

**NABÍDKA SPOLUPRÁCE PŘI VZDĚLÁVÁNÍ
V OBLASTI KOMUNIKACE A ETIKETY**

PhDr. Martin Opatrný, Ph.D.

Obsah

Úvod.....	3
Předmět nabídky.....	4
Nabídka konkrétních kurzů.....	5
Mediální komunikace aneb jak dostat do médií informaci, kterou potřebuji ..	5
Krizová komunikace jako příležitost, nikoliv hrozba	7
Verbální manipulace a sebeobrana	8
Neverbální komunikace v praxi	9
Účinná interní komunikace – cesta k úspěchu.....	10
Profesionální vystupování a prezentace.....	11
Základy PR aneb jak a proč budovat vztahy s veřejností?	12
Etiketa a společenské chování v praxi.....	14
Jak se bavit s cizinci aneb mezikulturní komunikace a protokol v praxi.....	15
VIP balíček.....	17
Profil lektora.....	19
Vybrané reference v oblasti vzdělávání.....	20
Závěr	21
Kontakt	21

Úvod

Vzdělávání v oblasti mediální komunikace se pomalu dostává do povinných školních učebních osnov a praxe jednoznačně poukazuje na nezbytnou potřebu zvládat otázky spojené s tímto tématem. Stejně tak efektivní komunikace, společenské chování, profesionální prezentace a další oblasti dnes patří ke standardním dovednostem manažerů a dalších pracovníků bez ohledu na to, zda působí ve státní správě či soukromé sféře.

Lektor PhDr. Martin Opatrný, Ph.D., se oblasti komunikace věnuje již řadu let a prošel značnou praxí ve státní správě i v komerčním prostředí. Vzhledem k působení na pozici manažera komunikace mezinárodní skupiny se orientuje v oblasti PR, mediální a krizové komunikace v ČR i zahraničí.

Veškeré položky této nabídky jsou orientační a vždy jsou upravovány dle individuálních potřeb a přání klienta. Jednotlivá témata je možné kombinovat a přizpůsobit co do obsahu, formy a časové náročnosti.

Předmět nabídky

Tato nabídka je zaměřena jak na dlouhodobější spolupráci v oblasti vzdělávání, tak i na jednorázové semináře a je možné ji doplnit dle přání a požadavků klienta o další odborné externí školitele, kteří mohou pokrýt jiná, než níže uvedená témata.

Vzhledem k dosavadním zkušenostem a působení v oboru je lektor Martin Opatrný plně schopen zajistit erudované lektorské služby především v těchto oblastech:

- KOMUNIKACE,
- SPOLEČENSKÉ CHOVÁNÍ A ETIKETA.

Konkrétně se jedná zejména o témata:

- mediální komunikace
- krizová komunikace
- verbální manipulace a sebeobrana
- neverbální komunikace
- interní komunikace
- profesionální vystupování a prezentace
- Public Relations
- etiketa a společenské chování
- mezikulturní komunikace a protokol
- VIP poradenství na míru (dle individuálních potřeb klienta)

Pozn.:

Podle potřeb a požadavků klienta je možné uvedená témata upravit či rozšířit o další okruhy (např. pravidla a zásady písemné komunikace, mediální komunikace pro specifické profese, netiketa apod.). Kurzy je možné připravit pro začátečníky, stejně jako pro pokročilé.

Nabídka konkrétních kurzů

Mediální komunikace aneb jak dostat do médií informaci, kterou potřebuji

Popis:

