

Kathryn Havlová

15.9.2010

# Generace Y

## profil zájemce o studium

# DEFINICE GENERACE

Soubor osob, které se narodily a dospívaly přibližně v téže době bez ohledu na příbuzenský či jiný vztah.

Jejich pozdější chování formovaly významné společně prožité události a můžeme u nich najít společné znaky v životním stylu.

# Proces „vytváření“ generace

**sdílené sociální prostředí, významné  
události**



**názory a postoje**



**generační vědomí**



**specifický generační životní styl**

# Časový interval generace

Dříve

(25 – 30 let)



Moderní doba

(20 let)



Tech Generation

Echo Boomers

Generation Why

Generation.com

**Generace Y = Millenials**

iGeneration

Generation Internet

Y2Kids

Generation 9/11

1977 - 1994

1980 - 1999

1981 - 2000

1980 - 2000

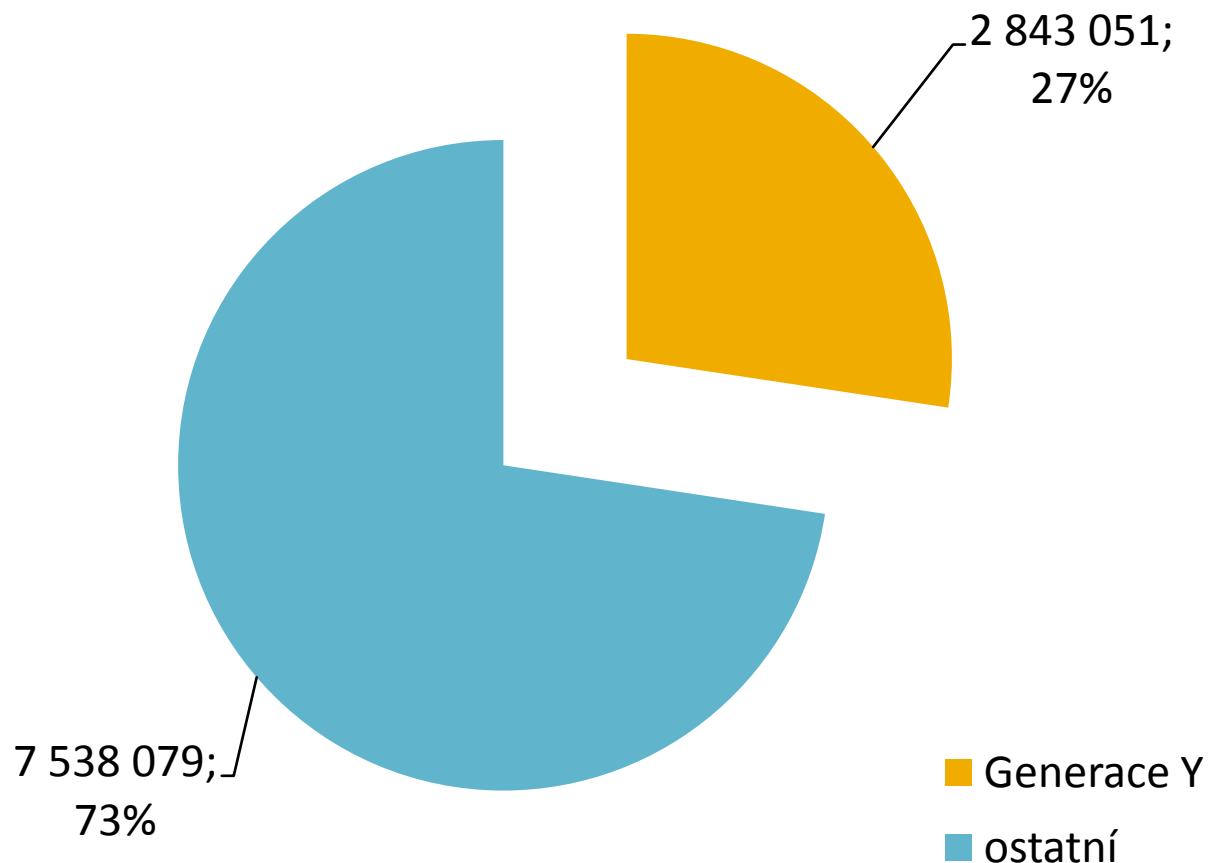
1982 - 2002

**Generace Y  $\approx$  1977 - 1997**

Dospívali na přelomu tisíciletí = **Děti milénia**

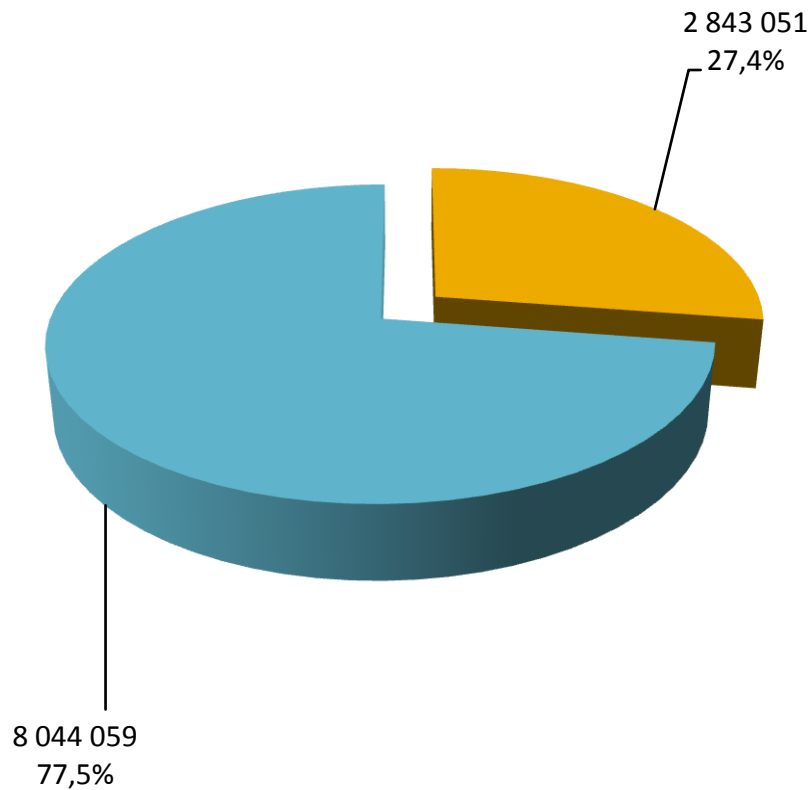
# Velikost Generace Y v ČR

Ročníky 1977 – 1997

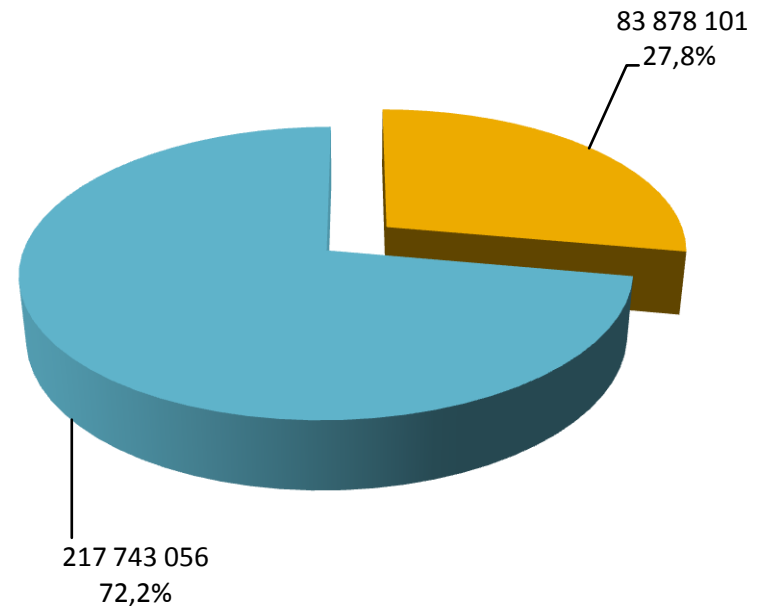


