

Současná role vysoké školy
při formování občanské společnosti

Marcela Göttlichová
Radomila Soukalová

Současná role vysoké školy při formování občanské společnosti

Marcela Göttlichová
Radomila Soukalová

Tato publikace vznikla za finanční podpory Fakulty multimediálních komunikací
Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně v rámci Projektů neziskových organizací

© Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2010

KATALOGIZACE V KNIZE – NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Göttlichová, Marcela

Současná role vysoké školy při formování občanské společnosti / Marcela Göttlichová, Radomila Soukalová. – 1. vyd. – Zlín : VeRBuM, 2010. – 80 s.

ISBN 978-80-87500-00-2

378 * 37.0 * 331.108.23 * 323.21 * 334.012.46 * (437.3)

vysoké školy – Česko

vzdělávání – Česko

lidský kapitál – Česko

občanská společnost – Česko

neziskový sektor – Česko

kolektivní monografie

378 – Vysoké školy (22)

Recenzovali: doc. PhDr. Elena Hradiská, CSc., doc. Ing. Josef Kubík, CSc.

Knihu doporučila k publikaci Vědecká redakce nakladatelství VeRBuM.

© PaedDr. Marcela Göttlichová, Ing. Radomila Soukalová, Ph.D., 2010

© Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2010

ISBN: 978-80-87500-00-2

Fakulta multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati Zlín

Fakulta multimediálních komunikací je jednou ze šesti fakult Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, vrcholné vzdělávací a vědecko-výzkumné instituce charakteristické rychlým rozvojem, otevřeností světu, důrazem na vědu a výzkum a na spolupráci s praxí. Ta v současnosti nabízí zájemcům o studium 54 studijních oborů v 30 akreditovaných studijních programech. Jedním z nich je i „mladý“ studijní program *Mediální a komunikační studia*, obor *Marketingové komunikace*, realizovaný na Ústavu marketingových komunikací Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Ústav marketingových komunikací FMK UTB Zlín

Zefektivnění procesu vzdělávání je prioritou i *Ústavu marketingových komunikací FMK UTB ve Zlíně*. Zvyšování kvality vzdělávání přímo koresponduje s inovací výuky, jejímž cílem je *vzdělávat studenty v souladu s požadavky trhu, novými trendy v oboru, posílit jejich kompetence, naučit je pracovat podle zásad projektového řízení a umožnit jim získat během studia praxi při řešení konkrétních zadání, kampaní a komunikačních strategií*. Konkrétně to znamená umožnit studentům doplnit si získané teoretické znalosti praktickými zkušenostmi z workshopů, vedenými odborníky z praxe z oblastí marketingu, marketingových komunikací i dalších souvisejících oborů; možnost vybírat si z nabídky odborných školení, seminářů, konferencí, výstav a veletrhů a získávat tak cenné informace a zkušenosti. *Aktivní účasti při řešení případových studií v rámci workshopů jsou studenti pro praxi lépe vybaveni, chápou obor v širších souvislostech, získávají přehled v multidisciplinárních oborech*. Multimediální výukové materiály z workshopů a seminářů zabezpečují kontinuitu předávaných informací a zkušeností. Studenti se tak mohou interaktivním způsobem vzdělávat v souladu s aktuálními trendy v oblasti marketingových komunikací a projektového řízení; interaktivní web pak umožňuje nabídku kreativního potenciálu studentů směrem k budoucím zaměstnavatelům a naopak poptávku firem a agentur po kvalitních absolventech.

