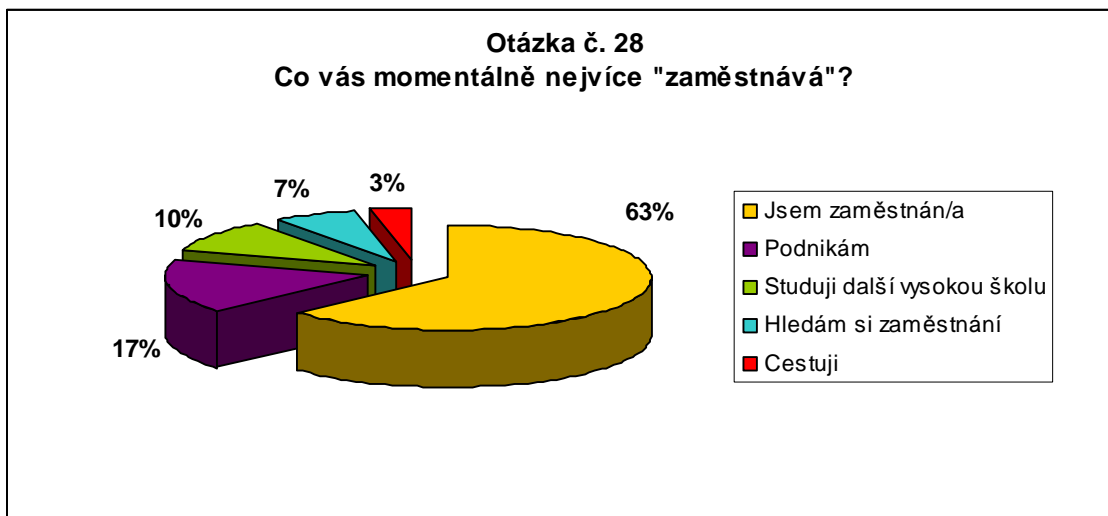
- Trainee (Mather Sport),
- pracovník sekce produkce (EverWhere),
- pracovník sekce marketingu (Tipsport Arena Liberec),
- pracovník sekce komunikace, PR, marketingu a organizace eventů (2Score),
- ekonomický referent (Metrostav),
- marketingový pracovník sportovního klubu (společnost neuvěděna),
- marketingový manažer (společnost neuvěděna),
- sportovní manažer sportovních akcí (společnost neuvěděna),
- organizátor sportovních akcí (společnost neuvěděna),
- zaměstnanec společnosti Adidas (pracovní pozice neuvěděna).

Respondenti, kteří na otázku č. 23 odpověděli „Ukončit VŠ studium a hledat si zcela novou práci“ byli automaticky odkázáni na otázku č. 26 – „V jaké oblasti chcete pracovat?“ Možnosti odpovědí byli tři – „sport a tělesná výchova,“ „jiný obor“ nebo vlastní odpověď. Na tuto otázku odpovídalo celkem 43 studentů. 28 z nich (65 %) by si chtělo po ukončení vysoké školy hledat zaměstnání v oblasti sportu a tělesné výchovy, osm studentů (19 %) by chtělo pracovat po ukončení vysoké školy v jiném oboru než sportovním. Mezi další individuální odpovědi (celkem 7 respondentů) se zařadily například „práce v oblasti lidských zdrojů, reklamy či cestovního ruchu“. Jiní studenti zatím neví, v jaké oblasti by chtěli pracovat a nebrání se jakýmkoliv možnostem práce.

Respondenti z otázky č. 26 (43 studentů navazujícího magisterského studia z předchozí otázky) bylo opět odkázáno na nepovinnou otevřenou otázku č. 27 zjišťující jejich konkrétní představy o budoucím zaměstnání. Otázka č. 27 konkrétně zněla „Pokud máte konkrétní představu, napište, prosím, v jaké oblasti chcete pracovat?“ Odpovědi respondentů jsou vypsány níže. Vypsány jsou všechny odpovědi respondentů, i když některé jsou si značně podobné.

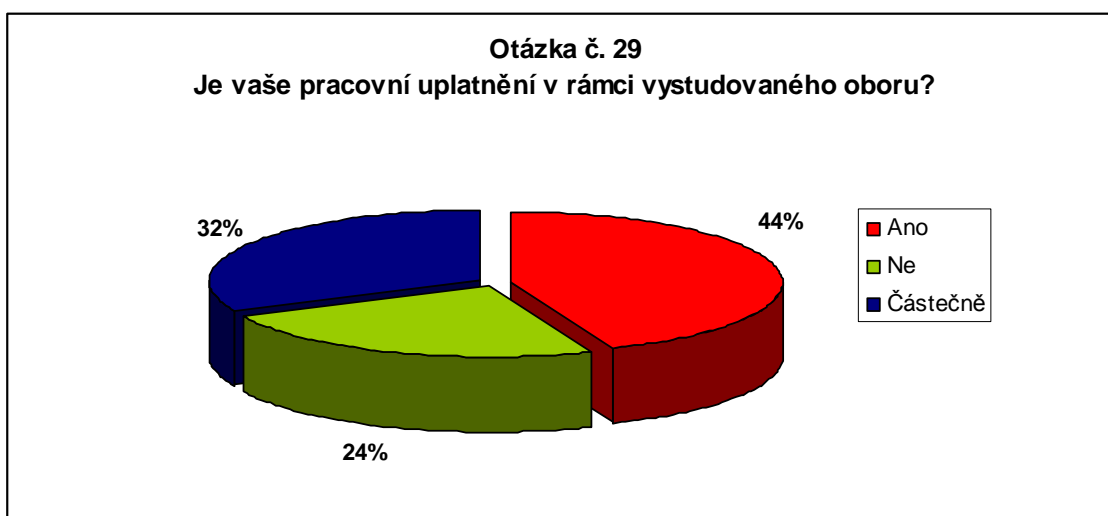
- Cestovní ruch a sport,
- marketing ve společnosti zaměřené na sport,
- marketingový pracovník sportovního klubu,
- sportovní marketing, trenér, sportovní manažer,
- marketing, reklama (2x),
- marketing, média,
- PR nebo management,
- oblast sportu nebo geoinformatiky,
- outdoor,
- finance,
- práce ve sportovním klubu,
- golfová oblast,
- manažerská pozice, nejlépe v golfovém prostředí,
- sportovní klub, fitness, zastřešující organizace ve sportu,
- administrativní pracovník.

Absolventi oboru MNG TVS na FTVS UK



Graf č. 19 Co vás nejvíce "zaměstnává"?

Na otázku č. 28 byli automaticky přesměrováni ti respondenti, kteří v otázce č. 21 odpověděli „Absolvent magisterského studia“. Absolventů studijního oboru MNG TVS, kteří vyplnili dotazník, bylo dohromady třicet. Tito respondenti měli odpovědět na otázku zjišťující, co je momentálně nejvíce „zaměstnává“ (čemu věnují většinu svého času). 63 % (19 absolventů) je zaměstnáno, 17 % (5 absolventů) podniká, 10 % (3 absolventi) studuje další vysokou školu, 2 absolventi (7 %) si momentálně hledají zaměstnání a naplní jednoho absolventa oboru MNG TVS je momentálně cestování.