Komunikace s novináři a veřejností patří mezi nejdůležitější potřeby každé firmy, úřadu, instituce nebo jiné organizace a na mnoha pozicích musíme ovládat vedle svého oboru i další schopnost - umění komunikace. Dokonalé vystupování a schopnost dobře mediálně prezentovat své pracovní či soukromé hodnoty je v dnešním dravém prostředí nutností. Neobratné vystupování totiž lehce zastíní i naše znalosti a vysokou odbornost, ale platí to i naopak – vytříbený projev a zažité zásady komunikace s médii a veřejností je mohou účinně zhodnotit. Média nelze ignorovat už jen proto, že v současném světě jsou nejdůležitějším komunikačním kanálem. Na kontakt s médii se vyplatí připravit, protože se může týkat opravdu každého. Novinář svojí otázkou „přepadne“ politika, podnikatele a další známé osobnosti, ale také třeba úředníka, řadového zaměstnance, dítě před školou, zákazníka v obchodě nebo kolemjdoucího občana na ulici. Ale kolik z nás ví, jak média fungují, jak s novinářem správně komunikovat a jak s informacemi účinně pracovat? Komunikace s novináři a vystupování v médiích není snadné, ale lze se tomu naučit. Školení je vhodné, jak pro začínající mluvčí, pracovníky v oblasti PR, tak pro všechny, které mediální komunikace zajímá. Pro pokročilé je možné sestavit seminář orientovaný na problematiku otázky z této oblasti.

Cíl:

Cílem školení je poskytnout účastníkům základní přehled o fungování médií, seznámit je se zásadami vystupování ve sdělovacích prostředcích a naučit správným reakcím na otázky novinářů. Seminář nabízí na základě praktických příkladů také užitečné návody, jak informace pro novináře správně připravit a prezentovat. Kromě základních zásad mediální komunikace poradí také s praktickými postupy a umožní účastníkům vyzkoušet si samostatnou přípravu sdělení pro konkrétní média, rozhovor s novinářem před kamerou či na mikrofon apod.

Obsah:

- základní zásady komunikace s médii aneb co ne/dělat
- jak fungují konkrétní média, jaká jsou jejich specifika, výhody a nevýhody
- začínám s médii – Co mám dělat?
- vím, co chci sdělit, ale nevím jak; a nebo přemýšlím o vhodném mediálním tématu, ale nevím, jak jej uchopit
- volba vhodného média pro komunikaci sdělení
- jak připravit sdělení, aby zaujalo aneb co novináři potřebují a chtějí slyšet
- jak nejlépe novináře oslovit a dostat ho na svou stranu
- je vhodnější tisková konference, brífink, tisková zpráva, článek nebo jenom neformální posezení s novinářem
- pravidla pro vystoupení v rozhlase a televizi, telefonický rozhovor či osobní setkání s novinářem
- jak správně mluvit a formulovat myšlenky
- co médiím (ne)říkat
- příklady dobré a špatné praxe
- užitečné rady a tipy, praktická cvičení na konkrétních případech

Účastníci si v praxi vyzkouší:

- rozhovor s novinářem
- práci před kamerou a s mikrofonom (s rozбором verbální a neverbální komunikace)
- přípravu sdělení pro konkrétní typ média (např. psaní tiskové zprávy)
- reakce na otázky novinářů
- práci s trémou a pod tlakem

Pozn.: Je možné připravit i jako praktický workshop (např. v TV studiu). Lze sestavit dle zkušeností účastníků – od začátečníků až po pokročilé (PR manažeři, tiskoví mluvčí apod.). Seminář je obvykle realizován s profesionálním kameramanem.

Krizová komunikace jako příležitost, nikoliv hrozba

Popis:

Seminář krizové komunikace většinou navazuje na standardní vzdělávací blok komunikace s médii. Před přípravou na krizovou komunikaci je totiž nezbytné porozumět základním principům mediální komunikace. A pak si uvědomit, že často je pouze na nás, zda dovolíme médiím nadřazenou pozici a necháme se zatlačit do kouta. Stejně tak ale můžeme krizovou komunikaci obrátit ve svůj prospěch, podat informaci pozitivně a vytěžit z ní maximum pro sebe. Prezentaci v médiích, a to i během krizové komunikace, je totiž nutné chápat vždy jako příležitost, nikoliv jako hrozbu. I tady platí – štěstí přeje připraveným!