OBSAH

Úvod	9
1. Současný Evropský prostor vysokoškolského vzdělávání	11
1.1 Reforma vysokého školství v České republice	12
1.2 Perspektivy expanze terciárního vzdělávání v České republice	12
1.3 Trh vzdělávacích služeb	14
2. Marketing školy	16
2.1 Marketingové prostředí vysoké školy	18
2.1.1 Vnitřní akademické prostředí	18
2.1.2 Vnější akademické prostředí vysoké školy	18
2.2 Marketingová komunikace, poslání a proces plánování	20
2.3 Proces plánování marketingové komunikace	21
2.4 Stakeholders vysokých škol	21
2.5 Stakeholders ve vnitřním prostředí vysoké školy	21
2.6 Stakeholders vnějšího akademického prostředí vysoké školy	23
2.6.1 Stakeholders – studenti, žáci středních škol, potenciální uchazeči o studium na vysoké škole	23
2.6.2 Stakeholders – absolventi a jejich zaměstnavatelé	24
2.6.3 Stakeholders – ostatní vysoké školy	25
2.6.4 Stakeholders – široká veřejnost	26
2.6.5 Stakeholders – komerční a nekomerční subjekty	26
3. Možnosti kooperace vysoké školy s komerční a nekomerční sférou	27
3.1 Ekonomické subjekty – potenciální zaměstnavatelé	27
3.2 Studenti vysokých škol – potenciální zaměstnanci	28
3.3 Zaměstnatelnost absolventů	28
3.3.1 Závěry prvního pilotního šetření v roce 2004	29
3.3.2 Druhé pilotní šetření v roce 2007	29
3.3.3 Komparace výsledků výzkumů realizovaných v letech 2004 a 2007	38
3.3.4 Význam výsledků výzkumu ve vztahu ke komunikaci vysoké školy s absolventy	40
3.4 Absolventi očima zaměstnavatelů	41
3.5 Komunikace vysoké školy s praxí	42
3.5.1 Vzájemná komunikace se zástupci firem a institucí	42
3.5.2 Význam komunikace s představiteli praxe	43
3.6 Poslání a úloha komunikace s absolventy a se zástupci praxe	44
4. Vzdělávací instituce a zástupci praxe	46
4.1 Spojení teorie a praxe	46
4.2 Zaměstnatelnost a zaměstnanost	47
5. Občanská společnost a vysoké školství	49
5.1 Neziskový sektor	49
5.2 Neziskový sektor a mladá generace	50
5.3 Nestátní neziskové organizace	53
6. Příklad spolupráce – projekty neziskových organizací	56
6.1 Propagace neziskových organizací ve Zlínském kraji	56
6.2 Život není zebra – výstava neziskových organizací Zlínského kraje	60
6.3 PARAPARÁDA aneb Spolu jedem světem	62

6.4 FajnDen	63
6.5 Percipio fashion show a Percipio theatre show	65
6.6 Nĕm tvr	67
Zvĕr	71
Resume	73
Zkratky	75
Literatura	77

vod

esk společnost, stejnĕ tak jako řada stt bvalĕho tzv. Východního bloku, prořla po roce 1989 celou řadou významných zmĕn, jeř se odrejej v neustále se vvyšujcch nárocích na odbornost a prpravenost vřech člen společnosti, ať jř jde o oblasti kařdo-denního řivota (technickĕ, politickĕ, spoleenskĕ i lidskĕ), či o podmínky v řirřm kontextu evropskĕm i globálním. Platformou řivota osobního i obanskĕho se stává pedevřm způsobilost tyto stl a obtřnĕ predvdatelnĕ zmĕny akceptovat, dokázat se v nich dostatenĕ orientovat a zejména se jim adekvtnĕ prizpsobit. Antecedenc novĕ se formující demokratickĕ společnosti je jednak způsobilost dostatenĕ disponovat tvrcm potenciálem vřech svých členů, a to nejen ve vztahu k ekonomickĕmu rst, zlepřovn zamĕstnanosti, spoleenskĕ i individuln prosperity, dále pak je to neodvratnost dosařeni demokratickĕ společnosti s vysokm stupnĕm soudrřnosti.

Jedním z principiálních nástrojů zvyřovn konkurenceschopnosti zemĕ je orientace na rozvoj kvalitních lidských zdrojů. Demokracie potřebuje kriticky a nezávisle myslící občany, kter si uvĕdomuj vlastn důstojnost a respektují pra a svobodu ostatních. Jedince zpsobil ujmout se zodpovĕdnosti sami za sebe i za spolenĕ rozhodování. Novĕ mořnosti spoleenskĕho vzestupu predeterminuje pedevřm vzdĕln, neboť poskytuje přležitost k rozvoji vřech schopnosti kařdemu členu společnosti, imř se stává zásadním spoleenskm, etickm i politickm pořadavkem. Vzdĕln a kvalifikace tak predstavuj jedin zdroj, který bude mít lidstvo v neomezenĕm množství a lidsk kapitál se stává tm nejcennĕjřm bohatstvím. (Göttlichová, 2007)

Nezbytnou podmínkou k dosařeni danĕho cíle je zefektivnĕn procesu vzdĕlvn. Je to pak zejména vysokĕ školství, bez jehoř rozvoje nebude mořno vraznĕ pozvednout úroveň řádných dalřch skupin lidských zdrojů. Rozřřovn, diverzifikace, zkvalitnvn a zk spojn vysokĕho školství s vĕdeckm výzkumem a hospodářskou praxí (ziskovĕ i neziskovĕ sfĕry) se dnes stvj jednou z nejdznamnĕjřch cest k celonrodn prosperitĕ. Prioritním úkolem se tak stává poskytnout absolventům takovĕ znalosti a dovednosti, aby se stali zamĕstnatelnmi a byli schopn uplatnit se i př rychle se mĕncch pořadavcch trhu pra.

