

Manuál
vysokoškolského
profesního poradce:
metody

Daniela Pauknerová

Jiří Černý

Tereza Francová

Magda Šustrová

Zuzana Hubinková

Autorský kolektiv:

PhDr. Daniela Pauknerová, Ph.D. – editor, (kapitola 1, 2, 3, subkapitola 2.4, 2.5, 2.6, 4.2.1.-4.2.4, 4.2.9)

Mgr. Jiří Černý (kapitola 5, subkapitola 2.2, 4.2.5)

Mgr. Tereza Francová (subkapitola 4.1.2, 4.2.6, 4.2.7)

Mgr. Magda Šustrová (subkapitola 4.1.1, 4.2.8)

PhDr. Mgr. Zuzana Hubinková, Ph.D. (subkapitola 2.1)

Vytvořeno v rámci rozvojového projektu MŠMT na rok 2008

“Rozvoj vysokoškolského poradenství v ČR”.

© Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica – Praha 2008-12-15

ISBN 978-80-245-1438-3

Obsah

Úvod.....	5
1 Metody užívané v profesním poradenství u nás a v zahraničí (D.Pauknerová)	7
2 Online metody v profesním poradenství (D. Pauknerová)	10
2.1 Informační systém o uplatnění absolventů škol na trhu práce ISA (Z. Hubinková) 12	
2.2 CareerLeader (D.Pauknerová).....	16
2.3 SHL - Occupational Profile Questionnaire a testy schopností (D.Pauknerová)	19
2.4 The Keirsej Temperament Sorter®-II (KTS®-II) (D.Pauknerová)	21
3 Modelové kariérové dráhy (D.Pauknerová)	23
4 Metody pro individuální práci s klientem.....	35
4.1 Standardní metody v profesním poradenství	35
4.1.1 Rozhovor (M.Šustrová).....	35
4.1.2 Sebehodnocení (T. Francová).....	51
4.2 Specifické metody v profesním poradenství.....	54
4.2.1 Plánování kariéry (D.Pauknerová).....	54
4.2.2 SWOT analýza (D.Pauknerová)	56
4.2.3 Dotazník kariérových kotev (D.Pauknerová).....	58
4.2.4 Test profesionálního typu (D.Pauknerová)	62
4.2.5 Thomas - analýza osobního profilu (J.Černý).....	67
4.2.6 Curriculum Vitae – CV (T.Francová)	68
4.2.7 Motivační dopis (T.Francová).....	71
4.2.8 Příjímáčí rozhovor (M.Šustrová)	72
4.2.9 Assessment Centre (D.Pauknerová).....	75
5 Psychodiagnostické metody (J.Černý)	77
5.1 Osobnostní dotazníky	77
5.1.1 Bochumský osobnostní dotazník (BIP).....	77
5.1.2 Hogan Personality Inventory (HPI) (J.Černý).....	79
5.1.3 NEO pětifaktorový osobnostní inventář.....	80
5.1.4 Eysenckův osobnostní dotazník (EOD)	82
5.1.5 IHAVEZ (SPIDO, VAROS)	83
5.1.6 Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) (J. Černý)	84
5.1.7 Dotazník motivace k výkonu (LMI).....	86
5.1.8 Cattellův osobnostní dotazník 16 PF.....	89
5.1.9 Dotazník interpersonální diagnózy (ICL)	90
5.1.10 Dotazník volby povolání a plánování profesní kariéry.....	93
5.1.11 Test profesních zájmů.....	93
5.2 Projektivní metody	94
5.2.1 Test stromu (Baum Test).....	94
5.2.2 Test kresby postavy.....	95
5.2.3 Lüscherova klinická diagnostika.....	96
5.3 Strategie zvládání stresu (SVF 78).....	97
5.4 Výkonové testy.....	98
5.4.1 Ravenovy progresivní matice.....	98

5.4.2	Test struktury inteligence (IST)	99
5.4.3	Test koncentrace pozornosti (TKP).....	101
5.4.4	Test pozornosti D2	101
6	Použité zdroje	103

Úvod

Tato publikace vznikla v rámci rozvojového projektu MŠMT s názvem “Rozvoj vysokoškolského poradenství v ČR”, který probíhal v roce 2008. Do rukou se vám tak dostává příručka, ve které najdete metody, jež je možné využít v rámci kariérového poradenství. Naším záměrem bylo poskytnout Vám - VŠ kariérovým poradcům – praktického průvodce metodami, které se již osvědčily, ale i těmi, které mohou představovat další inspiraci pro Vaši práci.