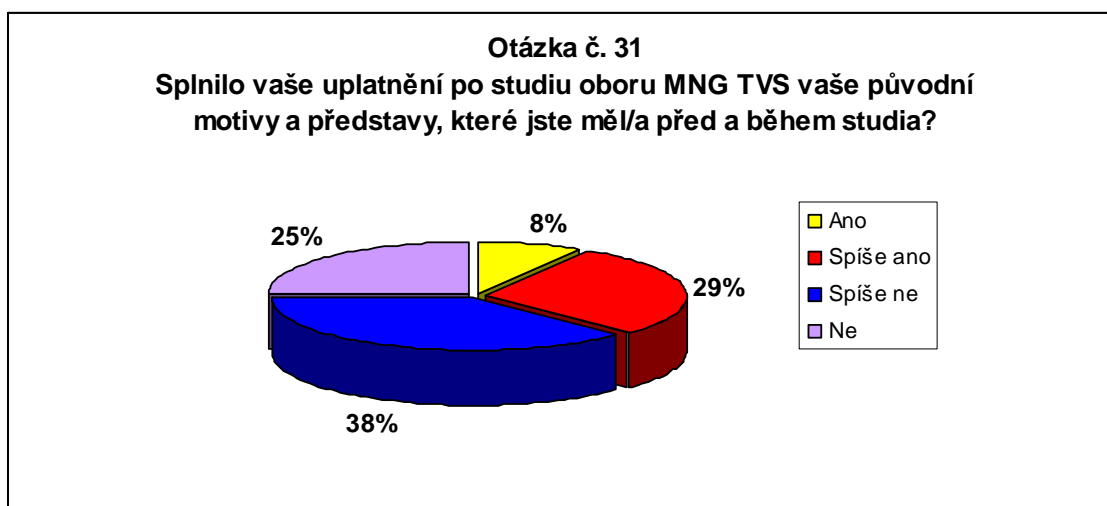


Graf č. 20 Uplatnění absolventů

Ti absolventi oboru MNG TVS, kteří jsou zaměstnaní či podnikají (dohromady 25 respondentů), byli automaticky odkázáni na další otázku. Ta se ptá, zda je jejich pracovní uplatnění v rámci vystudovaného oboru. Výsledkem je, že 11 (44 %) absolventů odpovědělo kladně, 6 (24 %) záporně a 8 (32 %) absolventů pracuje v rámci vystudovaného oboru alespoň částečně. Pokud sečteme procentuální hodnoty kladných odpovědí („Ano“ a „Částečně“), potvrdí se pátá hypotéza – součet těchto kladných hodnot, kdy absolventi minimálně alespoň částečně pracují ve sportovní sféře, tvoří dohromady 76 %.

Pro respondenty z otázky č. 29 (absolventy oboru, kteří jsou momentálně zaměstnaní či podnikají) opět následovala otevřená nepovinná otázka zjišťující konkrétní pracovní pozici, případně zaměstnavatele. Otázka č. 30 zněla následovně: „Napište, prosím, vaši konkrétní pracovní pozici (příp. zaměstnavatele).“ Mezi odpovědi absolventů patří následující:

- Organizační pracovník (BK Lokomotiva Karlovy Vary) + hráčka týmu,
- instruktor a pracovník marketingu (Lezecká aréna Jirkov),
- oficiální marketingový zástupce Fotbalové asociace ČR (STES a.s.),
- samostatný odborný referent - propagace a prodej služeb (UK FTVS v Praze),
- marketing a produkce (Sparta Praha),
- marketing specialist (Profireal Group),
- proposal assistant (Deloitte),
- PR a komunikace v předním fotbalovém klubu (konkrétní neuveden),
- ticketing manažer (konkrétní společnost neuvedena),
- projekt manažer ve sportovně marketingové agentuře (konkrétní název neuveden),
- specialista komunikace nadnárodní firmy (konkrétní společnost neuvedena),
- teambuildingový specialista (konkrétní společnost neuvedena),
- mediální konzultant - PR (konkrétní společnost neuvedena),
- sales manager (konkrétní společnost neuvedena),
- salon manager,
- zástupce manažera v oblasti retail – oblečení (konkrétní společnost neuvedena),
- fyzioterapeut,
- restaurace,
- bankovníctví.



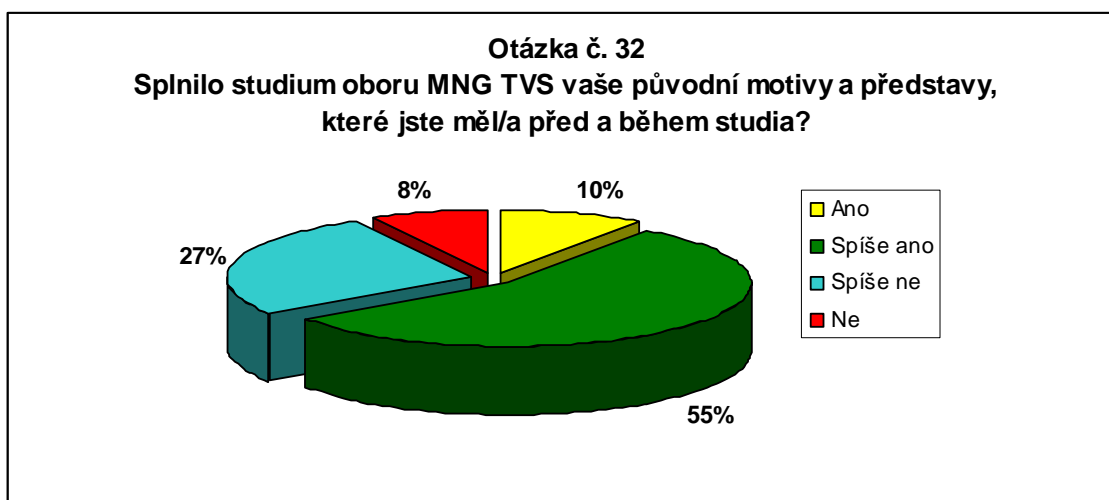
Graf č. 21 Spokojenost s uplatněním po studiu

Otázka č. 31 – „Splnilo vaše uplatnění po studiu oboru MNG TVS vaše původní motivy a představy, které jste měl/a před a během studia?“ - byla opět zaměřena pouze na absolventy oboru MNG TVS. Výsledky můžeme vidět v tabulce č. 6 a grafu č. 21.

	Počet respondentů
Ano	2
Spíše ano	7
Spíše ne	9
Ne	6

Tab. 6 Spokojenost s uplatněním po studiu

Jak je z tabulky č. 6 a grafu č. 21 patrné, pouze dva absolventi oboru MNG TVS na FTVS UK (8 %) z celkového počtu respondentů jsou zcela spokojeni se svým pracovním uplatněním a zcela se shoduje s jejich původními představami, které měly před nebo během studia na vysoké škole. 29 % (7 absolventů) je spíše spokojeno, 38 % (9 absolventů) je spíše nespokojeno a 25 % (6 respondentů) je s původními představami a momentálním pracovním uplatněním zcela nespokojeno.



Graf č. 22 Splnění původních motivů a představ celkově

Poslední otázka dotazníku byla položena opět všem respondentům. Jedná se o typ otázky, která by měla celkově shrnout předchozí skutečnosti. Závěrečná otázka dotazníku zjišťovala, zda studium oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze naplnilo původní představy a motivy respondentů; motivy a představy, které měli před nebo během studia. Z celkového počtu dotazovaných respondentů odpovědělo 55 % „spíše ano“, 27 % „spíše ne“, 10 % „ano“ a 8 % „ne“. Shrnutí poslední otázky můžeme vidět v grafu č. 22.

Jako poslední byly v dotazníku položeny tři otázky, které se týkaly demografického zaměření – odpovědi a analýzy těchto tří otázek (údajů o respondentech) jsou umístěny na str. 34.

6.3 Shrnutí výsledků dotazníku

- Dotazník této diplomové práce byl vyplněn celkem 178 respondenty, z toho bylo 84 žen a 94 mužů. Průměrný věk respondentů činil 23,4 let.
- Třemi nejvýznamnějšími motivy ke studiu na vysoké škole obecně jsou „získání vysokoškolského titulu“, „potřeba dále se vzdělávat a rozvíjet se“ a očekávání vyššího platu“. Respondenti tudíž projeví o studium na vysoké škole zájem především z těchto důvodů.
- Hlavním motivem k výběru studijního oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze byl především „kladný vztah ke sportovnímu odvětví“ respondentů. Tento motiv byl uveden celkem 106 respondenty.