Publikace, kter se čtenářům dostává do rukou, se snař nejenom najít odpovĕď na otázku, zda jsou vysokĕ školy v eskĕ republice schopny dostatenĕ rychle a flexibilnĕ reagovat na souasnĕ zmĕny odehrávající se na trhu vzdĕlvacch sluřeb a najít si tak svĕ pevnĕ msto v silnĕm konkurenčním prostředí, ale souasnĕ predkld i nástin eventuality, jak v danĕm prostředí uspĕt.

Pokud tedy vycházíme z jř zmnĕnĕho faktu, ře prioritnm úkolem terciárního vzdĕlvn je nutnost poskytnout absolventům znalosti a dovednosti na takovĕ úrovni, aby se stali zamĕstnatelnmi a byli schopn uplatnit se př rostoucích pořadavcch trhu pra, odkrývá se pred námi dalř otázka, kterou je nutno zodpovĕdĕt, a sice, jak vnímají úroveň prpravenosti pro budoucí profesn zařazen studenti a absolventi vysokých škol na stranĕ jednĕ, na stranĕ druhĕ pak samotn zamĕstnavatelĕ, ať jř v komern či nekomern sfĕre. Cílem se tak stává na zkladĕ konfrontace sekundárních i primárních dat z přzkum ukázat souasn stav propojn teoretickĕ přpravy s praxí, a to na bázi efektivn komunikace vzdĕlvac instituce s predstavitel praxe, jeř se nslednĕ odrř v tvorbĕ kurikula, v důsledku pak v prpravenosti absolventů vysokých škol na budoucí profesi.

Podstatou knihy je následně zaměřit pozornost zejména na provázanost vysokého školství se subjekty působícími v oblasti neziskového sektoru, neboť přestože nestátní neziskové organizace sehrávají v občanské společnosti stále významnější roli, nízký počet odborníků zde představuje stále velmi bolestivé místo. Případová studie v závěru publikace se pak může stát příkladem nástinu jedné z cest vedoucích k efektivnímu propojení teorie a praxe směřující do oblasti neziskového sektoru, jež je aplikována v rámci studijního programu Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

1. Současný Evropský prostor vysokoškolského vzdělávání

České vysoké školství prochází v současné době dlouhodobou reformou, která by měla zvýšit konkurenceschopnost vysokých škol především v novém konkurenčním prostoru Evropské unie. Dlouhodobá strategie rozvoje vysokých škol v České republice vychází z politiky rozvoje vysokoškolského vzdělávání v Evropě, která je specifikována v Boloňské deklaraci podepsané v roce 1999 rovněž i ministrem školství České republiky. Hlavní apel je kladen na harmonizaci vysokého školství v Evropě. V současné době Boloňský proces vstoupil do poslední části první dekády. Ve dnech 28. 4.–29. 4. 2009 byla v jeho rámci uskutečněna v Lovani v Belgii 6. konference ministrů odpovědných za vysoké školství. Cílem konference bylo zhodnotit dosud dosažené kroky v rámci Boloňského procesu a stanovit priority pro Evropský prostor vysokoškolského vzdělávání na příští desetiletí.

V prvním desetiletí byla soustředěna pozornost na strukturální reformy v oblasti vysokoškolského vzdělávání, dále implementována třístupňová struktura, postupně byly vytvořeny národní rámce kvalifikací, vydán dodatek k diplomu a zavedeny ECTS kreditové systémy. Boloňský proces změnil systémy vysokého školství ve všech evropských zemích a zapojila se do něj absolutní většina všech evropských vysokých škol. Proces se stal velmi zajímavým i pro mimoevropské země, které ocenily transparentnost systémů vysokoškolského vzdělávání v Evropě. (Šťastná, 2009, s. 48–49) Součástí završení první dekády byl v březnu roku 2010 na konferenci ministrů, pořádané ve spolupráci Rakouska a Maďarska ve Vídni a Budapešti, slavnostně vyhlášen Evropský prostor vysokoškolského vzdělávání EHEA.