# Porovnání velikosti Generace Y ČR a USA

## GENERACE Y V ČR



## GENERACE Y V USA





# DEFINICE GENERACE

Soubor osob, které se narodily a dospívaly přibližně ve téže době bez ohledu na příbuzenský či jiný vztah.

Jejich pozdější chování formovaly významné společně prožité události a můžeme u nich najít společné znaky v životním stylu.

# Události, které formují generace

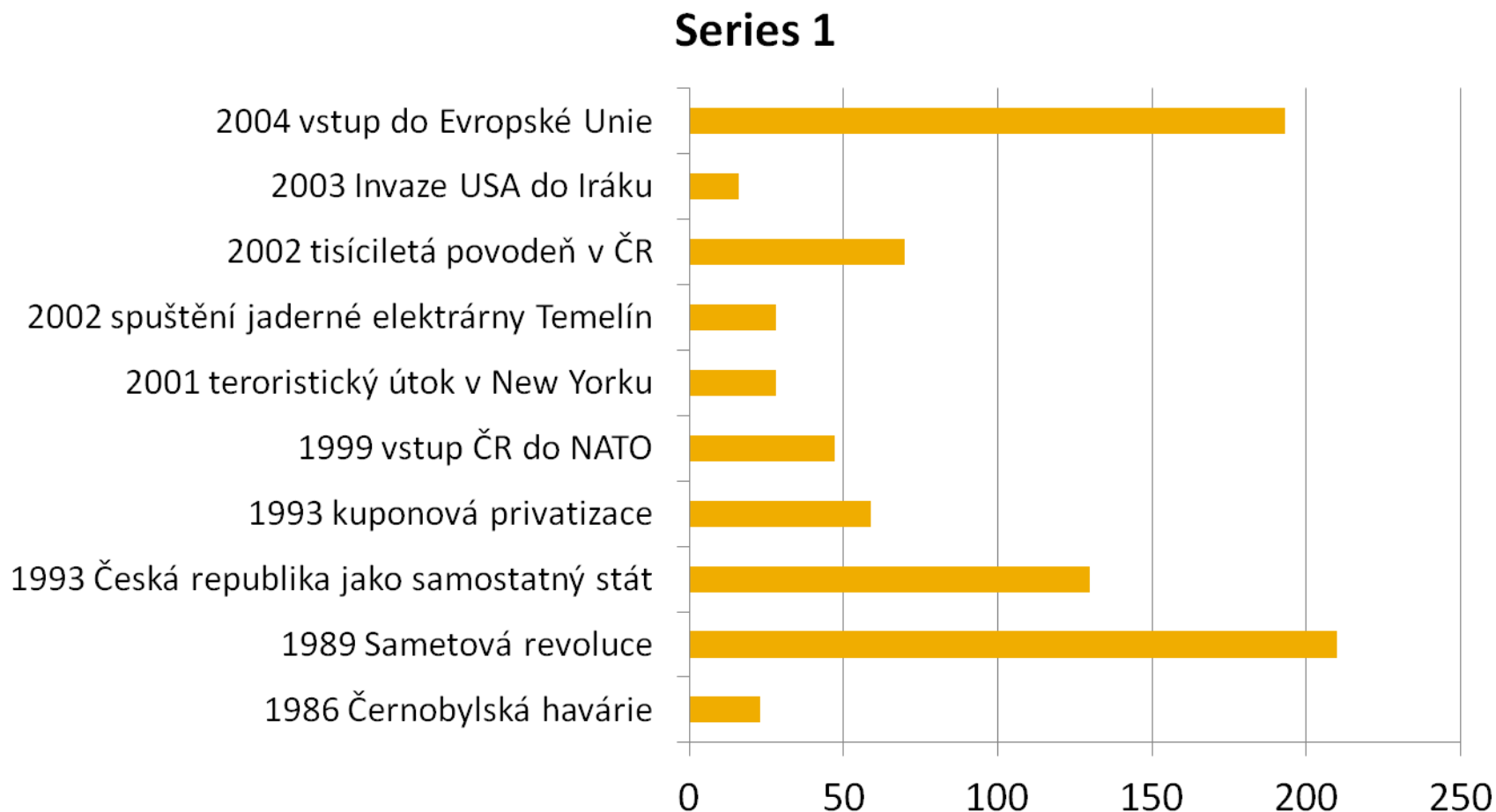
## AMERICKÁ GENERACE Y

- ekonomická konjunktura 90. let
- jaderná havárie v Černobylu
- Válka v Kosovu
- Impeachment prezidenta Clintona
- masakr na střední škole v Columbine
- teroristický útok na Světové obchodní centrum
- jaderná hrozba – Severní Korea
- invaze do Iráku
- strach z antraxu
- ptačí chřipka (2005)

## ČESKÁ GENERACE Y

- 1989 a sametová revoluce
- 1993 a osamostatnění České a Slovenské republiky
- 1997 a vstup do NATO
- 2004 vstup do Evropské unie

# „Které události podle vás nejvíce ovlivnily českou společnost?“



zdroj: vlastní výzkum; 2008

# ...a další generace

## BABY BOOMERS

- 1946 – 1964
- narodili se do optimistických let po konci války
- pozitivně založení
- vyhledávají věci, které jim usnadní život

