

ÚLOHA EXKURZE VE VZDĚLÁVACÍM PROCESU NA VŠ

THE ROLE OF EXCURSION IN UNIVERSITY EDUCATIONAL PROCESS

Marta Regnerová, Daniela Hrubá

Anotace:

Je nesporné, že výsledky vědy a výzkumu, zvláště rychlý rozvoj informačních technologií v 90. letech 20. století významně ovlivňují vzdělávací proces co do obsahu i formy výuky. Používané metody při výuce na všech stupních vzdělávání doznávají značné změny. Také pojetí exkurze jako součásti výuky na VŠ nabývá nové dimenze. Příspěvek analyzuje úlohu (rolí) exkurze studentů v učebním procesu z hlediska funkcí, které ve vzdělávacím procesu plní.

Klíčová slova:

Exkurze, firma, funkce, vzdělávací proces, praxe

Abstract:

There's no doubt, that findings and scientifically results, especially fast development of information technologies during 1990s, have important influence on educational process, on his content and education form. Method used in teaching process passed through many changes. Also conception of excursion as a part of university education process acquires new dimension. The article analyses role of student's excursion in education process from the point of view of its functions.

Keywords:

excursion, company, function, education process, praxis

ÚVOD

V souvislosti se vstupem absolventů VŠ na trh práce se často v médiích hodnotí jejich připravenost pro praxi. Jako aktivum na straně absolventů se uvádí jejich jazyková a teoretická vybavenost množstvím informací včetně práce s počítačovou technikou. Na druhé straně absolventi nejsou dostatečně vybaveni pro praxi. Je to logické, protože v učebním procesu na řadě VŠ je praxe a řízená praxe studentů zcela opomíjena nebo omezována na spolupráci studentů s praxí okrajově, např. při zpracovávání DP, při brigádách z důvodu přivydělat si na studium často bez jakékoli návaznosti na odbornost nebo při exkurzích, které jsou zatím na některých VŠ součástí učebního procesu.

CÍL A METODIKA

Cílem příspěvku je ukázat úlohu exkurze studentů v učebním procesu z hlediska vybraných funkcí, které exkurze ve vzdělávacím procesu plní.

Při zpracování tohoto příspěvku byly použity dílčí metody:

- *studium odborných pojednání na dané téma*
- *studium aktuálních časopiseckých a novinových článků*
- *studium odborných a reklamních materiálů (Katalog výrobků ap.) navštívených firem*
- *výsledky seminárních, bakalářských a diplomových prací na zvolené téma*
- *hodnocení studentů-účastníků exkurze*

- *analýza získaných poznatků a zkušeností v dané oblasti*
- *komparace plánovaného cíle exkurze a výsledků z hodnocení studentů a seminárních, bakalářských a diplomových prací.*

VÝSLEDKY A DISKUSE

Při zajišťování exkurze respektujeme návaznost obsahu exkurze na profilové předměty fakulty (PEF), zejména naší katedry (Katedra obchodu a financí) a současně vycházíme z toho, že exkurze se mohou účastnit studenti 4. ročníku oborů Provoz a ekonomika, Podnikání a administrativa i oboru Informatika a Veřejná správa a regionální rozvoj na PEF ČZU v Praze. Dále respektujeme metodický pokyn PEF k exkurzi – exkurze minimálně 3 denní a nejméně 2 odborné akce denně. To vyžaduje promyšlenou volbu firem a organizací ve zvoleném regionu.

Úlohu exkurze ve vzdělávacím procesu na VŠ budeme analyzovat z hlediska vybraných funkcí, které exkurze při přípravě studentů pro praxi může plnit. Jde o funkce:

- vzdělávací (rozvojová)
- poznávací
- informační
- marketingová
- spojovací (ve smyslu spojení teorie a praxe)

Funkce vzdělávací

V Akademickém slovníku cizích slov z roku 1997 je exkurze vysvětlována jako vycházka, návštěva, zájezd za studijním účelem s prohlídkou určitého místa, podniku ap. (5) nebo ve Slovníku cizích slov z roku 1956 jako hromadná vycházka, obvykle vzdělávací, poučná, studijní; zabíhání do cizího oboru. (6)

Vezmeme-li první či druhé obsahové vymezení pojmu exkurze, jde o propojení studijních poznatků s konáním v praktickém životě určitého oboru a tedy exkurze a její úloha ve vzdělávacím procesu.

