



Osobní potenciál a kariéra

Lektor: PhDr. Mgr. Antonín Bryks



Z filosofie: ke svému zdokonalení je zapotřebí
zapracovat na svých slabých a silných stránkách,
to znamená obrátit pozornost od vnějších
podmětů
ke vnímání, poznávání a myšlení k sobě samému.
Toto nejde bez **SEBEREFLEXE** a
SEBEHODNOCENÍ.

SEBEREFLEXE = odraz sebe sama



- schopnost lidského vědomí obrátit se samo k sobě a pozorovat svou vlastní činnost
- zahrnuje v sobě naše úvahy nad vlastním chováním a činy
- vede k analýze příčin našeho chování či jeho důsledkům
- pomáhá odhalovat chyby v našem jednání a snažit se je napravit

SEBEHODNOCENÍ = naše dovednost

- schopnost stálého a průběžného vyhodnocování vlastní osoby, kdy může dojít k:

- 1/ sebezpodceňování (snížené)

- 2/ sebezpřeceňování (zvýšené)

- 3/ zdravému sebevědomí (optimální)

- zahrnuje v sobě naše úvahy nad zdarem či nezdarem ve všech oblastech našeho bytí

- bez určité minimální úrovně pocitu vlastní hodnoty nemůže člověk spokojeně žít

- každý člověk přes sebehodnocení nalézá zdroj své sebedůvěry v něčem jiném (vzhled, studium, práce, rodina, záliby)

Měli byste vědět.....



Nezapomínejte, že důležitá je **Vaše autenticita „já“** (jedinec prožívá svou vlastní hodnotu jako vnitřní a hluboké přesvědčení, jde o pocit „osobní důstojnosti“). Tento pocit má velký význam, protože vede člověka k tomu, že jedná na pevných zásadách a principech.

Nízké sebehodnocení vede často ke snížení motivace člověka k učení a dosahování osobních cílů.

Thomas Verny (představitel prenatální psychologie) je přesvědčený, že sebepojetí člověka je formováno již v nitroděložním vývoji.

První krok: osobní SWOT analýza



Osobní SWOT analýza je přehledná a rychlá metoda, která se věnuje čtyřem aspektům – jednak **silným a slabým stránkám** uživatele, jednak **příležitostem a ohrožením** např. na trhu práce. Použití metody vede k reálnějšímu pohledu na vaši aktuální situaci na trhu práce, ujasnění si vašich možností a k výběru vhodné strategie do budoucna.

Pomocí SWOT analýzy lze nalézt **konkrétní problémy a rizika** zkoumaného jedince a také **konkrétní postupy pro vylepšení aktuální situace**. Z výše uvedeného plyne, že právě SWOT analýza je ideálním nástrojem pro důkladnou sebereflexi.

Základem SWOT analýzy jsou:



Silné stránky:

- schopnost komunikace s lidmi
- velká schopnost učit se nové věci
- dobrý první dojem
- obchodní schopnosti
- manažerské zkušenosti a dovednosti
- vizionářský styl práce
- kreativita a umění motivace
- velký rozhled a přehled

Definice silných stránek osobnosti.



- „Kombinace talentů (přírozeně se opakujících vzorců myšlenek, pocitů a chování), znalostí (faktů a poučení) a dovedností (kroků činnosti.)“ (Buckingham, Clifton, 2001).
- „Psychologické složky, procesy nebo mechanismy, které definují morálně cenné hodnoty.“ (Peterson, Seligman, 2004).
- „Pozitivní rysy, odrážející se v myšlenkách, pocitech a chování.“ (Park, Peterson, Seligman, 2004).
- „Přírozené schopnosti, které toužíme používat, které umožňují autentické vyjádření a které nás nabíjí/energetizují.“ (Govindji, Linley, 2007).
- „Pozitivní rysy / schopnosti, které jsou osobně naplňující, neumenšují ostatní, jsou všudypřítomné a oceňované napříč kulturami, a jsou v souladu s řadou

Silné stránky

Silnými stránkami jsou jednak vlastnosti a činnosti, kterými se zabýváme každý den a nad kterými často příliš nepřemýšlíme. Děláme je tudíž podvědomě a vycházejí z vnitřních přesvědčení a životní filozofie. Také se dá říci, že se ve většině případů potvrzuje pravidlo, že to, co děláme rádi, děláme většinou dobře. Je to např. **schopnost komunikace, obchodní zdatnost a manažerské zkušenosti** a samozřejmě některé další. K těmto silným stránkám jsme dospěli či dospějeme postupně svojí pracovitostí a praxí.