- V rámci zjištění konkurence analyzovanému studijnímu oboru byli respondenti tázáni, na kterou jinou vysokou školu/školy, fakultu či obor si podali přihlášku. Mezi největší konkurenty se zařadila Vysoká škola ekonomická v Praze (především fakulty podnikohospodářská, národohospodářská a managementu) a Česká zemědělská univerzita v Praze (Provozně ekonomická fakulta), tedy vysoké školy nabízející ekonomicky zaměřené obory. Dalšími silnějšími konkurenty jsou vysoké školy nabízející obdobný studijní obor zaměřený na management sportu (Technická univerzita v Liberci, Univerzita Hradec Králové nebo Masarykova univerzita v Brně).
- Respondenti se dozvěděli o oboru MNG TVS na FTVS UK nejčastěji z internetu, dále od přátel a vrstevníků, z tisku či od jiného studenta nebo absolventa oboru.
- Dne otevřených dveří se před podáním přihlášky na obor MNG TVS zúčastnilo 31 % respondentů.
- S ohledem na svou budoucnost respondenti odpovídali na otázku zjišťující jejich aspekty k výběru studijního oboru MNG TVS. Pro nejvíce respondentů bylo hlavním hlediskem spojeným s vlastní budoucností „práce v oblíbeném prostředí“. Dále se zařadily aspekty „větší šance pro získání práce ve sportovní sféře“ či „atraktivnost oboru“.
- Aspekty, které respondenti očekávali před zahájením studia a naplnění těchto aspektů v průběhu studia či po jeho ukončení - další otázka pro všechny respondenty. Z nabízených dvanácti hledisek byly pouze tři zcela naplněny – dobré dopravní spojení, nenáročný studium a navázání přátelských vztahů.
- Z celkového počtu 178 respondentů byla či je 52% část s průběhem studia spíše spokojena. Stejná odpověď převládala u spokojenosti s povinnými, povinně volitelnými a volitelnými předměty. Vždy se jedná o spokojenost vyšší než 55 % (o spokojenost s užitečností a naplněným očekáváním jednotlivých typů předmětů).
- Z vybraných nabídek dalších aktivit školy pro studenty jsou nebo byli respondenti nejvíce spokojeni s nabídkou sportovních aktivit a nejméně spokojeni s možností počítačového vzdělání.
- Povinná praxe (její délka) vyhovovala téměř 50 % respondentů.

- Za nejpřínosnější předměty studenti považují především Makroekonomii, Mikroekonomii a předměty spojené s marketingem a managementem sportu. Dále jsou pozitivně hodnoceny předměty Public relations ve sportovních organizacích, Veřejné finance, Ekonomika sportu či Komunikace.
- Za nejméně přínosné předměty studenti považují především předměty Sociologie, Filosofie, Aplikovaná matematika, Manažerská ekonomika, Hospodářská politika ČR, Metodologie a zadání závěrečných prací či Základy gymnastiky.
- Vybranými návrhy předmětů, které respondenti ve výuce postrádají a rádi by je měli ve studiu zahrnuty jsou například předměty Anatomie, Fyziologie, Informatika, Ekonomie 2 nebo Marketing 2. Další náměty respondentů, které by při studiu ocenili, jsou větší propojení praxe s teorií, více praxe v rámci předmětů zaměřených na management a marketing sportu. Studenti by dále ocenili „více cizích jazyků“ – zde se podle mého názoru nejedná o nabídku konkrétních jazyků jako takových, nýbrž o možnost je hlouběji studovat - respondenti by uvítali kvalitnější a specifičtější výuku jazyků. Mezi další návrhy respondentů pro zefektivnění výuky by se mohly zařadit následující: širší využití externích pracovníků, navýšení aktuálnosti obsahu přednášek a cvičení v některých předmětech, více předmětů zaměřených přímo na studovaný obor nebo pomoc při vyhledávání povinné praxe, resp. možnosti při hledání budoucího zaměstnání.
- Stávající studenti bakalářského studia mají v celkovém počtu 81 % v plánu přihlásit se na magisterské studium stejného oboru. Stávající studenti navazujícího magisterského oboru mají nejčastěji v plánu po ukončení vysoké školy hledat si novou práci či pokračovat v zaměstnání, kde již nyní momentálně působí. Ti studenti navazujícího magisterského oboru, kteří jsou momentálně zaměstnaní či podnikají, realizují svou pracovní činnost celkem ze 61 % ve sféře sportu a tělesné výchovy, či alespoň částečně v této sféře. Oblasti, kde by studenti navazujícího magisterského oboru chtěli začít pracovat po ukončení vysoké školy jsou především sportovní marketing, marketing obecně či jednoduše pouze oblasti především založené na sportovní bázi. Absolventi oboru jsou ve většině případů zaměstnaní či podnikají z celkem 76 %

ve sportovní sféře (nebo alespoň částečně). Celková spokojenost absolventů s uplatněním po studiu je spíše nevyhovující.

- Celková spokojenost se studiem obecně, naplnění původních motivů a představ o studiu byla u celého vzorku respondentů celkově spíše vyhovující.

7. Skupinová diskuze

Metoda skupinové diskuze byla v diplomové práci využita jako doplňující technika k dotazníkovému šetření. Cílem provedení skupinové diskuze bylo případné doplnění analyzovaných dat a informací získaných z dotazníku²⁹.

Realizace, cílová skupina a forma výzkumu

Skupinová diskuze byla realizována v měsíci březnu 2013. Jako první byla vytvořena forma dotazníku – jednoduchá osnova přesného sledu realizace výzkumu. Následovalo vyhledávání vhodných účastníků cílové skupiny. Cílová skupina byla homogenní. Účastníky skupinové diskuze tvořila skupina osmi studentů z 2. ročníku navazujícího magisterského studia oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze. Cílová skupina byla předem požádána, aby nevyplňovala elektronický dotazník – pro vyvarování se ovlivnění diskuze předem danými odpověďmi, apod. Skupinová diskuze byla řízena autorkou diplomové práce. Diskuse byla vedena pomocí navrhovaných podnětů k debatě, které byly vybrány z dotazníkového šetření. Po zdárném provedení skupinové diskuze na téma motivace ke studiu oboru MNG TVS a spokojenost se studiem byla provedena s účastníky debaty také krátká metadiskuse.

7.1 Výsledky skupinové diskuze

Skupinová diskuze byla zaměřena – stejně jako dotazník – na téma týkající se motivace ke studiu oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze, na téma spokojenosti se studiem oboru a téma výhledů do budoucna současných studentů posledního ročníku oboru (studentů 2. ročníku navazujícího magisterského studia oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze). Výsledky skupinové diskuze ve shrnutí potvrdily zanalyzovaná data dotazníkového šetření. Diskuze přinesla několik nových názorů a postojů, které v dotazníku řečeny být nemohly, jelikož v něm na tuto skutečnost neměl respondent prostor. Díky tomuto aspektu – možnosti mít prostor se k problematice vyjádřit, nebýt omezen přesným výběrem možností k odpovědi a možnosti zvolit vlastní názor, odpověď a diskutovat o nich s ostatními – byla diskuze velice zajímavou, přínosnou a pozitivně doplňující technikou k celému dotazníkovému šetření.

²⁹ Viz kapitola 6.2, str. 34.

Nejdůležitějšími motivy ke studiu na vysoké škole obecně byly pro účastníky skupinové diskuze především zachování statusu studenta, získání vysokoškolského titulu a zvětšení vlastní užitečnosti na budoucích pracovních pozicích. Dále byl také zmíněn faktor takový, že studenti se chtěli dále jednoduše vzdělávat, tzv. si „prodloužit mládí“ a po střední škole ihned nenastoupit do pracovního procesu. Účastníci skupinové diskuze se také zmínili o faktu, že po vystudování gymnázia, jakožto všeobecně zaměřené školy, jinou možnost neměli (chtěli se specificky studijně zaměřit).

Studijní obor MNG TVS na FTVS UK a motivy k jeho výběru byly pro účastníky skupinové diskuze především kladný vztah ke sportu obecně nebo aspekt, že studijní obor MNG TVS byl jediný obor, který chtěli účastníci opravdu studovat, podařilo se jim úspěšně složit přijímací zkoušky a jiné varianty škol (na které byli případně přijati také) už dále nepřipadaly v úvahu. Dalším motivem byla například skutečnost, že název oboru zní atraktivně a zní jako obor, který v budoucnu absolventům nabídne dobré pracovní uplatnění.