U každé z metod je vždy uvedena její obecná charakteristika, podmínky a způsoby jejího využití, informace o její dostupnosti a možnostech jejího objednání. Kromě obecně užívaných metod jsme sem zařadili i metody, které jsou zatím méně užívané, ale se kterými máme pozitivní zkušenosti. Manuál obsahuje i přehled metod, které jsou nejčastěji užívány v kariérovém poradenství v zahraničí. Další oblastí našeho zájmu pak byla online profesní diagnostika. V manuálu tak najdete soupis metod, které je možné využít v online podobě a to jak v našich, tak v mezinárodních podmínkách. Do manuálu jsme zařadili i novou metodiku vytvořenou v rámci projektu, která je zaměřena na vytváření modelových kariérových drah.

Vzhledem k tomu, že v našich podmínkách je kariérové poradenství specifické tím, že se v jeho rámci setkáme zejména s psychology, řada ze zmiňovaných metod je určena právě pro ně. V manuálu jsou však uvedeny i metody, které je možné využít bez předchozího psychologického vzdělání. Součástí manuálu je pro usnadnění orientace přehledný seznam všech metod, u kterých je vyznačena možnost jejich použití v rámci kariérového poradenství. V přehledu je též vyznačeno, pro které metody je nutné mít psychologické vzdělání.

Manuál tvoří logický celek s manuálem věnovaným propagaci poradenských center a doufáme, že v budoucnu i s dalšími podobně laděnými praktickými publikacemi. Všem poradcům přejeme hodně úspěchů při práci a doufáme, že k tomu přispějeme i tímto manuálem, Jakékoli připomínky a náměty z vaší strany rádi přivítáme.

Za kolektiv autorů

PhDr. Daniela Pauknerová, Ph.D.

Přehled metod p...pro použití metody je nutné psychologické vzdělání	kariérové informace	sebezpoznaní	stanovení cílů	kariérové preference	hodnotové orientace	manažerské	komunikační	analýza osobnosti	akutní psychologický stav	stabilita	charakterové	sebepronazování	motivace	rozumové schopnosti	pozornost
ISA	X			X											
CareerLeader	X	X		X	X			X					X		
SHL – OPQ		X			X	X		X		X	X	X	X		
SHL – testy schopností		X				X								X	
KTS II		X						X		X	X				
Modelové kariér. dráhy	X		X	X											
Rozhovor	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X	X	X	
Sebehodnocení		X	X	X	X										
Plánování kariéry	X	X	X	X	X								X		
SWOT analýza		X	X					X					X		
Dotazník kariér. kotev		X		X	X			X					X		
Test profesionálního typu		X		X	X			X					X		
Thomas		X						X		X	X	X	X		
CV	X		X	X			X								
Motivační dopis	X		X	X			X								
Přijímací rozhovor	X	X	X	X			X		X	X	X	X	X	X	
Assessment Centre	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	
BIP p		X		X	X	X		X		X	X	X	X		
HPI p		X				X		X		X	X	X	X		
NEO p		X						X		X	X				
Eysenck p		X						X		X					
IHAVEZ p		X						X		X	X	X	X		
MBTI		X						X							
LMI p		X				X		X				X	X		
Catell 16 PF p		X						X		X	X	X		X	
ICL p		X				X		X			X	X			
DVP	X	X		X											
Test profesních zájmů	X	X		X											
Baum test p		X						X	X						
Test kresby postavy p		X						X	X						
Luscher p		X						X	X						
Strategie zvládnání stresu		X						X		X					
Ravenovy matice p		X												X	
IST p		X												X	
TKP p		X													X
Test pozornosti D2 p		X													X

1 Metody užívané v profesním poradenství u nás a v zahraničí (D.Pauknerová)

V rámci rozvojového projektu zaměřeného na rozvoj vysokoškolského poradenství v roce 2008 proběhlo v červnu a červenci (druhé kolo pak v říjnu) dotazníkové šetření zaměřené na analýzu současného stavu vysokoškolského poradenství. Celkově bylo získáno 35 dotazníků z 57 vysokoškolských poradenských pracovišť.