Takovou roli ovšem může exkurze plnit, je-li dobře připravena. Při respektování výše uvedené návaznosti obsahu exkurze na profilové předměty fakulty (PEF) a obory je příprava exkurze vázána na volbu a výběr firem a organizací.

Funkce poznávací

Tato funkce navazuje na předchozí a vychází z toho, že dosažení stanoveného cíle exkurze jako součásti výuky předpokládá důkladnou přípravu, kterou lze rozčlenit na několik fází:

- 1) Přípravná fáze
- 2) Vstup do jednání s firmami, organizacemi a kulturními zařízeními
- 3) Zajištění dopravy, ubytování a stravování
- 4) Stanovení programu x-denní exkurze s přibližným harmonogramem
- 5) Upřesnění programu exkurze – doplnění a změny
- 6) Sestavení harmonogramu (pro rok 2004 - viz příloha)
- 7) Realizace exkurze
- 8) Vyhodnocení obsahového zaměření, formy i průběhu exkurze
- 9) Poděkování navštíveným firmám a organizacím
- 10) Zhodnocení a doporučení pro exkurzi v dalším roce

Příprava exkurze z hlediska těchto fází je uvedena ve vystoupení autorek Exkurze jako součást výuky na konferenci v Pardubicích 2003 (2).

Jsou-li tyto fáze přípravy exkurze plně realizovány, může exkurze přinést pro obě strany řadu poznatků. Pro studenty (včetně pedagogického doprovodu) obohacení poznání o

současném stavu a situaci navštívených podniků, obchodních společností, kulturních zařízení i ve státní administrativě. Průvodcem při exkurzi a účast na besedách ze strany navštívených zařízení je zpravidla vysoce erudovaný pracovník (ředitel, manažer jakosti, předseda družstva, předseda představenstva, marketingový pracovník, manažer controllingu, starosta MÚ apod.), takže diskutované otázky mají pro studenty značnou poznávací hodnotu.

Funkce informační

Firmy, které přijímají naše studenty na exkurzi, ať přímo či zprostředkovaně jsou svou činností orientovány na zákazníky, hosty, klienty, spotřebitele. To vyžaduje zdroj informací, což předpokládá propracovaný marketingový informační systém s využitím integrované marketingové komunikace. Zdrojem takových informací pro firmy se může právě stát vzájemná spolupráce mezi vysokými školami a firmami i na úrovni exkurze. A naopak studenti při exkurzi získávají nové informace. Informační funkce exkurze je propojena a rozvíjena následující - marketingovou funkcí.

Funkce marketingová

Marketingový přístup firmy může významně ovlivnit chování zákazníka (hosta, klienta, spotřebitele), zejména v kupním rozhodovacím procesu prostřednictvím jednotlivých částí marketingového mixu nebo se zákazníkem komunikovat a tím působit na jeho rozhodnutí.

Marketingový mix a nástroje marketingové komunikace jsou pojmy, jejichž obsah má proměnlivou tendenci s ohledem na vývoj, nové objevy, příležitosti i společenské jevy, a tím přináší i nové pohledy a přístupy k zákazníkovi i jeho potřebám.

Rozvoj a úroveň současného marketingu, nástrojů marketingové komunikace a integrované marketingové komunikace umožňují hlouběji působit na zákazníka a naopak. Integrovaná marketingová komunikace znamená slučování (spojování) jednotlivých nástrojů, zákazník tak získává (měl by získávat) jednotný ucelený pohled o firmě. Jde tedy, obecně řečeno, o vzájemné informování zákazníka a firmy (studentů a firmy).

Aby mělo propojení (slučování) v integrované marketingové komunikaci jednotlivých nástrojů komunikačního mixu pozitivní přínos (představuje konkurenční výhodu), vyžaduje to promyšlené řešení.