Z části diskuze týkající motivů k výběru studijního oboru MNG TVS na FTVS UK, se postupně přešlo k tématu zdrojů – zdrojů odkud se student dozvěděl o studijním oboru MNG TVS. Nejčastěji byly uvedeny internetové stránky FTVS UK, učitelské noviny, přátelé a vrstevníci (kteří současně byli například i studentem oboru) nebo rodina (rodinný příslušník, který skládal přijímací zkoušky dříve apod.).

K výběru studijního oboru MNG TVS na FTVS UK s ohledem na svou budoucnost byli účastníci skupinové diskuze nejčastěji ovlivněni těmito faktory: zajímavé uplatnění po ukončení studia, práce ve sportovní sféře, zajímavý a atraktivní obor, který „na první pohled“ zní poutavě a „bohatě“.

Druhá část diskuze byla směřována na téma spokojenosti se studiem, užitečnosti předmětů, jejich konkrétní vyjmenování a návrhů na případné zefektivnění výuky. Odpovědi a názory účastníků skupinové diskuze se velice úzce podobaly odpovědím z dotazníkového šetření a byly rozvedeny do větší šířky. Užitečnost předmětů (povinných, povinně volitelných a volitelných) se účastníkům diskuse jevila spíše kladnou. Zároveň se účastníci shodli na faktu, že téma užitečnosti předmětů je velice rozsáhlé – každý předmět by se měl spíše hodnotit samostatně.

Účastníci diskuze byli požádáni, aby se shodli na několika konkrétních předmětech, které jim připadaly nejvíce užitečné a splnily očekávání, která studenti měli před nebo

během studia. Jako první byl vysloveny předměty Makroekonomie a Mikroekonomie. Navazovaly předměty Ekonomie sportu, Základní management, Marketing. Účastníci si na některé názvy předmětů nemohli v danou chvíli vzpomenout, díky diskusi došlo ke zdárné shodě názorů a nalezení správných názvů „užitečných předmětů“. Ty se opět v základní podstatě nijak zvlášť nelišily od předmětů vyjmenovaných v dotazníkovém šetření. Podobný výsledek se v podstatě objevil u dotazu, které konkrétní předměty naopak vycházejí pro studenty jako nejméně užitečné. Mezi tyto předměty byly zařazeny předměty Sociologie a Filosofie, které studenti považují za předměty zbytečné a nejvíce se nehodící ke studijnímu oboru. Dále se mezi méně užitečné předměty v diskusi zařadily například Manažerská ekonomika, Hospodářská politika v ČR, Metodologie a zadání závěrečných prací aj.

Výsledky skupinové diskuze by mohly být brány jako lehce zkreslující – záleží především na individuálním pohledu každého studenta, jak užitečnost a neužitečnost předmětů vnímá. Příklad bychom mohli uvést na předmětu Aplikovaná matematika. Někteří účastníci diskuze se shodli na skutečnosti, že matematika je ve větší míře spíše užitečnou pro obor propojený s managementem a marketingem. Avšak již od střední školy mají někteří k tomuto předmětu jakousi „nechut“, tudíž jim tento předmět přijde neužitečný, i když mají zároveň povědomí, že je předmět jednou z důležitých složek studia.

Záležitost, na které se celá cílová skupina shodla, byla, že velkou váhu kvality studia tvoří samotní vyučující a jejich schopnosti a dovednosti. Nabídka předmětů pro obor MNG TVS obecně je pro studenty pestrá a zajímavá. Předměty by ale mohly být daleko více považovány za užitečnější, pokud by proběhla změna ve výuce. V rámci její atraktivity by vyučující mohli například více využívat při hodinách moderních technologií nebo své přednášky zefektivnit novou a přehlednou powerpointovou prezentací s následným zajímavým výkladem. Studenti preferují ty vyučující, kteří dokážou studenty zaujmout a vytvořit pro ně dané předměty atraktivnější a efektivnější. Studenti by se nebránili ani zvýšení náročnosti některých předmětů, které by je ke studiu pravděpodobně více motivovalo. S tímto tématem přicházely postupně další návrhy na zefektivnění celého studia: větší propojenost teoretických výkladů s praxí – projekty, praktická cvičení, více komunikace při hodinách, modelové situace v hodinách, návštěvy odborných konferencí, apod. Někteří studenti, kteří mají zkušenost se studijním pobytem v zahraničí (nejčastěji s programem Erasmus), se také

zmínili o rozdílu diskuze a komunikace v rámci vyučovacích hodin. Určitě by tuto skutečnost také rádi uvítali v průběhu vyučovacích hodin na své domovské vysoké škole. Dále by studenti ocenili větší aktuálnost obsahu některých předmětů, probírání nových trendů v rámci daného předmětu, apod. Všeobecně by studenti ocenili celkové zkvalitnění výuky.

Co se týká cizích jazyků, cílová skupina se shodla na tom, že nabídka je spíše dostačující. Pro studijní obor MNG TVS by však bylo přínosné, aby cizí jazyky byly povinnými a z diskuze vyplynulo také doporučení vyučovat některé předměty z oboru v cizím jazyce (cizí jazyky tedy více specifikovat na studovaný obor). Společně se studenti shodli na tom, že jazyky jsou v dnešní době potřebné a jelikož jsou v průběhu studia převážně nepovinnou součástí studia, studenti se bohužel často sami „nedonutí“ si cizí jazyk zapsat do svého rozvrhu. Preferovali by tedy cizí jazyk jako povinný předmět pro všechny studenty v každém semestru akademického roku.

Co dále některým studentům chybí v nabídce předmětů je předmět Informatika – vyučovací předmět, který by připravil budoucí absolventy oboru k práci s programy Word, Excel, Power Point, práci s účetními či statistickými programy, apod. Využití těchto programů je v dnešní době opět nezbytností. Tázaní studenti se shodli na tom, že jsou spíše „domácími samouky“, než budoucími absolventy, kteří by si byli opravdu jisti prací s MS Office, která je nedílnou součástí téměř každé nabídky zaměstnání.

Téma „praxe“ bylo velmi živě diskutovaným tématem. Jak vyplynulo i z dotazníkového šetření, studenti by ocenili v rámci studia více praxe. Povinná praxe se vybranému vzorku studentů jevila časově vcelku přijatelnou. Bohužel se ale někteří studenti shodli, že se jednalo někdy spíše o formální záležitost, studenti nebyli nijak speciálně motivováni k výkonu praxe na zcela stoprocentní úrovni. Mimo jiné by studenti například ocenili, kdyby jim vysoká škola pomohla s vyhledáváním kvalitních subjektů a organizací, kde by mohli povinnou praxi vykonávat.

Konkrétní předměty, které cílová skupina postrádá a které navrhla jako potřebné pro studium a následné uplatnění jsou tyto: Základy anatomie, Informatika, Základy podnikání a předměty vyučované v cizím jazyce.

Závěry a doporučení

Motivace ke studiu vysoké školy je individuální záležitostí každého jedince, který má zájem se dále vzdělávat i po ukončení středoškolského studia a investovat tak do své budoucnosti. Jedním z hlavních cílů diplomové práce bylo zjistit, jaké motivy vedou studenty ke studiu oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze, jaká měli studenti a absolventi tohoto oboru očekávání před studiem, jak byla tato očekávání naplněna a jak jsou se studiem spokojeni - zda jim připadají vyučované předměty užitečné či nikoliv.