Nejdůležitější životní vlastnosti:

- Stálé hledání nových cílů a snů.
- Schopnost kdykoliv posunout hranice svých možností o kousek dál.
- Mít jasnou VIZI, tím i větší šanci, že se vize naplní. Často se ke svým cílům a snům vrací i ve chvíli, kdy se něco nedaří podle očekávání.
- Nedílnou součástí VIZE je také cesta k jejímu dosažení. Hledání



Slabé stránky:

- nedotahování věcí do konce
- přílišná rychlost práce
- někdy zkratkovité posuzování lidí
- netrpělivost
- vysoké nároky na lidi kolem
- neochota činit kompromisy
- hodně cílů a aktivit
- zobecňování



Slabé stránky

O svých slabých stránkách většinou neradi mluvíme a máme spíše tendenci je přehlížet. Je ale nezbytné si jich být vědomi. Vůbec je zajímavé se zamyslet nad tím, jak ke svým slabinám přistupujeme. Někteří říkají, že pracují na jejich odstranění.

Jiní říkají, že neztrácejí čas bojem se svými slabými stránkami, ale naopak stavějí na svých silných zbraních. Jsme si svých slabin vědomi, snažíme se, aby jich nebylo moc a neomezovali náš rozvoj, ale boj s nimi považujeme většinou za neefektivní.

Příležitosti:

- vzdělávání a osobní rozvoj
- svět se mění – příležitost
- většina lidí i firem hledá LEADRA
- schopní partneři – prostor k dalšímu růstu
- „volné ruce“

Hrozby:

- rutina, nuda, stereotyp
- náročné životní tempo
- okolí nestíhá a chce to mít jinak
- syndrom vyhoření
- příliš mnoho zajíců – myslivcova smrt



Rozvoj silných stránek osobnosti.

Úspěch v komunikaci s lidmi spočívá

IMPLEMENTACE

KAP

Ve **SPLNĚNÍ OČEKÁVÁNÍ JEDINCI**, se kterým **KOMUNIKUJEME**

Z toho vyplývá.....

- 1/ musíme odborně a zkušeně **ODHADNOUT** jeho osobnost, povahové vlastnosti, aktuální psychické rozpoložení....
- 2/ přizpůsobit se mu, tím pádem nutně znát své povahové vlastnosti a zvládat sebeovládání se.
- 3/být připraven i odborně

- Důležitou roli hraje **FORMA (JAK?)** i **OBSAH (CO?)** sdělení...

Typ pro Vás: účinnou učební metodou **formy a obsahu je tzv. zpětná vazba**, kdy jsou zpětně odborníkem/ky rozebírány komunikační dovednosti jednotlivce, ať už v komunikaci s jedincem či skupinou, případně prezentace před obecnstvem.

První dojem

Sami sobě tvoříte první dojem u ostatních lidí v prvních 10 vteřinách, při rozhovoru je to (dle psychologů) 120 vteřin až 4 minuty.

Při tvorbě prvního dojmu tedy pozor na tato úskalí:

5. místo je VZHLED – důležité je dávat pozor na to, co ostatní vidí, např. oblečení, které má odpovídat očekávané příležitosti a také by jste se v něm měli cítit dobře a sebejistě. Další část vzhledu je účes.

Celkově musíte působit příjemně, čistě a upraveně.

První dojem - pokračování



4. místo je ROZHOVOR – z toho, jak mluvíte, lze vyčíst, jací doopravdy jste (skromní, nafoukaní, optimisté, pesimisté apod.) Nezapomínejte na tón hlasu, úsměv a oční kontakt. To, co říkáte (slova), tvoří 7% dojmu z vašeho projevu. Hlasitost projevu či technika mluvení je okolím vnímána z 38%.

