

REFERENCE PUBLICATION
Soft skills

Juraj Miština

Táto publikácia bola vytvorená realizáciou projektu Poznatkovo riadený systém nástrojov sledovania uplatnenia absolventov v praxi v procese integrácie do EÚ, ITMS 26110230024, na základe podpory operačného programu Vzdelávanie, financovaného z Európskeho sociálneho fondu.



Recenzenti:

prof. Ing. Tomáš Kozík, DrSc. (UKF Nitra)

PhDr. Ľubica Rovánová, PhD. (FEI STU Bratislava)

doc. PhDr. Dana Dobrovská, CSc. (Masarykův ústav vyšších studií, ČVUT Praha)

ISBN 978-80-8096-157-2

EAN 9788080961572

© Trnava, MTF STU - AlumniPress, 2012.

Obsah

Úvod	5
Kapitola 1. Hľadanie zamestnania	7
Europas životopis – europas CV	8
Sprievodný (motivačný) list	24
Pohovor do zamestnania	26
Kapitola 2. Prezentácie	42
Kapitola 3. Angličtina ako jazyk prezentácie	52
Záver	61
Zoznam použitej literatúry.....	62

Úvod

Požiadavky trhu práce, a tým aj nároky zamestnávateľov, zaznamenali v priebehu minulých rokov výrazné zmeny. Ešte donedávna kládli personalisti dôraz takmer výhradne na odborné znalosti uchádzačov. Dnes ich stále viac zaujíma individuálna osobnosť jednotlivých kandidátov. Máme tým na mysli také vlastnosti, ktoré nemožno zahrnúť do odbornej kvalifikácie. Nielen v anglosaskom svete sú označované ako „soft skills“. I keď sa stretávame s pokusmi o používanie slovenského ekvivalentu „mäkké zručnosti“, tento termín sa väčšinou neprekladá. Ako soft skills sú označované vlastnosti, ktorých dôležitosť sa líši podľa konkrétnych požiadaviek podniku. Spektrum soft skills siaha od empatie či poznania ľudí, cez komunikatívnosť či sebakritiku, až po schopnosť presadiť sa, viesť tím alebo schopnosť nadchnúť ostatných pre spoločný cieľ. Spoločným menovateľom je schopnosť komunikovať.

To, čo znie v teórii ako samozrejmosť, je pre mnohých absolventov tou najväčšou a najťažšou skúškou na ceste k profesijnému úspechu. V praxi sa stretávame s nedôverou študentov k potrebe tréningu v oblasti komunikačných zručností. Charakteristické sú dva extrémy:

1. Študenti považujú svoje schopnosti komunikovať za dostatočne rozvinuté a nepociťujú potrebu ich ďalej rozvíjať. Považujú to za stratu času.
2. Študenti nemajú dostatok sebadôvery rozvíjať svoje komunikačné zručnosti v kolektíve, majú zábrany verejne predniesť ústny prejav.

Pritom v súčasnosti sa o pracovnú pozíciu často uchádza aj stovka kvalifikovaných uchádzačov s rovnakým alebo podobným vzdelanostným zázemím (hard skills). To čo jedného uchádzača zvýhodní pred ostatnými je pridaná hodnota. Pridanou hodnotou v tomto prípade sú jeho schopnosti pružne a efektívne reagovať na dané parametre už pred prvým kontaktom s budúcim zamestnávateľom. Je to jeho schopnosť korektnou formou a premysleným obsahom vstúpiť do rokovania o svojom potenciálnom zamestnaní (životopis, motivačný list), presvedčivo hovoriť o svojich prednostiach a prínose pre budúceho zamestnávateľa (pohovor do zamestnania). Je to jeho schopnosť viesť v práci úspešné

rokovania s nadriadenými, podriadenými a kolegami, s obchodnými partnermi či zákazníkmi. Je to jeho schopnosť viesť tím alebo sa podriaďiť potrebám tímu. Sú to soft skills.

Dnešný trh práce je typický svojím globálnym charakterom. Globalizácia pracovného trhu okrem iného prináša aj globálny dorozumievací prostriedok, ktorým je v súčasnosti anglický jazyk. Nielen jeho zvládnutie, ale aj aplikácia komunikačných modelov v profesionálnom prostredí sa popri dobrej znalosti počítačových aplikácií a práce s IKT stáva konštantnou požiadavkou zamestnávateľov. Mnohé zahraničné firmy prinášajú aj svoju komunikačnú kultúru. Schopnosť prispôbiť sa a predísť kultúrnym konfliktom prináša výhody pre zamestnanca aj zamestnávateľa. Preukázanie týchto znalostí a ich etické uplatňovanie v každodennej praxi alebo pri rokovaní s partnermi či zákazníkmi tvoria pridanú hodnotu, ktorá zvýhodňuje pracovníka, a tým aj firemné prostredie ktoré reprezentuje.

Dôvodov, aby sa jednotlivci snažili rozvíjať soft skills čo najskôr, teda už počas štúdia, je viacero. Vzdelávacie inštitúcie ročne „produkurujú“ stovky až tisíce absolventov s rovnakým alebo podobným vzdelaním. Konkurujú im absolventi z predchádzajúcich rokov s nadobudnutou praxou. Jednotlivec sa presadí iba komplexom nadstavbových kompetencií a schopnosťou ich praktickej a efektívnej aplikácie v prospech zamestnávateľa. A samozrejme svojou schopnosťou presvedčiť o týchto svojich schopnostiach.

Cieľom publikácie je poskytnúť študentovi prehľad o soft skills zameraných na komunikačné zručnosti, zorientovať ho v možnostiach ich použitia v pracovnom prostredí a poukázať na možné úskalia. Samozrejme, po jej preštudovaní sa automaticky nestane komunikačným expertom. Je iba na ňom, ako naloží s poskytnutými informáciami. Veríme, že správne. Veríme, že obsah publikácie pomôže hlbavému a pozornému čitateľovi pripraviť sa pre profesionálnu prax tak, aby bol vždy o krok vpred pred svojimi konkurentmi.

Kapitola 1. Hľadanie zamestnania

Ponuka pracovnej sily dnes v mnohých prípadoch prevyšuje dopyt, a uchádzači sa tak stávajú súčasťou nemilosrdného konkurenčného boja, v ktorom nevyhrávajú len tí najlepší, ale oveľa častejšie tí najpresvedčivejší. V čom spočíva tajomstvo ich úspechu? Jednoznačne v kvalite prezentácie. Môžeme mať tú najlepšiu kvalifikáciu, ale ak ju nedokážeme "predať", je to, ako by sme ju nemali. Oproti tomu, kvalitná prezentácia často "skryje" niektoré nedostatky. Nejde samozrejme o to, zamestnávateľa klamať, ale vedieť poukázať na svoje kvality, či už pri spracovaní životopisu, oslovení zamestnávateľa alebo pri osobnom pohovore. Z hľadiska množstva úkonov a ich previazanosti môžeme hľadanie zamestnania charakterizovať ako novú "kvalifikáciu". Teda prechod do úplne odlišného prostredia, ako je zamestnanie samotné.

Uchádzači o zamestnanie túto skutočnosť veľmi často podceňujú. Vstupujú na trh práce v snahe uspieť bez toho, aby tento trh aspoň do určitej miery poznali. Pritom práve neznalosť trhu práce je najčastejším dôvodom dlhodobého neúspechu a následne dlhodobej nezamestnanosti, ktorá je sprevádzaná pasivitou. V zásade ide o celkom prirodzený jav. Ak hľadáme zamestnanie a dlhší čas sa stretávame s neúspechom, je ťažké veriť, že nabudúce to určite vyjde. Skôr sa pýtame sami seba, či má vôbec zmysel sa snažiť, keď aj tak nakoniec vyberú niekoho iného, ako tomu bolo doteraz. Akonáhle začnú tieto pesimistické úvahy prevládať, začneme v podstate vymýšľať dôvody, prečo zamestnanie nehľadať. Navyše si túto situáciu náležite ospravedlníme. V tom okamihu sa z nás stávajú ideálni kandidáti na dlhodobo nezamestnaných. Nie snáď z toho dôvodu, že by sme nemali dostatok predpokladov pre úspech, ale preto, že zamestnanie prestaneme hľadať, respektíve prestaneme o neho "bojovať".

Najprv by sme sa mali zamyslieť nad tým, či môžeme ľahko uspieť v úplne odlišnej činnosti, ktorú hľadanie zamestnania bez pochyb je, bez toho aby sme sa akokoľvek pripravili. V zásade prechádzame z odboru do odboru a mali by sme sa vybaviť zodpovedajúcimi znalosťami. Uchádzači často tvrdia, že ich príprava na hľadanie zamestnania zdržiava a oni potrebujú najsť prácu čo najrýchlejšie. Na prípravu vraj skrátka

nie je čas. Rozsiahly prieskum však ukázal, že tí, ktorí chceli nájsť zamestnanie čo najskôr, ho nakoniec hľadali najdlhšie. Sama príprava nie je časovo príliš náročná a nijak nás neobmedzuje v našich aktivitách. Naopak nám pomáha dosahovať oveľa vyššiu efektivitu bez ohľadu na to, ako dlho sme nezamestnaní. Aj uchádzači, ktorí boli bez zamestnania niekoľko rokov, zaznamenali úspechy potom, čo začali uplatňovať znalosti trhu práce v praxi.

Hľadanie zamestnania je práca na plný úväzok. Po prieskume trhu práce je vhodné viesť si agendu o voľných pracovných miestach a všetkých aktivitách, ktoré ste podnikli pre ich získanie. Pretože je pravdepodobné, že budete hovoriť s mnohými personalistami a vedúcimi pracovníkmi, že pošlete desiatky žiadostí a životopisov, prehľad o adresách, menách, telefónnych číslach a dátumoch vám môže značne uľahčiť hľadanie. Prvé dva kroky ktorými sa prezentujete sa týkajú písomnej komunikácie. Životopis a motivačný list sú dva dokumenty, ktoré o vás vytvárajú prvý dojem. A prvý dojem neurobíte na druhý krát. Preto každý detail, ktorý podceníte, vás môže vyradiť z účasti na výberovom konaní.

Europass životopis – Europass CV

Štruktúrovaný životopis, alebo čoraz častejšie „sívíčko“ (z latinskej skratky CV - Curriculum vitae = „priebeh života“, alebo „životná dráha“), je dokument, ktorý má jedinu úlohu. Získať pre vás možnosť zúčastniť sa pohovoru do zamestnania, výberového konania. V cudzojazyčnej inzercii písanej v anglickom jazyku sa môžete stretnúť aj s výrazom „resume“, čo je obdoba životopisu. Spravidla firma alebo zamestnávateľ, ktorý od vás žiada *resume*, pochádza z amerického prostredia. Životopis je stručný dokument, ktorý sumarizuje vaše vzdelanie, zamestnania a prax, a informácie relevantné pre prácu, o ktorú sa uchádzate. Účelom životopisu (spolu so sprievodným listom) je získať pre vás možnosť zúčastniť sa pohovoru. Výskum ukázal, že v priemere desať pohovorov je potrebných na získanie jedného pracovného miesta, preto váš životopis musí byť presvedčivý a perfektný. Pri tvorbe životopisu sa pridržajte nasledujúcich zásad:

Starostlivo dbajte na formu prezentácie svojho životopisu. Uvedte jasne a logicky svoje kvalifikácie a zručnosti tak, aby bolo ľahké rozpoznať vaše charakteristické kvality. Venujte

potrebnú pozornosť všetkým podstatným detailom, týkajúcim sa obsahu aj formy; chyby v pravopise sú neospravedlniteľné. Sústreďte sa na to, čo je najdôležitejšie. Životopis má byť stručný: vo väčšine prípadov stačia dve strany na to, aby ste predstavili, kto a čo ste. V niektorých krajinách sa trojstránkový životopis môže pokladať za príliš dlhý aj v prípade, že máte vynikajúcu prax. Ak je vaša prax ešte príkrátka (pretože ste ešte len nedávno ukončili školu), opíšte najskôr svoje vzdelávanie a prípravu, zdôraznite svoje pracovné činnosti počas prípravy (pozri online príklady). Sústreďte sa na základné informácie, ktoré prinesú pridanú hodnotu vašej žiadosti: pracovné skúsenosti alebo prípravu, ktoré sú zastarané alebo nie sú relevantné, môžete vynechať. Prispôbte svoj životopis miestu, o ktoré sa uchádzate. Systematicky kontrolujte svoj životopis zakaždým, keď ho chcete poslať zamestnávateľovi, či súhlasí s požadovaným profilom; zdôraznite svoje prednosti podľa špecifických požiadaviek možného zamestnávateľa. Dobrá znalosť firmy vám pomôže ušetriť životopis na mieru požadovaného profilu. Dávajte si pozor: Nenafrakujte umelo svoj životopis, ak to urobíte, veľmi pravdepodobne vás vylúčia z pohovoru. Dodržujte štruktúru formulára

Životopis môže mať rôznu formu. V ostatnom čase s vytvorením európskeho trhu práce sa čoraz viac uplatňuje tzv. Europass životopis.

Čo je Europass? Europass je päť dokumentov, ktoré umožnia, aby boli vaše schopnosti a kvalifikácia v Európe jasne a ľahko zrozumiteľné. Dva dokumenty sú voľne dostupné a môžu si ich vyplniť samotní európski občania:

- **Životopis** vám umožní účinne a prehľadne predstaviť vaše schopnosti a spôsobilosti; Môžete si vytvoriť svoj životopis on-line podľa praktického návodu alebo prevziať formulár, príklady a pokyny.
- **Jazykový pas** je nástrojom na vlastné ohodnotenie svojich jazykových schopností a spôsobilostí; Môžete si vytvoriť vlastný Jazykový pas podľa praktického návodu alebo môžete prevziať formulár, príklady a pokyny.

Tri dokumenty, ktoré vydávajú orgány vzdelávania a odbornej prípravy:

- **Europass – mobilita** obsahuje záznam znalostí a schopností nadobudnutých v inej krajine Európy.

- **Dodatok k vysvedčeniu/osvedčeniu** obsahuje opis znalostí a schopností nadobudnutých držiteľmi certifikátov odborného vzdelávania a odbornej prípravy. Dopĺňajú sa v ňom informácie, ktoré sa už nachádzajú v príslušnom úradnom osvedčení a ktoré sú potom zrozumiteľnejšie, a to predovšetkým v zahraničí.
- **Dodatok k diplomu** obsahuje opis znalostí a schopností nadobudnutých nositeľmi akademických titulov. Dopĺňajú sa v ňom informácie, ktoré sa vzťahujú na akademický titul, pričom tento titul je potom zrozumiteľnejší, a to predovšetkým v zahraničí.

Pomáha občanom uvádzať informácie o ich schopnostiach a kvalifikácii účinným spôsobom, aby si mohli nájsť zamestnanie alebo školenie. Zamestnávateľom pomáha porozumieť schopnostiam a spôsobilostiam pracovníkov. Orgánom vzdelávania a odbornej prípravy pomáha stanoviť obsah učebných osnov a informovať o ňom.