Cíl:

Cílem školení je přiblížit účastníkům procesy krizové komunikace, její principy a zásady. Zájemci se naučí, jak odvrátit útoky médií a jak se bránit novinářským trikům a manipulaci, a zároveň se seznámí s postupy, jak využít krizi ve svůj prospěch. Součástí kurzu jsou praktická cvičení, kde jsou na konkrétních příkladech (dobré i špatné praxe) demonstrovány postupy pro krizovou komunikaci s médii.

Obsah:

- zásady a principy krizové komunikace (jak fungují krize a jak je rozpoznat; jak komunikovat krizové situace a využít je ve svůj prospěch)
- příklady krizí a jejich následná komunikace
- co je a co není mediální kauza – proč vzniká, jak ji rozpoznat či vytvořit
- jak postupovat v případě krize, koho, jak a kdy informovat
- co v krizi musím/mohu/měl bych udělat
- komunikace s médii v době krize (kdy a jak oslovit média; co komunikovat; jak odrážet útoky v médiích a jak neskočit na novinářské triky)
- sdělení nepříjemných faktů
- jak se vyhnout nepříjemné otázce, jak reagovat na nečekanou otázku
- jak odvést pozornost médií od nepříjemného tématu/faktu
- jak podat informaci pozitivně a jasně
- jak se nebát mikrofonu ani kamery
- reakce ve stresu a pod tlakem

- praktická cvičení
- diskuse k tématu, otázky a odpovědi

Pozn.: Je možné připravit i jako praktický workshop (např. v TV studiu). Lze sestavit dle zkušeností účastníků – od začátečníků až po pokročilé (TOP management, PR manažeri, tiskoví mluvčí apod.). Seminář je obvykle realizován s profesionálním kameramanem.

Verbální manipulace a sebeobrana

Popis:

Uspěť u jednání, zaujmout před publikem nebo prosadit nápady se lépe daří těm, kdo jsou jazykově zdatní. A nesmí chybět vyrovnanost, přiměřená suverenita a profesionalita, důležitá je také naše příprava a odhadnutí partnera v komunikaci. Slovo je rozhodně mocnější než zbraň. Naučte se je tedy vhodně používat. Jakým způsobem prosadit vlastní postoj či názor? Jak obhájit vlastní stanovisko navzdory přesile? Čím přesvědčit druhé, aby nás respektovali a naslouchali nám? Jak zaujmout třeba i nezajímavým tématem? Jaké nejčastější manipulativní techniky lidé používají a jak se vůči nim bránit? Jak fungují základní psychologické procesy během rozhovoru, lze jich využívat ve svůj prospěch? Naučte se vnímat a rozumět skrytým stránkám komunikace.

Cíl:

Cílem školení je seznámit účastníky s vhodnými a účinnými metodami, jak v rámci komunikace prosadit vlastní záměr. Naučí je volit postupy, jakými vést rozhovor a směřovat ho podle vlastních potřeb, stejně tak jako působit na komunikační partnery ve svůj prospěch. Seminář otevírá někdy tabuizované otázky manipulativních technik verbální a neverbální komunikace, kterým buď můžeme rozumět, a nebo jim podléhat.

Obsah:

- etika manipulace (co můžeme a co nemůžeme použít)
- asertivita není slabost, ale přednost
- odhad a rozbor komunikačního protějšku (typy komunikátorů)

- základy a zásady účinné argumentace (kdy jaký tip argumentů a vůči komu použít)
- obrana vůči manipulování
- přesvědčivé vystupování
- stanovení cílů rozhovoru a cesty k jejich dosažení
- vedení rozhovoru
- využití základů psychologie osobnosti při komunikaci (verbální i neverbální)
- tipy a techniky verbální manipulace
- praktické rétorické triky
- diskuse k tématu, otázky a odpovědi

Neverbální komunikace v praxi

Popis:

Neverbální komunikace – to nejsou jen vhodná gesta či mimika. Práce s vlastním tělem, ale také prostorem či barvami může vyzdvihnout nebo naopak silně poškodit jakékoliv sdělení. Neverbální složka tvoří často důležitější součást mezilidské komunikace než část verbální. Milý úsměv, oční kontakt, přiměřeně sebevědomý postoj, správné držení těla, vhodně zvolený oblek a náležitý „halo“ efekt zastíní i hloupé fráze na počátku rozhovoru. Co všechno skrývá nebo odhaluje neverbální komunikace, jak ji správně číst a používat? Přesto, že se často jedná o nevědomé procesy, lze se jim naučit a využívat je tak, abychom v rámci jakéhokoliv rozhovoru zaujali.