3. místo je ŘEČ TĚLA – říkáme jí „neverbální“ komunikace. Jedná se o gesta, mimiku, postoj těla, oči aj. Řeč těla je divákem vnímána z 55%, proto je velmi důležitá a neměla by se podceňovat.

První dojem - pokračování



- 2. místo ÚSMĚV** – dokáže víc než tisíc slov a pro první dojem je účinnou zbraní. Přirozeně se usmívejte, působte odpočatě a vyrovnaně. Úsměv u druhých navozuje náklonnost a pocit bezpečí. Usměvaví lidé bývají zpravidla u druhých oblíbenější.
- 1.místo PŘIPRAVENOST** – je nutné se dokonale připravit na témata, která se očekávají, doplnit odborné znalosti a dovednosti.

CENTRÁLNÍ DATABÁZE KOMPETENCÍ dle MPSV ČR



Efektivní komunikace
Kooperace (spolupráce)
Kreativita
Flexibilita
Uspokojování zákaznických potřeb
Výkonnost
Samostatnost
Řešení problémů
Plánování a organizace práce
Celoživotní učení
Aktivní přístup
Zvládání zátěže
Objevování a orientace v informacích
Vedení lidí (leadership)
Ovlivňování ostatních



Disciplíny patřící do jednání s lidmi

Sebepoznání a tvorba osobní image.

Výcvik odhadů parametrů v jednání, intuice, empatie, tvorba prvního dojmu.

Etiketa, společenské chování a vystupování.

Rétorické a prezentační dovednosti.

Komunikační dovednosti

Dovednosti argumentační a vyjednávací.

Motivace a hodnocení lidí (pracovníků).

Prodejní a jiné dovednosti či odborné znalosti.

Řízením a organizace času.

Konflikty, jejich prevence a řešení.

Prevence stresů, antistresové techniky, duševní hygiena.

Styly a techniky vedení lidí. Osobnost manažera.

Formování a vedení pracovních skupin a týmů.

Metody vedoucí k sebepoznání



„Dobrá znalost sebe sama snižuje chyby a omyly v praktickém jednání a je nutným předpokladem k jejich neopakování...“

- 1/ základem pohledu na sebe je introspekce tj. sebepozorování a sebereflexe... (př. viz autoportrét)
- 2/ pohled okolí – druhých lidí..(př. hodnotící škály)
- 3/ porovnávání s nároky (př. k dané pracovní pozici)
- 4/ psychologické testy (př. **Objektivní** – inteligence, paměť, pozornost; **Subjektivní** – dotazníky; **Projekční** – staví na mechanismu promítání psych. vlastností, rysů „naší povahy“ do vnímání a projevů.

Typologie osobností



Dle psychoanalytika C.G.Junga dělíme osobnosti na:

1/ Extrovertní

– je člověk otevřený, společenský, družný, komunikativní, sociabilní, rychle navazuje kontakty. Má rád nové lidi, situace, změnu..

2/ Introvertní

- je uzavřený, ctí pravidelnost, řád, pořádek. Nemá rád změny, ob tížně navazuje kontakt, dává přednost samostatné práci, nerad se prezentuje před publikem....

Dle řeckého filozofa a lékaře Hyppokrata dělíme osobnosti na:

1/ Sangvinik

2/ Flegmatik

3/ Cholerik

4/ Melancholik

Sebejistota a pozitivní přístup.



SEBEJISTOTA – člověk, který si věří „vyzařuje“ do svého okolí přirozený klid, harmonii, spokojenost, upřímnost, zpontálnost... Sebejistý člověk je optimista, klade si přiměřené úkoly a životní cíle, které také zpravidla i dosahuje.

POZITIVNÍ PŘÍSTUP – dává přednost kladu před záporem, pochvale a povzbuzením před kritikou, despektem a arogancí. Používá pozitivní formulace pro sdělování..., tím druhému dává najevo ochotu, zájem, vstřícnost.

Odhady druhých a jejich povah



Znalost druhých lidí, minimalizace chyb v jejich odhadu a schopnost predikce pravděpodobných reakcí jiných lidí jsou nezbytným předpokladem a základem úspěchu v jednání.

Při hodnocení druhého je možné využít jednoduché schéma:

1/ *O co usiluje?* (O co mu jde? Oč se mu jedná?)

2/ *Na co má?* (Jaké jsou jeho předpoklady?)