Europass – životopis vám umožňuje prezentovať kvalifikácie a zručnosti v logickom poradí:

- osobné informácie;
- opis vašej praxe;
- opis vášho vzdelávania a prípravy (môže byť pred kolónkou „Prax“, ak máte príkrátku prax; na zmenu poradia týchto dvoch kolónok použite pokyn „kopírovať/vložiť“ v textovom editore);
- podrobný súpis vašich zručností a kompetencií získaných počas vašej prípravy, práce a každodenného života.

Poznámky:

- Životopis vytlačte na biely papier.
- Zachovajte navrhovaný typ písma a úpravu.
- Vyhnite sa podčiarkovaniu alebo písaniu celých viet veľkými písmenami alebo tučným písmom: ovplyvňuje to čitateľnosť dokumentu.
- Nerozdeľujte jednu položku v jednej kolónke do dvoch strán (napr. položku za jedno ukončené vzdelávanie), aby ste sa tomu vyhli, použite pokyn „zlom strany“ v textovom editore.

- Rámčeky jednotlivých kolónok by sa nemali objaviť na vytlačennom dokumente.
- Vyjadrujte sa jasne a výstižne

Potenciálny zamestnávateľ musí oceniť váš profil v priebehu niekoľkých sekúnd čítania, a preto

- používajte krátke vety;
- sústreďte sa na relevantné aspekty svojej praxe;
- vysvetlite prestávky vo svojom štúdiu a kariére;
- odstráňte akúkoľvek kolónku, ktorej vyplnenie nie je povinné, napr. ak nemáte žiadne „umelecké zručnosti a kompetencie“ (pozri str. 2 formulára), alebo ak sa domnievate, že tieto zručnosti a kompetencie neprinesú pridanú hodnotu vašej žiadosti; odstráňte celú kolónku tak, že použijete pokyn „vystrihnúť“ v textovom editore.

Keď máte životopis napísaný, starostlivo ho skontrolujte, odstráňte akékoľvek pravopisné chyby a presvedčte sa, že je formulovaný jasne a logicky. Dajte niekomu prečítať životopis, aby ste sa ubezpečili, že obsah je jasný a zrozumiteľný.

(<http://europass.cedefop.europa.eu/sk/about>)

Europass - životopis možno vytvoriť:

- on-line podľa on-line pokynov a príkladov. Vyplnený životopis potom získate v elektronickej podobe (prostredníctvom prevzatia alebo zaslania na e-mailovú adresu). Je potrebné, aby ste si vždy vo svojom počítači uložili Europass - životopis vo formáte XML alebo PDF-XML, aby ste si ho neskôr mohli načítať a doplniť on-line;
- off-line. Prevezmite dokumenty týkajúce sa Europass - životopisu (prázdny formulár, pokyny, príklady a prvú stranu Europass). Tieto podklady potom môžete využiť na vytvorenie vlastného životopisu na svojom počítači.

“ Päť dokumentov, ktoré umožnia, aby boli vaše schopnosti a kvalifikácia v Európe jasne a ľahko zrozumiteľné „

Životopis



Dokument, v ktorom môžete účinne a prehľadne predstaviť svoje schopnosti a kvalifikáciu

Vytvorte si životopis online - Postupujte podľa pokynov a vyplňte dokument si uložte (prostredníctvom prevzatia alebo odoslania na e-mail).

Aktualizujte si životopis (PDF+XML) online

Stiahnite si materiály k dokumentu životopis (formulár a návod) - S týmito materiálmi potom môžete pracovať nezávisle od tejto stránky.

Priklady - Priklady vyplnených životopisov

[Ďalšie informácie »](#)

Jazykový pas



Nástroj na vlastné ohodnotenie svojich jazykových schopností a kvalifikácie

Vytvorte si jazykový pas online - Postupujte podľa pokynov a vyplňte dokument si uložte (prostredníctvom prevzatia alebo odoslania na e-mail).

Aktualizujte si jazykový pas (PDF+XML) online

Stiahnite si materiály k dokumentu jazykový pas (formulár a návod) - S týmito materiálmi potom môžete pracovať nezávisle od tejto stránky.

Priklady - Priklady vyplnených dokumentov Europass - jazykový pas

[Ďalšie informácie »](#)

Ďalšie dokumenty Europass



Europass - mobilita - Dokument, v ktorom sú zaznamenané znalosti a schopnosti nadobudnuté v inej európskej krajine.

Dodatok k vysvedčeniu / osvedčeniu - Dokument, ktorý obsahuje opis znalostí a schopností nadobudnutých držiteľmi vysvedčení/osvedčení o odbornom vzdelávaní a odbornej príprave.

Dodatok k diplomu - Dokument, ktorý obsahuje opis znalostí a schopností nadobudnutých nositeľmi akademických titulov.

[Ďalšie informácie »](#)

Národné strediská Europass



V každej krajine (v Európskej únii, Európskom hospodárskom priestore) koordinuje aktivity súvisiace s dokumentmi Europass národné stredisko Europass. Je miestom prvého kontaktu pre každú osobu alebo organizáciu, ktorá sa chce dozvedieť viac o Europasse a dokumentoch Europass, alebo sa zaujíma o ich použitie.

[Ďalšie informácie »](#)

Europass a vy



Uchádzač o zamestnanie?

Žiak alebo študent?

Zamestnávateľ?

Učiteľ alebo školiteľ?

Vysokoškolský pedagóg?

[Ďalšie informácie »](#)

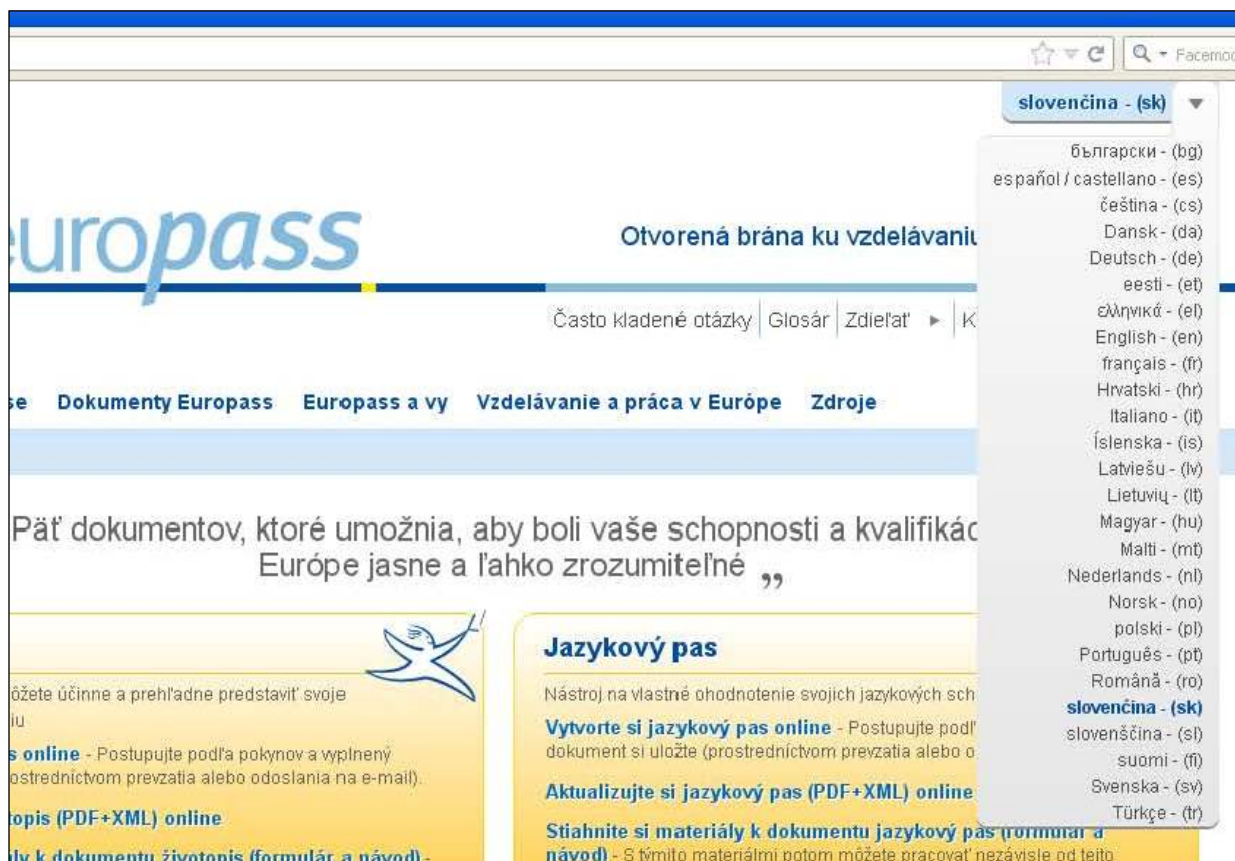
Čo je nové?



- 14.12.2011 A fresh new start for the Europass website »
- 6.10.2011 New version of Europass web services »
- 29.6.2011 Case study by SEMIC.eu for Europass XML »
- 21.1.2011 Europass video on YouTube »
- 3.11.2010 One million visits on Europass website in October 2010 »

Dostať sa na webovú stránku portálu *Europass* je jednoduché. Po napísaní hesla do vyhľadávача hneď prvá ponuka je <<http://europass.cedefop.europa.eu/sk/home>> .

Stránka je vytvorená tak, aby bola „user-friendly“ – používateľsky prívetivá a umožňuje jednoduchú navigáciu. Výhodou je, že po kliknutí na ikonu v pravom hornom rohu sa vám rozbalí ponuka všetkých oficiálnych jazykov Európskej únie a vy si môžete zvoliť jazyk, v ktorom svoj životopis vytvoríte:



Keďže predpokladáme, že v rodnom jazyku pri sledovaní inštrukcií životopis úspešne vytvoríte, sústredíme sa na úskalia cudzojazyčnej verzie v anglickom jazyku. Životopis v angličtine je často požadovaný aj slovenskými firmami, aby si prvotne overili vaše jazykové kompetencie.

Už sme spomínali, že stránka umožňuje vytvoriť životopis „online“, alebo stiahnuť dokumenty a pracovať na ňom nezávisle. V každom prípade je na vás, ako sa rozhodnete, ale naše jednoznačné odporúčanie je práca „online“. Má to niekoľko výhod. Preddefinovaný formát vám nedovolí urobiť chybu napr. pri písaní dátumov, ikony s otáznikom tvoria akýsi „helpdesk“ a umožňujú vám riešiť problémy, a nezanedbateľný fakt je ponuka formátov na uloženie na záver práce.

Skôr než začnete, pamätajte:

Vaše dokumenty a údaje, ktoré sú v nich uvedené, nie sú natrvalo uložené na serveroch Europass. Mali by ste si ich uložiť v počítači alebo poslať elektronickou poštou.

Dodržiujte päť základných zásad dobrého životopisu:

- Sústredte sa na to, čo je najdôležitejšie
 - Životopis musí byť stručný: vo väčšine prípadov stačia jedna až dve strany. Rozhodne nepresiahnite tri strany.
 - Ak je vaša prax ešte príkrátka (pretože ste ešte len nedávno ukončili školu), opíšte najskôr svoje vzdelávanie a odbornú prípravu, zdôraznite svoje pracovné činnosti počas odbornej prípravy.
 - Ak sú pre prácu, o ktorú sa uchádzate, dôležité jazykové zručnosti, vyplňte Europass - jazykový pas, ktorý je k dispozícii na tejto webovej stránke, a priložte ho k životopisu.
- Vyjadrujte sa jasne a výstižne
 - Používajte krátke vety
 - Sústredte sa na relevantné aspekty svojej praxe.
 - Vysvetlite všetky prestávky vo svojom štúdiu a kariére.

- Prispôsobte svoj životopis miestu, o ktoré sa uchádzate
 - Skôr než pošlete svoj životopis zamestnávateľovi, skontrolujte, či zodpovedá požadovanému profilu.
 - Neuvádzajte pracovné skúsenosti alebo odbornú prípravu, ktoré nesúvisia s vašou žiadosťou.
 - Zdôraznite svoje prednosti podľa špecifických požiadaviek možného zamestnávateľa.

Dávajte si pozor: Nenaľskujte umelo svoj životopis, ak to urobíte, veľmi pravdepodobne vás vylúčia z pohovoru.

- Starostlivo dbajte na formu prezentácie svojho životopisu
 - Uvedte jasne a logicky svoje zručnosti a kompetencie tak, aby bolo ľahké rozpoznať vaše prednosti.
 - Venujte pozornosť takým detailom, ako je pravopis a interpunkcia.

Pozn.:

- Životopis vytlačte na biely papier.
 - Zachovajte navrhovaný typ písma a úpravu.
- Keď máte životopis napísaný, skontrolujte ho
 - Odstráňte akékoľvek pravopisné chyby a presvedčte sa, že je formulovaný jasne a logicky.
 - Dajte niekomu prečítať životopis, aby ste sa ubezpečili, že obsah je jasný a zrozumiteľný.

Na vypracovanie životopisu potrebujete len osem krokov. Týchto osem krokov môžete vypracovať v akomkoľvek poradí. Vyhnite sa podčiarkovaniu alebo písaniu celých viet VEĽKÝMI PÍSMENAMI alebo tučným písmom: zhoršuje to čitateľnosť dokumentu. Nevyplnené polia budú automaticky odstránené. Rozbaľovacie ikony na pravej strane ponúkajú príklady a pokyny. Keď máte životopis vyplnený, starostlivo ho skontrolujte. Odstráňte akékoľvek pravopisné chyby a presvedčte sa, že je formulovaný jasne a logicky. Dajte niekomu prečítať životopis, aby ste sa ubezpečili, že obsah je jasný a zrozumiteľný. Neznepokojujte sa, keď pri vyplňovaní životopisu stratíte spojenie s Internetom. Nechajte prehliadač otvorený, znovu sa pripojte a budete môcť pokračovať tam, kde ste skončili.

Takže, po výbere jazyka sa nám otvorila anglická verzia. Najprv vyplníme osobné údaje. Po voľbe dátumu narodenia zvolíme formát. Odporúčame formát, kde je mesiac vyjadrený slovne. Vyhneme sa tak možnému nedorozumeniu pri číselnom kóde. Nemusíme vyplniť fax a telefón, spravidla najdôležitejšími komunikačnými kanálmi sú vaša emailová adresa a číslo mobilného telefónu. Vhodné je vložiť fotografiu. Ak kliknete na *prehľadávať*, môžete ju vyhľadať v priečinku vo svojom počítači a vložiť do dokumentu po kliknutí na *upload*.

Firefox | Europass CV - Step 1 | +

europa.eu | https://europass.cedefop.europa.eu/cvonline/cv.jsp?localeStr=en_GB#

europass

File Preview Help Your opinion

1 Personal information

2 Desired employment / Occupational field

3 Work experience

4 Education and training

5 Language(s)

6 Personal skills and competences

7 Additional information and annexes

8 Save your CV

Personal information

Enter your personal details below.