Cíl:

Cílem školení je naučit účastníky správnému pochopení a využití neverbální komunikace v soukromém i pracovním životě s důrazem na působení na druhé. Seminář nastíní mimo jiné postupy, jak se pomocí neverbální komunikace více prosazovat mezi lidmi a jak ji využívat pro zdůraznění mluveného projevu či navázání a udržení pozornosti publika. Neverbální komunikace je Vaší vizitkou – měla by být co nejlepší!

Obsah:

- vztah verbální a neverbální komunikace (v čem je síla, výhody a nevýhody verbální a neverbální komunikace)
- základy neverbální komunikace – co všechno do této oblasti patří a jak to vhodně využívat
- jak se naučit číst neverbální komunikaci u sebe i ostatních
- neverbální komunikace a její vliv na image osobnosti
- gesta, postoje a mimika při rozhovoru a jednání
- čtení gest a porozumění ostatním
- práce s prostorem, osobní zóny a jejich vnímání
- jak „ovládnout“ prostor kolem sebe a co lze v tomto směru vyčíst z chování druhých (praktická cvičení řeči vlastního těla)
- komunikace očima – každý pohled něco vyjadřuje
- diskuse k tématu, otázky a odpovědi

Účinná interní komunikace – cesta k úspěchu**Popis:**

Nefungující interní komunikace, nepředávání informací a nezájem o prostředí, v němž pracujeme, patří k největším prohřeškům a nešvarům na pracovišti. Správnou a včasnou informovaností zaměstnanců o chodu firmy a dění v ní lze zamezit komunikačním šumům a zároveň posílit loajalitu a sounáležitost zaměstnanců s firmou. Účinná interní komunikace je cestou k úspěchu. Poradím Vám, jak na to.

Cíl:

Cílem školení je představit v plném rozsahu interní komunikaci a její mimořádný význam, naučit účastníky využití všech možností interní komunikace v dané instituci, a to nejen pro zvýšení motivace a loajality zaměstnanců. Seminář poradí, jak interní komunikaci využít pro zvýšení efektivity firemních procesů a naučí ji využívat ve prospěch firmy i jednotlivce. Účastníci pochopí, jaké konkrétní nástroje kdy a proč používat, osvojí si základní pravidla interní komunikace, zejména pak práci se

zpětnou vazbou, která je často významně podceňována. Nechybí ani užitečné rady, tipy a doporučení ani praktická cvičení.

Obsah:

- co je a co není efektivní interní komunikace
- interní komunikace a její vliv na fungování a výkon firmy či instituce
- cíle interní komunikace a jejich dosahování
- druhy a metody interní komunikace
- komunikační kanály podle cílových skupin
- komunikace mezi kolegy a vztah nadřízený/podřízený
- efektivita komunikace a její hodnocení
- rozdíly interní komunikace ve státní správě a soukromém sektoru, překážky a možnosti
- síla, výhody a nevýhody zpětné vazby
- diskuse k tématu, otázky a odpovědi

Pozn.: Lze připravit i jako praktický workshop.

Profesionální vystupování a prezentace

Popis:

Veřejná komunikace je nedílnou součástí každodenního života a týká se nás všech, bez ohledu na to, zda jste ředitel firmy, oddělení úřadu, zástupce neziskového sektoru, politik, podnikatel, či kdokoliv jiný. Zvládání vlastní neverbální komunikace v kombinaci s vhodně volenými slovy je tou nejsilnější zbraní každého z nás. Význam našeho sdělení často kazí vycpávková slova či jiné zlozvyky, ale to vše lze změnit. Naučte se pracovat sami se sebou, odhalte své silné a slabé stránky a pochopíte, že kultivované vystupování pomůže podtrhnout veškeré Vaše schopnosti.