V rámci balíčku zaměřeného na profesní poradenství jsme zjišťovali, jaké metody poradci nejčastěji ve své práci užívají. Výsledky jsme pak využili pro výběr metod, které jsou uvedeny v této příručce. Zaměřili jsme se jednak na metody, které jsou ověřené tím, že je užívá většina pracovišť, jednak na metody, které jsou zatím užívané v malé míře, ale osobně s jejich využitím máme pozitivní zkušenosti.

Z výsledků šetření je zřejmé, že převážná část poradenských pracovišť se zaměřuje především na psychologické poradenství (věnuje se mu 77% poradenských pracovišť, zatímco profesnímu poradenství 74% pracovišť – údaje z prezentace Dr.Urychové k výsledkům projektu, 27.1.2008). Tím je do značné míry ovlivněn i výběr metod, které poradci nejčastěji užívají.

V dotazníkovém šetření byly podrobněji sledovány oblasti, kterým je u nás profesní poradenství věnováno. Nejčastěji byla uváděna volba profesního zaměření, dále pak pořádání seminářů a tréninků. Nejčastějšími klienty v rámci profesního poradenství jsou studenti magisterského a bakalářského studia. Jako pracovní metody jsou téměř vždy používány rozhovory, doplňované dalšími technikami. A to v tomto pořadí: pozorování, workshopy či semináře zaměřené na dovednosti související s uplatněním absolventů, psychodiagnostika (standardizované dotazníky a testy), informování písemnou či elektronickou formou a orientační dotazníky a didaktické testy (např. Thomas, kariérové kotvy apod.). V malé míře (pouze 5 pracovišť ze 35) jsou používána assessment centra a řešení modelových situací. V případě, že pracoviště pořádá workshopy či semináře věnované profesnímu poradenství, jejich nejčastější témata jsou příprava k přijímacímu pohovoru, psaní CV nebo trénink prezentačních a komunikačních dovedností.

Mezi nejčastěji používané psychodiagnostické metody patří osobnostní dotazníky a projektivní metody, relativně nejméně užívají poradci nestandardizované testy. Z osobnostních dotazníků jsou nejčastěji používány NEO, Bochumský osobnostní dotazník a Eysenckovy osobnostní dotazníky. Z intelligenčních testů jsou používány stejnou měrou (7 pracovišti) Ravenovy progresivní matrice a IST - test struktury inteligence. Ze specifických výkonových testů jsou nejčastěji (na 6 pracovištích) používány testy koncentrace pozornosti (TKP). Ze specifických projektivních testů je nejčastěji používán test kresby stromu (Baum Test) (9 pracovišť) a kresba postavy (6 pracovišť). Lüscherův test a Hand test využívají na 4 pracovištích. Z dalších testů je na dvou pracovištích využíván Belbinův dotazník týmových rolí a na jednom pracovišti systém Thomas International.

Poměrně častá je v oblasti profesního poradenství spolupráce s podniky. Nejčastěji má formu zprostředkování zaměstnání studentům (10 pracovišť) a pořádání seminářů a workshopů s odborníky z praxe (9 pracovišť). Zprostředkování stáží či využití odborníků z praxe v rámci výuky uvedlo 6 pracovišť. Nejméně časté je zprostředkování zpracování projektů, seminárních, bakalářských a diplomových prací (3 pracoviště).

V rámci projektu jsme také získali mnoho cenných zkušeností návštěvami poradenských center zahraničních univerzit a prostřednictvím komunikace s poradci během mezinárodních seminářů či konferencí. Zkušenosti jsme tak měli příležitost sdílet s poradci z Dublin Institute of Technology, Imperial College London, London Metropolitan University, Copenhagen Business School, Erasmus University Rotterdam, University of Leeds, University of Athens, European Business School (Francie), Euromed Marseille (business school), Technische Universiteit Eindhoven a University of Cologne.