Reminder: Fields left empty will be automatically removed.

Date of birth: 9 / 3 / 1993 -- Format --

Surname(s):

First name(s):

Address

Street number / Street:

City:

Postal code:

Country:

Telephone(s):

Mobile:

Fax:

E-mail(s):

Nationality: Slovak SK

[Add nationality](#) [Remove nationality](#)

Gender: ☒ M ☐ F ☐ Do not indicate

Photograph: [Prehľadávať...](#) [Upload](#)

© European Union, 2002-2011 - Legal notice

Fotografia je vizitkou uchádzačov. To, že zamestnávateľia v mnohých prípadoch vyžadujú ako súčasť životopisu aj fotografiu, je dnes úplne bežnou záležitosťou - skrátka chcú vedieť, ako vyzerá ten, kto sa u nich uchádza o zamestnanie. Fotografie slúžia k prvému vizuálnemu zoznámeniu s nami, čo je oveľa jednoduchšie ako osobná návšteva. Každý zamestnávateľ nás prirodzene bude posudzovať aj ako človeka. Pri hľadaní zamestnania prezentujeme nielen svoje predpoklady (vedomosti, schopnosti a pod.), ale tiež (a mnohokrát hlavne) sami seba. Zamestnávateľovi sa napríklad ponúka desať uchádzačov, ktorí majú podobné predpoklady. Podľa čoho bude vyberať človeka, ktorému ponúkne nástup? Často podľa osobnej úrovne, teda dojmu, akým na neho jednotliví uchádzači zapôsobia. Prvý osobný dojem vyvolá práve fotografia. Naším cieľom je samozrejme urobiť čo najlepší dojem. To sa nám podarí, ak si fotografiu dobre vyberieme. Za vhodnú fotografiu môžeme považovať takú, ktorá spĺňa nasledovné kritériá:

- **Sme na nej riadne upravení a vhodne oblečení**

Upravenosť aj oblečenie smerujeme k profesijnej reprezentácii. Napríklad žena sa uchádza o pracovnú pozíciu obchodný reprezentantky, na fotografii sa teda musí prezentovať zodpovedajúcim spôsobom. Toho určite nedosiahne, ak si oblečie večerné šaty alebo športové úbor, pokiaľ bude mať mašľu vo vlasoch alebo výrazné nalíčenie. Oveľa vhodnejšie bude určitá konzervatívnosť, napríklad dámsky kostým a decentné doplnky vrátane líčenia. U mužov je v podobnej situácii zodpovedajúcim oblečením pánsky oblek alebo košeľa s kravatou.

- **Fotografia je farebná**

Nepôsobí lacno ani zastaralo a naopak celkovo oživuje samotný životopis.

- **Fotografia má optimálnu veľkosť**

Najvhodnejšie je dokladový formát, podobne ako na občiansky preukaz alebo pas. Je to nielen lacnejšie, ale tiež praktické - väčšia fotografia sa na životopis ani nezmestí.

Majme na pamäti, že nás zamestnávateľ nepozná a že nás doteraz nevidel. V danej pracovnej pozícii si nás teda predstaví tak, ako sa my predstavíme jemu. Zachovanie úmernosti medzi našou „image“ a kvalifikačnou úrovňou, v ktorej sa hodláme uplatniť, súčasne dokazuje náš zdravý úsudok.

Nasledujúce dva príklady demonštrujú rozdiel medzi štandardne používanou (vľavo) fotografiou a fotografiou zachytenou pre profesionálnu prezentáciu (vpravo). Z týchto príkladov je zrejmé, že záleží len na nás, aký dojem sa rozhodneme vyvolať.



Už vôbec nevhodné sú fotografie typu obrázkov zo sociálnych sietí.

Po „uploadovaní“ fotografie klikneme na šipku vľavo dole čo nás posunie do druhého kroku: Desired employment / Occupational field (Oblasť činnosti / profesia, o ktorú sa zaujímate). Tu je potrebné vpísať názov pracovnej pozície o ktorú sa uchádzame a opäť šipkou, alebo kliknutím na vybraný z ôsmich krokov na ľavej lište, sa posunieme k ďalšiemu kroku. Pre vás ako absolventov univerzitného vzdelania odporúčame prejsť najprv na informácie o vašom vzdelaní (krok 4).

V

V kroku „Education and training“ je dôležitých niekoľko vecí:

- V prípade uvádzania viacerých stupňov vzdelania postupujte „antichronologicky“, teda od ostatného získaného (alebo prebiehajúceho) vzdelania v čase dozadu (magisterské – bakalárske – stredoškolské). Základné vzdelanie sa neuvádza. Pri datovaní dodržte formu ako pri predchádzajúcich krokoch. Ak vzdelanie prebieha, druhý dátum nahraďte šípkou.
- Pri „Title of qualification awarded“ môžete uviesť kombináciu slovenského titulu a medzinárodného: Ing. / MSc.Engineering. Ak vzdelanie prebieha, môžete do zátvorky uviesť predpokladané ukončenie (will be awarded in 2014).




File Preview Help Your opinion

1 Personal information
2 Desired employment / Occupational field
3 Work experience
4 Education and training
5 Language(s)
6 Personal skills and competences
7 Additional information and annexes
8 Save your CV

Education and training

Describe your education and training, starting from the most recent, by filling in the fi

Reminder: Fields left empty will be automatically removed.

Education and training

From DD MM 2011 31 January 2005

To DD MM →

Title of qualification awarded Ing. / MSc.Engineering

Principal subjects / occupational skills covered

Organisation providing education and training

Name ovak University of Technology in Bratislava

Type

Street number / Street Paulinska 16

City Trnava

Postal code 917 24

Country Slovak Republic

Level in national or international classification ISCED 5

Educational field Materials Science

Save Cancel

List of your education and training

< >

© European Union, 2002-2011 - Legal notice

- V časti „Principal subjects / occupational skills covered“ uvedte profilové predmety (štátnicové). V prípade ukončeného vzdelania môžete doplniť o údaje o kvalifikačnej práci (bakalárske, diplomová – Bachelor/Master thesis: ...).
- Korektne vyplňte názov inštitúcie v poradí: univerzita – fakulta – ústav (Slovak University of Technology in Bratislava, Faculty of Materials Science and Technology in Trnava, Institute of Materials Science).
- Úplne môžete vypustiť „type“. Iba by ste opakovali už deklarovanú University.

- Level in national or international classification - Európske Hodnotenie Vzdelania (angl.: The International Standard Classification of Education, skratene ISCED) je stupnica vytvorená organizáciou UNESCO začiatkom 70. rokov, aby slúžila ako nástroj na porovnávanie, kompiláciu a prezentáciu štatistických údajov o vzdelávaní v rámci jednotlivých krajín ako aj medzinárodne. Hodnotenie bolo potvrdené na Medzinárodnej konferencii pre vzdelanie v Ženeve roku 1975. Pre bakalárske aj inžinierske štúdium sa uvádza ISCED 5, pre doktorandské ISCED 6.. Pre úplnosť uvádzame prehľadnú tabuľku.

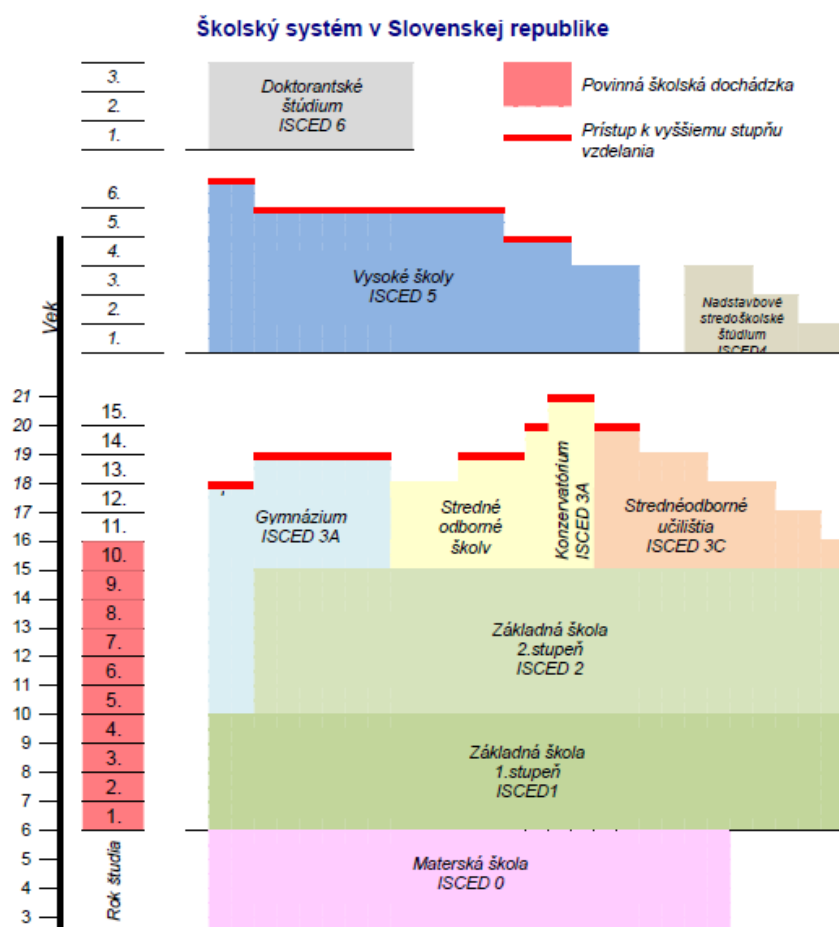


Schéma: Školský systém v Slovenskej republike

Nezabudnite na záver uložiť údaje kliknutím na „save“ v pravom dolnom rohu! Po „sejvnutí“ sa vám ukáže znovu čistý formulár pre vzdelávanie a môžete vyplniť informácie o nižšom stupni vzdelania. Opäť uložte zapísané údaje. Prejdite na ďalší krok.



Ak máte nejakú prax, hoci i brigádnickú, na čiastkový úväzok, vyplňte relevantné časti „Work experience“. Uložte!

Obdobne postupujte pri jazykoch. Tam uvediete jazyky v poradí podľa dôležitosti (na prvom mieste jazyk, ktorý požaduje zamestnávateľ). Svoju úroveň nehodnotíte slovne, ale podľa Európskeho referenčného rámca (European Reference Framework) – A1, A2, B1, B2, C1, C2. Hodnotíte zvlášť každú jazykovú zručnosť. Je to rovnaké delenie, aké poznáte z povinných jazykových maturít, kde ste si volili úroveň. V prípade potreby vám pomôžu rozbaľovacie ikony.

Pri „Personal skills and competences“ postupujete nasledovne:

1. „Social skills and competences“ - Opíšte svoje sociálne zručnosti a kompetencie, napr.:
 - Team spirit;
 - Good ability to adapt to multicultural environments, gained through my work experience abroad;
 - Good communication skills gained through my experience as sales manager.Sociálne zručnosti a kompetencie sa viažu k životu a práci s inými ľuďmi, v pozíciách, kde je komunikácia veľmi dôležitá, a v situáciách, kde je tímová práca rozhodujúca (napr. v kultúre a športe), v multikulturálnom prostredí atď.
2. „Organisational skills and competences“ - Opíšte svoje organizačné zručnosti a kompetencie, napr.:
 - Leadership (currently responsible for a team of 10 people);
 - Sense of organisation (experience in logistics);
 - Good experience in project or team management.

Organizačné zručnosti a kompetencie vypovedajú o koordinácii a riadení ľudí, projektov a rozpočtov v práci, dobrovoľnej práci (napr. v kultúre a športe), doma atď

3. „Technical skills and competences“ - Opíšte svoje technické zručnosti a kompetencie, napr.:

- Good command of quality control processes (I was responsible for the implementation of quality audit in my dept)

Technické zručnosti a kompetencie sa vzťahujú k zvládnutiu špecifických typov zariadení, strojového vybavenia atď., iných než počítačov, alebo k technickým zručnostiam v špeciálnej oblasti (výrobné odvetvie, zdravotníctvo, bankovníctvo atď.).

4. „Computer skills and competences“ - Opíšte svoje počítačové zručnosti a kompetencie, napr.:

- Good command of Microsoft Office™ tools (Word™, Excel™ and PowerPoint™);
- Basic knowledge of graphic design applications (Adobe Illustrator™, PhotoShop™).

Počítačové zručnosti a kompetencie sa vzťahujú k textovému editoru a iným aplikáciám, vyhľadávaniu v databáze, ovládaní Internetu, náročnejším zručnostiam (programovanie atď.).

„Artistic skills and other skills“ môžete vyplniť aby ste ukázali, že ste komplexná osobnosť s rozvinutými záujmami. Nekladte však na ne dôraz.

V „additional information“ uveďte napr. ďalšie informácie, ktoré považujete za relevantné (publikácie alebo výskum; členstvo v profesijných organizáciách, a v „other information“ kópie diplomov a vysvedčení, vrátane všetkých osvedčení vydaných na konci školení, ktoré neviedli k získaniu formálnej kvalifikácie, doklady potvrdzujúce zamestnanie alebo pracovné miesto, publikácie alebo výskum, atď.

Na záver sa rozhodnite pre formát, v akom uložíte vytvorený životopis. Odporúčame minimálne dva formáty – Adobe PDF XML (umožní neskorší online upgrade) a MS Word. Pred uložením využite funkciu „náhľad“, aby ste predišli uloženiu chybných alebo neúplných údajov. V prípade zistených nedostatkov navigujete rovnako, ako v predchádzajúcich

krokoch – šípkami alebo priamym kliknutím na jednotlivé časti v ľavej lište. Nezabúdame ukladať zapísané údaje.



Sprievodný (motivačný) list

Motivačný list, ktorý zaberie... Ako ho napísať a čo musí obsahovať, aby zaujal potenciálneho zamestnávateľa? Sprievodný list ho voláme aj preto, lebo vždy sprevádza priložený životopis. Kým úlohou životopisu je získať pre uchádzača pohovor, úlohou listu je presvedčiť manažéra, aby si preštudoval priložený životopis.

Motivačný list (sprievodný list, niekedy žiadosť o zamestnanie) je krátky opis dôvodov, ktoré vás vedú k rozhodnutiu zúčastniť sa výberového konania. Je jedným z prvých dokumentov, s ktorými príde potenciálny zamestnávateľ do styku. Preto musí vyvolať záujem, musí spôsobiť, že zamestnávateľ (respektíve jeho zástupca) sa o vás chce dozvedieť viac.

Nie je ľahké napísať dobrý motivačný list. Ak vám kompozícia takého dokumentu robí ťažkosti, nechajte to na niekoho, komu ide práca so slovami lepšie (požiadajte príbuzného či priateľa). Vy sa starajte o to, aby motivačný list obsahoval potrebné náležitosti, ktorými sú:

Kontaktné údaje

Motivačný list má mať v záhlaví uvedené vaše meno a kontaktné údaje (bez ohľadu na to, že sú aj v životopise).