## GENERACE X

- 1965 – 1976
- pesimistické vnímání světa...drogy, sexuálně přenosné choroby, ekonomické krize
- velcí individualisté
- „Carpe Diem“ generace
- Generace X ≠ Husákovy děti

Generace Y – první  
**globální** generace

...politické uvolnění  
...snadnější možnost vycestování  
...neexistence cenzury

# **konec studené války a pád železné opony**

...možnost cestování

...zaručená svoboda projevu

...kapitalismus a existence konkurence

# **pro ČR - Změna politického systému a přechod ke kapitalismu**

...propojení jedinců po celém světě  
...snadný přístup k informacím pro každého  
...významné změny v komunikaci

## existence Internetu

**„THE WORLD IS JUST A CLICK AWAY“**



# Generace Y a internet

- dimenze vlivu internetu
  - přístup k informacím
  - možnost komunikace
  - tzv. web 2.0
    - sdílení, zjednodušování internetu
    - sociální sítě, tagging, wiki, blogy, atd.

**srovnání 1985 vs. 2010**

1985











Jan Müller

Schweriner Strasse 12

Dresden

DDR











2010











the humiliation  
the illegal occupation  
the crimes of war  
you're already just a "buying/eating/watching" machine  
think again next time.



LinkedIn®

flickr

twitter

e

digg

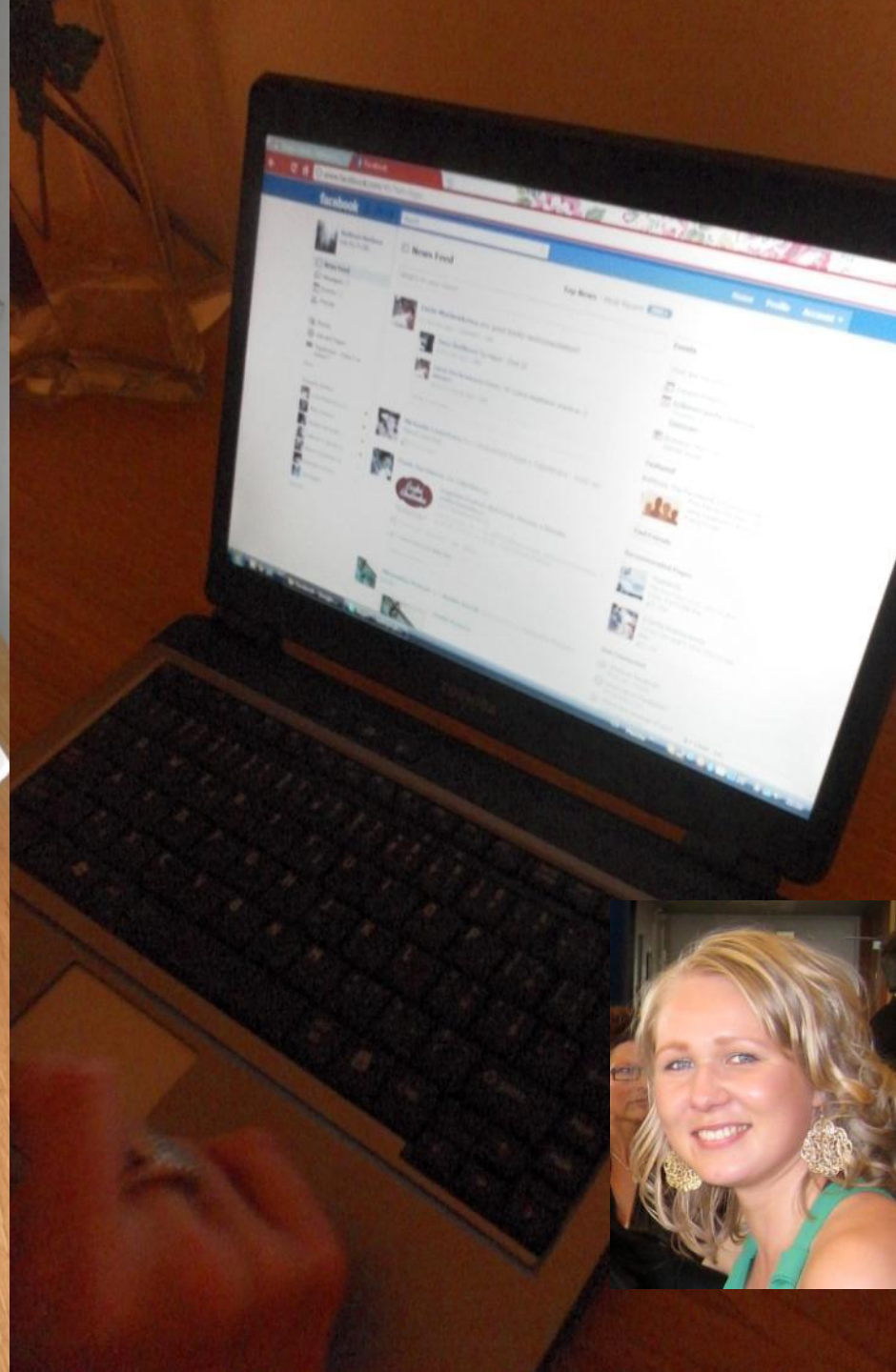


skype

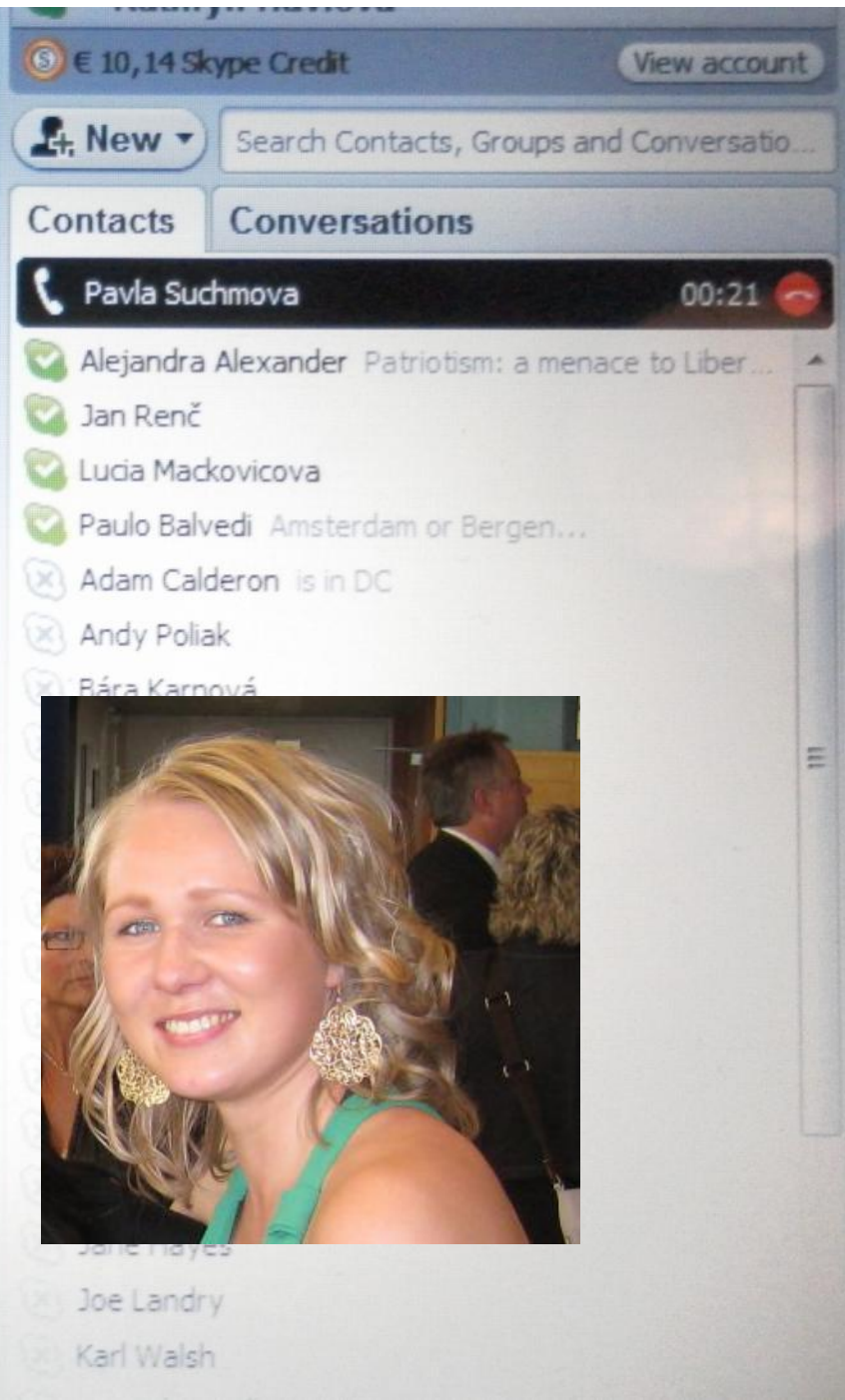
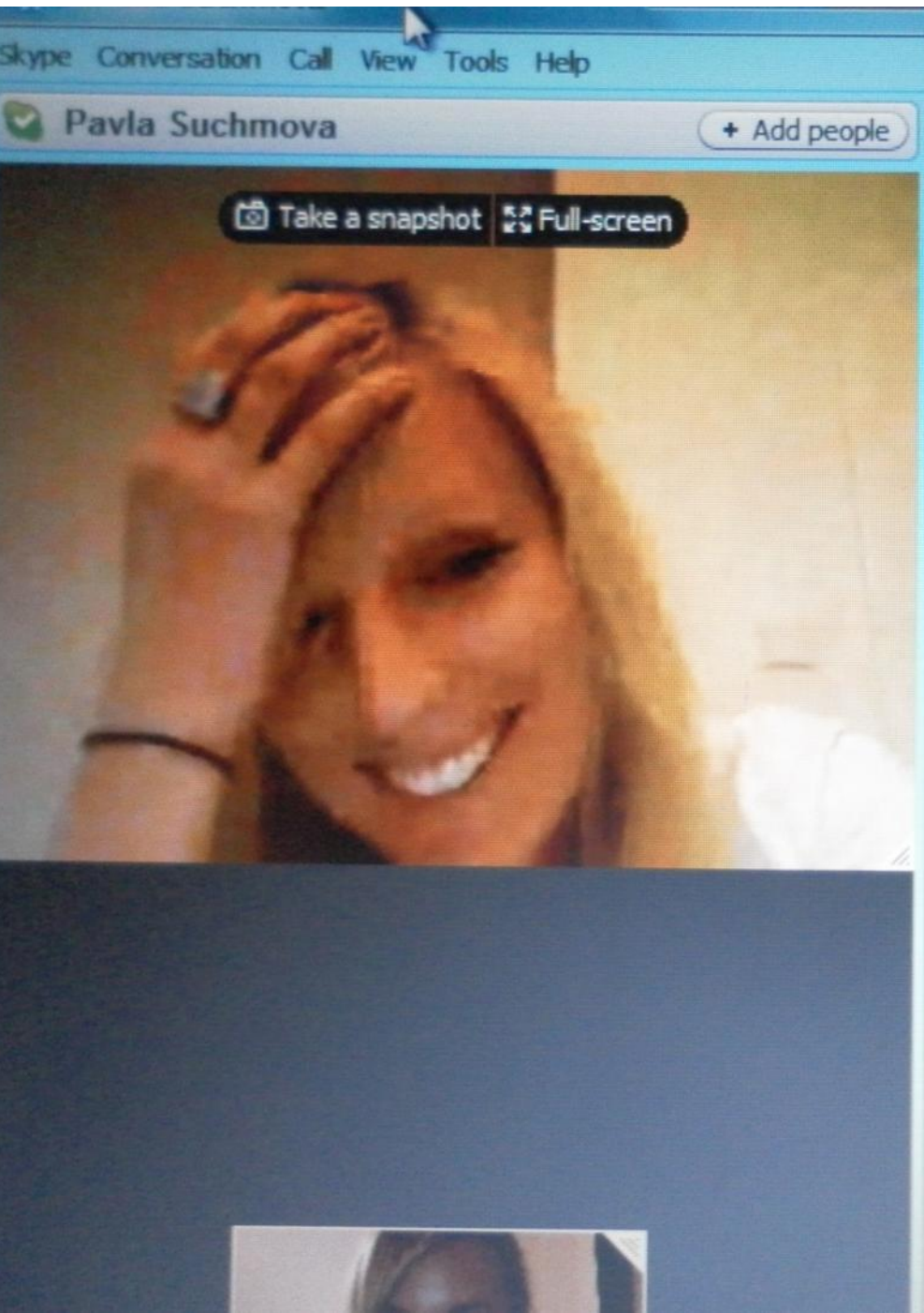
talk















Ráno zapnu rádio, kde se hraje song, který se mi líbí

# **Realita teenagera rok 1985 vs. 2010**

# rok 1985

8.30

10.30



V rádiu zahrajou song, kterej se mi líbí. Nevím, jak se jmenuje.