Pokud shrneme naše poznatky, které jsme získali o práci našich kolegů v zahraničí, můžeme konstatovat, že se na těchto univerzitách setkáváme s poněkud odlišným zaměřením poradenských služeb než v našich podmínkách. Ve všech případech je na univerzitách, které jsme navštívili či jinak kontaktovali, profesní poradenství více odděleno od psychologického, než jak jsme zvyklí u nás, přičemž profesní poradenství je často prvořadé. Na řadě univerzit tak psycholog jako pracovník poradenského centra buď nepracuje vůbec (Copenhagen Business School,

European Business School (France), Euromed Marseille, Technische Universiteit Eindhoven, University of Cologne) a je využíváno služeb externích poradenských firem nebo psychologové působí v rámci jiného oddělení (např. Erasmus University Rotterdam, University of Leeds, University of Athens). Naprostá většina pracovišť je financována univerzitou. Výjimku představuje Technische Universiteit Eindhoven, kde jsou služby centra komercializovány a centrum funguje jako personální agentura (pro studenty samozřejmě bezplatně) a Copenhagen Business School, kde významnějším zdrojem financí jsou poplatky vybírané od firem za prezentace a účast na veletrhu pracovních příležitostí. Obdobný vývoj (směrem k většímu podílu financování poradenského centra z vnějších zdrojů) prodělalo i poradenské centrum Erasmus University of Rotterdam. Velikosti univerzity odpovídá ve většině případů počet pracovníků poradenských center a poradců – největší London Metropolitan University (druhá největší univerzita v Británii) má 25 zaměstnanců, z toho 6 poradců, průměrně na univerzitách, které mají kolem 15 000 studentů působí 7 – 12 pracovníků, z toho dvě třetiny poradců, třetina připadá na informační a administrativní pracovníky, výjimku z pravidla představuje Erasmus University of Rotterdam, kde v současnosti působí pouze dva poradci, z toho pouze jeden na plný úvazek. Unikátní poradenský systém má University of Cologne, kde je poradenský servis koncipován jako studijní program a profesními poradci pro studenty jsou účastníci tohoto programu – tedy studenti. Nejdélejší tradici má poradenství ve Velké Británii, kde je mu dlouhodobě věnována velká pozornost. Je také nejlépe metodicky ošetřeno. V této souvislosti můžeme jako zdroj inspirace doporučit jeden z nejlépe zpracovaných informačních webů pro vysokoškoláky a absolventy - britský Prospects, dostupné na <http://www.prospects.ac.uk/>. Specialitou britských univerzitních poradenských center jsou tzv. informační místnosti, kde studenti mohou najít informace o firmách, jimi nabízených pozicích, nejrůznější příručky související s plánováním kariéry apod.

Co se týče metod, které zahraniční centra využívají, nejčastější metodou je rozhovor s kariérovým poradcem. V naprosté většině případů se studenti předem na rozhovor objednávají a dodržuje se striktně předem stanovený rozpis. V průměru je jednomu studentovi v rámci individuální konzultace věnováno 20-40 minut. Centra také pořádají workshopy na obdobná

témata jako v našich podmínkách a veletrhy pracovních příležitostí. Spolupráce s firmami je velmi propracovaná a smluvně ošetřená.

Pro hlubší analýzu osobnosti se v rámci kariérového poradenství nejčastěji používá MBTI (Dublin Institute of Technology, Imperial College London, London Metropolitan University, Erasmus University, Rotterdam), pak metody, které zprostředkuje firma SHL (OPQ, testy schopností) – (University of Leeds, University of Athens, European Business School (France), Euromed Marseille), případně je diagnostika delegována na spolupracující poradenské společnosti (Technische Universiteit Eindhoven, Copenhagen Business School).

2 Online metody v profesním poradenství (D. Pauknerová)

Jedním z dílčích cílů našeho projektu bylo také zmapování online metod, které se používají ve vysokoškolském profesním poradenství. Na základě našeho průzkumu můžeme konstatovat, že v rámci kariérového poradenství jsou nejčastěji využívány dva typy online metod. Jednak jsou to komplexní informační weby zaměřené na vysokoškolské studenty či absolventy, jednak psychologická diagnostika zaměřená na analýzu osobnostních předpokladů souvisejících s profesním uplatněním. Jako příklad nejlépe propracovaného informačního webu pro vysokoškoláky a absolventy jsme již jednou zmiňovali britský Prospects (dostupné na <http://www.prospects.ac.uk/>). Nabízí nejen tradiční mix informací o možnostech zaměstnání, veletrzích pracovních příležitostí, kariérové koučování, ale i interaktivní online poradenství. V rámci tohoto webu mají studenti také možnost absolvovat online osobnostní diagnostiku. Pro komplexní analýzu osobnosti i zmapování manažerských předpokladů je zde používán HPI (k dispozici též v češtině - podrobněji dále), na jeho stránkách jsou však odkazy i na další poskytovatele online osobnostní diagnostiky.