Pozdrav a oslovenie

Patrí to k slušnej komunikácii a motivačný list nie je výnimkou. Nekazte si prvý dojem tým, že na to zabudnete alebo to ignorujete. Ak nebola v pracovnej ponuke uvedená konkrétna kontaktná osoba použite všeobecné oslovenie (napr. "Vážená spoločnosť", alebo "Vážené vedenie firmy",).

Vysvetlenie dôvodu poslania motivačného listu

Uveďte, že sa uchádzate o pracovnú pozíciu (používajte názov pozície, ktorý bol uverejnený v ponuke), môžete spomenúť, kde bola ponuka zverejnená. Uveďte aj dôvod, prečo Vás ponuka zaujala a rozhodli ste sa o pozíciu uchádzať.

Tvrdenia

Motivačný list má obsahovať časť údajov zo životopisu. Na rozdiel od životopisu (kde by mali byť iba fakty) tu si môžete dovoliť použiť kvetnatejší štýl a môžete podať tieto údaje tak, aby ste zaujali pozornosť potenciálneho zamestnávateľa. Nemusíte sa báť použiť marketingové postupy, aby ste sa ukázali v čo najlepšom svetle. Samozrejme nesmiete uvádzať nepravdivé údaje. Najlepšie je držať sa týchto zásad:

Použite tie výrazy, ktoré boli uvedené v pracovnej ponuke v časti "požiadavky na zamestnancov" a sľúbte, že ich dokážete naplniť. Predložte argumenty z vášho životopisu, ktoré váš sľub robia dôveryhodným – uveďte príslušné vzdelanie, prípadne poukážte na to, že ste už niečo také spĺňali v predchádzajúcich zamestnaniach.

Podobne to urobte s náplňou práce, nájdite v nej čo najviac spoločného s tým, čo ste robili doteraz. Ak sa uchádzate o prácu, ktorú ste ešte nerobili, poukážte na fakty, ktoré hovoria o Vašej flexibilita a schopnosti učiť sa. Vyzdvihnite všetko, čo sa dá považovať za nadpriemerné výsledky.

Uved'te čokoľvek, čo Vám ešte viac pomôže zaujať (napríklad schopnosti a skúsenosti, ktoré ste nemali možnosť využiť v predchádzajúcom zamestnaní, ale v tom novom ich využijete, znalosti, ktoré ste si z vlastnej iniciatívy rozšírili).

Nakoniec požiadajte o to, aby vás zaradili do výberového konania. Môžete ešte uviesť zoznam priložených dokumentov.

Snažte sa o to, aby váš motivačný list nepôsobil strojene - musí byť prirodzený. Preto nie je dobré používať jednu šablónu a bez obmeny ju posilať desiatkam zamestnávateľov. Dajte si tú prácu a napíšte osobitný motivačný list pre každého zamestnávateľa. Hľadáte si zamestnanie, tak tomu predsa musíte venovať čas, ktorý si toto hľadanie vyžaduje.

Pohovor do zamestnania

Ako uspieť pri prijímacom pohovore

Máte pred sebou svoj prvý pracovný pohovor a veľmi vám záleží na pozitívnom výsledku? Ak dodržíte jednoduché pravidlá, mali by ste byť na pohovor dobre pripravení a nie je sa čoho obávať. Zároveň je však dôležité, aby ste si uvedomili, že tieto pravidlá nezaručujú stopercentný úspech. Vždy je nutné, aby ste si sami vedeli odpovedať na otázky: Pre ktorú prácu mám predpoklady? Čo je mojím dlhodobým profesijným cieľom? Aký typ spoločnosti a práce by mi vyhovoval? Čo pre mňa znamená "kariéra" a ako ju budovať? Aké finančné ohodnotenie očakávam v novom zamestnaní?

Čím lepšie budete na interview pripravení, tým pokojnejšie, prirodzenejšie a vyrovnanejšia budete. Čím pokojnejšie budete, tým lepšie zapôsobíte. Čím lepšie budete pôsobiť, tým väčšiu šancu budete mať k získaniu nového zamestnania. Teraz ste vo fáze výberového konania, kedy ste boli oslovení personalistom a vás čaká pracovný pohovor.

Najskôr by ste mali poznať účel pohovoru. Váš životopis už bol overený personalistom z hľadiska praxe, vzdelania a zručností. Pohovor je delikátna, skôr subjektívny časť procesu prijímania pracovníkov a na základe vášho správania počas rozhovoru si personalista vytvorí vlastný názor. Vy by ste sa ako potenciálny zamestnanec mali správať predovšetkým prirodzene a zostať sami sebou. Mimo to by ste ale mali byť zdvorilí a snažiť sa, aby z vás vyžarovala pozitívna energia. Cieľom by malo byť presvedčiť, že ste ten pravý kandidát pre danú spoločnosť. Ak chcete pôsobiť profesionálne, mali by ste mať predstavu o tom, čo sa od vás očakáva, a predovšetkým si byť istí, že máte o ponúkanú prácu skutočne záujem.

Ak ste sa dostali k prijímaciemu pohovoru, môžete si gratulovať. Váš životopis zaujal. Teraz však príde tá ťažšia časť. Musíte čo najlepšie využiť príležitosť, ktorá sa pred vami otvorila. Váš výkon pri prijímacom pohovore bude významným faktorom, ktorý ovplyvní výsledok celého výberového konania. Navyše je obvyklé, že prijímací pohovor prebieha s viacerými pracovníkmi potenciálneho zamestnávateľa a vo viacerých kolách alebo formou „assessment“ centra. Musíte sa na neho dobre pripraviť. Pri príprave musíte brať do úvahy:

- Koľko toho viete o spoločnosti, v ktorej sa uchádzate o miesto?
- Ako dlho spoločnosť existuje?
- Čím sa zaoberá?
- Koľko ľudí v nej pracuje?
- Je v mieste svojho pôsobenia známa?
- Písalo sa o nej v poslednej dobe v novinách? Získala veľkú zákazku? Znižovala počet svojich zamestnancov? Zmenila majiteľa?
- Aké požiadavky kladie na svojich zamestnancov?
- Predáva priamo do maloobchodnej siete alebo len špecializovaným odberateľom?
- Viete, aké sú jej výrobky alebo služby?
- Je súčasťou väčšej skupiny spoločností?
- Miesto, ktoré je ponúkané, je nové alebo sa uvoľnilo? Ak sa uvoľnilo, prečo?
- Existujú špecifické požiadavky, ktoré sú s ponúkaným miestom spojené?
- Je možné získať ďalšie, detailnejšie informácie o profesijnej oblasti, o ktorú sa uchádzate?
- Pre koho budem pracovať a akí budú moji kolegovia?

- Očakáva sa, že pred nástupom dostane úspešný kandidát špeciálnu prípravu?

Na tieto a mnohé ďalšie podobné otázky by ste mali poznať odpoveď. Informácií je veľa, len ich musíte nájsť. Všeobecne možno povedať, že o spoločnostiach obchodovaných na burzách sa dá zistiť viac (majú predpísanú informačnú povinnosť), než o tých ostatných. Čím väčšia a známejšia spoločnosť, tým ľahšie potrebné informácie nájdete. Aké zdroje môžete využiť:

- Informujte sa od svojho známeho, ktorý v spoločnosti pracuje.
- Vyhľadajte si informácie na Internete, v ekonomických rubrikách novín a v odborných časopisoch.
- Zaobstarajte si poslednú výročnú správu.
- Prezrite si budovy a ďalšie objekty, v ktorých spoločnosť sídli, dívajte sa na zamestnancov, keď prichádzajú a odchádzajú z práce, nechajte sa obslúžiť v jej obchodných miestach ako zákazník (potenciálny zákazník). Môže Vám to mnohé napovedať o zvykoch, kultúre, slabých a silných stránkach spoločnosti.

Ak sa Vám nepodarí získať vopred všetky potrebné informácie, snažte sa ich dozvedieť vhodnými otázkami v priebehu prijímacieho pohovoru.

Pred prijímacím pohovorom si zistite:

- Ako sa dostanete do miesta, kde sa pohovor koná?
- Ako dlho Vám bude trvať cesta?
- Ak môžete prípadne niekde poblíž miesta konania prijímacieho pohovoru zaparkovať?

Pokiaľ možno si svoj odhad overte v praxi, a to v pracovný deň. Pripravte sa s trochou zveličenia na všetko, čo by vás mohlo na poslednú chvíľu zaskočiť. Nezapudnite na kópiu svojho životopisu a poznámkový blok. Rozhodnite sa, čo si oblečiete a presvedčte sa, že všetko, čo budete potrebovať, je čisté, vyžehlené a v dobrom stave. Majte tiež pripravený

dáždnik - nikdy neviete, kedy Vás môže dážď prekvapiť. Uistite sa, že ste si zopakovali odpovede na najpravdepodobnejšie otázky.

Pripravte si tiež zoznam ľudí, ktorí o vás môžu poskytnúť referencie. Mali by to byť Vaši nadriadení, kolegovia alebo úzko spolupracujúci ľudia z odboru.

Priebeh prijímacieho pohovoru

Do kancelárie alebo rokovacie miestnosti, v ktorej sa prijímací pohovor koná, vstúpte sebavedomo a energicky. Nezabudnite, že prvý dojem si Váš partner zvyčajne urobí počas prvých minút. Pred vstupom sa niekoľkokrát zhlboka nadýchnite, pomôže Vám to získať sebaistotu. Usmievajte sa a naviažte očami kontakt s partnerom. Váš stisk pri podaní ruky musí byť pevný, ale nie krčovitý. Predstavte sa zreteľne a jasne, nešepkajte a nepozerajte sa do zeme, ale do očí partnera. Nezabudnite, čo hovorí jedno anglické príslovie: "Nedostanete druhú možnosť urobiť prvý dojem".

Na vyzvanie sa posadzte. Môže sa stať, že pre vás bude mať príslušný pracovník pripravené nie úplne to najlepšie miesto na sedenie. Možno, že vás posadia do veľmi nízkeho kresielka alebo do tuhej, ťažko pohyblivé stoličky a navyše proti oknu. Snažte sa pôsobiť nenútené a vyrovnajte sa s tým. Ak však budete cítiť, že Vám miesto z nejakého dôvodu vyložene nevyhovuje, pokojne požiadajte o iné. Sedzte vzpriamene a snažte sa pôsobiť pokojne a vyrovnané. Ponúknuté občerstvenie prijmite podľa vašej chuti; že nepožiadate o panáka považujeme za samozrejmú.

Po niekoľkých úvodných vetách spravidla začne samotný pohovor. Je možné, že najprv vypočujete informácie o firme a pracovnej pozícii, a až potom vás podrobia otázkam. Niekedy je postup opačný. Otázky však budú podobné. Pripomeňme, že ste síce už urobili prvý dojem, ale ten je nutné buď podporiť, alebo v horšom prípade vyvrátiť (pokiaľ sa Vám úvod celkom nepodaril). Hovorte s istotou v hlase a hľadte priamo do očí. Odpovedať začnite, až keď pýtajúci sa dokončí otázku. Neprerušujte ho a neskáče mu do reči. Nefajčite, ani keď je Vám to ponúknuté. Nikdy nehovorte hrubo ani dvojzmyselne. Nehádajte sa. Nikdy neospravedlňujte vlastnú situáciu - to že ste nezamestnaní, vek, deti, nedostatok formálnej

kvalifikácie. Ak niečomu nerozumiete, požiadajte o vysvetlenie. Nepodvádzajte, boli by ste okamžite vyradení z výberového konania. Pokiaľ Vám nie je príslušné miesto ponúknuté alebo na to nie ste priamo opýta, nehovorte o takých veciach ako je plat, dovolenka, služobné auto a podobne. Využite každú ponuku pýtajúceho a spýtajte sa na veci, ktoré potrebujete a chcete vedieť:

- Čo spoločnosť od človeka na danej pozícii očakáva?
- Získajte informácie o všetkom, čo Vám nie je celkom jasné.
- Informujte sa o možnostiach odbornej prípravy a vzdelávania.
- Zaujímajte sa o potenciálny rast spoločnosti.
- Získajte dostatok informácií potrebných pre to, aby ste sa v prípade, že Vám bude urobená ponuka, mohli rozhodnúť, či ju prijmete.
- V závere prijímacieho pohovoru vyjadrite svoj záujem o ponúkanú prácu a o spoločnosť ako takú.

Otázky, s ktorými sa môžete stretnúť pri prijímacom pohovore:

- Čo viete o našej spoločnosti?
- Prečo sa podľa vás venujeme týmto aktivitám?
- Ako ste sa dozvedel o ponúkanej pozícii?
- Čím môžete prispieť k ďalšiemu rozvoju našej spoločnosti?
- Povedzte nám niečo o vašom súčasnom zamestnaní.
- Popíšte stručne vašu doterajšiu kariéru.
- Ako ste získal svoje súčasné zamestnanie?
- Ako na vašom poslednom zamestnaní vyzeral bežný pracovný deň?
- Čo vás na vašom poslednom zamestnaní uspokojovalo?
- Čo vás naopak neuspokojovalo?
- Akých najväčších úspechov ste vo svojom poslednom zamestnaní dosiahol?
- Došlo vo vašej kariére k nejakým zásadným zvratom?
- Vykonal ste nejaké zmeny, ktoré významne ovplyvnili úspešnosť vášho oddelenia / spoločnosti?

- Ako by vás, podľa vášho názoru, charakterizoval váš posledný nadriadený a vaši kolegovia?
- Uvedte nejaké významné problémy, ktoré ste vo svojom poslednom zamestnaní musel riešiť a ako ste to urobil?
- Ako vás vaše posledné zamestnanie pripravilo na prevzatie vyššej funkcie?
- Čo z vášho predošlého zamestnania súvisí s prácou, o ktorú sa uchádzate?
- Ako hodnotíte spoločnosť, v ktorej ste naposledy pracoval?
- Ak by sme vám ponúkli túto prácu, čo by to pre vás znamenalo?
- Zodpovedá ponúkané miesto vašim predstavám o rozvoji vašej kariéry?
- Ste pozvaný k nejakým ďalším prijímacie pohovory?
- Prečo ste sa rozhodol študovať na vysokej škole?
- Čo ovplyvnilo vašu voľbu odbore?
- Zaoberal ste sa na vysokej škole ešte nejakými inými aktivitami?
- Zastával ste nejakú funkciu?
- Prežil ste nejakú netradičnú dovolenku?
- Ako štúdium na vysokej škole prispelo k vášmu osobnému rozvoju?
- Kde ste získal odbornú kvalifikáciu?
- Uvažujete v budúcnosti o štúdiu?
- Aké sú vaše hlavné schopnosti a zručnosti?
- Aké sú vaše najväčšie slabé stránky?
- Aké vlastnosti sú podľa vás najdôležitejšie predpoklady pre prácu na pozíciu, o ktorú sa uchádzate?
- Aké máte pracovné a osobné ciele?
- Čo chcete dosiahnuť za 2, 3, 5, 10 rokov?
- Ak by ste mohol niečo zmeniť na svojej doterajšej kariére, čo by to bolo?
- Čo očakávate od svojho potenciálneho zamestnávateľa?
- Obsahuje práca, o ktorú sa uchádzate, niečo, čo vám chýbalo na Vašom minulom pracovisku?
- Aká je Vaša predstava o platovom ohodnotení?
- Očakávate okrem platu i nejaké ďalšie benefity?