Základní témata druhé dekády Boloňského procesu jsou zaměřena na vysokou kvalitu a excelenci ve všech činnostech vysokých škol, jejichž prioritou tak bude zajistit vysoce kvalitní proces od výuky přes výzkum a vývoj ke službě regionu, a to v souladu s jeho potřebami a požadavky. Současně s daným procesem musí být pozornost směřována na sociální aspekty a kulturní rozvoj společnosti. V rámci priorit druhé etapy procesu je kladen důraz především na oblast celoživotního vzdělávání a učení, sociálně spravedlivý systém vysokého školství a mobilitu nejen studentů, ale i akademických pracovníků. Ministři na konferenci v Lovani formulovali závěrečné komuniké (Komuniké konference evropských ministrů odpovědných za vysoké školství, 2009, s. 65–69), ve kterém vytyčili deset prioritních oblastí pro příští desetiletí:

- sociální aspekty: rovný, spravedlivý přístup ke studiu; větší úspěšnost v zakončování studií
- celoživotní učení
- zaměstnatelnost
- učení orientované na studenta a výuku na vysokých školách
- výzkum a inovace
- mezinárodní otevřenost
- mobilita studentů i akademických pracovníků
- vícerozměrné nástroje pro zajištění transparentnosti: typologie vysokých škol
- sběr kvalitních dat
- financování

Studenti si také vyzkoušeli realizaci festivalu filmů Jeden svět, stali se „realizátory“ I. ročníku *Mezinárodního festivalu outdoorových filmů ve Zlíně*; organizátory I., II. a III. ročníku *konference Českého červeného kříže Zlín v rámci připravované kampaně cílené na mladou generaci se zaměřením na dárcovství krve*, pořadatelé III. ročníku tradiční vánoční aukce charitativní organizace Samari, pod názvem „Pražští umělci bengálským dětem aneb Karla a její přátelé z Karlovky“, jehož cílem bylo získat finanční obnos na podporu vzdělání bengálských dětí a na jejich prevenci proti malárii.



Obr. č. 50– 51: Konference ČČK Zlín



Obr. č. 52– 53: Aukce pro Samari

Není zde uveden výčet všech projektů, na kterých se posluchači kurzu podílejí. Přínosným je však rovněž fakt, že projekty jsou vedeny např. ve spolupráci s Městským úřadem Zlín, Krajským úřadem Zlín, Policií ČR Zlín, Českým červeným křížem Zlín, obecně prospěšnou společností Centrum služeb postiženým Zlín, občanským sdružením „HANDICAP(?)“ Zlín, OS SAMARI a mnoha dalšími. To, že každým rokem projektů přibývá, je dokladem zájmu o práci studentů, která je již nyní hodnocena na profesionální úrovni. Projekty se stávají současně i odrazem nového pojetí kurikula, které již není založeno výhradně na mechanickém osvojování si co největšího objemu faktů, ale na dovednosti orientovat se v praktických životních situacích, schopnosti samostatného jednání, přijímání odpovědnosti za své jednání i překonávání případných rizik. (Rektořík, 2002, s. 102) Umět rizika odhalovat, překonávat a nebát se jich, představuje dosažení stanoveného cíle.

Závěr

Jak již bylo zmíněno, charakteristickým znakem dnešní doby je odraz ekonomického rozvoje jdoucího ruku v ruce se zvyšující se životní úrovni, což se přímo odráží ve vyšší, složitější a diferencovanější spotřebě. Ta vede k rozmanitější poptávce vyžadující nezbytnost širší a složitější nabídky a k větší diferenciaci trhu na trhy dílčí. Daný stav se pak úměrně odráží i vzhledem k trhu vzdělávacích potřeb, což následně vyúsťuje v nezbytnost rychlé reakce ze strany vzdělávacích institucí, tzn. schopnosti flexibilně reagovat nabídkou nových produktů, což může představovat např. realizaci nových vzdělávacích programů nebo různých dalších služeb, jež tak mohou zaplnit doposud nepokryté mezery trhu. Významnou roli zde sehrála také postupná implementace modelu strukturovaného studia v rámci tzv. Boloňského procesu, který představoval oddělení bakalářských, magisterských a doktorských studií, což se následně odrazilo v zásadním růstu nabídky vysokoškolského vzdělávání.