Cíl:

Cílem školení je naučit účastníky sebevědomě a profesionálně prezentovat informace při různých veřejných vystoupeních. Seminář je seznámí se správnou přípravou i samotnou prezentací, vysvětlí důležitý význam vztahu mezi obsahem

a formou sdělení, doporučí různé způsoby, jak zaujmout pozornost, jak využít technických pomůcek nebo jak bojovat s trémou a stresem. Nastíní zároveň postup, jak se vypořádat s neočekávanými situacemi či nesouhlasem publika, jak snížit trému nebo jak využívat při prezentacích řeč těla.

Obsah:

- základní zásady úspěšné prezentace – cíl, struktura a efektivní příprava prezentace
- co posluchači ne/chtějí slyšet a proč
- čím, kdy a koho zaujmout (praktické rady a doporučení)
- výhody a využívání správných audiovizuálních a technických pomůcek
- využití výhod neverbální komunikace (práce s prostorem i s vlastním tělem – jaká používat gesta a mimiku; příklady dobré a špatné praxe)
- v čem dělám chyby při mluveném projevu
- jak mohu zlepšit své působení díky neverbální komunikaci
- odhad publika a práce s publikem – jak číst správně své posluchače, jak s lidmi pracovat, jak zaujmout, odstranit rušivé vlivy ad.
- jak pracovat se stresem a jak snížit trému
- diskuse k tématu, otázky a odpovědi

Pozn.: Lze připravit i jako praktický workshop.

Základy PR aneb jak a proč budovat vztahy s veřejností?

Popis:

Vztahy s veřejností mohou být dobré nebo špatné. Nemohou nebýt. Bez ohledu na to, zda se jedná o soukromou sféru nebo státní správu, všechny firmy a instituce musí komunikovat s veřejností. Do této kategorie totiž patří zaměstnanci, média, ostatní firmy, úřady, politici i konkurence. Nekomunikovat tedy nelze. Pokud Public Relations funguje správně, každý subjekt se může brzy zviditelnit a získat si podporu občanů i médií. Nástroje PR mohou pomoci prosadit sdělení do médií, zastavit mediální krizi, otevřít či usměrnit veřejnou debatu, propagovat výrobek či službu,

doplnit marketingové aktivity, podpořit reklamu a mnohé další. To vše často za zlomkovou cenu v porovnání s inzercí, reklamou či marketingem.

Cíl:

Cílem školení je jednoduše účastníkům vysvětlit složitou oblast PR. Kurz odpoví především na otázku – jak mám začít s PR. Zaměří se také na to, co vše tvoří vztahy s veřejností, kdo je vlastně onou veřejností a jak a proč s ní pracovat. Jaké nástroje, kdy a za kolik mohu použít? Jak vhodně nastavit PR strategii, jak správně definovat a rozdělit cílové skupiny a jak ověřovat účinnost vlastního počínání?

Obsah:

- co všechno tvoří PR (jaké jsou základní druhy, výhody a nevýhody jednotlivých nástrojů)
- kdy a proč použít PR, kdy reklamu a marketing
- jak s PR začít (co a proč ne/mám dělat, jaký potřebuji rozpočet, kolik lidí, jaké nástroje zvolit a používat atd.)
- druhy a typy PR, základní nástroje PR (jejich charakteristiky, výhody a nevýhody)
- kdy a proč jednotlivé nástroje použít (PR nejsou jenom média!)
- propagace není propaganda
- fáze a průběh PR (jak nastavit procesy, co vše hlídat a vyhodnocovat, jak se poučit z chyb a příště je nedělat)
- PR a média (jak vnímají PR novináři, jak správně pracovat s médii)
- jak sestavit správnou PR strategii (co má obsahovat a co k tomu potřebuji)
- kdo a s kým má komunikovat aneb jak řešit konkrétní aspekty PR v praxi
- monitoring médií, sociálních sítí, zpětná vazba a její vyhodnocování
- příklady dobré a špatné praxe
- diskuse k tématu, otázky a odpovědi