- Prečo by sme mali zvažovať vaše prijatie, ak uvážime, že nemáte dostatok skúseností s najnovším vývojom v odbore?
- Prečo ste sa podľa vás na vašom poslednom pracovisku viac nepresadil?
- Nemáte pocit, že ste vzhľadom k našim potrebám príliš úzko špecializovaný?
- Prečo ste tak často striedal zamestnania?
- Prečo ste tak dlho zotrval vo svojom poslednom zamestnaní?
- Prečo ste sa ocitol medzi tými, ktoré vaša bývalá spoločnosť prepúšťala?
- Čo ste robil v čase, keď ste nebol zamestnaný?
- Uchádzal by ste sa o toto miesto, keby ste nestratil prácu?
- Môžete tento pohovor porovnať s inými, ktoré ste absolvoval?

Ak sa uchádzate o miesto v zahraničnej spoločnosti, alebo bude vaša pozícia vyžadovať znalosť cudzieho jazyka, pravdepodobne pohovor alebo jeho časť prebehne cudzojazyčne. Preto sa vyplatí osviežiť si svoje znalosti a eventuálne si doplniť špecifické slovíčka vo Vašom odbore. Precvičte si i nahlas popis svojej doterajšej kariéry a odpovede na očakávané otázky.

Pripravte sa na to, že ak vo vašom životopise budú nájdené určité medzery v rámci pracovnej kariéry, napríklad niekoľko vynechaných rokov, spýtajú sa vás, čo ste robili v tejto dobe.

Tiež je možné, že prijímací pohovor zahŕnie aj základné testovanie Vašej odbornej alebo psychologickú spôsobilosti.

Nezabúdajte na to, že každý prijímací pohovor je iný a každý anketár má odlišný štýl. Všetci ale majú rovnaký cieľ - získať istotu, že ten, s kým hovorí, je najvhodnejší kandidát na voľné miesto. Aby sa mohli rozhodnúť, budú vám klásť mnoho otázok a budú očakávať, že aj vy sa budete pýtať.

V každom prijímacom pohovore príde doba, zvyčajne na konci, kedy dostanete príležitosť sa opýtať na všetko, čo vás zaujíma. Pracovník vášho možného zamestnávateľa však pravdepodobne neocení otázky:

- Aký plat ponúkate?
- S akú dlhú dovolenku môžem počítať?
- Akú veľkú kanceláriu budem mať dispozíciou? Ako bude vybavená?
- Aké služobné auto dostanem?

Akokoľvek sú tieto otázky pre vás dôležité, schovajte si ich, až vám bude miesto, o ktoré sa uchádzate, naozaj ponúknuté. Namiesto toho sa zamyslite nad tým, čo ešte chcete prerokovať a doteraz ste k tomu nemali príležitosť. Potrebujete mať istotu, že ste anketára presvedčili, že sa na dané miesto naozaj hodíte. Ak si chcete niečo vyjasniť, alebo chcete niečo zdôrazniť, teraz máte príležitosť.

Po prijímacom pohovore

Najneskôr druhý pracovný deň po prijímacom pohovore poďakujte písomne (e-mailom) pracovníkovi zamestnávateľa za čas, ktorý vám pri pohovore venoval. Je to slušnosť a odlišuje vás to.

Po prijímacom pohovore je tiež potrebné, aby ste si v pokoji sadli, najlepšie s odstupom niekoľkých hodín, a zrekapitulovali si, ako priebeh vlastného pohovoru, tak aj ďalšie skutočnosti, ktoré môžu mať vplyv na vaše rozhodovanie. Venujte pozornosť aj zdanlivým maličkostiam, môžu byť indikáciou oveľa závažnejších skutočností.

Už samotné pozvanie na prijímací pohovor a jeho forma vám mnohé napovie. Ďalším dobrým zdrojom informácií je aj miesto, v ktorom má spoločnosť sídlo. Nejde ani tak o to, či spoločnosť sídli v centre či na okraji mesta, ako skôr o to, že umiestnenie spoločnosti by malo zodpovedať aktivitám, ktoré vyvíja, predmetu činnosti, množstvu návštevníkov aj tomu, ako sa sama prezentuje napríklad v reklamných kampaniach. Všetko by malo byť v harmónii a rovnováhe.

Najviac postrehov však môžete nazbierať po vstupe do budovy spoločnosti. Privítal vás niekto, usadil vás, oznámil vašu návštevu? Alebo ste zúfalo blúdili po chodbách? Aká je

atmosféra v spoločnosti, dynamická alebo skôr pokojná až ospalá? Ako sa k sebe navzájom správajú zamestnanci, ako sú oblečení? Ako sú veľké a vybavené kancelárie, aký je nábytok? Koľko zamestnancov obvykle sedí v jednej kancelárii alebo sú všetci umiestnení v jednom priestore? Majú kancelárie dvere otvorené či zatvorené? Aké je usporiadanie v jednotlivých miestnostiach?

Veľmi cenným zdrojom informácií je samotný priebeh prijímacieho pohovoru. V žiadnom prípade by rozhovor nemal byť monológom, a to ani vašim ani vášho partnera. Nemal by byť ani výsluchom. Pracovník, s ktorým hovoríte, by vám mal predstaviť spoločnosť, jej aktivity a ciele. Podstatné je tiež to, na čo sa pracovník spoločnosti bude pýtať vás. Mali by ste byť spýtaní na všetko podstatné. Čím viac sa o vás chcú dozvedieť, tým lepšie, pretože určite by u vás nevzbudila dôveru spoločnosť, ktorá prijíma svojich zamestnancov bez toho, aby o nich čokoľvek vedela.

Ďalej by ste mali byť oboznámení s náplňou práce pozície, o ktorú sa uchádzate, hlavnými zodpovednosťami a právomocami. Celý priebeh pohovoru vám môže ukázať, ako vážne spoločnosť pristupuje k výberu svojich zamestnancov a akým spôsobom sa prezentuje.

Kolový prijímací pohovor

Ak bol váš prvý prijímací pohovor úspešný, môžete byť spokojní, ale celkom vyhraté zvyčajne ešte nemáte. Dostanete totiž pozvánku do ďalšieho kola pohovorov. Tie sa spravidla od prvého líšia. Dostávajú v nich príležitosť stretnúť sa s ďalšími významnými ľuďmi v spoločnosti. Stretnutia sú obvykle krátka (aj keď pravidlom to úplne nie je), môžu vám pripadať ako formálne, ale bolo by hrubou chybou je podceňovať a nepripraviť sa na ne. Každý z týchto ľudí vás totiž bude hodnotiť a vyjadrovať svoj názor na vás.

Ak sa uchádzate o miesto v medzinárodnej spoločnosti, môže sa stať, že budete pozvaní na rozhovory do zahraničia. Buďte na to pripravení, rovnako ako na to, že môžete byť pozvaní na obed či na večeru.

Spýtajte sa na program ďalšieho kola prijímacieho pohovoru, na osoby, s ktorými sa stretnete, na ich pozície a postavenie v spoločnosti, na miesto a dĺžku rokovania, na podklady, ktoré si máte pripraviť, aby vás nič nezaskočilo. Venujte ešte viac času príprave a zisťovaní informácií o spoločnosti.

Na ďalšie kolo prijímacieho pohovoru si vezmite opäť so sebou svoj životopis a referencie, najlepšie v niekoľkých kópiách. Nikdy dopredu neviete, či sa nestretnete s niekým, kto v pôvodnom programe stretnutia vôbec nebol.

Ak cestujete do zahraničia, vždy sa informujte vopred na zvláštnosti krajiny, na ceny, zvyklosti v obchodnom styku, možnosti ubytovania

Ak ste pozvaní na obed či večeru, nechajte najprv objednať si svojich hostiteľov a až potom si vyberte jedlo v podobnej cenovej relácii. Objednávajú si pokiaľ možno jedlá, ktoré nie sú náročné na konzumáciu, pretože nezabudnite, že budete musieť konverzovať. Tiež majte na pamäti, že nie ste na priateľskom obede s kamarátom, ale na prijímacom pohovore, i keď sa odohráva reštaurácii. Vyhnite sa alkoholu. Nie je od veci zopakovať si dopredu zásady stolovania. V závere si vyjasnite otázku platenia. Vždy aspoň naznačte snahu zaplatiť svoju útratu. Ak ste svoju útratu neplatili, vždy za zaplatenie partnerovi poďakujte.

O priebehu ďalšieho kola prijímacieho pohovoru platí bezo zvyšku všetko, čo už bolo napísané o kole prvom. Ak hovoríte s viacerými ľuďmi súčasne, udržiajte priebežne očný kontakt so všetkými zúčastnenými.

Buďte pripravení zareagovať na otázku, či pracovnú ponuku prijmete alebo nie a na diskusiu o podmienkach, výške platu a benefitoch. Ak to potrebujete, nebojte sa vziať si čas na rozmyslenie. Len nezabudnite dodržať termín, ktorý ste si určili.

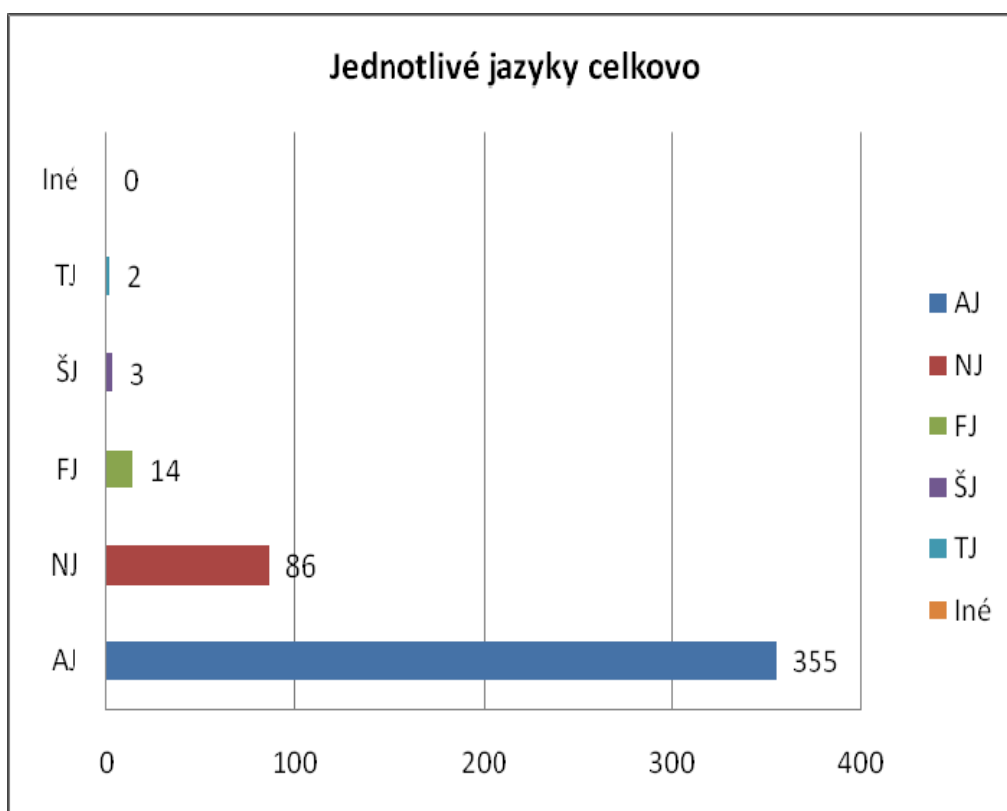
Rovnako ako v prípade prvého kola prijímacieho pohovoru, napíšte druhý deň všetkým osobám, s ktorými ste hovorili, ďakovný list.

Ak uplynie termín, ktorý si spoločnosť určila pre rozhodnutie, a Vy nedostanete žiadnu správu, zavolajte a opýtajte sa.

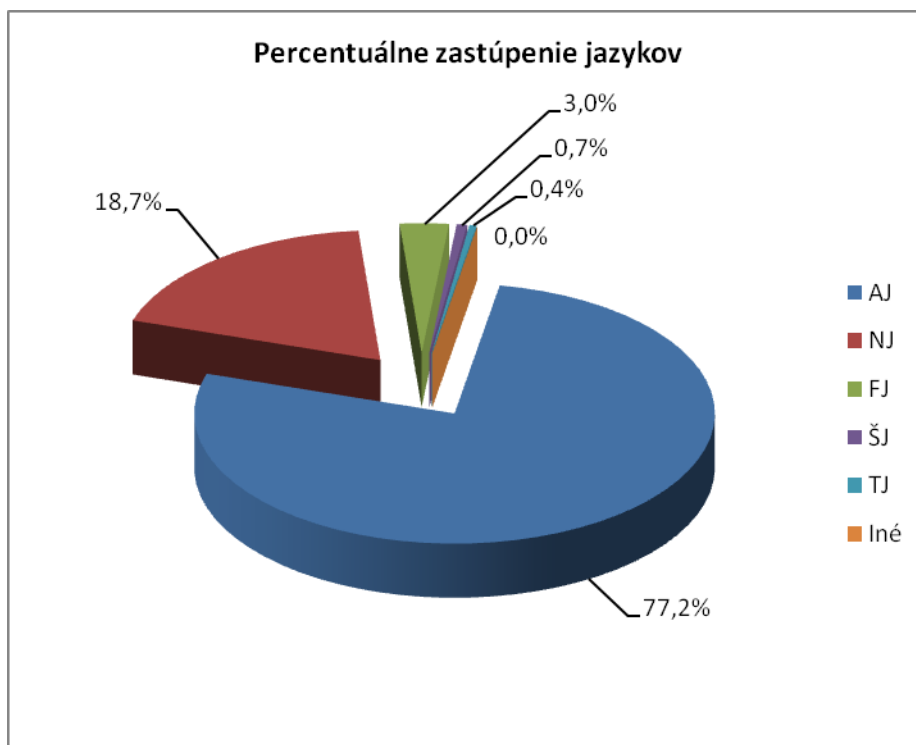
Ak dostanete od spoločnosti vyrozumenie, či už kladné alebo záporné, reagujte na ne čo najskôr. I keď Vám spoločnosť oznámi, že ste neboli prijatí, je vhodné odpovedať písomne. V prípade, že ste boli prijatí a ste o tom vyrozumení písomne, je vhodné odpovedať tiež písomne.

Znalosť cudzieho jazyka

Popri zvládnutí práce s počítačom a so softvérovými aplikáciami je v súčasnosti takmer samozrejmosťou aj požiadavka na jazykové kompetencie. Pri výskume, ktorý sme robili v roku 2010 sa ukázala dominancia anglického jazyka.