V rádiu znovu zahrajou song. Stále nevím, jak se jmenuje. Proklínám den, kdy jsem si koupila magneták bez rekordéru.

# rok 2010

8.30 8.33 8.35

9.00

9.50

10.30



V rádiu zahrajou song, kterej se mi líbí. Nevím, jak se jmenuje.

Vygoogluju si pár slov, který si pamatuju a zjistím název.

Několikrát si přehraju písničku na youtube.com

Přečtu si historii kapely na Wikipedii.

Ilegálně si stáhnou celou diskografii skupiny.

Stanu se fanynkou skupiny na Facebooku a dám tak vědět všem svým kamarádům o nové cool skupině.

# Společné globální znaky Generace Y

- životní optimismus
- každodenní využití internetu = samozřejmost
- asertivita
- důležitost sociálních vazeb
- touha po aktivní roli ve vztazích s institucemi
- zaměření na ekologii

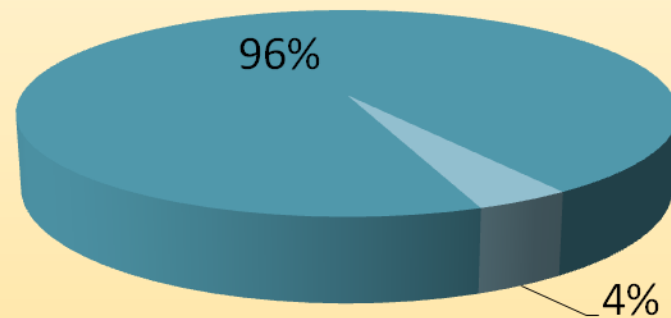
# Společné globální znaky Generace Y

- **životní optimismus**
  - každodenní využití internetu = samozřejmost
  - asertivita
  - důležitost sociálních vazeb
  - touha po aktivní roli ve vztazích s institucemi
  - zaměření na ekologii
- dívají se s optimismem do budoucnost
  - „vše je možné“
  - návaznost na události, které formovaly Generaci Y (minimum negativních jevů)
  - „Naše generace změní svět k lepšímu.“

# Společné globální znaky Generace Y

- životní optimismus
- **každodenní využití internetu = samozřejmost**
- asertivita
- důležitost sociálních vazeb
- touha po aktivní roli ve vztazích s institucemi
- zaměření na ekologii

- internet nejen jako zdroj informací, ale i možnost komunikace



- 96 % příslušníků Generace Y si zjistí informace na internetu, než se rozhodne pro nákup výrobku!

# Společné globální znaky Generace Y

- životní optimismus
  - každodenní využití internetu = samozřejmost
  - **asertivita**
  - důležitost sociálních vazeb
  - touha po aktivní roli ve vztazích s institucemi
  - zaměření na ekologii
- nebojí se vyjádřit vlastní názor
  - nebojí se ptát a hledat důvody „proč“
  - „děti milujících rodičů“



# Společné globální znaky Generace Y

- životní optimismus
  - každodenní využití internetu = samozřejmost
  - asertivita
  - **důležitost sociálních vazeb**
  - touha po aktivní roli ve vztazích s institucemi
  - zaměření na ekologii
- návrat k životu v komunitě (alespoň virtuální)
  - chtějí být součástí celku
  - součástí jejich image

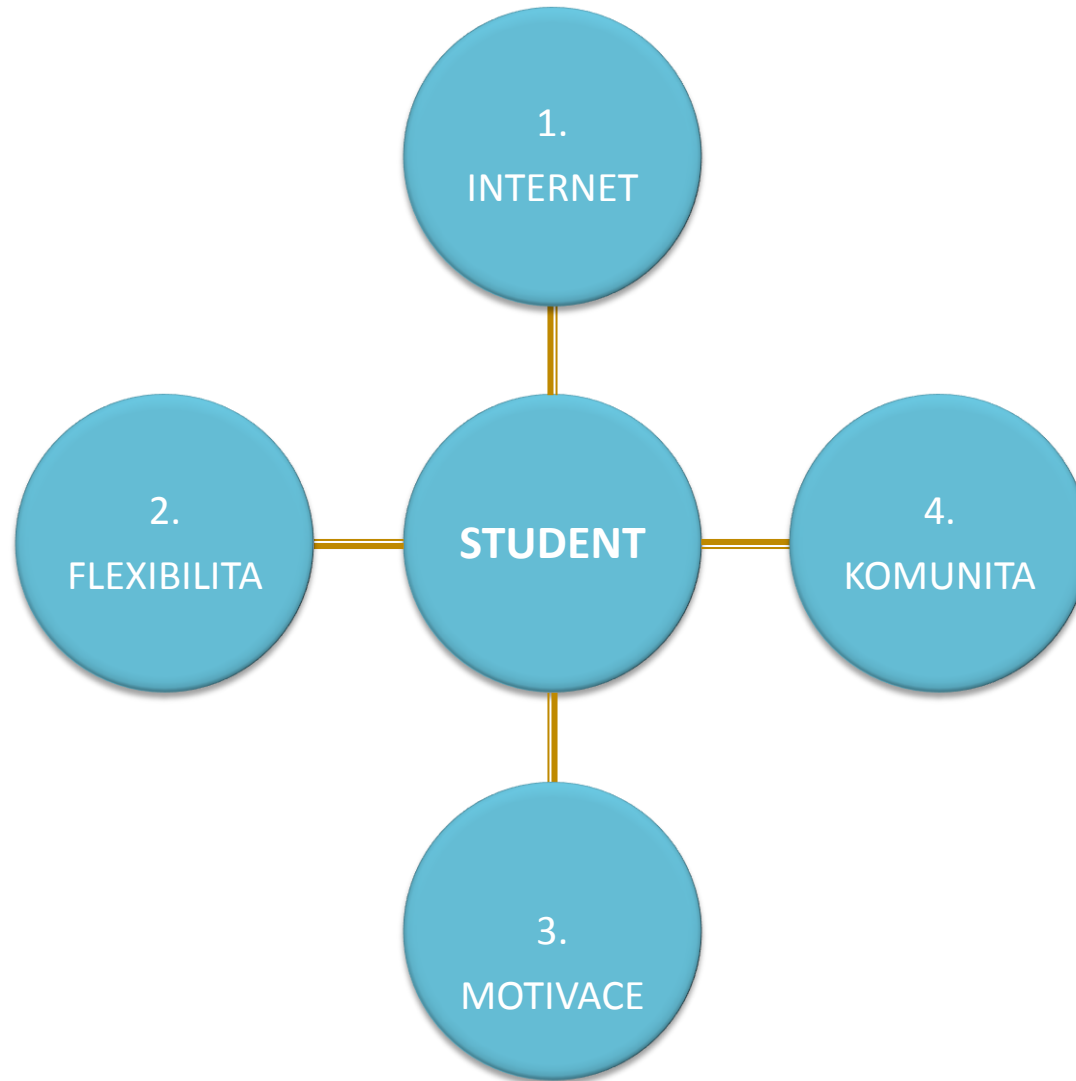
# Společné globální znaky Generace Y

- životní optimismus
  - každodenní využití internetu = samozřejmost
  - asertivita
  - důležitost sociálních vazeb
  - **touha po aktivní roli ve vztazích s institucemi**
  - zaměření na ekologii
- pro Generaci Y nestačí být pasivním aktérem vztahu s institucemi
  - typické ve vztahu firma:zákazník
  - důraz na **zpětnou vazbu**