Tento obecný úvod k marketingové funkci uvedeme několika konkrétními příklady spolupráce s firmami při exkurzi studentů:

- 1) Dlouhodobě spolupracujeme s Českomoravskou vinařskou a.s. Bohemia sekt ve Starém

Plzenci. Tato firma pro naše studenty zajistí odborného průvodce, který zpravidla pracuje na úseku jakosti. Tento odborník provede výklad – historie výroby, technologie zpracování apod. Pak následuje beseda s dalšími odborníky z oddělení marketingu či controllingu (podle našeho požadavku) a ochutnávka produktů a při ní neformální hodnocení.

Firma s takto pojatým přístupem k exkurzi při závěrečném hodnocení exkurze získává prvenství u studentů v několika směrech:

- prezentace a způsob prezentace firmy (identita firmy),
- pracovní morálka zaměstnanců na úrovni,
- přístup ke studentům jako k budoucím partnerům,
- ochutnávka s komentářem o ochutnávaném sortimentu.

Studenti se na prvním místě seznámí s produkty firmy a se svým hodnocením se podílejí na publicitě této firmy na několika úrovních – fakulty, mezi přáteli, v rodině, v místě bydliště, ale i preferováním produktů firmy při nákupu jako spotřebitel, host v provozních jednotkách vnitřního obchodu i potenciální partner v obchodních vztazích a další. Na této úrovni spolupráce pokračujeme.

Perspektiva spolupráce – v případě pokračování naší účasti v grantu chceme s touto firmou spolupracovat i na úrovni praxe zahraničních studentů v ČR (program Erasmus ad.).

V tomto případě by se spolupráce v oblasti marketingové komunikaci mohla dále prohloubit při tvorbě internetových stránek i při prezentaci firmy v zahraničí, na výstavách a podobně.

Obdobné zkušenosti máme s firmou Stock a.s. Plzeň-Božkov.

Druhým rokem se aktivně rozvíjí spolupráce při konání exkurze studentů s podniky Agropodnik a.s. Domažlice a DOAGRA a.s. Domažlice, kde pracují naši absolventi. Vstřícnost jednání a otevřenost při diskusi je významným přínosem pro obě účastněné strany.

Stejně tak nacházíme pochopení pro naše studenty ve známém potravinářském podniku Drůbežářské závody a.s. Klatovy. V tomto podniku přijímají naše studenty při exkurzi jako partnery, kteří nejsou pro jejich provoz „zdržováním“, ale ve vzájemné komunikaci přinášejí řadu cenných poznatků o trhu a chování spotřebitele, zdravé výživě, názory na pracovní podmínky a další.

2) Spolupráce s firmami zemědělské (živočišné a rostlinné) prvovýroby (ke škodě obou stran) se v posledních dvou letech utlumila, protože se vstupem ČR do EU se řešila řada problémů o vlastní existenci firem, a ta byla pro ně prioritní.

Přesto se nám daří dlouhodobá spolupráce s firmou LUKRENA, a.s. se sídlem Dolní Lukavice v provozu sadovnictví Nebílovy. Publicita tohoto provozu (včetně návštěvy obnoveného venkovského zámku) má svou odezvu nejen mezi studenty, ale i na Univerzitě 3. věku ČZU.

3) Spolupráce s firmami subsystému pohostinství má již několikaletou tradici.

Jde o ubytovací zařízení TJ Přeštice – hotel Sport, kde nám firma poskytuje nejen ubytování a stravování, ale i sportovní aktivity. Studenti se zpětně do tohoto pohostinského zařízení vracejí, šíří dobré jméno nejen jeho, ale i o městě. Proč?

Na MÚ Přeštice nás přijímá sám starosta úřadu a pracovníci námi vyžádaných odborů. Při vzájemné besedě získávají studenti informace o administrativě, podnikání, obchodních aktivitách firem, kultuře i potřebách regionu. To je pro studenty nesmírně cenná zkušenost zvláště, když se beseda uskutečňuje v příjemných prostorách tohoto úřadu.

Několik let spolupracujeme s firmou Darovanský dvůr Darová, která v počátcích svého podnikání provozovala agroturistiku. Nyní se věnuje ve svých provozech kongresové turistice. I zde je spolupráce vzájemná, studenti mají možnost zde získat i praktické zkušenosti v podobě pracovních příležitostí. Tato firma by do budoucnosti byla svým zaměřením velmi příznivá pro konání praxe zahraničních studentů.