Absolútne počty požiadaviek firiem na jednotlivé jazyky
v inzercii vyžadujúcej jazykové kompetencie



Proporčný náhľad na absolútne počty požiadaviek firiem na jednotlivé jazyky
v inzercii s požiadavkou na jazykové kompetencie

Uchádzate sa o zamestnanie a riešite otázku, ako definovať svoje jazykové znalosti, aby čo možno najlepšie vypovedali o vašich schopnostiach. A zároveň si prajete, aby pravdivá informácia neuškodila vašej šanci uspieť vo výberovom konaní na atraktívne zamestnanie?

Personalisti rozdeľujú uchádzačov podľa definície ich jazykových znalostí na 3 skupiny:

Uchádzači pravdovravní: Kandidát o pracovné miesto jasne a najmä presne definuje svoju znalosť cudzieho jazyka. Väčšinou ide o kandidátov, ktorí nevedia vôbec danú reč, ďalej o začiatočníkov, ktorí nemajú odvahu tvrdiť, že hovoria komunikatívne. Do uvedenej skupiny patria aj uchádzači, ktorí hovoria veľmi dobre napríklad anglicky a ich znalosť je podložená uznávaným certifikátom, dlhodobým pobytom v zahraničí alebo praxou v zahraničnej spoločnosti s pravidelným využitím jazyka.

Uchádzači o prácu – klamári: Máte v životopise uvedené, že hovoríte komunikatívne cudzí rečou a ste tzv. "večný začiatočník", ktorý vie povedať len vety typu "Dobrý deň, Ako sa máte?, Dovidenia"? Alebo ste jazyk použili naposledy pri maturite alebo pri skúškach na

vysokej škole? Potom ste jasným predstaviteľom tejto skupiny kandidátov o ponúkané voľné miesto, ktorá personalistom nie je práve sympatická.

Uchádzači - podceňujúce sa: Posledná skupina uchádzačov uvádza svoje znalosti o cudzom jazyku tiež tak, že skutočný stav nezodpovedá skutočnosti. Oproti uchádzačom, ktorí zámerne svoje schopnosti zveličujú, patria do tejto pomyselných kategórie kandidáti, ktorí uvedú do životopisu, že ich znalosť nie je na zodpovedajúcej úrovni, ale pri praktickom overení jazykových schopností sú pre personálnych pracovníkov príjemným prekvapením. Napriek tomu tento spôsob prezentácie nemusí byť pre kandidáta o prácu výhodný. Môže predstaviteľom zamestnávateľa alebo konzultantovi personálnej agentúry napovedať o nízkej úrovni sebavedomia

Ako hovoriť o jazykových schopnostiach na výberovom pohovore

V kontexte s vyššie uvedenými nedostatkami v prezentácii úrovne znalosti cudzieho jazyka, robia niektorí kandidáti jednu ďalšiu veľmi zásadnú chybu. V okamihu, keď prichádza pri výberovom konaní časť "jazyky", kandidát začína argumentáciu nasledujúceho typu:

"Ak si to zamestnávateľ bude priať, som schopný si jazykové schopnosti doplniť."

"Rozhovor s rodným hovorcom by som teraz asi nezvládol, ale ak bude vo firme pracovať ďalej, určite sa do toho dostanem."

Problémom je fakt, že v tomto prípade to platí presne naopak:

Nevieš cudzí jazyk! - Nemôžeme ťa prijať do pracovného pomeru!

Je potrebné ukázať, že na jazyku intenzívne pracujete. A ak ste nezamestnaní, tak podobnú argumentáciu snád' ani neskúšajte, radšej sa rovno prihláste na jazykový kurz.

Všetky uvedené odporúčanie platí za predpokladu, že požiadavky zamestnávateľa na znalosť napríklad Nemeckého jazyka vychádza zo skutočnej potreby aplikácie nemčiny pri výkone práce.

Neverbálna komunikácia pri prijímacom pohovore – reč tela

V prvých štyroch minútach si ľudia utvoria až 90% svojho názoru na vás. Z toho až 60 - 80% na nich pôsobíte neverbálne, teda len svojím správaním a vzhľadom. Štúdie preukázali, že uchádzač obvykle získa prácu na základe toho, či sa pracovníkovi, ktorý viedol pohovor, páčil.

Väčšinu faktických informácií z písomného životopisu - teda informácie, z ktorých možno usudzovať na skutočnú výkonnosť a vhodnosť uchádzača - posudzujúci väčšinou zabudne, uchová si len dojem, ktorý v ňom uchádzač zanechal. Reč tela sa v posledných rokoch stáva súčasťou formálneho vzdelania a profesijného tréningu.

Ak chcete pri prijímacom pohovore urobiť čo najlepší prvý dojem, riaďte sa týmito pravidlami:

1. Pri vstupe do budovy

Nevstupujte do kancelárie s plnou náručou vecí, aby ste nepôsobili neohrabane a nemotorne. V priestore recepcie si nikdy nesadajte, ale zostaňte stáť. Recepčný na vás bude naliehať, aby ste sa posadili, ale akonáhle sa posadíte, zmiznete z jeho zorného poľa a prestane sa vami zaoberať.

2. Vstup

Ak vám pracovník na recepcii povedal, že môžete vstúpiť, vkročte do miestnosti bez váhania. Nestojte vo dverách ako nezbedný školák, ktorého zavolali do riaditeľne. Keď prejdete dverami a ocitnete sa v miestnosti, nespomaľujte krok. Ľudia s nízkou sebadôverou v tejto situácii zmenia krok a spomalia.

3. Priblíženie

Aj keď človek v kancelárii práve telefonuje, hľadá niečo v zásuvke alebo si zaväzuje šnúрку, vstúpte priamo a sebaisto a pohybujte sa plynule. Odložte aktovku, obal s papiermi alebo čokoľvek, čo práve držíte. Podajte ruku svojmu náprotivku a okamžite sa posadte. Dajte najavo, že ste zvyknutí vstupovať sebaisto do kancelárií a že nepočítate s tým, že vás nechajú

čakať. Ľudia, ktorí kráčajú pomaly a dlhými krokmi, dávajú najavo, že majú veľa času a že vlastne ani nemajú nič iné na práci. Vplyvní ľudia a tí, ktorí si zaslúžia pozornosť, vstupujú do miestnosti svižne, stredné rýchlosťou a stredne dlhými krokmi.

4. Podanie ruky

Držte dlaň vzpriamene a opätujte stisk. Váš náprotivok by mal rozhodnúť o tom, kedy ukončí podanie ruky. Ak sa chcete vyhnúť tomu, aby vám váš náprotivok podal ruku s dlaňou smerujúcou dole, urobte úkrok vľavo okolo jeho stola. Nikdy nepodávajte ruku cez stôl. Počas prvých pätnástich sekúnd vyslovte dvakrát meno svojho náprotivku a nikdy nehovorte dlhšie ako 30 sekúnd.

5. Keď zasadnete

Ak ste nútení zasadiť do nízkeho kresla priamo proti druhému človeku, pootočte kreslo o 45 stupňov, aby ste sa vyhli postaveniu, ktoré pripomína situáciu, keď jedna strana karhá druhú. Ak nemôžete pootočiť stoličku, natočte aspoň telo.

6. Kam zasadiť

Ak vás požiadajú, aby ste sa posadili do neformálneho priestoru kancelárie, napríklad ku konferenčnému stolíku, je to pre vás priaznivé znamenie, pretože negatívne stanovisko zaznie v 95% prípadoch spoza pracovného stola. Nesadajte si na nízku pohovku, do ktorej sa zaboríte tak hlboko, že budete vyzeráť ako pár obrovských nôh s malou hlavou hore. Ak sa nemôžete posadiť inam, sadnite si na okraj pohovky a sedzte vzpriamene, aby ste mohli dobre ovládať svoje gestá. Pootočte telo o 45 stupňov od človeka, s ktorým hovoríte.

7. Vaše gestá

Pokojní a sebaistí ľudia, ktorí ovládajú svoje emócie, sa pohybujú cieľavedome a premyslene. Vysoko postavení jedinci používajú menej gest ako tí nižšie postavení. Je to prastarý vyjednávací trik: mocní ľudia sa nemusia príliš pohybovať. Ak je to vhodné, napodobni v primeranej miere gestá a výrazy svojho náprotivku.

8. Vzdialenosť

Rešpektujte osobný priestor druhého človeka. V prvých minútach vášho stretnutia bude jeho priestor najväčší, neskôr sa môže zmeniť. Ak sa posuniete príliš blízko, váš náprotivok sa odsunie, odvráti alebo použije opakovaná gestá značiace nevôľu či netrpezlivosť - začne napríklad bubnovať prstami o stôl. Ak rokujete s výrazne mladším alebo starším človekom, udržiajte väčšiu vzdialenosť.

9. Odchod

Zbaľte si svoje veci pokojne a cieľavedome, nepostupujte náhlivo. Podajte ruku svojmu náprotivku, obráťte sa a odíďte. Pri dverách sa s rozmyslom obráťte a usmejte sa.

Výskumy presvedčivo dokazujú, že ak zmeníte svoju reč tela, môžete do značnej miery zmeniť aj prístup k životu, môžete pozmeniť svoju náladu, cítiť sa sebaistejšie v práci, môžete byť presvedčivejší a sympatickejší. Ak pozmeníte svoju reč tela, začnete sa správať k ľuďom okolo seba inak a aj oni na vás budú reagovať inak ako predtým.

Ihneď ako si začnete uvedomovať svoju reč tela, budete si spočiatku možno pripadať rozpačito. Prekvapí vás, koľko gest robíte a ako často sa pohrávate s predmetmi. Spočiatku sa vám môže zdať divné držať otvorené dlane a udržiavať trvalý očný kontakt, ak ste doteraz nosili ruky vo vreckách a nedívali sa ľuďom do očí. Niektori si možno pomyslia, že uvedomé ovládanie reči tela je manipulatívne alebo neúprimné, ale uvedomé čítanie a používanie signálov reči tela sa nijako nelíši od nosenia určitého typu odevu, používanie jazyka určitej vrstvy alebo rozprávania príbehov, ktoré vás stavajú do najlepšieho svetla. Rozdiel tkvie v tom, že sa to nedeje neuvedomele a že urobíte lepší dojem na ostatných. Bez účinnej reči tela môžete byť ako postavy z dabingu filmu: pohyby pier nezodpovedajú vypovedaným slovám, divák je zmätený a prepína kanály.

Kapitola 2. Prezentácie

Prezentačné zručnosti sú komplexom komunikačných zručností a zároveň aktivitou, pri ktorej sú asi pravidlá komunikácie, či už verbálnej alebo neverbálnej, najčastejšie porušované. Často sa tak deje z hrubého podcenenia prípravy. Latinské porekadlo hovorí „Poeta nascitur, orator fit! – Básnikom sa narodíš, rečníkom sa musíš stať!“. Prax potvrdzuje, že aj študenti, ktorí zo začiatku pristupovali k prezentačnému tréningu s dešpektom, neskôr ocenili získané zručnosti a prehodnotili svoj postoj. Prezentačné techniky a zručnosti sú aplikovateľné v celej škále profesijného prostredia – od obchodných prezentácií „podomových“ obchodníkov, cez sofistikované marketingové a reklamné prezentácie až po prísne exaktné vedecké prezentácie výsledkov výskumných projektov. Preto je paradoxné, že v tak odlišnom prostredí sa opakujú tie isté chyby.

Ako si pripraviť prezentáciu a stanoviť cieľ

Predstavte si, že vyberáte potraviny na víkendový obed - pri nákupe premýšľate určite nielen nad tým, čo kúpite, ale aj prečo danú surovinu kupujete a ako ju budete upravovať.

V podobnej situácii sa nachádzate pred prezentáciou - dôležité je nielen to, čo poslucháčom povie, ale predovšetkým prečo im to povie, k čomu chcete svojich poslucháčov doviest a čo chcete svojou prezentáciou dosiahnuť. Môžete chcieť trebárs poslucháčov pobaviť, zoznámiť s novými poznatkami, naučiť ich niečo, motivovať ich, alebo ich tiež o niečom presvedčiť. Stanovený hlavný cieľ je nevyhnutné mať stále pred sebou a držať sa ho pri štruktúrovaní a napĺňaní obsahu svojej prezentácie.

Podľa cieľa rozlišujeme rôzne zameranie prezentácie - v praxi sa často stretávame s informatívnou prezentáciou, ktorej cieľom je niekoho zaujať a odovzdať nové informácie alebo s inštruktážnou prezentáciou, pri ktorej rečník vysvetľuje nejakú problematiku alebo sa snaží poslucháča niečo naučiť. Cieľom väčšiny predajných prezentácií je však presvedčiť a predať kvalitu produktu, služby či myšlienky.

Súčasťou týchto hlavných cieľov prezentácie môžu byť tiež ciele krátkodobé, ktoré pri príprave ovplyvnia formuláciu kľúčových bodov a argumentov vašej prezentácie. Napríklad pri obchodnej prezentácii sa okrem hlavného cieľa - predáť - objavujú ďalšie krátkodobé ciele, naučiť účastníkov pracovať s príslušným produktom, informovať o novinkách v portfóliu danej firmy či motivovať poslucháčov k tomu, aby iniciovali obchodné rokovania vedúce ku kúpe produktu. Často chybujeme v tom, že cieľ svojho vystúpenia hľadáme a stanovíme až v priebehu prezentácie podľa aktuálneho vývoja a reakcií poslucháčov. Možno ste si sami po niektorej zo svojich prezentácií kládli otázku, či bola vaša prezentácia úspešná a nemali ste k dispozícii nástroj, ktorým možno zmerať výsledok vášho snaženia.

Ako si stanoviť cieľ prezentácie?

Existuje mnoho rôznych spôsobov stanovenia cieľov (nielen) prezentácie. Najčastejšie sa používa technika SMART, avšak ďalej nájdete aj ďalšie techniky.

Viem, čoho chcem prezentáciou dosiahnuť

Skúsení rečníci si pred prezentáciou zvyčajne kladú kľúčovú otázku: "Čo chcem svojou prezentáciou dosiahnuť?" Otázka "cieľov" na začiatku prípravy prezentácie ovplyvní obsah vášho vystúpenia a zároveň uľahčí výber podstatných informácií a argumentov pre danú skupinu poslucháčov.