Pomocí metody elektronického dotazování a doplnění této metody o skupinovou diskuzi byly zjištěny hlavní motivy, které vedou studenty ke studiu vysoké školy obecně a motivy, které nejvíce ovlivnily výběr studijního oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze. Dále byly zjištěny studijní obory a fakulty jiných českých vysokých škol, které nejvíce konkurují zkoumanému oboru v rámci podávání přihlášek na vysokou školu a zjištěn byl také důvod, proč se studenti (absolventi) zúčastnili či nezúčastnili dne otevřených dveří na FTVS UK před zahájením svého studia. Pomocí dotazníkového šetření a skupinové diskuze byly také zkoumány aspekty, které ovlivnily výběr studijního oboru, očekávání studentů před studiem a naplnění těchto hledisek v průběhu nebo po ukončení studia. Studenti dále odpovídali na otázky týkající se spokojenosti a užitečnosti předmětů. Měli možnost se konkrétně vyjádřit, které předměty považovali za vyhovující a užitečné, které naopak za nevyhovující, a které předměty či změny by ocenili, aby výuka byla více motivující a případně efektivnější.

Mezi nejčastěji zastoupené motivy k výběru studia oboru MNG TVS na FTVS UK byly kladný vztah ke sportovnímu odvětví nebo motiv související se skutečností, že výběr oboru byl nejlepší možností z dalších vysokoškolských oborů, na které byl student (absolvent) přijat. Motivы a důvody, proč studenti a absolventi oboru MNG TVS chtěli studovat vysokou školu obecně byly například získání vysokoškolského titulu, potřeba dále se vzdělávat a rozvíjet se, očekávání vyššího platu nebo zachování statusu studenta. Ve spojení s budoucností studentů, resp. absolventů, lákal studijní obor MNG TVS především z důvodů práce v oblíbeném prostředí, větší šance pro získání zaměstnání ve sportovní sféře, dále například z důvodu atraktivnosti oboru nebo možnosti zajímavé kariéry.

Pro další vylepšení stávající situace na Fakultě tělesné výchovy a sportu zde budou prezentovány návrhy, jak lépe motivovat mladé lidi ke studiu vysokoškolského oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze a jak lépe uspokojit studijní potřeby studentů, aby byl co největší počet studentů s průběhem studia spokojen a po ukončení vysoké školy našel uplatnění ve vystudovaném či podobném oboru.

Pro celkové uspokojení studijních potřeb studentů a jejich vyšší motivaci ke studiu byla autorkou diplomové práce navržena následující doporučení.

Studentům by mělo být nabízeno a později také umožněno kvalitní studium, které je založeno na bázi současných moderních technologií v kombinaci s efektivní výukou. Náplň předmětů výuky by měla být aktualizována a obsah předmětů by měl být prezentován atraktivnější formou. Cílem by mělo být, aby byla očekávání studentů v co největší míře naplněna a tím pádem byl každý jedinec ke studiu maximálně motivován i v jeho průběhu. Mezi doporučení ke zefektivnění výuky by mohla patřit například tato: využívání moderních technologií a přehledných prezentací v rámci vyučovacích hodin, větší nabídka předmětů týkajících se přímo studovaného oboru (především předměty spojené s oborem management, marketing a ekonomie). Dalším doporučením je rozsáhlejší praktická výuka v průběhu studia, která by studentům přinesla reálnější pohled na studovaný obor a také zvýšení sebedůvěry studentů nejen pro jejich pracovní život. Tímto doporučením je myšlena případná širší komunikace v rámci vyučovacích hodin – diskuze na daná témata v menších skupinách, zadávání dlouhodobých projektů, jejichž výsledky jsou prezentovány na konci semestru, vytváření modelových situací, apod. V rámci reálnějšího pohledu na obor je dále doporučeno ve větší míře využívat externích pracovníků a specialistů z oboru, kteří studentům mohou předat praktické rady, vlastní zkušenosti a informace z běžného života a chodu ve společnostech, organizacích a dalších subjektech.

Dalším doporučením pro obor MNG TVS na FTVS UK v Praze je rozšíření a zkvalitnění jazykové výuky. Jelikož jsou cizí jazyky nedílnou součástí dnešní doby, je téměř nezbytností alespoň jeden jazyk (v lepším případě více) ovládat na pokročilé úrovni, zvláště na manažerských pozicích. Aby došlo k vyšší motivovanosti ovládat cizí jazyky, studentům by mohla být nabízena jejich každosemestrální povinná výuka. Kromě toho by mohlo být navýšeno číslo povinných (případně povinně volitelných) předmětů vyučovaných v cizím jazyce se zaměřením na konkrétní studijní obor (management, marketing). Tyto vědomosti by studentům jistě pomohly v budoucím

pracovním uplatnění. Zároveň by také kvalitní a rozsáhlejší výuka cizích jazyků mohla dodat prestiž oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze.

Na základě výsledků výzkumu by autorka diplomové práce oboru MNG TVS na FTVS UK v Praze doporučila pro větší efektivnost a atraktivitu výuky a motivaci studentů zavedení několika nových předmětů, a to například Ekonomie 2, Marketing 2, Základy podnikání, Anatomie, Fyziologie nebo Informatika. U některých předmětů (nejčastěji vyjmenovaných v předešlých kapitolách) autorka diplomové práce doporučuje fakultě reálné zamyšlení se, zda jsou tyto předměty opravdu pro studenty užitečné a zajímavé a zda někdy nejsou spíše demotivujícími hledisky pro vysokoškolské studium. Jak bylo řečeno ve výsledcích skupinové diskuze, mnoho předmětů v rámci studia je zajímavých a mohly by být ještě přínosnější; velikou váhu tvoří osobnost vyučujícího a jeho přístup k výuce.

Jako návrh pro větší šanci se uplatnit po studiu ve vystudovaném oboru by autorka diplomové práce doporučila vytvořit změnu v rámci povinné praxe během studia. Doporučení je prodloužit délku povinné praxe nebo praxi povinně zavést do více ročníků studia (momentálně je praxe povinná pouze dvakrát během celého studia, povinnou praxi by autorka doporučila zvýšit alespoň na dvojnásobný počet). Aby studenti měli větší možnost uplatnit se po ukončení vysoké školy, fakulta by mohla nabízet možnosti spolupráce v různých sportovních organizacích a společnostech, se kterými by měla domluvenou spolupráci. Studenti by tak měli zaručenou kvalitní praxi, která by reálně proběhla. Toto by mohlo i ulehčit stávajícímu systému kontrol povinných praxí. Práce v rámci povinné školní praxe by mohla být založena například na formě tzv. stínování, kdy jedinec pozoruje každodenní dění ve společnosti a spolupracuje s vybranými zaměstnanci. Další forma spolupráce v rámci povinné praxe by například mohla být pomoc při organizaci větších sportovních událostí – práce při jejich přípravě, realizaci, kooperace s organizátory akce, aj. Student by touto možností získal nejen cenné praktické zkušenosti do života, ale i možnost zapsat si praxi do svého životopisu, apod. Zároveň autorka diplomové práce doporučuje i možnost ponechat zajištění praxe na základě své vlastní iniciativy – studenti jsou tímto faktem přiměni učit se pracovat samostatně a aktivně.

Závěrem je důležité podotknout, že zmíněné návrhy i doporučení byla navržena zcela na základě zanalyzovaných dat od studentů a absolventů oboru získaných prostřednictvím výzkumných metod použitých pro tuto diplomovou práci. Zda některý

návrh Fakulta tělesné výchovy a sportu využije již samozřejmě zůstává na jejím vlastním rozhodnutí. Pokud se však provede alespoň některá úprava či změna z výše navržených, autorka diplomové práce věří, že bude zajisté přínosnou pro studijní obor MNG TVS na FTVS UK, motivace studentů ke studiu se tím určitě ještě zvýší a následná spokojenost při studiu taktéž.