# Společné globální znaky Generace Y

- životní optimismus
  - každodenní využití internetu = samozřejmost
  - asertivita
  - důležitost sociálních vazeb
  - touha po aktivní roli ve vztazích s institucemi
  - **zaměření na ekologii**
- významná společenská otázka pro Generaci Y  
→ samozřejmá součást jejich životů
  - začíná ovlivňovat (spotřebitelské) preference
  - důležité je být „zelený“, nikoli ekologický

# 4 pilíře komunikace se studenty z Generace Y



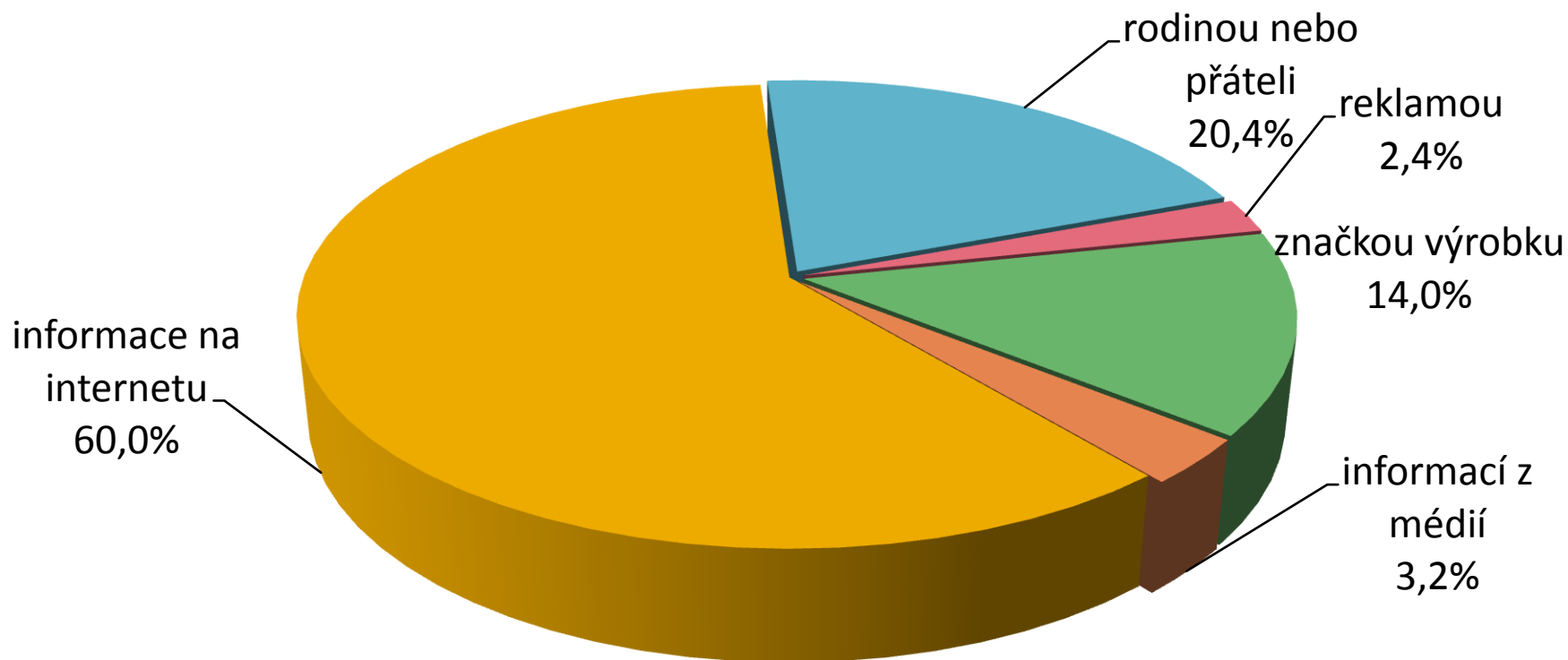
# Generace Y a internet

## 1. INTERNET

- každodenní užití internetu
- využívání webu 2.0
- vysoká důvěra v internet jako zdroj spolehlivých informací
- vyhledání a analýza informací je otázkou minut

1.  
INTERNET

**Kým nebo čím se nejčastěji při nákupu necháte ovlivnit?**



# Generace Y a flexibilita

2.

FLEXIBILITA

- požadují maximální flexibilitu
- př.: informace od školy
  - informace na internetu 24/7
  - možnost mít vlastní profil; rychlý přenos důležitých informací

# Generace Y a flexibilita

2.

FLEXIBILITA

- Generace Y hledá flexibilitu i ve svém životě
- př.: flexibilita ve výuce
  - mít možnost si vybrat, jak se budu učit, kdy budu pracovat na projektu



- Jak motivovat Generaci Y
  - udělat obsah zajímavý
  - prvek interaktivity
  - při zadávání úkolů:
    - nastavit cíl, ne postup
    - jednotlivé úkoly mohou být i velmi náročné
    - „okamžitá“ odměna
    - týmová práce
  - pozitivní ohodnocení práce
  - být vzorem (=role model)

# Generace Y a proces učení

## 3. MOTIVACE

- starší generace – preferuje absorbovat všechny dostupné informace
- X
- Generace Y – učí se „za pochodu“
- schopnost velmi rychle třídit data podle důležitosti

# Generace Y a mediální multi-tasking

3.

MOTIVACE

- Gen Y „konzumuje“ média odlišně
- norma je sledovat více než jedno médium současně
- př.:
  - Baby Boomer – pasivně se dívá na televizi, pak jí vypne a jde si číst
  - Generace Y – zapne televizi, zapne počítač, kde chatuje s ostatními, zároveň sleduje video na youtube.com – vše v jednom okamžiku

# Generace Y a obrazové informace

3.  
MOTIVACE




- Generace Y = generace obrázků
- lépe zpracovávají obrazové stimuly; i velmi **komplexní**
- „**Obrázek řekne více než 1000 slov.**“  
...u Generace Y možná i více než 1000...