Jednu z nejužívanějších metod v zahraničí představuje již zmíněný Myers-Briggs Type Indicator®. Tato metoda je dostupná i online jak v oficiální podobě, tak v mnoha nelegálních a nestandardizovaných verzích. Oficiální verze v angličtině v online podobě např. na

<http://www.teamtechnology.co.uk/myersbriggs.html>, <https://cfd161.cfdynamics.com/knowyourtype.html>. U nás zatím oficiální a standardizovaná verze dotazníku není k dispozici viz také subkapitola 5.1.6.

Pro studenty ekonomických oborů je možné doporučit online diagnostiku CareerLeader (podrobněji subkapitola 2.2).

Další možnosti online testování v anglickém jazyce: Canadian online counselling centre (<http://www.therapyonline.ca>), SDS – Self-Directed-Search (<http://self-directed-search.com>) nabízí kariérovou diagnostiku založenou na Hollandově typologii, klient obdrží 8-16 stránkovou zprávu, je zpoplatněno, FastTomato – Control your future! (<http://www.fasttomato.com>) nabízí online interaktivní kariérové poradenství a diagnostiku, přístup po 10 dní je zdarma, QMARK – Question Mark Computing (<http://www.qmark.com>) jsou britské webové stránky nabízející online diagnostiku i diagnostický software. Další informace o testování studentů je možné nalézt na CRESST – National Centre for Research on Assessment, Standards and Student Testing (<http://cse.ucla.edu/CRESSTHome.html>) a na ERIC – Testing and Assessment Resource Centre (<http://www.ericae.net>).

Pravděpodobně nejnovější (z roku 2006) je nabídka firmy ASE – Psychometric Tests (dostupné na <http://www.ase-solutions.co.uk/>), která nabízí jak analýzu osobnostního typu, motivační orientace, tak i testování schopností a manažerských předpokladů. Mezi nově vyvinuté patří také metoda, kterou vyvinul autor OPQ Petr Saville, která je pod názvem Saville Consulting Wave™ Professional Styles a Wave Focus Styles questionnaires dostupná na www.savilleconsulting.com. Jednou z nejužívanějších online diagnostických metod je pak soubor metod nabízený firmou SHL (podrobněji dále v textu) či The Keirsey Temperament Sorter®-II (KTS®-II), inspirovaný metodou MBTI. Trendem diagnostiky online je jednak její větší komplexnost (nabízí se většinou několik druhů testů a dotazníků spolu s komplexní analýzou) a s postupující globalizací pak i její použitelnost napříč kulturami.

V našich podmínkách byl v rámci projektu vytvořen nový informační web – www.vsporadenstvi.cz. Z již fungujících webů je možné jmenovat www.absolventi.cz a www.infoabsolventi.cz, o kterém se podrobněji zmíníme v subkapitole 2.1.

Z diagnostických metod, které jsou k dispozici online v češtině a jsou standardizovány pro naši populaci můžeme jmenovat HTS – Hogrefe TestSystem, kde je nabízena tato základní screeningová baterie:

- Vídeňský maticový test
- NEO pětifaktorový osobnostní inventář (podrobněji viz 5.1.3)
- test pozornosti d2 (podrobněji viz 5.4.4)
- BIP (včetně podrobné závěrečné zprávy) (podrobněji viz 5.1.1)

Další informace je možné najít na adrese www.testcentrum.cz.

Další metodou dostupnou online a standardizovanou na naši populaci je Hogan Personality Inventory, ke kterému další informace najdete v subkapitole 5.1.2.