Pozn.: Lze připravit jako praktický workshop (např. příprava PR strategie). Zaměření kurzu se vždy odvíjí od dosavadních znalostí účastníků, může tedy sloužit začátečníkům i pokročilým (rizikové aspekty PR, zásadní chyby a omyly, krizová komunikace ad.).

Etiketa a společenské chování v praxi

Popis:

Etiketa znamená nejen významnou společenskou událost, černý oblek, noblesní držení sklenice a vytříbenou konverzaci, ale také soubor pravidel a zvyklostí pro vzájemný kontakt lidí i v běžném životě, v zaměstnání, tramvaji, doma nebo na ulici. Společenské chování stále více přestává být soukromou věcí člověka a stává se i nutnou pracovní podmínkou. Vedle pracovních zkušeností je často silnou konkurenční výhodou na trhu práce i v osobním životě. Zejména byznys etiketa se dnes stává nedílnou součástí každé firemní kultury. Neobratnost při společenském styku může významně poškozovat nejen image jednotlivce, ale také instituce, kterou jedinec reprezentuje. Ať už se jedná o obchodní schůzky, politická či jiná setkání, kulturní události, vždy máme možnost zapůsobit. Umění společenského chování otevírá nejen srdce, ale i důležité příležitosti.

Cíl:

Cílem školení je připravit účastníky na orientaci ve společenském styku, seznámit je se základy etikety a praktickými postupy při jednotlivých společenských událostech, ať už v roli pořadatele nebo hosta. Pomůže zvládnout profesionálně všechny společenské situace. Díky kurzu získáte dovednosti pro jednání a naučíte se nutné základy a pravidla společenských situací v osobním i pracovním životě. Společenské chování se také neobejde bez vhodné konverzace. Seminář tudíž přiblíží zásady společenské komunikace a nabídne praktické rady a doporučení pro společenská setkání, vedení rozhovoru, základní principy stolování a další situace. Praktické školení je zaměřené na společenská pravidla běžné komunikace, protokolu, telefonické komunikace, poradí, jak se chovat na večírku, večeři či jiné společenské události, kdo a kde má přednost, jak se správně představit, jak se správně obléknout na jednotlivé typy společenských událostí, jak správně vybírat a předat dárky, a mnohé další. Součástí semináře jsou praktická cvičení jednotlivých modelových situací formou rolových her a nácvik konkrétních postupů.

Obsah:

- základní principy společenského chování a jejich použití v praxi
- etiketa všedního dne
- pravidla a zásady běžných společenských příležitostí, pracovních a slavnostních společenských událostí (návštěva, svatba, pracovní oběd, recepce, banket, raut, garden party, večírek, ples atd.)
- etiketa v oblékání, jak správně číst a používat dress code
- společenská konverzace – pozdravy, přednosti a titulování, představování, používání vizitek, vykání/tykání, praktické rady pro společenský rozhovor
- stolování – teorie a praxe, včetně praktických doporučení v obtížných situacích
- přípitky, proslovy, kouření a alkohol
- byznys etiketa aneb jak se liší společenské chování na pracovišti a mimo něj
- netiketa aneb i on-line prostor má svá pravidla společenského chování (psaní e-mailů, sms, pracovní a soukromé hovory, kdy/jak a komu mohu volat, jak správně telefonovat atd.)
- nehody a trapasy ve společnosti, největší prohřešky vůči společenským pravidlům
- diskuse k tématu, otázky a odpovědi

Pozn.: Obsahové priority je možné sestavit individuálně na základě přání a potřeb klienta.