# Generace Y a sociální vazby

4.  
KOMUNITA

- malý respekt ke společenským autoritám
- důležité je, co si myslí jejich vrstevníci
- sociální sítě
  - substituují komunikace e-mailem a telefonem
  - <http://www.youtube.com/user/Socialnomics09#p/a/u/1/IFZ0z5Fm-Ng>





1.  China: 1,332,060,000

2.  India: 1,166,900,000


3.  **500,000,000**


4.  U.S.A.: 307,010,000


5.  Indonesia: 230,781,846

6.  Brazil: 191,594,000

7.  Pakistan: 167,021,500

8.  Bangladesh: 162,221,000

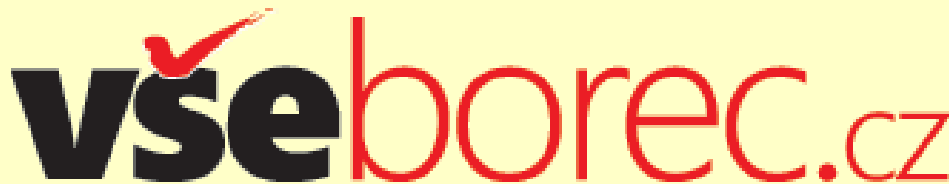
9.  Nigeria: 154,729,000

10.  Russia: 141,868,000

# Generace Y a sociální vazby

4.  
KOMUNITA

- WOM...Word of Mouth
  - česky tzv. **šeptanda**
  - marketing: neformální doporučení výrobku nebo služby přáteli nebo rodinou
- Gen Y důvěřuje názorů svých vrstevníků; i těch virtuálních

The logo for vseborec.cz is displayed on a yellow rectangular background. It features the word "vse" in a bold, black, sans-serif font, followed by "borec" in a red, sans-serif font, and ".cz" in a smaller red font. A red checkmark is positioned above the "e" in "vse".

**vse**borec.cz

### 3MI101 - Ekonomie 1

- ★★★★★ Toto je strašák prváku. Nepodcenit!! Nejlepší je se učit průběžně. Píše se několik minitestů, pak dva velké a vše je zak  
přežít a makro mně osobně přišlo docela zajímavé. Na přednášky jsem měla Dobrylovského a přednáší výborně!! Bez něho bych to sn  
autor: Jacky  
datum vložení: 27. června 2010
- ★★★★★ Tohle byl jednoznačně nejlepší předmět, který mě v prváku potkal!!! Nebyl sice zrovna jednoduchý, ale věci co se člov  
jednotlivé kapitoly spolu souvisí a zapadají do sebe. Když si nenecháte utéct začátek a budete se průběžně učit, tak si ulehčíte živo  
budou stačit 4(max. 5 dnů). Spousta lidí na tento předmět nadává, ale když se přihlásíte na ekonomickou školu, tenhle předmět je a  
datum vložení: 11. června 2010
- ★★★★★ Ekonomie 1 je sice těžký předmět, ale na druhou stranu musím říct, že pokud se alespoň trošku věnujete přípravě (dop  
přednášek, přednášky bych bral spíš jako doplnění), na některé ekonomické jevy určitě změníte názor, nebo si o alespoň nich alespo  
nějakým způsobem prokoušete přes mikroekonomii, tak makroekonomie už pro vás bude celkem jednoduchá... To je alespoň můj osob  
mikroekonomie přišla jednodušší... Spíše záleží na tom, jestli o některých tématech něco málo víte z dřívějšíka... Při studiu předmětu  
hodně štěstí, které budete nepochybně potřebovat...  
autor: Roady  
datum vložení: 18. ledna 2010
- ★★★★★ Tento předmět mě fakt strašně baval. Pokud se nepodcení příprava na průběžné testy (ale zas přispívaj k objektivnějším  
zvládnout, i když kolem sebe jsem hodně slychala, že s tím lidí maj problémy a hodně lidí to opakuje. Měla jsem asi štěstí na cvičícího  
pustit k ústní. Ekonomie mi přišla zajímavá a přínosná.  
datum vložení: 12. ledna 2010
- ★★★★★ Tak abych pravdu řekla, tenhle předmět nepatří k nejlehčím, ale pokud tomu věnujete přípravu, odnesete si toho spous  
Adámek je opravdu zlatej, hlavně všechno vysvětlí i několikrát a dá se s ním rozumně domluvit. Přesně ten typ, který chce, abyste si  
odnesli. Přednášky jsem měla původně u Dobrylovského, kterému je úplně jedno jestli to chápete nebo ne. Doporučuju Brěnovou-vysv  
doporučuju volit podle něj. 4 hvězdičky dávám především za Adámka a jeho cvičení, který fakt naučily  
datum vložení: 6. ledna 2010
- ★★★★★ Rozhodně nepodcenit!!! Vím o čem mluvím, dělám ho podruhé. Poprvé jsem měla na cvičení externistu, který nic nenar  
zákeřnosti. Důležité je, připravit se na každý test. Neplatí zde, že pokud se vám to nepovede, můžete si to jeste někdy opravit a na  
je docela dost. Pokud jste v prváku, a řeknou vám, že si nemáte měnit rozvrh, tak bych si ho klidně změnila, pokud vám nevyhovuje  
dodržela, jsem ztratila hned první semestr 9 kreditů, jelikož mi díky ztrátě ekonomie chyběl jeste 1 kredit do dvaceti. No prostě děs.  
přednášky i na cvičení a je opravdu skvělá. Všechno srozumitelně vysvětlí a v testech je pouze to, co řekne na přednášce. Takže za  
skvělého cvičícího a přednášejícího, nepodcenit průběžné testy a tím pádem pak ekonomie není tak velký problém a možná vás bude  
datum vložení: 6. prosince 2009
- ★★★★★ taaak eko je fakt kamen urazu  
datum vložení: 22. března 2009
- ★★★★★ Spojení mikra a makra je náročnější, je toho hodně, ale zvládnout se to dá. Na cvičeních se většinou všechno nestihně



OBORY:

- APLIKOVANÁ INFORMATIKA
- BANKOVNICTVÍ
- FINANCE A FINANČNÍ SLUŽBY
- MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