2.1 Informační systém o uplatnění absolventů škol na trhu práce ISA (Z. Hubinková)

Obecná charakteristika

Informační systém byl připraven Národním ústavem odborného vzdělávání v rámci systémového projektu Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy spolufinancovaného ESF Rozvoj a zdokonalení integrovaného diagnostického, informačního a poradenského systému v oblasti volby povolání – VIP Kariéra. Má sloužit jako jeden z nástrojů pro další zkvalitnění služeb kariérového poradenství nejen na školách, ale i rozvoj a systematizaci informační základny v této oblasti. Jeho dalším cílem je pak zpřístupnění řady informací z oblasti uplatnitelnosti absolventů na trhu práce, oblasti vzdělávací nabídky i vývoje na trhu práce, nejen pedagogické, ale i široké veřejnosti a klientům kariérového poradenství, stejně jako širokému okruhu uživatelů z řad odborných pracovníků, pracovníků veřejné správy a všem dalším zájemcům. Metodickým materiálem pro uživatele Informačního systému o uplatnění absolventů škol na trhu práce (ISA) je příručka, která je přístupná na adrese www.infoabsolvent.cz. Příručka je určena zejména pedagogům a poradenským pracovníkům, kteří se zabývají vzděláváním a poradenstvím v oblasti podpory profesní orientace, volby vzdělávací a profesní dráhy a přípravy pro vstup na trh práce –

kariérovým vzděláváním a poradenstvím, managementu škol, ale i všem ostatním zájemcům o práci s ISA.

Vedle ISA je důležitou částí projektu rovněž realizace e-learningového vzdělávacího programu eKariéra, určeného zejména kariérovým poradcům, ale i všem pedagogickým pracovníkům, a rozvoj činnosti školních poradenských pracovišť - tato část probíhá v gesci partnera projektu Institutu pedagogicko-psychologického poradenství.

Možnosti využití

Hlavní cíle a možnosti využití systému ISA mapuje tento obrázek (převzato z www.infoabsolvent.cz):



ISA je informační systém o uplatnění absolventů škol na trhu práce. Hlavním cílem ISA je nabídnout uživatelům informační a poradenskou podporu při kariérovém rozhodování, tedy rozhodování o jejich vzdělávací a profesní dráze. Současně je smyslem ISA nabídnout širokému okruhu zájemců komplex informací, rad a doporučení využitelných a významných při kariérovém rozhodování, být vlastním informačním zdrojem a podpůrným informačním a poradenským nástrojem, stejně tak i didaktickým nástrojem a metodickou podporou pro poskytovatele informací a poradenství v této oblasti.

Informační systém nabízí podporu při plánování vzdělávání, rozhodování o volbě studia a povolání, nabízí podrobné informace o celorepublikové nabídce v oblasti počátečního i dalšího vzdělávání; obsahuje textové i audiovizuální informace o jednotlivých povoláních, nabízí multimediálního průvodce procesem volby povolání. Systém rovněž obsahuje informace o trendech a požadavcích současného trhu práce, v neposlední řadě podpůrné rady a informace k řešení specifických a problematických situací, které mohou provázet vzdělávací proces.

ISA také nabízí knihovnu elektronických publikací – analytických studií k nejrůznějším specifickým tématům problematiky uplatnitelnosti absolventů na trhu práce. Informační systém obsahuje čtyři relativně nezávislé sekce, které společně vytvářejí komplex podpůrných informací využitelných při řešení nejrůznějších situací během kariérové dráhy člověka.

Jedním ze záměrů ISA je být příspěvkem k naplňování cílů v oblasti přípravy žáků pro volbu povolání, s tím související volbu studia a pro připravenost budoucích absolventů na uplatnění ve světě práce. Podpora procesu kariérového rozhodování, podpora orientace ve světě práce, ve vzdělávacích příležitostech, v širokém spektru informací, průprava pro vstup do světa práce a pochopení významu celoživotního učení patří mezi důležité cíle této přípravy, která by měla probíhat adekvátními formami kontinuálně již od základní školy, a dále se prohlubovat a specifikovat na škole střední.

Přesto, že ISA je určen zejména pro žáky základních a středních škol, nabízí se i možnost využití pro studenty VŠ.