Jak se bavit s cizinci aneb mezikulturní komunikace a protokol v praxi

Popis:

Jiná země, jiný mrav. O tom, že různé kultury se chovají a komunikují různě, není pochyb. Jak se ale vyznat v dnešním složitém multikulturním prostředí? Při zahraničních cestách a stycích se zahraničními hosty musíme vždy respektovat odlišné zvyklosti jiných kultur. Někde jsou rozdíly minimální, ale jsou země a kultury s obyčejí pro nás zcela nezvyklými. Pokud bychom je nerespektovali, mohli bychom se dopustit nemilého faux pas, protějšek rozladit a obchodní či společenské setkání by pak mohlo skončit nezdarem. Styky s jinými kulturami jsou v důsledku globalizace

stále častější. Abychom jim rozuměli a upěli, musíme znát jejich pravidla a na kontakt se světem se připravit.

Cíl:

Cílem semináře je přiblížit účastníkům rozdíly v komunikaci mezi jednotlivými národy a kulturami, představit odlišné modely jednání, zvyky a tradice, vhodná témata pro konverzaci a naopak upozornit na tabu a na možná úskalí a prohřešky při formálním i neformálním kontaktu s odlišnými kulturními skupinami. Kurz je vhodný jak pro zástupce soukromého sektoru, tak státní správy. V prvním případě může poskytnout základy byznys odlišností mezi různými kulturami, ve druhém případě poskytne cenné rady při jednání se zahraničními delegacemi.

Obsah:

- co je kultura a čím je tvořena – kulturní principy a stereotypy
- Jsme jiní my nebo oni? (vnímání odlišných kultur a jejich rozdílů)
- verbální a neverbální komunikace u různých kultur, podobnosti i odlišnosti
- rozdílné přístupy ke stejným věcem (např. prostor, barvy, čas apod.)
- typické chování v rámci vybraných kultur světa
- jednání s lidmi jiné kultury u nás
- kulturní odlišnosti a specifika ve společenském styku a komunikaci
- byznys etiketa a komunikace napříč kulturami
- diskuse k tématu, otázky a odpovědi

Pozn.: Lze připravit s ohledem na konkrétní požadavky klienta (např. rozbor jednoho teritoria či země apod.).

VIP balíček

Popis:

Vzdělávací potřeby vrcholných manažerů a dalších VIP klientů jsou velmi individuální. S ohledem na jejich postavení není navíc vhodné organizovat pro ně skupinová školení. VIP balíček se tedy soustředí vždy na jednoho konkrétního účastníka. Ať už se jedná o přípravu před důležitým vystoupením v médiích, na obchodní konferenci, před pracovním jednáním nebo o účast na významné společenské akci, vždy zjistím konkrétní potřeby klienta a sestavím konzultace přesně na míru. Poradit je možné s vhodným oblečením a image, profesionálním vystupováním a sebe prezentací, stejně jako efektivní verbální a neverbální komunikací a společenským chováním. Potřebujete-li se diskrétně a efektivně zdokonalit v těchto oblastech, VIP balíček je přímo pro Vás.

Cíl:

- **dobře vypadat a působit na druhé**
- **zvládnout vlastní neverbální komunikaci**
- **umět konverzovat a profesionálně se vyjadřovat**
- **dokázat si poradit i ve složitých situacích společenského styku**

Záměrem je především sestavit klientovi ryze individuální školení či přípravu přesně podle jeho potřeb. Školení může zahrnovat vystupování před publikem a komunikaci s médii – od milého rozhovoru v dopolední televizní talk show, přes agresivní rozhovor s novinářem či vystoupení v televizní debatě až po vedení mluveného projevu a sebejisté, důvěryhodné vystupování. Rozbor verbální a neverbální komunikace je samozřejmostí. Konzultace se mohou týkat také zásad etikety, lze rozebrat silné a slabé stránky daného účastníka a poradit s celým spektrem možností společenského kontaktu, situací a dalších příležitostí. Poradenství nabídne tipy a triky pro snadnou společenskou konverzaci, základy protokolu zejména s ohledem na VIP společnost a důležité obchodní či společenské události včetně výběru vhodného oblečení nebo protokolárního dárku. Školení může pomoci zdokonalit mluvený projev i celkové vystupování, vybrousit k dokonalosti veřejný projev a připravit na případná úskalí jednotlivých akcí. Součástí poradenství může být účast vizážistky, která poradí s celkovou image osobnosti a případně doporučí vhodné

změny a úpravy. Kurz dodá nejen potřebné informace, doporučení, tipy a triky, ale především sebevědomí a jistotu.