- ŘÍZENÍ PODNIKU A PODNIKOVÉ FINANCE
- POJIŠTOVNICTVÍ
- VEŘEJNÁ SPRÁVA
- VEŘEJNÉ FINANCE

**Související vyučující:** Holman Robert (průměr: 3.59 hvězdiček, referencí: 322)

**Řadit podle:** [data vložení (od nejnovějších)] [data vložení (od nejstarších)] [počtu hvězdiček (od nejlepších)] [počtu hvězdiček (od nejhorších)]

Nalezeno **49 referencí**, zobrazena strana **1 z 2**

**B o o r e c** ▶

1 2

## 5EN200 - Vývoj ekonomického a sociologického myšlení

[[všechny reference k 5EN200](#)] [[vložit novou referenci](#)]

### • **Robert Holman** (celkový průměr: **3.59** hvězdiček, referencí: **322**)

[[vložit novou referenci](#)]

- ★★★★☆ Pan profesor učí jednoznačně nejnáročnější předmět na který jsem během bakalářského studia narazil. Platí to, co je napsáno. Jeho výklad je hodně monotónní, ale když se do toho člověk zaposlouchá a nenechá se odradit, tak je výklad velmi zajímavý a toho může spoustu dozvědět. Jinak ke zkoušce je nejdůležitější vypracovat si otázky podle okruhů, které vyvěšuje na net. Také je důležité autoru nejdůležitější věci, které pan profesor chce abyste do eseje psali.

*výsledek předmětu: 3 - dobře*

*datum vložení: 14. července 2010* [[NEW!!: divná reference?](#)]

- ★★★★☆ Na tento předmět je třeba naučit se velké množství látky. U závěrečné eseje pak dost záleží na tom, jak komu se daří. *výsledek předmětu: 2 - velmi dobře*  
*datum vložení: 12. července 2010* [[NEW!!: divná reference?](#)]  
autor: Marusch

- ★★★★☆ Tento předmět je celkem zajímavý a člověk získá přehled. Ale ta jediná a zásadní chyba je v množství látky ke zkoušce, která se neučila tak inenzivně...

*výsledek předmětu: hodnocení v době psaní reference ještě není uzavřeno*

*datum vložení: 25. června 2010* [[NEW!!: divná reference?](#)]

autor: janyinka

- „Sharing is not the new black, it is the new normal.“

starší generace: sdílí výsledek

x

Gen Y: sdílí i projekty **ve vývoji**



# Strategie VŠ k oslovení Generace Y

- chovat se jako firma → budovat svůj **brand**
  - otevřenost, férovost, role models pro studenty
  - nesnažit se být přesprátiš cool
  - nepodceňovat internet jako zdroj informací
- studenti chtějí být loajální vůči „brandu“ školy – stává se součástí **jejich image**
- v komunikaci apelovat i na **emoce**; přidat aspekt zábavy
- budování W-O-M spíše než investice do reklamy
  - obtížné, těžko ovlivnitelné, ale **efektivní**

# Shrnutí - Jaké jsou požadavky Generace Y?

Ideální škola	Ideální kantor	Ideální výuka
Je flexibilní k mým požadavkům.	Je mým mentorem a koučem. Nepřikazuje, motivuje.	Je zajímavá a smysluplná.
Je k dispozici, když to potřebuji.	Pomůže mi vyvinout moje schopnosti, které v budoucnu prakticky uplatním v práci.	Učím se na praktických příkladech, ne studiem sáhodlouhých učebnic.
Je to instituce, ke které můžu vzhlížet.	Dává mi zpětnou vazbu.	Je interaktivní.
Je to škola, která mi poskytne důležité kontakty pro budoucí kariéru.	Je pro mě „role model“.	Často spolupracujeme v týmech.

The logo features the word "CHANGE" in large, bold, white capital letters. Below it, the phrase "WE CAN BELIEVE IN" is written in smaller, white capital letters. The text is centered on a dark blue background with a subtle gradient and a thin white border.

**CHANGE**  
WE CAN BELIEVE IN

**Příklad práce s Generací Y  
mimo komerční sféru**



- Barrack Obama = značka
- interaktivní obsah
- zapojení emocí
- vytvoření sociální sítě
- website, blogy
- zpětná vazba



ORGANIZING  
FOR  
AMERICA

"I'M ASKING YOU TO BELIEVE.  
Not just in my ability to bring about  
real change in Washington ... I'm  
asking you to believe in yours."

BARACK OBAMA

GET EMAIL UPDATES

[SIGN UP](#)[ABOUT OFA](#)[ISSUES](#)[VOLUNTEER](#)[OFA BLOG](#)[STORE](#)[DONATE NOW](#)

## RALLY *with the* PRESIDENT

With elections less than two months  
away, President Obama is holding  
organizing rallies across the country.

[JOIN IN](#)

VOTE 2010



## IN THE 2010 ELECTIONS

[Rally with the President](#)[Update from  
David Plouffe](#)[OFA's iPhone App](#)[Ending the War  
in Iraq](#)[COMMIT TO VOTE](#)

ORGANIZING FOR AMERICA HQ BLOG

[VIEW MORE](#)

SEPTEMBER 13, 2010

### What You Need to Talk With Voters

When OFA volunteers hit the streets to talk with voters, they grab the usual clipboards, campaign lit to hand out, and maps of the area they'll be covering. But many want to dig in deeper. Since we know that one-on-one conversations are the most effective way of getting voters to the polls this November, we want to make sure we're as

SEP 13 [Open Thread: 50 Days 'Til November 2nd](#)

SEP 10 [Change in '68, '08, 2010 and Beyond](#)

SEP 9 [Obama and Kaine on What's at Stake in November](#)

SEP 8 [Still Hope Versus Fear](#)

SEP 7 [Video: Strategy Update from David](#)





# Komunikace školy vůči potenciálním studentům

1. vytvořit komunitu uvnitř školy
2. nesnažit se být příliš „cool“; apelovat na tradiční hodnoty
3. nepodceňovat internet jako zdroj informací
4. webové stránky jako „brána“ do školy
5. snažit se vytvořit dobrý w-o-m mezi studenty, klasická reklama je neúčinná

# Doporučená literatura

- HOWE, Neil, STRAUSS, William. *Millennials Rising : The Next Great Generation*. 1. vyd. New York : Vintage Books, 2000.
- PAUL, P. Getting inside GEN Y. *American Demographics*, Sep 1, 2001.
- Články dostupné na [www.businessweek.com](http://www.businessweek.com): autor Don Tapscott
- Články dostupné na [business.timesonline.co.uk/tol/business/career\\_and\\_jobs](http://business.timesonline.co.uk/tol/business/career_and_jobs)

(Prostor pro Vaše otázky)

**Děkuji za pozornost.**