Seznam použitých zdrojů

Seznam použité literatury

- [1] Adair, J. *Efektivní motivace*. Praha: Alfa Publishing, 2004. ISBN 80-86851-00-1.
- [2] Armstrong, M. *Personální management*. Praha: Grada publishing, 1999. ISBN 80-7169-614-5.
- [3] Armstrong, M. *Řízení lidských zdrojů*. Praha: Grada publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.
- [4] Bedrnová, E., Nový, I. a kol. *Psychologie a sociologie řízení*. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-064-3.
- [5] Blažek, L. *Management. Organizování, rozhodování, ovlivňování*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3275-6.
- [6] Čáslavová, E. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80-7376-150-9.
- [7] Cejthamr, V., Dědina, J. *Management a organizační chování*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3348-7.
- [8] Colman, A. *A Dictionary of Psychology*. New York: Oxford University Press, 2006. ISBN 0-19-861035-1.
- [9] Donnelly, J., Gibbson, J., Ivancevich, J. *Management*. Praha: Grada Publishing, 1997. ISBN 80-7169-422-3.
- [10] Forsyth, P. *Jak motivovat lidi*. Praha: Computer Press, 2000. ISBN 80-7226-386-2.
- [11] Hagemannová, G. *Motivace*. Praha: Victoria Publishing, 1992. ISBN 80-85865-13-0.
- [12] Hendl, J. *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-262-0219-6
- [13] Higgins, T., Sorrentino, M. *Handbook of motivation cognition*. New York: The Guilford Press, 1990. ISBN 0-89862-432-0.
- [14] Homola, M. *Motivace lidského chování*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1972.

- [15] Hrabal, V., Man, F., Pavelková, I. *Psychologické otázky motivace ve škole*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. ISBN 80-04-23487-9.
- [16] Janoušek, J., Hikorová, V. a kol. *Motivace a civilizační proměny*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1971.
- [17] Keller, J., Tvrdý, L. *Vzdělanostní společnost? Chrám, výtah a pojišťovna*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2008. ISBN 978-80-86429-78-6.
- [18] Koubek, J., *Řízení lidských zdrojů*. Praha: Management Press, 2001. ISBN 80-7261-033-3.
- [19] Langr, L. *Úloha motivace ve vyučování na základní škole*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1984.
- [20] Lokšová, I., Lokša, J. *Pozornost, motivace, relaxace a tvořivost dětí ve škole*. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-205-X.
- [21] Madsen, K. B. *Theories of Motivation: A comparative Study of Modern Theories of Motivation*. Kent: The Kent State Univ. Pr., 1968.
- [22] Madsen, K. B. *Moderní teorie motivace*. Praha: Academia, 1979.
- [23] Malý, V. *Marketingový výzkum teorie a praxe*. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0761-7.
- [24] Maříková, H., Petrušek, M., Vodáková, A. a kol. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996, ISBN 80-7184-167-1.
- [25] Maslow, A. H. *Motivation and personality*. New York: Harper & Row Publisher, 1970.
- [26] *Možnosti motivace mládeže ke studiu přírodních věd: sborník recenzovaných příspěvků*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2007. ISBN 978-80-244-2206-0.
- [27] Nakonečný, M. *Motivace lidského chování*. Praha: Akademia, 1996. ISBN 80-200-0592-7.
- [28] Nakonečný, M. *Psychologie, přehled základních oborů*. Praha: Triton Books, 2011. ISBN 978-80-7387-443-8
- [29] Paukerová, D. a kol. *Psychologie pro ekonomy a manažery*. Praha: Grada publishing, 2012. ISBN 978-80-247-3809-3.

- [30] Pervin, I. *Handbook of personality*. New York: The Guilford Press, 1990. ISBN 0-89862-593-9.
- [31] Plamínek, J. *Tajemství motivace: jak zařídit, aby pro vás lidé rádi pracovali*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3447-7.
- [32] Plzáková, A., *Učebnice obecné psychologie*. Praha: Academia, 2007, ISBN 978-80-200-1499-3.
- [33] Provazník, V., Komárková, R. *Motivace pracovního jednání*. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0703-X.
- [34] Příbová, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada publishing, 1996. ISBN 80-7169-299-9.
- [35] Růžička, J. *Motivace pracovního jednání*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1992. ISBN 80-7079-626-X.
- [36] Stýblo, J. *Manažerská motivační strategie*. Praha: Management Press, 1992. ISBN 80-85603-05-5.
- [37] Štikař J., Rymeš M., Riegel K., Hoskovec J. *Metody psychologie práce a organizace*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0048-X.
- [38] Štikař J., Rymeš M., Riegel K., Hoskovec J. *Psychologie ve světě práce*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0448-5.
- [39] Veber, J. a kol. *Management: základy, prosperita, globalizace*. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-029-5.
- [40] Vidnušková, J., Bolfová D. *Vnitřní statistické materiály FTVS UK*. Praha, FTVS UK, 2013. Nепublikováno.
- [41] Weihrich, H., Koontz, H. *Management*. Praha: Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-85605-45-7.
- [42] Weiner B. *Human motivation*. New York: Springler-Verlag, 1985. ISBN 3-540-96118-6.

Seznam použitých internetových zdrojů

- [43] Čiháková, D. *Motivace ke studiu a spokojenost s oborem MNG TVS (výsledky průzkumu)*, 2013. Dostupné online na <http://motivace-ke-studiu-a-spokoje.vyplnto.cz>.

- [44] Krahulec, T. *Motivace ke studiu*. [online]. [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://www.studentik.cz/clanky/motivace-ke-studiu.html>.
- [45] Management tělesné výchovy a sportu. *Pro uchazeče o bakalářské studium* [online]. [cit. 2013-02-20]. Dostupné z: <http://www.ftvs.cuni.cz/uchazeci/pro-uchazece-o-bakalarske-studium/442-management-tlesne-vychovy-a-sportu.html>.
- [46] Management tělesné výchovy a sportu. *Pro uchazeče o navazující magisterské studium* [online]. [cit. 2013-02-20]. Dostupné z: <http://www.ftvs.cuni.cz/uchazeci/pro-uchazece-o-navazujici-magisterske-studium/453-management-tlesne-vychovy-a-sportu.html>.
- [47] Maslowova pyramida potřeb. [online]. [cit. 2013-04-02]. ISSN Ekonomikon.cz. Dostupné z: <http://www.ekonomikon.cz/ekonomika/maslowova-pyramida>
- [48] Motivace ve vzdělávání. *Andromedia.cz* [online]. [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://www.andromedia.cz/andragogicky-slovník/motivace-ve-vzdelavani>.
- [49] *Motivace, motivační procesy, motivační tendence osob*. ZBYNĚK HRADIL. Zbynekhradil.cz [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://www.zbynekhradil.cz/wp-content/uploads/2012/02/07-Motivace-motivacni-procesy-motivacni-tendence-osob.pdf>.
- [50] Smitka, V., Řezníček, V. *Člověka definují jeho zájmy*. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://psychologie.cz/cloveka-definuji-jeho-zajmy/>.

Seznam grafů, obrázků a tabulek

Obrázky

Obr. 1 Proces motivace	8
Obr. 2 Zdroj motivace – potřeba.....	12
Obr. 3 Maslowova pyramida potřeb	19

Grafy

Graf č. 1 Pohlaví	34
Graf č. 2 Ročník.....	35
Graf č. 3 Nejvýznamnější motiv ke studiu na vysoké škole obecně.....	36
Graf č. 4 Hlavní motiv k výběru oboru MNG TVS na FTVS UK	37
Graf č. 5 Odkud jste se dozvěděl/a o oboru MNG TVS na FTVS UK?.....	39
Graf č. 6 DOD před podáním přihlášky na FTVS	40
Graf č. 7 Vliv DOD na rozhodnutí podat si přihlášku na obor MNG TVS	41
Graf č. 8 Aspekty, které ovlivnily výběr oboru MNG TVS s ohledem na budoucnost..	42
Graf č. 9 Očekávání před studiem a naplnění očekávání při/během studia	43
Graf č. 10 Jste / Byl/a jste s průběhem studia oboru MNG TVS spokojen/a?.....	44
Graf č. 11 Užitečnost povinných předmětů	45
Graf č. 12 Užitečnost povinně volitelných předmětů	45
Graf č. 13 Užitečnost volitelných předmětů	45
Graf č. 14 Spokojenost s rozsahem povinné praxe	47
Graf č. 15 Ročník.....	55
Graf č. 16 Plán po ukončení bakalářského studia	56
Graf č. 17 Plán po ukončení magisterského studia	57
Graf č. 18 Pracujete momentálně v oblasti TVS?.....	58
Graf č. 19 Co vás nejvíce "zaměstnává"?	60