Zajímavé pro ně v tomto ohledu mohou být například informace o potřebách trhu práce (<http://www.infoabsolvent.cz/TematickyKatalog/TematickyKatalog.aspx?CiloveSkupiny=2>), dále také analytické, souhrnové a přehledové publikace.

Obsah a možnosti využití jednotlivých sekcí ISA

Architekturu ISA tvoří čtyři základní sekce:

Volba škol a oborů vzdělání

Při volbě studia pomáhají tři způsoby vyhledávání: podle oboru vzdělání, podle povolání a podle školy. Je zde vše podstatné o oborech, obsahu vzdělávání, školách a podmínkách pro přijetí.

Postup pomocí výběru volby vhodného povolání

- směry činnosti □ povolání □ karta povolání □ karta oboru □ karta školy

Uživatel si nejprve vybere směr činnosti svého budoucího profesního uplatnění. Poté zvolí povolání (pozor: povolání jsou rozdělena podle požadované úrovně vzdělání) Výběrem povolání se uživatel přemístí na tzv. kartu povolání, kde se mimo jiné dozví, jaké obory vzdělání by byly pro toto povolání vhodné a jaké jsou průměrné výdělky v dané profesi. Kliknutím na některý z těchto oborů se přemístíte na tzv. kartu oboru a při dalším postupu i na kartu školy. Kartu povolání lze vytisknout nebo uložit jako dokument MS Word.

Absolventi škol a trh práce

Při použití tohoto vstupu je možné zjistit, co očekávají zaměstnavatelé od absolventů škol, jaké jsou jejich možnosti uplatnění, jaká je míra nezaměstnanosti absolventů celkově i v jednotlivých oborech, jakou šanci na úspěch mají při přechodu na vyšší odborné a vysoké školy i jaké je finanční ohodnocení profesí. Volně ke stažení jsou i analytické studie na tato témata.

Průvodce volbou povolání

Průvodce obsahuje filmové scény z reálného pracovního prostředí, které provází dialog dívky s chlapcem o různých povoláních. Jsou zde představeny typické znaky rozličných činností a také pracovišť, na ně navazují doplňující kvízy a odkazy na příslušné obory vzdělání.

Problémy při studiu

Tento vstup je určen žákům, kterým např. nejde učení, nebaví je zvolený obor, nelíbí se jim ve škole, mají špatné studijní výsledky, případně jim hrozí i vyloučení ze školy. Přístupnou formou se zde mohou dovědět, jak se efektivně učit, jak je možné změnit obor nebo školu, jak

problémům předcházet. Jsou zde příběhy mladých lidí i jejich konkrétní způsob řešení kritické situace.

Závěr

Všechny čtyři části ISA jsou vzájemně provázány a společně tvoří komplexní základnu informací ze sféry vzdělávací a ze sféry trhu práce.

Informační systém o uplatnění absolventů škol na trhu práce (ISA)

- provází žáky základních škol volbou povolání,
- propojuje informace o školách a oborech vzdělání s poznatky o uplatnění absolventů škol na trhu práce a o potřebách zaměstnavatelů,
- podporuje přechod absolventů škol na trh práce a do terciárního vzdělávání,
- poskytuje pomoc žákům, kteří mají problémy s učením a hrozí jim odchod ze školy.

Dostupnost: systém je dostupný na stránkách www.infoabsolvent.cz.

2.2 CareerLeader (D.Pauknerová)

Obecná charakteristika

Jedná se o online diagnostickou metodu, zaměřenou na profesní poradenství. Tento program byl vytvořen na Harvard Business School Dr. Timothy Butlerem a Dr. Jamesem Waldroopem, vysokoškolskými učiteli a konzultanty. V současné době patří CareerLeader mezi nejužívanější SW diagnostické metody určené pro profesní poradenství na vysokých školách. A to nejen v USA, ale i v celosvětovém měřítku - jeho služeb dnes využívají studenti 400 univerzit z celého světa. Patří mezi ně například Harvard University, Stanford University, Yale University, MIT, INSEAD, HEC (Paris, Montreal), London Business School, University of Oxford, University of Cambridge atd. Primárně je CareerLeader určen pro studenty ekonomických oborů, je však

možné jej využít i pro studenty takových technických či humanitně zaměřených oborů, jejichž absolventi nacházejí uplatnění v běžné podnikové praxi.