Třetí firma, která provozuje Švejk Restaurant (vlastník know how Švejk Restaurant je absolvent PEF) v Nepomuku a Klatovech, je napojena na český franchisingový řetězec (tento řetězec působí i v zahraničí a je příkladem kooperace v oblasti gastronomie).

Spolupráce s touto firmou je kombinována s přednáškou a besedou o podnikání v oboru pohostinství a cestovního ruchu, jeho možnostech a perspektivách v západočeském regionu. Tím se oboustranně získávají informace nejen o tom, co se dělá, ale jak by se mohli studenti jako významný segment trhu na rozvoji cestovního ruchu podílet.

4) Lesní společnost, a.s. Přeštice je firma, která pro naše studenty zajišťuje exkurzi s velkým rozsahem – od školkařství přes plánovanou i polomovou těžbu až po provoz malé pily. Ve všech jmenovaných provozech je zabezpečen odborný doprovod včetně pracovníka státního podniku Lesy ČR, výklad a beseda. Má velmi pozitivní ohlas i přínos i z hlediska péče a ochrany přírody (životního prostředí).

Závěr: úloha marketingové funkce exkurze je jednoznačná – rozvíjí a obohacuje marketingovou komunikaci a přináší aktiva pro obě zúčastněné strany.

Funkce spojovací (ve smyslu spojení teorie a praxe)

Několikaletá spolupráce s firmami při organizování exkurzí studentů 4. ročníků všech oborů PEF umožnila naší katedře vytvořit databázi firem, se kterými pravidelně komunikujeme. Každoročně do této databáze vkládáme na základě nového jednání, doporučení či aktivní spolupráci s našimi bývalými studenty či účastníky workshopů, seminářů nebo konferencí jednu či více nových firem. Rozšiřujeme tak obsahové zaměření

exkurzí, popř. i pro praxi a uvádíme v život nové - vzájemné formy spolupráce s firmami (propojení teorie a praxe).

ZÁVĚR

Odborná exkurze je plánována ve 4. ročníku v jednom výukovém týdnu, minimálně na dobu 3 dnů. Studenti sami, aniž je tak stavěna průzkumová otázka, se ptají, zda by nebylo možné dobu exkurze prodloužit a uskutečnit i prohlídku měst a obcí, ve kterých sídlí při exkurzi navštívené firmy (Domažlice, Klatovy, Plzeň). Přispělo by to k poznávání nejen života ve firmě, ale i života nejbližšího okolí (včetně lidí) a prostředí, ve kterém firmy sídlí. Často taková část exkurze může vypovídat i o etickém chování firmy vůči svému okolí a o vztahu k životnímu prostředí. Doba trvání exkurze je otázkou finančních prostředků a časové náročnosti. Někteří studenti dají přednost tak zvané exkurzi v Praze, která se odvíjí od absolvování 2 hodinové besedy za den.

Příloha

Harmonogram exkurze studentů 4.r. PEF ČZU

Použité zkratky

ČR – Česká republika

DP – diplomová práce

EU – Evropská unie

ČZU – Česká zemědělská univerzita

KOF – Katedra obchodu a financí

MÚ – Městský úřad

PEF – Provozně ekonomická fakulta

VŠ – Vysoké školy

Literatura:

1. Hrubá, D., Regnerová, M.: Vybrané kapitoly obchodních dovedností I, PEF ČZU Praha 2003. ISBN 80-213-0988-1
2. Hrubá, D., Regnerová, M.: Exkurze jako součást výuky. In Sborník TU Pardubice 2003. ISBN 80-7194-623-0
3. Hrubá, D., Regnerová, M.: Vybrané příležitosti spolupráce VŠ a firem v oblasti marketingu na PEF ČZU v Praze. In Sborník TF v Liberci 2004
4. Smith, P.: Moderní marketing. Computer Press, Praha 2000. ISBN 80-7226-252-1
5. Akademický slovník cizích slov (kol. autorů), Academia Praha 1997
6. Kubišta, J., Rejman, L.: Slovník cizích slov. SPN Praha 1956
7. www stránky navštívených firem při exkurzi

Kontaktní adresa:

ing. Daniela Hrubá, ing. Marta Regnerová, CSc.