Dynamika kvantitativního rozvoje vysokého školství v České republice v posledních letech, jak jsme mohli vidět, je vnímána díky svému prudkému vzestupu jako nejvyšší ze všech rozvinutých zemí světa. V současnosti je však nezbytným úkolem zaměřit pozornost české vysokoškolské politiky nikoli již na narůstající kvantitu postupně se odrážející v masovosti vysokoškolského vzdělávání (v kontrastu s výběrovostí), ale především na zvyšování kvality vysokého školství. Ve spojitosti s budováním společného evropského prostoru vysokoškolského vzdělávání (v rámci již zmíněného Boloňského procesu) je pro zajištění kvality nezbytností realizace *uceleného systému vnitřního hodnocení na jednotlivých vysokých školách, a to v provázanosti na systém vnějšího hodnocení*. V rámci Strukturovaného vypořádání připomínek k Bílé knize terciárního vzdělávání jsou uvedeny základní priority z pohledu zkvalitňování vysokoškolského vzdělávání, které zahrnují jednak *podporu rozvoje vlastního pracoviště (vysoké školy) s cílem hledat a odstraňovat slabiny na straně jedné a rozvíjet silné stránky na straně druhé*. V konfrontaci s ostatními vysokými školami se pak do popředí dostává *podpora úspěšných postupů v akademické soutěži*; v kontextu celé ČR *úsilí obstát jak z hlediska specifických akademického prostředí a mnohaleté tradice, tak i z pohledu řady aspektů, jež jsou klíčovými pro jiné instituce, než jsou vysoké školy a konečně v mezinárodním měřítku je nezbytností usilovat o to, aby české VŠ nejen jako jednotlivé instituce, ale i české vysoké školství jako celek obstály v tvrdé mezinárodní soutěži podle jejich měřítek a zároveň, aby české vysoké školství dokázalo prosadit a obhájit své specifické rysy jako svoji výhodu, nikoli slabinu, na mezinárodním fóru. (www.reformy-msmt.cz)*

Co říci na závěr? Zvyšování počtu vzdělaných lidí v populaci se řadí k prioritám každé vyspělé země. Svědčí o její kultuře, vyspělosti i ekonomickém postavení země. Zvyšující se zájem obyvatelstva o vzdělání, odrážející se v nárůstu počtu mladých lidí vstupujících do institucí terciárního vzdělávání, přestavuje i nové výzvy pro vzdělávací instituce. Zájemci o studium přicházejí z daleko pestřejšího spektra sociálního zázemí, což se odráží v různé motivaci ke studiu a poskytuje jim rozdílné ekonomické možnosti, včetně možné délky studia. Vyhovět požadavkům a schopnostem budoucích studentů, potřebám společnosti a současně nesnižovat kvalitu vzdělávání je *možné zejména rozšířenou diverzifikací studijní nabídky v terciárním sektoru vzdělávání*. Jak uvádí Bílá kniha, cílem vzdělávacích institucí by mělo být dosažení uspokojení různých požadavků a potřeb uchazečů o studium a vytváření nabídky různých způsobů studia tak, aby výsledný stav byl srozumitelný, přehledný, kompatibilní s vysokou mírou vzájemné prostupnosti a respektoval evropské trendy. (Bílá kniha, 2008)

Resume

Prioritním úkolem vzdělávací soustavy se tak musí stát poskytnutí takových znalostí a dovedností absolventům, aby se stali *zaměstnatelnými* a byli schopni uplatnit se i při rychle se měnících požadavcích trhu práce. K tomu je potřeba sladování výstupů z terciárního sektoru vzdělávání s potřebami a požadavky zaměstnavatelů a poskytování dostatečných a důvěryhodných informací jak z oblasti pracovních příležitostí, tak ze sféry nabídky studia. Současně pak umožnit všem studentům aktivně se účastnit tvůrčí práce, propojené s výukou, která vede *k tvorbě podnětově bohatého prostředí a silně je motivuje k další práci*. K tomu je zapotřebí rozvoj kontaktů a komunikace s potenciálními zaměstnavateli a svými absolventy, což umožní získat relevantní informace a možnost spolupráce na obsahu i organizaci výuky a na struktuře nabídky celoživotního studia. Teprve na základě dosažení daných cílů se skutečně naplní pravdivost v historii mnohokrát citovaných slov, že **škola připravuje pro život**. A k tomuto cíli nemohou vzdělávací instituce nikdy dopět bez uplatnění marketingové filozofie důsledně aplikované v marketingovém řízení školy.