Obsah:

Konkrétní obsahové priority se tvoří vždy individuálně s ohledem na potřeby klienta.

Mezi základní oblasti patří:

- analýza verbální a neverbální komunikace (včetně postupů, jak odbourat chyby a zlepšovat se)
- profesionální komunikace a vystupování (rozbor slabých a silných stránek vystupování, doporučení pro zlepšení, příprava např. před důležitým projevem apod.)
- individuální rozbor etikety a společenského chování
- správný dress code
- image osobnosti (silné a slabé stránky)

Profil lektora

PhDr. Martin OPATRŇÝ, Ph.D.,

je expertem na komunikaci, Public Relations a Public Affairs.

Své dosavadní profesní zkušenosti získal jak v soukromém, tak státním sektoru.

V současné době působí jako poradce v oblasti mediální a krizové komunikace, Public Relations a Public Affairs. V rámci mezinárodní skupiny Emoney Group zodpovídal z pozice externího komunikačního manažera za celkové PR společnosti v rámci regionu střední a východní Evropy. Dříve mediálně zastupoval projekt Opencard. Coby specialista na komunikaci, PR a PA pracoval v mezinárodní poradenské, komunikační a lobbingové síti Interel, své schopnosti předtím uplatnil jako tiskový tajemník a mluvčí předsedy Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. Značnou praxí prošel na Ministerstvu pro místní rozvoj, kde vedl odbor vnějších vztahů a byl šéfredaktorem webového portálu. Praktické znalosti načerpal také v České televizi jako externí redaktor zahraničního zpravodajství, v soukromé PR agentuře nebo samostatnou publikační činností týkající se zejména komunikace a etikety.

Absolvoval doktorandské studium na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze obor kulturologie, kde se specializoval na masovou komunikaci a psychologii. Získal titul Ph.D. v oblasti interkulturní komunikace. Předtím studoval management a marketing. V současné době se mimo jiné věnuje lektorské a publikační činnosti v oblasti mediální a krizové komunikace. Tato témata přednášel na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze a Diplomatické akademii Ministerstva zahraničních věcí ČR.

Martin hovoří plyně anglicky.

Vybrané reference v oblasti vzdělávání:

- Akademie veřejné správy
- AXA Pojišťovna
- Centrum andragogiky
- Cushman & Wakefield
- CzechTourism
- Česká národní banka
- Česká daňová správa
- Diplomatická akademie Ministerstva zahraničních věcí ČR
- delegace velvyslanců republiky Zimbabwe
- Deutscher Bundestag – Wissenschaftliche Dienste
- GE Money Bank
- Institut státní správy ČR
- Institute for International Research
- Kofola CS, a.s.
- Ministerstvo zemědělství ČR
- Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
- Ministerstvo vnitra ČR
- Pražská informační služba
- Stálé zastoupení ČR při EU
- a další

Závěr

Předložená nabídka obsahuje pouze základní specifikaci témat a seminářů. Obsahová náplň a další detaily kurzů se mohou výrazně přizpůsobit konkrétním zájmům a potřebám klienta.

Lektor potvrzuje svůj vážný zájem na spolupráci a je připraven o všech otázkách týkajících se náplně seminářů a kurzů, podmínkách realizace (a to včetně ceny) s klientem dále jednat.

Kontakt

PhDr. Martin Opatrný, Ph.D.

tel.: + 420 602 252 405

e-mail: martin.op@centrum.cz

Více na LinkedIn: <https://cz.linkedin.com/in/martinopatrny>