Graf č. 20 Uplatnění absolventů	60
Graf č. 21 Spokojenost s uplatněním po studiu	62
Graf č. 22 Splnění původních motivů a představ celkově	63

Tabulky

Tab. 1 Statistiky oboru MNG TVS – bakalářské studium	27
Tab. 2 Statistiky oboru MNG TVS - navazující magisterské studium	27
Tab. 3 Spokojenost s průběhem studia	44
Tab. 4 Užitečnost předmětů	46
Tab. 5 Nabídka školy	46
Tab. 6 Spokojenost s uplatněním po studiu	62

Seznam příloh

Příloha č. 1 Statistiky uchazečů, plánu, přijatých a zapsaných studentů na FTVS UK

Příloha č. 2 Dotazník

Příloha č. 1 Statistiky uchazečů, plánu, přijatých a zapsaných studentů na FTVS UK

Obor	pro ak. rok 2003/04				pro ak. rok 2004/05				pro ak. rok 2005/06				pro ak. rok 2006/07				pro ak. rok 2007/08				pro ak. rok 2008/09				pro ak. rok 2009/10				pro ak. rok 2010/11				pro ak. rok 2011/12				pro ak. rok 2012/13														
	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno	Ucha zeči	Plan	Prijato	Zap sáno															
TVS se zam. navzd. Bc.	380	114	100		271	92	81	74	377	91	103	92	162	95	78	67	187	90	81	59	98	75	75	66	47	117	55	60	75	55		65	60																		
TV-A	107	11	15		0	0	0	1	78	10	11	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					
TV-Fr	17	11	12		0	0	0	0	16	10	8	6	0	0	0	2																																			
TV-Čj																																																			
TV-M	28	25	12		38	25	20	17	35	20	22	14	23	25	16	10	27	25	16	13	20	25	25	21	10	27	15	20	16	9	24	20	20	16	5	26	25														
TV-PS/SP	56	11	11		51	11	13	13	58	11	11	10	20	20	17	13	26	15	17	12	24	15	15	15	13	34	15	15	23	19	0	0	15	0																	
TV-Bi	58	16	18		67	16	16	13	62	10	19	15	39	15	18	14	40	15	21	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					
TV-Ch	9	15	5		9	15	5	4	5	5	1	14	3	15	1	2	4	15	2	0	3	15	15	2	1	3	5	5	2	2	0	5	5	0	5	5															
TV-Ge	105	25	27		106	25	27	26	123	25	31	24	77	20	26	22	90	20	25	19	51	20	20	28	23	53	20	20	32	24	57	20	20	32	20	67	20														
TVS Bc. PS	657	130	140		582	130	151	144	457	120	129	135	529	130	152	137	461	130	165	141	403	100	140	167	148	433	120	120	158	135	468	85	120	171	140	478	85														
TVS Bc. KS	270	60	65		200	50	63	62	167	50	60	49	233	50	64	54	210	50	63	63	185	30	90	87	84	175	60	60	87	84	183	50	60	99	92	183	50														
VT Bc. PS	0				0				0				6	57	10	8	6	55	6	6	31	5	5	5	5	44	5	5	6	6	6	5	5	8	8	58	6		6	5	82	6	5	3							
VT Bc. KS	0				0				0				14	29	10	12	12	20	11	10	10	10	10	3	3	16	10	10	8	6	16	10	10	9	8	12	10		6	4	12	10	8	7							
TV OSP Bc. PS																																																			
TV OSP Bc. KS																																																			
Management Bc.	552	80	79		611	70	82	61	509	70	73	56	512	80	94	82	486	80	79	56	426	80	80	103	82	438	60	80	99	79	444	60	80	123	97	431	60														
Fyzioterapie Bc.	450	40	40		553	40	42	56	579	60	60	83	582	70	84	80	434	80	85	62	425	80	80	93	78	458	80	80	87	73	442	80	80	89	79	474	60														
Orto Bc. KS	0				0				0				0				24	20	22	20	7	20	20	21	21	17	20	20	23	21	10	20	20	15	13	40	20														
TVS s tr.sp. Bc. KS	0				103	45	56	55	157	40	45	33	0				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ZPTVS Bc.	191	80	82		227	80	88	86	157	70	79	79	0				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
UČS nMgr.																																																			
TV-M																																																			
TV-SP																																																			
TV-CH																																																			
TV-GE																																																			
TV-Bi																																																			
TVS nMgr. PS	0				0				0				0				0	0	0	0	0	32	30	30	32	29	103	80	80	103	73	110	60	80	109	86	149	60													
TVS nMgr. KS	0				0				0				0				0	0	0	0	0	62	30	60	60	44	160	80	80	160	117	181	60	80	139	103	165	60													
VT nMgr. PS																																																			
VT nMgr. KS																																																			
TV OSP nMgr. PS																																																			
TV OSP nMgr. KS																																																			
Management nMgr.																																																			
Fyzioterapie nMgr.	56	10	15		80	10	12	17	103	40	45	43	119	45	43	57	157	45	44	43	157	45	45	48	48	209	45	45	48	42	254	45	45	65	54	281	45														
ZPTVS navaz. KS	0				0				55	60	51	51	66	65	38	60	68	65	66	57	77	70	70	77	68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
TVS Mgr. KS	21	21	14		44	16	18	21	46	20	19	22	51	30	25	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0									
CELKEM:	2556	535	535		2627	533	575	555	2561	632	664	641	2289	555	573	539	2075	667	621	575	1913	575	708	741	647	2292	712	744	963	769	2440	732	744	1041	832	2549	702														
Z toho: prezenční	2095	374	374		2094	358	368	352	2025	392	410	448	1961	430	459	423	1804	451	485	446	1579	435	469	535	458	1934	556	588	687	556	556	588	120	110	2137	772	622	2610													
kombinované	482	161	161		574	175	225	224	582	240	254	215	379	155	139	156	298	125	136	130	334	140	239	227	199	358	156	156	249	213	156	156	478	880	412	244	193	496													
Z toho: Bc.	641	122	122		883	197	197	197	893	195	195	195	893	195	195	195	893	195	195	195	893	195	195	195	893	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195	195					
Mgr.	1369	384	384		1664	341	341	341	1510	352	352	352	1510	352	352	352	1510	352	352	352	1510	352	352	352	1510	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352	352									
nMgr.	77	29	29		124	38	38	204					147	225	110	110	100	328	175	221																															

Příloha č. 2 Dotazník

povinná otázka

1. Jste student či absolvent UK FTVS, oboru Management TVS?

- Ano
- Ne

povinná otázka

2. Jaký byl váš nejvýznamnější motiv ke studiu na vysoké škole obecně?

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 3 možnosti.

- Zachování statusu studenta
- Získání vysokoškolského titulu
- Potřeba dále se vzdělávat a rozvíjet se
- Očekávání vyššího platu
- Zájem rodičů, rodinná tradice
- Většina mých známých se hlásila na vysokou školu
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

3. Jaký byl váš hlavní motiv k výběru oboru MNG TVS na UK FTVS?

- Prošel/prošla jsem přijímacím řízením na více VŠ, ale na jinou jsem nebyl/a přijat/a
- Byl/a jsem přijat/a na více VŠ a tento obor mi přišel jako nejlepší možnost
- Byl/a jsem přijat/a na více VŠ a tento obor mi přišel jako „nejmenší zlo“
- Mám kladný vztah ke sportovnímu odvětví
- Studoval/a jsem podobný bakalářský obor na jiné VŠ, kde nebylo vypsáno navazující magisterské studium
- Přihlásil/a jsem se až na magisterský obor ze zcela odlišné VŠ či oboru na UK FTVS
- Vlastní odpověď:

nepovinná otázka

4. Na jaké jiné vysoké školy a konkrétní obory jste si podával/a přihlášku?

Vyplňte pouze v případě, že jste si podal/a přihlášku na více VŠ či více oborů na FTVS UK

povinná otázka

5. Odkud jste se dozvěděl/a o oboru MNG TVS na FTVS UK?

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 3 možnosti.