Katedra obchodu a financí, Provozně ekonomická fakulta, ČZU v Praze

Kamýcká 129, 165 21 Praha 6

e-mail: hruba@pef.czu.cz, tel.: 224 38 23 85, fax: 224 38 23 65

EXKURZE STUDENTŮ 4.r. PEF ČZU

(ČTYŘI DNY: ÚTERÝ 27.4. – PÁTEK 30.4.2004)

TRASA č. 9 – JIHOZÁPADNÍ

Garant trasy: Ing. Marta Regnerová, CSc., zást.garanta: Ing. Daniela Hrubá, KOF PEF

Typ trasy: **výjezdní**

Okruh trasy: **Pha-Starý Plzenec-Nepomuk-Přeštice-Klatovy-Domažlice-Plzeň-Darová-Pha**

Ubytování: **hotel SPORT Přeštice** (3 lůžkové pokoje)

Maximální počet studentů: **40**

Finanční náklady na studenta:cca 700 Kč, (dopl.ubytování, 3x snídane, 4x oběd, vstupy)

Odjezd: úterý 27.4.2004 v **7:45 hod.-** menza ČZU

Návrat: pátek 30.4.2004 mezi **17-18 hod.-** menza ČZU

Úterý 27.4.2004 - program: BUS odjezd v **7:45** hod. od menzy ČZU

9:30 – 11:30 hod. - Bohemia Sekt Českomoravská vinařská, a.s. St.Plzenec

12:00 – 13:00 hod. LUKRENA, a.s. Dolní Lukavice provoz sady a sklady ovoce Nebílovy

14:00 - 16:30 hod – (OBĚD) Franchisingový řetězec Švejk Restaurant Nepomuk

18 hod. UBYTOVÁNÍ – Hotel SPORT Přeštice

Středa 28.4.2004 - program

7:15 hod.SNÍDANĚ - restaurace hotelu SPORT, odjezd v **7:45** hod.

8:30 - 11:00 hod. – Drubežářské závody, a.s. Klatovy

12:00 – 13:00 hod. – zámek - Hlávková nadace Nadání J. a Z. Hlávkových Lužany

OBĚD **13:15–14:00** hod. restaurace hotelu SPORT

14:00 – 16:00 hod. Lesní společnost Přeštice, a.s. (těžba, zpracování, lesní školky)

16:45 – 18:00 hod. - MÚ Přeštice - beseda se starostou MÚ o podnikání na Přešticku

Čtvrtek 29.4.2004 - program

7:15 hod. SNÍDANĚ - restaurace hotelu SPORT, odjezd v **7:45** hod.

9:15 – 10:30 hod. Agropodnik Domažlice, a.s. Domažlice

10:30 – 12:30 hod. DOAGRA Domažlice, a.s. Domažlice

OBĚD **13:00 – 14:00** hod. ZOD Mrákov

14:30 – 15:30 hod. PDA, a.s. provoz velkoobchodu s nápoji Domažlice

Pátek 30.4.2004 - program

7:30 hod. SNÍDANĚ – r.SPORT, **8:00** hod. **ODJEZD** od hotelu SPORT (zavazadla sebou)

8:15 – 9:15 hod. – prohlídka rekonstr.zámečku v Nebílovech

10:00 – 11:00 hod. - Stock Plzeň, a.s. Plzeň – Božkov

OBĚD **13:30** hod. – restaurace Darovanský Dvůr Darová

13:00 – 16:00 hod. - Kongres&Golf hotel Darovanský dvůr Darová – kongresová turistika

VZÍT s sebou BÍLÝ PLÁŠŤ a ČAPKU (ŠÁTEK) - NUTNÉ do zpracovatelských provozů (Drubežářské závody Klatovy, a.s.)

Návrat v pátek 30.4.2004 mezi **17 – 18** hod. k menze ČZU

Garant trasy: Ing. Marta Regnerová, CSc.
KOF PEF ČZU