3/ *Jaký je?* (Jakými způsoby uskutečňuje to, “na co má“?)

Ad1/ Motiv = „motor“ jednání. Analyzuje potřeby (pudy, zájmy, hodnoty, ideály, vůle, cíle...) O reálné motivaci člověka se dozvíme také z jeho aktivit.

Ad2/ Schopnosti = jsou to „předpoklady“ k výkonu. Vycházejí z vrozených vloh a rozvíjejí se činností, cvikem a praxí. Tyto informace získáme pozorováním

Ad3/ Temperament (je vrozený) a charakter (se rozvíjí z temperamentu vlivem vnějších jevů). Patří sem vitalita, emocionalita, citová vzrušivost, prožívání, celkové ladění, osobní tempo, dynamika. Charakter rozpoznáme podle vztahu člověka k sobě samému, jiným lidem a hodnotám.

Neverbální komunikace

Představuje druh sdělení „**BEZE SLOV**“! Jedná se o výraz obličeje, oddálení, dotek, gesto, pohled, tón řeči, rychlost řeči, hlasitost...

Při komunikaci sledujeme:

38% tón hlasu 7% obsah sdělení 55% řeč „těla“



Verbální komunikace



Jazyk „logiky“

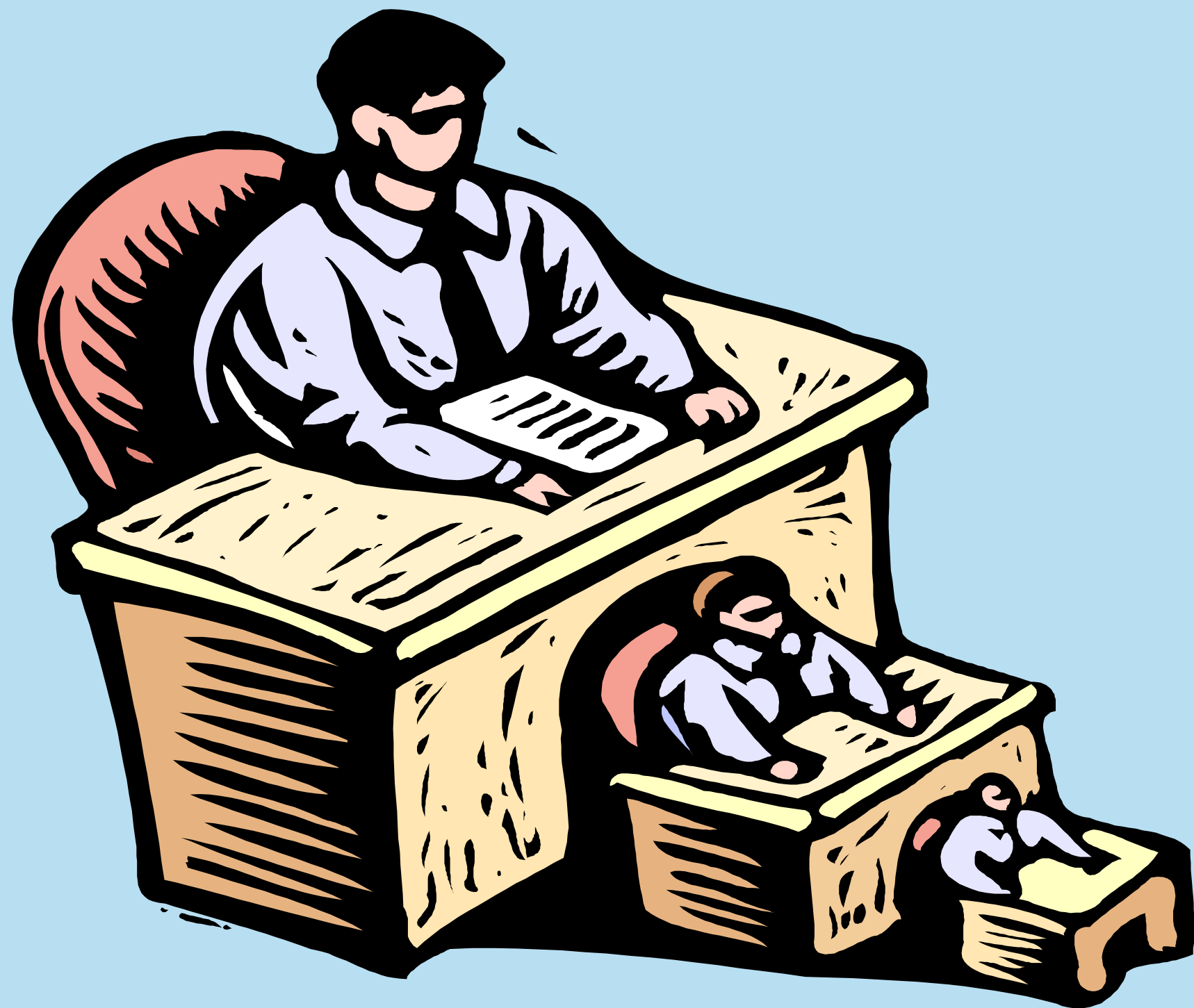
Jazyk „poezie“

Můžeme sdělovat: **Emoce** (pocity, nálady, afekty), naznačovat **zájem** x **nezájem**, vytvářet **dojem**, ovlivňovat **postoj**, řídit **chod** vzájemného styku...

Narušení rozhovoru nevhodnými formulacemi – jedná se např.o :

- urážky a podceňování
- rozkazy
- malichernosti a bagatelizování
- nechat druhého se cítit hloupě
- ironie a sarkasmus

Zvláštnosti při komunikaci s problémovými lidmi





Rozlišujeme tuto základní typologii klientů

(Bláha, 1994 – publikace „*Svízelné typy osob*“):

Úzkostný typ

Úzkostně agresivní typ

Narcistický - agresivní typ

Histriónský typ

Bezohledně-agresivní typ

Pedantický typ

Nepřístupný typ

Citáty k tématu:



....K velkému úspěchu začněte o trochu dříve, pracujte trochu intenzivněji a běžte spát o trochu později.“ -- *Brian Tracy*....

