**Příloha 1**

# Design výzkumu akademických pracovníků UK a jejich pedagogických kompetencí

## Cíle/zadání

* Zjistit současný stav pedagogických kompetencí akademických pracovníků UK (Jak učí?)
* Analýza jejich potřeb (Co potřebují k tomu, aby se jejich pedagogické kompetence rozvíjely?) Prakticky – délka, formy, nastavení kurzů i obsahově – na co by měly/mohly být zaměřené kurzy či jiné podpory)
* Reflexe sebevzdělávání (Jak a v čem se (sebe)vzdělávají?; Co je (ne)motivuje? Tj. vnitřní a vnější motivace k sebe vzdělávání.)

Ve všech případech respektovat důležité charakteristiky (zejména délka praxe, obor, rozsah pedagogické činnosti ve vztahu k jiným činnostem, případně pohlaví, forma zaměstnání případně zaměstnanecká pozice)

## Popis zadání:

V současnosti má začínající akad. pracovník na UK možnost absolvovat základní kurz pedagogických kompetencí. Avšak v tomto ohledu existuje určitá disproporce ve vztahu k dalším zaměstnancům. Mezi nimi je patrná rezistence zejména ze strany „zkušených“ akademiků vůči (novým) pedagogickým přístupům. Právě věk, respektive pedagogická zkušenost (tj. délka praxe) může vést a ze zkušeností často vede k různým strategiím týkající se pedagogických kompetencí. Předpoklad je, že potřeby akademiků se liší a liší se rovněž i jejich (aktuální) způsoby výuky. Pro další rozhodování UK bude také podstatné zjistit, jak a jestli se liší rovněž motivace a preferované způsoby a okolnosti (sebe)vzdělávání, respektive i jaké jsou aktuální důvody (ne)vzdělávání se.

## Hlavní východiska výzkumu:

* výzkum koncipovat tak, aby představoval pro akademiky akceptovatelnou zátěž, týká se zejména online dotazníku (max. 20 minut, respektovat oborové odlišnosti již v tvorbě a pro průchod dotazníkem)
* účast v kvalitativních šetřeních nastavit tak, aby pro akademiky představovala smysluplnou aktivitu (tj. zdůraznit účel výzkumu pro UK a nezávislost výzkumníků, kteří nejsou zatížení vnitřními záležitostmi UK nebo fakult)
* motivace k účasti na výzkumu (kvantitativní šetření – malé okamžité odměny? (Vyšší) sleva v knihkupectví? Voucher na vzdělávací kurz?)

## Metody/ design /realizace

Hlavní metody:

Online kvantitativní výzkum s využitím dotazníku, následovaný sérií focus groups jejichž cílovými skupinami jsou akademičtí pracovníci a studenti.

Zdůvodnění:

Zařazení do výzkumu akademiků také postoje studentů k pedagogickým kompetencím akademiků je na základě dosavadních zkušenosti CSVŠ relevantním nástrojem. Kvalitativní přístupy v této oblasti zaměřené na reflexi zkušenosti studujících jsou přínosné a rovněž kladně hodnocené účastníky (obecný požadavek studentů je, aby byli více zváni k diskusím o tom, jak a co se učí. Naopak hůře jsou hodnoceny studentské ankety, v tom se ostatně často shodnou i s akademiky.) Nevýhodou však logicky může být nízký počet účastníků takových diskusí a spíše malý prostor pro generalizaci výsledků. Kvalitativní část designu bude sloužit jako důležitý prvek závěrečné zprávy, která zadavateli poskytne systematický přehled se základním vhledem do podstatných (kvalitativních) souvislostí.

1. Kvantitativní šetření v rámci UK, online dotazník uzpůsobený oborově „clustery“. **Jak?** příprava online dotazníku v aplikaci LimeSurvey, příprava bude respektovat oborový cluster – větší relevance pro různé skupiny respondentů a jejich nižší zátěž při vyplňování.
2. Kvalitativní reflexe výsledků kvantitativního šetření (zpřesnění výsledků a jejich interpretace ze strany akad. pracovníků a studentů) opět formou focus groups. **Jak?** min. 3-4 focus groups/1,5 hod., 8-10 účastníků)

Realizace:

Bude realizováno kvantitativní šetření (včetně průběžných výpisů a přípravy upomínek). Sebraný datový soubor bude připraven pro analytické činnosti (včetně čištění, vážení a další standardní činnosti kontroly sebraného souboru)

Budou realizovány 3 focus groups s akademiky a 3 focus groups se studenty. Výstupy focus groups budou zpracovány a připraveny pro analytické činnosti.

## Ke zpřesnění výzkumu je nutné:

* znát přesnou definici cílové skupiny respektive cílových skupin;
* vyjasnit postup rekrutace akademiků (případně studentů) do focus group;
* jestli a jak zvýšit motivaci akademiků účastnit se výzkumu nějakou formou odměny (viz výše Hlavní východiska…);
* vést detailnější diskusi mezi zadavatelem a řešitelem o tématech dotazníku respektive focus groups (součást řešení).

## Přibližný harmonogram/ časová zátěž

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **M1** | | **M2** | | **M3** | | **M4** | | **M5** | | | **M6** | | **M7** | |
| **Vybraná varianta designu** | Příprava dotazníku | | Sběr dat | | Zpracování dat, analýza | | |  |  | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | Kvalitativní reflexe | | | Fin. zpracování analýzy | | |  |  |  |
| Průběžná komunikace a koordinace se zadavatelem | | | | | | | | | | | |  |  |  |

## Výstupy

Znění dotazníku (uzpůsobené potřebám akad. pracovníků v oborových clustrech)

Datový soubor

Scénář(e) k focus groups podle oborových clusterů

Zápisy z focus groups

Zpráva z výzkumu (zahrnující analýzu dat kvantitativního a kvalitativního šetření)

Prezentace výsledků Objednateli