Dôležité je však nielen to, čo poslucháčom povie, ale predovšetkým prečo im to povie a k čomu chcete svojich poslucháčov doviest. Môžete chcieť napríklad poslucháčov zaujať, zoznámiť s novými poznatkami, naučiť ich niečo, motivovať ich, alebo je tiež o niečom presvedčiť. Stanovený hlavný cieľ je nevyhnutné mať stále pred sebou a držať sa ho ako pri príprave štruktúry prezentácie, tak i v jej priebehu. Pre stanovenie cieľa svojej prezentácie môžete využiť techniku SMART, kde počiatočné písmená (v angličtine) postihujú kľúčové charakteristiky správne definovaného cieľa:

S znamená špecifický

M - merateľný

A - akceptovateľný

R - reálny

T - termínovaný

Otázka "PREČO" na začiatku prípravy na prezentáciu ovplyvní nielen obsah vašej prezentácie, ale zároveň vám uľahčí výber podstatných informácií a argumentov. Pokúste sa na sumu informácií, ktoré máte pripravené pre prezentáciu, pozrieť z pohľadu cieľa vašej prezentácie a rozdeliť informácie do niekoľkých skupín podľa techniky "3M". Na skupinu informácií, ktoré plne podporujú cieľ vašej prezentácie („Musím povedať“ – t.j. zásadné fakty, kľúčové argumenty), informácie, ktoré môžu presvedčiť poslucháča („Mal by som povedať“ – t.j. výsledky výskumov a prieskumov, referencie, skúsenosti z praxe) a tie, ktoré udržia pozornosť a záujem poslucháčov („Mohol by som povedať“ – t.j. zaujímavé príklady, historky z praxe, zábavné príbehy). Zároveň tým zistíte, čo pri prezentácii radšej hovoriť nebudete.

Spoznajte svojich poslucháčov

Ak sa pripravujeme na svoju prezentáciu len s prihliadnutím k svojim požiadavkám a cieľom, riskujeme, že pri samotnom stretnutí s poslucháčmi zistíme, že od nás očakávali niečo celkom iné, alebo že informácie, ktoré sme si pre nich pripravili, sú pre ich prax nezaujímavé, nepraktické alebo nepochopiteľné. Kde sa stala chyba?

Znalosť cieľovej skupiny - poslucháčov je dôležitá nielen pre obchodne zamerané prezentácie, ale pre akýkoľvek verejný prejav, ktorým chceme poslucháčov skutočne osloviť. Ak pri predajnej prezentácii postupujeme tak, že sa len odriekajú informácie o produkte, môžeme sa už dopredu pripraviť na to, že pre väčšinu poslucháčov bude náš prejav nezaujímavý a nudný.

Zistite si preto vopred aspoň základné charakteristiky svojich poslucháčov. Sú to odborníci alebo laici, sú to riadiaci pracovníci alebo špecialisti, sú to začiatovníci alebo skúsení v odbore? Z akého prostredia pochádzajú, čo o téme vedia a čo očakávajú?

Spôsobov, ako tieto informácie získať existuje viac. Môžete k pozvánke na prezentáciu priložiť prihlášku so stručným dotazníkom, môžete sa obrátiť na organizátora prezentácie alebo sa spoľahnúť na informácie od kolegov.

Interkultúrne rozdiely v prezentáciách

Komunikácia či prezentácie pre zahraničných partnerov sa pre mnohých stáva úplne bežnou praxou. Napriek globalizácii, ktorá sa prejavuje "stieraním" rozdielov, zostávajú viditeľné kultúrne podmienené rozdiely v správaní jednotlivých národov. Čo všetko teda môže byť inak a čo môžeme očakávať pri prezentácii zahraničného rečníka?

Pozrime sa spoločne na dnes už bežnú situáciu: ako sa pracovník (manažér, špecialista, obchodník) ocitnete na prezentácii, ktorú vedie napríklad Nemec, Francúz alebo Američan. Alebo ste sami v úlohe prezentujúceho pre vyššie uvedené skupiny poslucháčov. Pre ľahšiu orientáciu pri porovnávaní odlišných spôsobov, ako ľudia rôznych kultúr prezentujú (tzv. prezentačné štýly) berme do úvahy tieto znaky: štruktúra oznámenia, prejavy reči tela, nadviazanie a udržiavanie kontaktu s poslucháčmi, spôsob vizualizácie a použitia pomôcok. Odhliadneme pre tentokrát od jazyka ako prvotného rozdielu v komunikácii uvedených národov.

Prezentácia určená nemecky hovoriacim poslucháčom alebo vedená nemeckým prezentujúcim sa vyznačuje veľmi precíznou štruktúrou, v ktorej nechýba starostlivé rozdelenie do bodov a zameranie na detail. Prezentujúci sa sústreďujú najmä na presné odovzdanie obsahu svojho oznámenia a zvyčajne neusiluje o upútanie pozornosti na svoju osobu. S tým súvisí skôr formálne poňatie prezentácie, pri ktorej je len veľmi zriedka používaná výraznejšie reč tela ako napríklad gestikulácia v hornej polovici tela alebo dynamický pohyb smerom k poslucháčom. V priebehu prezentácie sa rečník obracia na svojich poslucháčov najmä vtedy, ak predpokladá, že môžu diskusiu obohatiť o vecnú

informáciu či fakty. Dôraz na fakty sa odráža aj v spôsobe vizualizácie: víťazia tabuľky a schémy v rozličnom vyhotovení, rovnako ako rôzne typy grafov. Typickou pomôckou nemeckých prezentátorov býva flip-chart a spätný projektor, ktorý dokážu excelentne využiť pri práci s fóliami. Okrem toho sa bežne stretneme aj s projekciou z počítača vždy doplnenou o prehľadne spracované tlačené materiály.

Ak prezentuje Francúz, prípadne ak máte zástupcov tejto krajiny medzi svojimi poslucháčmi, prezentácia môže byť menej formálna a obsahovať viac "osviežujúcich" prvkov a humoru. Neznamená to však, že obsah nie je dôležitý. Štruktúra prezentácie však býva voľnejšie ako v predchádzajúcom prípade. Možno očakávať aj častejšie zapájanie v priebehu samotnej prezentácie. Uvoľnený a prirodzený prejav sa odráža aj v reči tela, najmä v postoji a gestách prezentujúcich. Mnohých Francúzov tak vidáme prezentovať s rukou vo vrecku, alebo dynamicky gestikulovať oboma rukami nad pásom. Osobnosť rečníka a jeho charizma výrazne ovplyvňuje pôsobivosť prezentácie a spôsob podávania. Pri vystúpení sa prezentujúci viac pohybuje, udržiava priamy očný kontakt s poslucháčmi a neváha ich osloviť. Pre vizualizáciu sa bežne používa PowerPointová projekcia, ktorá obvykle využíva väčšie množstvo kreatívnych grafických prvkov (napr. obrázkov).

Americký štýl prezentácie, rovnako ako prezentácia pre amerických poslucháčov býva obvykle "High-tech" alebo "one-man show". Znamená to, že dôraz môže byť kladený na technické a vizuálne spracovanie prezentácie s využitím najmodernejších audiovizuálnych prostriedkov alebo na osobnosť prezentujúceho a jeho umenie zaujať poslucháča. Odpoveď na otázku: "Čo je dôležitejšie pre pôsobivú prezentáciu: obsah alebo forma?", Vyznieva v tomto prípade jednoznačne pre formu. Väčšina rečníkov sa vyznačuje vysokou mierou sebavedomia a otvorenosti pri komunikácii. Kľúčové je vytvorenie dobrého prvého dojmu, a preto je dôležité získať poslucháča už v úvode prezentácie. Najvyššie neformálnym spôsobom - vtipom, nečakaným gestom, nevšedným obrázkom, kvízom, ktorý ich vtiahne do "hry". Reč tela býva americkými rečníkmi v plnej miere využívaná - do ich výbavy patrí nielen gestikulácia či pohyb v priestore, ale aj výrazná mimika a práca s hlasom. Čo vás určite zaujme, je grafické spracovanie prezentácie - jednoduchosť, názornosť a dynamika vizuálnych pomôcok. Verte, že prezentujúci si cení svojho čas i čas svojich poslucháčov, a

preto venuje prezentácii len toľko času, koľko je nevyhnutne potrebné a nezahltí auditórium zbytočnými detailmi.

Ako teda vyzerá skutočne profesionálna prezentácia mimo "domácej pôdy"?

Pre úspešnú prezentáciu využite tri kľúčové kroky:

1. spoznajte špecifiká prezentácií v iných kultúrach,
2. rešpektujte odlišné pravidlá komunikácie a prezentácie,
3. použite vo svojej prezentácii niektorý typický prvok "ich" prezentácií.

Ak toto zvládnete a navyše podporíte vycibreným prezentačným štýlom, vaša prezentácia osloví široké spektrum poslucháčov rôznych kultúr.

Vytvorte štruktúru - Ako štruktúrovať obsah prezentácie

Ako postupovať pri výstavbe obsahu a štruktúry prezentácie?

Rovnako ako má každé dobré divadelné predstavenie svoju štruktúru, v ktorej je možné odlíšiť jednotlivé časti, rešpektujte aj vy pri svojej prezentácii určitý postup, ktorý poslucháčom umožní ľahšiu orientáciu

- Klasické členenie obsahu na úvod (začiatok), hlavnú časť, záver (zhrnutie) výstižne vyjadruje skratka "**3P**":

ÚVOD - Povedz im, čo povieš (predstavte seba, spoločnosť a zoznámte poslucháčov s programom alebo hlavnou témou svojej prezentácie);

HLAVNÁ ČASŤ - Povedz to (postupne predneste jednotlivé body svojej prezentácie, vhodné je delenie na kapitoly alebo časové členenie, prípadne zoznámenie s problémom a následné osvetlenie možností či návrhov na jeho riešenie);

ZÁVER - Povedz im, čo si povedal (vždy zhrňte najdôležitejšie fakty alebo myšlienky svojho prejavu, ponúknite ďalšie zdroje, príp. kontakt na vás a pozitívne sa rozlúčte).

- Popri klasickom členení na úvod, hlavnú časť a záver, môžete vystavať štruktúru svojej prezentácie podobne ako v televíznej reklame. Najprv popíšete aktuálnu situáciu, potom naznačíte možné problémové oblasti a navrhnete riešenie. Napríklad: je jeseň a vládne typické jesenné počasie, prší a je sychravo - veľa ľudí bojuje s prechladnutím a chrípkou - niektorí sa lieči čajom s medom, vy vyskúšajte prípravok XY. Veď rovnako ako reklama, má aj vaša prezentácia za cieľ predať - hoci trebárs nápad.
- Ak prejav formulujete na papier v celých vetách, rozhodne si svoje dielo pred prezentáciou prečítajte aspoň raz nahlas. Vyvarujete sa tak toho, aby za vašimi slovami "šušťal papier", a zaťažovali ste pozornosť poslucháčov dlhými komplikovanými súvetiami. Snažte sa preto hovoriť prehľadne, jasne a v jednoduchých vetách.

Miesto prezentácie

Buďte na mieste prezentácie aspoň o pol hodiny skôr než poslucháči

Možno ste sami zažili situáciu, kedy ste sa ako prezentujúci snažili poslucháča presvedčiť o vašej profesionalite, a napriek tomu bol celý priebeh vystúpenia poznamenaný nepriaznivými vonkajšími okolnosťami. Konferenčná miestnosť bola príliš malá alebo nevhodne usporiadaná, poslucháčom bola zima (horúco), na projekciu svietilo slnko alebo cez predný rad nebolo takmer nič vidieť. Zlé načasovanie začiatku a miesta konania prezentácie môže výrazne ovplyvniť priebeh celej prezentácie. Tiež presvedčivosť a profesionalita prejavu rečníka je ovplyvnená poznaním alebo neznalosťou prostredia prezentácie. Nikdy preto nenechávajte prípravu miestnosti, kontrolu funkčnosti technického vybavenia a pomôcok na poslednú chvíľu. Už admirál Nelson povedal, že všetok úspech vo svojom živote pripisuje tomu, že bol na mieste vždy o štvrt hodiny skôr. Buďte preto na mieste prezentácie aspoň o pol hodiny skôr než poslucháči a to i v prípade, že prednášate v známom prostredí.

Čas a dĺžka prezentácie

Pri príprave svojich prezentácií sa väčšina z nás stretáva s časovým stresom, keď potrebujeme pripraviť a vytvoriť pomôcky pre prezentáciu (snímky, fólie, tlačené podklady), doladiť organizačné zabezpečenie prezentácie a hlavne si ujasniť kľúčové body a štruktúru svojho prejavu. Toľko úloh, a tak málo času. Ak poznáte vopred dĺžku svojej prezentácie, vynásobte tento časový údaj číslom desať a získate čas potrebný pre profesionálnu prípravu prezentácie (t.j. vrátane pomôcok, tlačených podkladov pre vás alebo účastníkov pod.) Skutočnosť, že na desaťminútovú prezentáciu je potrebné pripravovať sa najmenej hodinu a pol, vás možno zarazí, ale profesionálni rečníci vám potvrdia, že nie je umenie hovoriť hodinu, ale povedať všetko podstatné a zaujať v priebehu niekoľkých málo minút.

Nedodržanie časového vymedzenia prezentácie.

Už ste niekedy pri prezentácii zistili, že zatiaľ čo vy hovoríte, poslucháči sú už ako na trní, ich pozornosť klesá k nule a svojimi neverbálnymi (a niekedy aj polohlasne verbálnymi) prejavmi vám dávajú najavo, že čas pre vaše vystúpenie vypršal? Z opačnej strany - aké boli vaše pocity pri prezentácii, ktorá mala skončiť o tretej a rečník ešte o štvrti na štyri prednášal a nevnímal čas? Dodržanie stanoveného času prezentácie je významným ukazovateľom profesionality prednášajúceho. Pohľadom na hodinky však stratíte na niekoľko sekúnd očný kontakt so svojimi poslucháčmi, a navyše toto gesto môže na poslucháča podvedome pôsobiť ako signál, že potrebujete skončiť alebo máte málo času. Ak prezentujete v "domácom prostredí", umiestnite hodiny na protiľahlú stenu miestnosti, takže budete mať možnosť počas prezentácie jednoduchým pohľadom sledovať čas. Ďalším riešením je použitie buď softvéru pre elektronické hodiny zobrazené na displeji vášho počítača alebo budíka, ktorý si umiestnite vo svojom zornom poli na stolík s materiálmi a podkladmi pre prezentáciu. Dodržaním dĺžky trvania svojej prezentácie tlmočíte poslucháčom nielen to, že ste si pripravili danú tému na presne vymedzený čas, ale predovšetkým to, že rešpektujete ich čas a dohodnuté podmienky.

Krivka pozornosti a načasovanie prezentácie

Ako upútať a udržať pozornosť poslucháčov počas prezentácie? To býva kľúčová otázka pre mnohých prezentujúcich. Okrem dostatočného zapájania poslucháčov do prezentácie (napríklad formou otázok, súťaží, uvádzaním príkladov z praxe či ice-breakov a iných), je potrebné zvážiť vhodné načasovanie prezentácie. Praktická rada znie - ak je to možné, nezaraďujte prezentáciu na pondelkové či piatkové termíny, pretože tieto dni sú vyhradené najrôznejším poradám, interným prezentáciám a často myšlienkam na uplynulý či nadchádzajúce víkend. Ak ide o kratšiu prezentáciu, ktorá nie je závislá na časovom rozvrhu iných prezentujúcich ani organizáciu sprievodných akcií, je dobré voliť dopoludňajšie hodiny. V túto dobu je schopnosť vnímania i pozornosť väčšiny poslucháčov pomerne vysoká. Navyše poslucháči majú možnosť získané informácie okamžite konzultovať so svojimi kolegami na pracovisku, prípadne pomerne presne referovať o prezentáciu svojim nadriadeným.