- Internet
- Sociální sítě
- Tisk
- Den otevřených dveří
- Veletrh vysokých škol
- Student či absolvent oboru
- Přátelé, vrstevníci
- Výchovní poradce nebo učitel na střední škole
- Rodina
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

6. Zúčastnil/a jste se dne otevřených dveří před podáním přihlášky na FTVS?

- Ano
- Ne

povinná otázka

7. Jaký vliv měl den otevřených dveří na vaše rozhodnutí podat si přihlášku na obor MNG TVS?

Den otevřených dveří = DOD

- Již jsem byl definitivně rozhodnut (na DOD jsem si přišel jen pro více informací)
- Ještě jsem nebyl zcela rozhodnut (DOD mne přesvědčil k podání přihlášky)
- Přišel jsem si pro prvotní informace
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

8. Z jakého důvodu jste se dne otevřených dveří nezúčastil/a?

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 2 možnosti.

- Všechny informace o studiu jsem již znal/a
- Nevěděl/a jsem, že den otevřených dveří byl vyhlášen
- Neměl/a jsem čas
- Neměl/a jsem zájem
- Velká vzdálenost od místa mého bydliště
- Vlastní odpověď:

9. Jaké z těchto aspektů ovlivnily váš výběr ke studiu oboru MNG TVS s ohledem na vaši budoucnost?

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 3 možnosti.

- „Slušný“ plat
- Zajímavá kariéra, kariérní růst
- Větší šance pro získání práce ve sportovní sféře
- Prestiž oboru, společenské uznání
- Práce v oblíbeném prostředí
- Možnost setkávat se se zajímavými lidmi
- Příležitost rozvíjet se v oboru
- Možnost práce v zahraničí
- Atraktivní obor
- Při výběru studia jsem o své budoucnosti nepřemýšlel
- Vlastní odpověď:

10. Před zahájením studia oboru MNG TVS jste očekával/a především

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 6 možností.

- Kvalitní nabídka předmětů
- Odbornost učitelů
- Moderní zázemí a vybavení školy
- Perfektní sportovní zázemí
- Vlastní uspokojení a získání sebedůvěry
- Navázání přátelských vztahů
- Navázání pracovních kontaktů
- Možnost snadnějšího nalezení práce v oboru již během studia
- Náročné studium
- Nenáročné studium
- Dobré dopravní spojení
- Početná nabídka sportovních kurzů a aktivit
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

Tato otázka navazuje na otázku předchozí

11. Které z následujících aspektů vaše očekávání naplnily?

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 6 možností.

- Kvalitní nabídka předmětů
- Odbornost učitelů
- Moderní zázemí a vybavení školy
- Perfektní sportovní zázemí
- Vlastní uspokojení a získání sebedůvěry
- Navázání přátelských vztahů
- Navázání pracovních kontaktů
- Možnost snadnějšího nalezení práce v oboru již během studia
- Náročné studium
- Nenáročné studium
- Dobré dopravní spojení
- Početná nabídka sportovních kurzů a aktivit
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

12. Jste / Byl/a jste s průběhem studia oboru MNG TVS spokojen/a?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

povinná otázka

13. Připadají/Připadaly vám povinné předměty v průběhu studia užitečné a naplnily očekávání, která jste měl/a před a během studia oboru MNG TVS?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

povinná otázka

14. Připadají/Připadaly vám povinně volitelné předměty v průběhu studia užitečné a naplnily očekávání, která jste měl/a před a během studia oboru MNG TVS?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

povinná otázka

15. Případají/Připadaly vám volitelné předměty v průběhu studia užitečné a naplnily očekávání, která jste měl/a před a během studia oboru MNG TVS?

- Ano
 Spíše ano
 Spíše ne
 Ne

povinná otázka

16. Jak jste spokojen/a s nabídkou těchto oblastí v rámci studia?

1 = nejvíce spokojen, 5 = nejméně spokojen

U každé podotázky prosím zvolte odpověď v rozpětí 1–5:

Nabídka sportovních aktivit:	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
Nabídka cizích jazyků:	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
Možnost vycestovat v rámci zahraničního studijního pobytu:	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
Nabídka počítačového vzdělání:	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>

povinná otázka

17. Jak jste / byl/a spokojen/a s rozsahem povinné praxe v rámci studia?

- Praxe je / byla příliš krátká
 Praxe je / byla příliš dlouhá
 Délka praxe mi vyhovuje / vyhovovala
 Nemohu soudit – praxe jsem se ještě nezúčastnil/a
 Vlastní odpověď:

nepovinná otázka

18. Který konkrétní předmět/předměty z oboru MNG TVS považujete / jste považoval/a za nejpřínosnější? (byl užitečný / rád/a jste ho navštěvoval/a)

Můžete vyjmenovat jeden i více předmětů

nepovinná otázka

19. Který konkrétní předmět/předměty z oboru MNG TVS považujete / jste považoval/a za nejméně přínosný? (nebyl užitečný / nerad/a jste ho navštěvoval/a)

Můžete vyjmenovat jeden i více předmětů

nepovinná otázka

20. Domníváte se, že existuje předmět či aktivita, která by byla užitečná pro studium oboru MNG TVS a budoucí praxi, ale do studia zahrnuta nebyla?

Pokud ANO, napište prosím vaši odpověď.

povinná otázka

21. Jste

- Student 1. ročníku bakalářského studia
- Student 2. ročníku bakalářského studia
- Student 3. ročníku bakalářského studia
- Student 1. ročníku navazujícího magisterského studia
- Student 2. ročníku navazujícího magisterského studia
- Absolvent magisterského studia

povinná otázka

22. Jaký je váš plán po ukončení bakalářského studia?

Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 2 možnosti.

- Přihlásit se na magisterské studium MNG TVS na UK FTVS
- Přihlásit se na magisterské studium na jiné VŠ/fakultě/oboru
- Ukončit VŠ studium a jít pracovat
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

23. Jaký je váš plán po ukončení magisterského studia?

- Přihlásit se na doktorské studium
- Přihlásit se na další vysokou školu
- Ukončit VŠ studium a pokračovat v zaměstnání, kde momentálně pracuji
- Ukončit VŠ studium a hledat si zcela novou práci
- Jiný plán

povinná otázka

24. Pracujete momentálně v oblasti sportu a tělesné výchovy?

- Ano
- Ne
- Částečně
- Vlastní odpověď:

nepovinná otázka

25. Napište, prosím, vaši konkrétní pracovní pozici (příp. zaměstnavatele)

povinná otázka

26. V jaké oblasti chcete pracovat?

- Sport a tělesná výchova
- V jiném oboru
- Vlastní odpověď:

nepovinná otázka

27. Pokud máte konkrétní představu, napište, prosím, v jaké oblasti chcete pracovat

povinná otázka

28. Co vás momentálně nejvíce "zaměstnává"?

- Studuji další vysokou školu
- Jsem zaměstnán/a
- Podnikám
- Hledám si zaměstnání
- Cestuji
- Jsem na mateřské či rodičovské dovolené
- Jiné

povinná otázka

29. Je vaše pracovní uplatnění v rámci vystudovaného oboru?

- Ano
- Ne
- Částečně

nepovinná otázka

30. Napište, prosím, vaši konkrétní pracovní pozici (příp. zaměstnavatele)

povinná otázka

31. Splnilo vaše uplatnění po studiu oboru MNG TVS vaše původní motivy a představy, které jste měl/a před a během studia?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

povinná otázka

32. Splnilo studium oboru MNG TVS vaše původní motivy a představy, které jste měl/a před a během studia?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

povinná otázka

33. Jste

- žena
- muž

povinná otázka

34. Váš věk

(číslo)

povinná otázka

35. Místo trvalého bydliště

- Hl. m. Praha
- Jihočeský kraj
- Jihomoravský kraj
- Karlovarský kraj
- Královéhradecký kraj
- Liberecký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Olomoucký kraj
- Pardubický kraj
- Plzeňský kraj
- Středočeský kraj
- Ústecký kraj
- Vysočina kraj
- Zlínský kraj

Zdroj: [43].