After 1989, the Czech Republic has undergone a whole range of significant changes which are reflected in continuously increasing demands on the expertise and readiness of all members of society, whether it is in the areas of everyday life (technical, political, social and human) or conditions in the broader European and global context. The basis of both personal and civilian life has become especially the competence to accept and adequately conform to these constant and hardly predictable changes. One of the main tools to increase the competitiveness of the country is the focus on the development of quality human resources.

New possibilities of social growth are predetermined particularly by education as it provides every member of society with opportunities to develop all necessary skills and thus becomes the crucial social, ethical and political requirement. An essential prerequisite to achieve the given objective is to streamline the educational process. It is then mainly higher education whose development is necessary to significantly increase the level of the desired other groups of human resources. Expansion, diversification, higher quality and close interconnection of higher education with scientific research and economic practice (profit and non-profit areas) are today becoming one of the most important ways to national prosperity. The crucial objective is to provide graduates with such knowledge and skills to become employable and capable of finding a professional placement on the rapidly changing labour market. This, however, is not possible without effective communication of universities with professionals.

Not only does the publication try to find an answer to the question whether universities in the Czech Republic are sufficiently quickly and flexibly able to react to the current changes on the education market and thus find a stable position in the strongly competitive environment but also at the same time presents suggestions how to succeed in the given environment. The aim is, based on the confrontation of secondary and primary data from regional and national surveys investigating the perception of the readiness of university students for future professional employment realized within university students and graduates on one side and employers on the other, to show the current state of interconnection of the theoretical preparation with professional life, both in commercial and non-commercial sphere.

The essence of the book is to further aim attention especially at the interconnection of higher education with the subjects operating in the non-profit sector as even though non-governmental organizations play more and more important role in civil society, the low number of experts still represents a very weak spot. A case study at the end of the publication may become an example of a proposal leading to more efficient link between theory and practice aiming at the sphere of non-profit sector which is applied within the study programme of the Faculty of Multimedia Communications of Tomas Bata University in Zlin.

ZKRATKY

- EHEA – Evropský prostor vysokoškolského vzdělávání
- MŠMT – Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy
- ČVUT – České vysoké učení technické
- CVP – Centrum pro vzdělávání a poradenství
- VUT – Vysoké učení technické
- SŠ – střední škola
- VŠ – vysoká škola
- NVF – Národní vzdělávací fond
- ÚMK – Ústav marketingových komunikací
- FMK – Fakulta multimediálních komunikací
- UTB – Univerzita Tomáše Bati
- ČR – Česká republika
- FRVŠ – Fond rozvoje vysokých škol
- RLZ – rozvoj lidských zdrojů
- NS – neziskový sektor
- NNO – nestátní (nevládní) nezisková organizace
- ZK – Zlínský kraj
- OPS – obecně prospěšná společnost
- OS – občanské sdružení