....Jednejte s každým, s kým se setkáte, jako s nejdůležitějším člověkem na světě. Dělejte to ze tří dobrých důvodů:

- 1) každý člověk je nejdůležitějším člověkem na světě,
- 2) je to způsob, jakým by se lidé k sobě měli chovat,
- 3) tím, že se takto budeme chovat ke všem lidem, si vytvoříme důležitý návyk. -- *Earl Nightingale*.....

.....„Laskavost je jazyk, kterému rozumí všichni. Dokonce i slepí to vidí a hluchí slyší.“ -- *Matka Tereza*.....

.....„Máš-li velký sen, nic tě nezastaví, ale s malým snem tě zastaví cokoliv.“ -- *Vic Johnson*

.....“V životě můžete dosáhnout čehokoliv, máte-li odvahu o tom snít, inteligenci vytvořit realistický plán a vůli dotáhnout ten plán do konce.“ -- *Sidney A. Friedman*.....

Literatura



- 1/Koláčková, M.: Krok za krokem k nové práci. E-book: <https://martinakolackova.cz/e-book-krok-za-krokem-k-nove-praci/>
- 2/LEDDEN, Emma. Úspěšná prezentace: získejte si své publikum krok za krokem. Praha: GradaPublishing, 2018. ISBN 978-80-247-2912-1.
- 3/ANDERSON, Chris. Přednášejte jako na TEDu: oficiální průvodce veřejným vystupováním od kurátora konference TED. V Brně: Jan Melvil, 2016. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-004-0. Dostupné také z: <https://www.bookport.cz/kniha/prednasejte-jako-na-tedu-6890/>
- 4/Bláha, K.: *Svízelné typy osob*. Praktický lékař 74, 1994, str. 37-38
- 5/Štěpaník, J.: *Umění jednat s lidmi I., II., III.* Grada Publishing, a.s. 2003, 2005, 2008
- 6/Janáčková, L., Weis, P.: *Komunikace ve zdravotnické péči*. Portál, Praha 2008.
- 7/Janoušek, J.: *Společná činnost a komunikace*. Svoboda, Praha 1984.
- 8/Prekopová, J.: *Empatie. Vcítění v každodenním životě*. Grada, Praha 2004.