Pravidlá tvorby elektronickej prezentácie

Menej je viac, prezentácia nemusí byť lietajúci cirkus

Ak vytvárate svoje snímky v programe MS PowerPoint alebo inom prezentačnom programe, vyskúšajte nasledujúci postup:

1. Pravidlo 5 x 5: na každý snímok (fóliu, stranu) umiestnite maximálne 5 bodov - hesiel či odrážok. V texte sa vyvarujte dlhých zložitých súvetí. Na riadku uveďte maximálne 5 slov. Snažte sa myšlienky sformulovať do kľúčových hesiel, ktoré pri vystúpení ďalej rozvediete.
2. Päťkové fonty číta ľudské oko pomalšie. Používajte tieto fonty na nadpisy, aby vašim poslucháčom viac utkveli v pamäti. Na bežný text snímok používajte bezpäťkové písmo, (font Arial, Tahoma a pod.), tak si poslucháči rýchlejšie urobia prehľad o obsahu snímok.
3. Všetky texty na snímke musia byť pre poslucháčov čitateľné, preto si vyskúšajte čitateľnosť zo všetkých možných pozícií v miestnosti. Pre veľkosť písma, ktoré použijete vo svojej prezentácii berte do úvahy počet poslucháčov a veľkosti miestnosti. Používajte vždy písmo väčšej veľkosti než 20 (bodov).

4. Pre zvýraznenie kľúčových slov použite bold (tučný) text alebo inú farbu písma, radšej sa vyvarujte kurzívy, ktorá sa pri projekcii javí neostro a horšie sa číta.
5. Ak ste na pozadí svojej prezentácie zvolili svetlý farebný odtieň, potom pre texty a objekty použite tmavšie odtiene farieb a naopak. Pre dobrú viditeľnosť a čitateľnosť projekcie je najdôležitejší kontrast medzi farbou pozadia a grafickými prvkami na snímke.
6. V našich európskych podmienkach čítame text zľava doprava a zhora dole. Aby ste docielili väčšiu prehľadnosť vašich snímok, usporiadajte jednotlivé grafické objekty (texty, obrázky, grafy atď.) v uvedených smeroch. Najdôležitejšie argumenty uvádzajte až ako posledné (vpravo alebo dole), pretože túto informáciu si poslucháči najskôr zapamätajú.
7. Ak chcete pri výklade upútať pozornosť svojich poslucháčov, využite animačné a prechodové efekty, ktoré PowerPoint i ďalšie prezentačné programy ponúkajú. Pohyb a nájazd textov či objektov by mal byť prirodzený ľudskému oku - vyberte si niekoľko málo konzervatívnych, nerušiacich animačných efektov, s nimi pracujte a dodržujte ich jednotné uplatňovanie.
8. Ak potrebujete naopak v prezentácii niektorý z bodov zdôrazniť, použite iný, pozornosť upútavajúci animačný efekt (špirála, roztiahnutie či nájazd sprava).
9. Všeobecne však platí, že s animáciami je treba narábať opatrne a nepreháňať.

Tento postup môžete využiť aj pri príprave ďalších vizuálnych pomôcok. Vaša prezentácia potom bude pre poslucháčov zároveň dynamická aj názorná a vy sa budete môcť sústrediť na komunikáciu s publikom.

Kapitola 3. Angličtina ako jazyk prezentácie

Nikto nepochybuje, že angličtina v súčasnosti predstavuje globálny komunikačný nástroj. Nemalou mierou k tomu prispela rozľahlosť Britského domína, mocenská hegemonia Spojených štátov a to všetko umocnené technologickým pokrokom virtuálnej komunikácie v prostredí Internetu. Anglický jazyk je dominantný aj vo firemnom prostredí v prostredí technologického vývoja a výroby, vo vedecko-technickej komunikácii. V nasledujúcej časti uvádzame glosár frazeologizmov, slovných spojení, výrazových prostriedkov a viet používaných ak jazyk prezentácie aplikovateľný do ktorejkoľvek kategórie prezentácií. Na úvod sme pripravili pre vás prehľadný organizačný flow chart, ktorý naznačí komplexnosť jazyka v štruktúre prezentácie :

Úvod – upútanie pozornosti, signál na začatie

Right. Well. OK.

Erm. Let's begin.

Good. Fine. Great.

Can we start?

Shall we start?

Let's get the ball rolling.

Let's get down to business.

Oslovenie publika – pozdrav

Hello ladies and gentlemen.

Good morning members of the jury.

Good afternoon esteemed guests

Good evening members of the board

Fellow colleagues Mr. Chairman/Chairwoman

Thank you for your kind introduction

Predstavenie sa

Good afternoon ladies and gentlemen, let me introduce myself.

Good morning everyone, I'd like to start by introducing myself.

My name is...

I am a student at the ...

I am a doctoral candidate,

I am X. Y. from I'm the manager of...

I am a researcher from ... I've been working on the subject now for X years...

I've had wide experience in the field of ...

Good morning, my name is I am a student at the ... and I would like to talk to you today about some of my findings in a study I did on...

I am very pleased and proud to introduce ...who is.... He/she is known for...

Now I'll turn the floor over to today's speaker. (to take the floor, to have the floor, to give the floor to someone.)

Let me begin by introducing myself: my name is . . .

As you (may) know, I am the sales manager at . . .

For the last six months, I have been working on . . .

Over the course of the last year, I have been involved in . . .

Since February 2010, I have been responsible for implementing ...

Uvedenie témy, problematiky

I plan to speak about...

Today I'm going to talk about...

The subject of my presentation is...

The theme/topic of my talk is...

I've been asked to give you an overview of...

I have chosen to speak about this because...

I was asked to speak about X because...

I am here to speak about our new project

I am here to present / to explain / to show you / to report to you . . .

I have come to tell you about the changes that are going to take place

We're going to look together at the advantages . . .

We're going to examine the possibility of collaborating with . . .

Vymedzenie času a podmienok

I'll talk for twenty minutes and would be grateful if you could keep your questions until I have finished.

I'll be very happy to answer any questions you may have at the end of the presentation.

Please feel free to interrupt me at any point with questions.

I'll stop at the end of each agenda point to see if there are any questions.

I will not speak about...

I have limited my speech to

My talk will last about 15 minutes.

I will speak for 15 minutes.

Načrtnutie plánu prezentácie

During the next 20 minutes, my objective is to . . .

It might be useful to begin with a brief outline of my agenda for this presentation . . .

I intend to cover the following three areas . . .

I would like to consider the following points . . .

I'll begin by describing to you . . .

Then I'll explain / show you . . .

And finally, I shall explain / we shall look at / consider . . .

I have broken my speech down/up into X parts.

I have divided my presentation (up) into Y parts.

In the first part I give a few basic definitions.

In the next section I will explain

In part three, I am going to show...

In the last part I would like/want to give a practical example...

Objasnenie cieľov

My purpose in doing this paper is to give you a solid background on the subject of oral presentation skills so that in the future, at the INT or elsewhere, you can deliver

a successful speech in front of a group.

What I would like to do today is to explain
 to illustrate...
 to give you the essential background
 information on...
 to outline...
 to have a look at...

What I want my listeners to get out of my speech is...

If there is one thing I'd like to get across to you today it is that...

Stanovenie pravidiel pre otázky

I'll talk for twenty minutes and would be grateful if you could keep your questions until I have finished.

I'll be very happy to answer any questions you may have at the end of the presentation

Please feel free to interrupt me at any point with questions.

I'll stop at the end of each agenda point to see if there are any questions.

I'd ask you to save your questions for the end.

There will be plenty of time at the end of my speech for a discussion.

You may interrupt me at any moment to ask questions or make comments.

Please stop me if you don't understand anything I say but could you keep any specific questions until after I've finished.

Prechod k hlavnej časti

So, to start with, let's look at the structure of the company.

Let's begin by looking at . . .

We shall begin by examining the German market.

We shall therefore begin with the question of openings in the Korean market.

I shall therefore begin by describing our financial performance.

The first aspect we shall consider is . . .

Now let us turn to point one.

Let us now move on to the second part, which is, as I said earlier....

Výpočet informácií

There are three things we have to consider: one, two, and three. (A, B, C.)

Now let us look at the first aspect which is...

First of all,...

In the first place...

Prepojenie myšlienok

That's all I would like to say about... (subject of part A) and now let us turn to

Now that we've seen... let us turn to...

Naznačenie možností

There seem to be two possible ways of dealing with this...

We've looked at this from the point of view of the manufacturer but what about if we were to...

A number of options present themselves at this point....

If what you are dealing with demands a comparison of strengths and weaknesses indicate clearly the different aspects and underline the points you feel are important or secondary.

What exactly are the benefits?

On the plus side we can add...

This is not the only weakness of the plan...

We cannot ignore the problems that such an action would create...

We do not need to concern ourselves with...

Of lesser interest are...

Uvádžanie príkladu

Now let's take an example.

An example of this can be found...

To illustrate this...

Let's see this through an example.

For example,

For instance, e.g.

Preformulovanie

Let me rephrase that,
In other words
Another way of saying the same thing is
That is to say
i.e.

Zhrnutie

To summarize
To sum up,
Let me summarize by saying
So that concludes my overview
In conclusion
Briefly said
In short,
What I've tried to show in this part...
To recap what we've seen so far...
Let me recap on the main points
So, what have we looked at this morning?
So, let us summarise where we have got to . . .

Zdôrazňovanie

What is very significant is...
What is important to remember...
I'd like to emphasize the fact that...
I'd like to stress the importance of...
to highlight...
to underline...
What I tried to bring out...
What we need to focus on...

Odkaz na predchádzajúce informácie

As I have already said earlier...

As we saw in part one...

To repeat what I've said already...

Odkaz na všeobecne známe

As you all may well know...

It is generally accepted that...

As you are probably aware (of)...

Odkaz na vizuálne (grafy, obrázky, diagramy,...)

As you will see from the diagram . . .

I'd like you to look at the following figures.

This chart represents . . .

As you will observe from the graph, . . .

By way of explanation, let me show you how this looks.

As you can see, the figures speak for themselves.

It might be helpful, given the complexity of these figures, to look at some tables.

Let's look at the current distribution of the market, as you can see...

I'm going to show you now the most recent figures available...

My next slide concerns the method by which...

The first line of figures is the most revealing...

Notice/observe how the increase has had an effect on the...

What is important here is the way that...

Zdôraznenie

I would like to draw your attention to this point.

Let me describe the conditions in more detail.

I should point out a further advantage . . .

I must stress the importance of . . .

A particularly important / crucial factor is . . .

We must bear in mind the . . .

We must remember / bear in mind that . . .

Príklad

Let me give you a few examples, . . .

Let's take the case of a customer who . . .

To illustrate this point, we simply need to . . .

One of the best examples is the case of . . .

Doplneie

I must add that . . .

We must also remember that . . .

Similarly, . . .

Moreover, . . .

As well as . . .

There are two possibilities: either . . . ,or, . . .

Vysvetlenie

This is / explains why . . .

It is for this reason that . . .

Because of this, . . . / As a result, . . . / Consequently, . . .

Since our overheads have increased, I don't see how we can . . .

Given their turnover, . . .

Vyjadrenie názoru, stanoviska

According to experts / specialists in . . .

In my opinion, it would be better to . . .

If I may express an opinion, I do feel that . . .

Personally, we feel that . . . / I must say that . . .

Our feeling is that we should . . . / It is my belief that . . .

Záver

In conclusion I would like to say that...

My final comments concern...

I would like to finish by reminding everyone that...

I hope that I have shown you that . . . and I hope you will now give this some further thought

It is time to round things off now, so I'll . . .

Now that we've looked at the main points, I am ready to answer any questions you may have.

If there are any points that you wish to raise, I will be very happy to discuss them with you.

It has been a great pleasure to talk to you today.

Thank you for listening.

Výzva na otázky

And finally you may well have to deal with questions.

I'd be happy to answer any questions....

If there are any questions please feel free to ask.

Thank you very much for your attention and if there are any suggestions or comments

Záver

V súčasnosti nájdete nepreberné množstvo zdrojov týkajúcich sa publikovanej problematiky. Problém, podobne ako pri iných oblastiach, je v relevantnosti, hodnovernosti, odbornosti, resp. vedeckosti, ale najmä v komplexnosti, ucelenosti. Preto sme vám ponúkli pohľad na komunikačné kompetencie v celej ich dialektike, nie však vyčerpávajúco. Oblasť komunikačných modelov sa vyvíja spolu s informačnými kanálmi. Kto by pred dvadsiatimi rokmi bol predpovedal takú informačnú explóziu akú priniesol Internet, sociálne siete a World Wide Web. Kto by bol predpokladal taký komunikačný boom, aký prinieslo rozšírenie mobilných telefónov. Kto by bol predpokladal, že softvérová revolúcia prinesie také prezentačné technológie, ktoré sa stanú dynamickou súčasťou miliónov prezentácií denne po celom svete. Ale aj tak je to jeden faktor, ktorý sa síce vyvíja s nástupom nových trendov, ale stále zostáva (našťastie) tým najdôležitejším faktorom – ČLOVEK.

Elektronická publikácia **Reference publication** má charakter príručky, ktorá je prispôbená na pohotovosť osvojenia si určitého poznania a na rýchle vyhľadávanie konkrétnej informácie, orientovaná na komunikačno-sociálne aspekty (**soft skills**). Zhusteným, prehľadným a názorným spôsobom prezentuje poznatky a návody na tvorbu textov (profesionálny životopis, žiadosť, profiláciu, metodiku tvorby prezentácií,...) a metodiku pre rozvoj komunikačno-sociálnych kompetencií absolventov vysokej školy.

Z dostupných zdrojov a štúdií je potvrdené, že čo sa týka soft skills, prevláda medzi zamestnávateľmi pomerne jednoznačný názor, že táto oblasť si zaslúži výrazné zlepšenie. Takmer 91% firiem je nespokojná z doterajšou úrovňou soft skills u absolventov a to najmä v oblasti komunikačných a prezentačných zručností.

Príručka je vhodným doplnkom k osvojeniu si základných komunikačných zručností pri uplatnení sa na trhu práce.

Zoznam použitej literatúry

Allen, G. Jeffrey: How to Turn an Interview into a Job. Touchstone, 2004

Amos, Julie-Ann: Write a winning CV. How To Books Ltd, 2003

<http://europass.cedefop.europa.eu/sk/home>

Pease, Allan; Pease, Barbara: Řeč těla. Portál, 2008

Rovanová, Ľubica: Presentation skills, Vydavateľstvo STU, 2006

Siegel, Zbyněk: Jak hledat a najít zaměstnání – rady a tipy pro uchazeče. Grada, 2007