LITERATURA

- Bílá kniha terciárního vzdělávání* (online), dostupné z: <http://www.msmt.cz/bila-kniha>, (1. 9. 2008)
- CEKOTA, A.: *Do nové práce*, II. vydání 1930, Nákladem fy t. & a. Baťa, továrny obuvi a kůže, Zlín. – tiskem společnosti „tisk“ ve Zlíně. Knihovna Baťovy služby veřejnosti sv. 2
- CELER, Č.: *I české školy začínají s marketingem* (1.) (online), dostupné z: www.marketingovenoviny.cz, (22. 5. 2006)
- ČEPELKA, O. a přátelé: *Práce s veřejností v nepodnikatelském sektoru*. Liberec: Nadace Omega, 1997. 243 s. ISBN 80-902376-0-6
- ČEPELKA, O.: *Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie*. Liberec: Nadace Omega, 2003. 243 s. ISBN 80-902376-4-9
- DĚDKOVÁ, J.: „Nutnost marketingové komunikace školy“ in *Marketing vysokých škol*, sborník příspěvků, 2000, ČVUT a Ccvš, ISBN 80-01-02163-7
- DRUCKER, P., F.: *Řízení neziskových organizací: Praxe a principy*. Praha: Management Press, 1994. 184 s. ISBN 80-85603-38
- DRUCKER, P., F.: *To nejdůležitější z Druckera v jednom svazku*. Praha: Management Press, 2004. s. 293, ISBN 80-7261-066-X
- FREY, P.: *Marketingové komunikace: to nejlepší z nových trendů*, 2. vyd., Management Press, Praha 2008, s. 195, ISBN 978-80-7261-160-7
- GÖTTLICOVÁ, M.: *Podíl vzdělávacích institucí na rozvoji občanské společnosti*, s. 10–22; In: *Vedecký zborník příspěvků: Marketing vzdělávacích institucí*, s. 348; *Fakulta masmediální komunikace UCM v Trnave*; Trnava 2007; ISBN 978-80-89220-86-1
- GÖTTLICOVÁ, M.: *Projekty neziskových organizací – spojení teorie a praxe*; In: *Sborník příspěvků ke konferenci*, UTB Zlín 2009, CD, ISBN:978-80-7318-808-5
- GÖTTLICOVÁ, M.: *Specifika marketingu vzdělávacích institucí – další marketingové aktivity*, s. 41 – 52; In: *Zborník prednášok a príspevkov: MARVI*, s. 168; *Žilinská univerzita v Žilíně*, 2008; ISBN: 978-80-8070-921-1
- GREGAROVÁ, M.: *Úvod in Marketingové komunikace a kultura*, 2. malá edice FMK UTB Zlín, ISBN 80-7318-252-1, s. 7–8
- HANNAGAN, T., J.: *Marketing pro neziskový sektor*. Praha: Management Press, 1996, s. 205, ISBN 80-85943-07-7
- KALKA, J., ALLGAYER, F.: *Marketing podle stakeholders, Jak žijeme – co kupujeme, čím se řídíme*, Computer Press 2007, ISBN 978-80-251-1617-3
- Komuniké konference evropských ministrů odpovědných za vysoké školství, Lovaň 28.–29. května 2009, *IN Aula, časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku*, Cvvš 2009, ročník 17, č. 1, s. 65-69, ISSN 1210-6658
- KOMÁRKOVÁ, R., RYMEŠ, M., VYSEKALOVÁ, J.: *Psychologie trhu*, 1. vyd., Praha: Grada, 1998. s. 154, ISBN 80-7169-632-3

KOTLER, Ph.: *Marketing podle Kotlera*. Praha: Management Press, 2000. s. 258, ISBN 80-7261-010-4

KOTLER, P. KAREN, F. A. FOX: *Strategic Marketing For Educational Institutions*, second edition, Prentice –Hall, Inc.1995. ISBN 0-13-668989-2

KOUCKÝ, J.: *Kolik máme vysokoškoláků?* Expanze terciárního vzdělávání v ČR ve vývojovém a srovnávacím pohledu, in *AULA, časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku*, Cvvš 2009, ročník 17, č. 1, s. 5–19, ISSN 1210-6658

KRAŤKOVÁ, D.: Spolupráce vysokých škol a vyšších odborných škol se zaměstnavateli, zaměstnatelnost absolventů, in *AULA, časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku*, Cvvš Praha, 2008, ročník 16, č. 4, s. 45–72, ISSN 1210-6658

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy: *Bílá kniha*, Národní program rozvoje vzdělávání v České republice. Praha: Tauris, 2001. s. 94, ISBN 80-211- 0372-8

PELSMACKER, P., GEUENS, M., Van den BERG, J.: *Marketing Communication a European Perspective*, second edition, 2004, Prentice Hall, ISBN 0-273-68500-7

PORVAZNÍK, J.: *Tréning a ďalšie vzdelávanie manažmentu univerzít – 1. Modul Manažment a manažéri univerzít*, 1.vyd, rok neuveden, bez ISBN

PORVAZNÍK, J., LADOVÁ, J.: *Celostní management*, 4. vyd. IRIS Bratislava, 2010. s. 490, ISBN 978-80-89256-48-8

REKTOŘÍK, J. a kol.: *Ekonomika a řízení veřejného sektoru*. Praha: Ekopress, s. r. o., 2001, s. 264, ISBN 80-86119-41-6

SIROVÁTKA, T., NEKUDA, J., KARMAZÍNOVÁ, Š.: Mezi absolventy Masarykovy univerzity převládá spokojenost s pracovním uplatněním, in *AULA, časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku*, Cvvš Praha, ročník 14, č. 4, s. 46–47, ISSN 1210-6658

SOUKALOVÁ, R.: Význam efektivnosti marketingových komunikací vzdělávacích institucí“ in *Marketing a komunikace*, vyd. ČMS Praha, č. 1/2006, s. 45–47, ISSN 1211-5622

SOUKALOVÁ, R.: Benchmarking a jeho význam pro marketingové komunikace firmy, in *Marketingové komunikace a firemní strategie*, malá edice FKM 2004, s. 46–49, ISBN 80-7318-178-9

SOUKALOVÁ, R.: Uplatnění absolventů a trhu práce jako významný faktor hodnocení kvality vysoké školy, in *Sborník ze závěrečného semináře projektu Finance a my, CZ 04.01.03/0002*, VOŠE a OA Zlín, 28. 4. 2008, s. 44–49, ISBN 978-80-731-673-9

SOUKALOVÁ, R.: Importance of Communication with Graduates in University Management, in *Contemporary trends in Management and Finance. Theory and Practice*, 2010 VIZJA Press IT, Wrsaw. p.157–167, ISBN 978-83-61086-78-9

SVĚTLÍK, J.: *Marketing školy*. Zlín: EKKA, 1996. s. 384., ISBN 80-902200-8-8

SVĚTLÍK, J.: *Marketingové řízení školy*. Praha: ASPI. 2006. s. 300, ISBN 80-7357-176-5

SVĚTLÍK, J.: *Marketingové řízení školy*, 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, a.s. 2009. s. 328, ISBN 978-80-7357-494-9

ŠAFRÁNKOVÁ, J.: Komparace studentů a absolventů ČVUT v historické retrospektivě, in *AULA, časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku*, Cvvš Praha, 2009, ročník 17, č. 1, s. 30–37, ISSN 1210-6658

ŠKARABELOVÁ, S. a kol.: *Definice neziskového sektoru*. Brno: Centrum pro výzkum neziskového sektoru, 2005, s. 52, ISBN 80-239-4057-0

ŠTEFKO, R.: *Akademické marketingové inštrumentárium v marketingu vysokej školy*, R. S. Royal Service Bratislava, 2003, 262 s. ISBN 80-96837953

ŠŤASTNÁ, V.: *Boloňský proces – konferencie ministrů v Lovani ve dnech 28.–29. dubna 2009*, in *Aula* 2009, r. 17., č.1, s. 38, ISSN 1210-6658

ODBORNÉ STUDIE:

Odborné znalosti absolventů vysokých škol jsou dobré, s měkkými dovednostmi je to horší, in *AULA, časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku*, Cvvš Praha, 2008, ročník 16, č. 1, s. 73–75, ISSN 1210-6658

Přehled sociologických šetření CVVŠ 1991–2008, in *AULA, časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku*, ročník 16, č. 3, Cvvš Praha, 2008, s. 1–24, ISBN 1210-6658

Sedm statečných z ČVUT, in *AULA, časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku*, Cvvš Praha, ročník 16, č. 3, s. 72–73, ISSN 1210-6658

INTERNETOVÉ ZDROJE:

<http://www.spcr.cz/cz/dokumenty>

<http://www.msmt.cz/file/10871>

<http://www.projektmedved.eu>

www.karieraplus.cz/archiv/2008

<http://ipn.msmt.cz/data/uploads/projekt>

<http://www.karieraplus.cz/2009>

<http://www.reformy-msmt.cz/reforma-terciarniho-vzdelavani>

www.reformy-msmt.cz

www.nvf.cz

www.mfcr.cz

www.fmk.utb.cz

Současná role vysoké školy při formování občanské společnosti

Marcela Göttlichová
Radomila Soukalová

Tato publikace vznikla za finanční podpory Fakulty multimediálních komunikací
Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně v rámci Projektů neziskových organizací

Vydal: Radim Bačuvčík – VeRBuM
(Přehradní 292, 763 14 Zlín 12, Česká republika)
Zlín, 2010

1. vydání. 80 stran. Náklad: 120 ks.
Lito a zlom: Stanislav Nováček
Tisk: ES print Zlín, s. r. o.

www.verbum.name

ISBN: 978-80-87500-00-2