Dimenze

V osobním profilu respondent najde informace o svých hlavních zájmových orientacích, typu organizační kultury, která mu nejlépe vyhovuje, o svém motivačním profilu, silných a slabých stránkách a případných dalších možných limitech úspěchu.

Zájmové orientace:

- aplikace technologie – zaměření na uplatňování nových technologií, práci se systémy
- kvantitativní analýza – vytváření počítačových modelů, finanční a marketingová analýza
- teoretická orientace – výzkum, modely ekonomického chování, strategie
- tvořivá produkce – navrhování nových produktů, tvořivé fáze projektů
- poradenství a mentoring – pomoc ostatním při rozvoji jejich potenciálu, vyznávání sociálně orientovaných hodnot, preference podnikové kultury zaměřené na spolupráci
- řízení a vedení lidí – vedení týmů, vedoucí úloha při naplňování společných cílů
- řízení podniku - strategický management
- ovlivňování prostřednictvím slov a myšlenek – přesvědčování, prodej, prezentace
- podnikání – preference pro nestrukturované podmínky

Motivátory (preferované hodnoty související s pracovním uplatněním):

- mezilidské vztahy
- altruismus
- autonomie
- finanční odměna
- intelektuální výzva
- životní styl (význam má i rodina)
- vedení lidí
- pozice
- moc a vliv
- prestiž
- uznání
- bezpečí a jistota
- rozmanitost

Schopnosti:

- řešení problémů
- tvořivé myšlení
- kritické myšlení
- kvantitativní analýza
- rychlé myšlení
- strategické myšlení

Iniciativnost:

- aktivita – rozhodnost
- flexibilita
- systematičnost – schopnost stanovit si priority
- mnohostrannost – schopnost řešit několik věcí najednou
- vytrvalost
- politické schopnosti – lobbying
- prosazování autority

Sociální kompetence

- schopnost vycházet s ostatními
- komunikace
- sebedůvěra
- vedení lidí
- otevřenost kritice
- psychologické schopnosti
- citlivost a takt
- sociabilita
- týmová práce
- tvrdost

Administrace

Administrace i vyhodnocení probíhají online. Systém je založený na třech dotaznících, které jsou zaměřeny na zájmové orientace, motivační faktory a schopnosti respondentů. Po jejich vyplnění (cca 45 až 60 minut) obdrží respondent rovnou písemný výstup. Ten obsahuje osobní profil a příklady konkrétních profesních uplatnění či kariér (v porovnání s 30 modelovými drahami), ve kterých má respondent nejvyšší pravděpodobnost uspět. Mezi konkrétní možnosti uplatnění, se kterými je profil respondenta porovnáván, patří například účetnictví, podnikatelství, bankovníctví, investiční bankovníctví, finance, podnikové finance, finanční plánování, management, personální management, IT management, management consulting, marketing,

management ve vědecké či technické oblasti, management v neziskové sféře, public relations a komunikace, obchod a prodej, pojišťovnictví, trénink a organizační rozvoj.

Dostupnost

Jednou z výhod CareerLeaderu je dlouhá doba přístupu - dva roky, po které má autorizovaný student přístup nejen ke svým datům (dotazníky si navíc může vyplnit dvakrát), ale i k dalším informacím spojeným s plánováním kariéry. Součástí osobní licence (přístupu) je tak i možnost získat doporučení k dalšímu osobnímu rozvoji, informace o konkrétních možnostech uplatnění – ilustrativní příklady z podnikové praxe, tipy pro odhad organizační kultury, tipy pro úspěšné absolvování přijímacího pohovoru atd. Cena jedné licence či přístupu (pro 1 studenta) je pro univerzity 20 dolarů. Podmínkou pro využití CareerLeaderu je pak samozřejmě aktivní znalost anglického jazyka. Pro další informace, vzorový výstup a objednání můžete využít následující odkaz: www.careerleader.com

2.3 SHL - Occupational Profile Questionnaire a testy schopností (D.Pauknerová)

Obecná charakteristika

Jedná se o online osobnostní dotazník, který distribuuje firma SHL. Dotazník vznikl ve Velké Británii na základě výzkumu profesora Petera Savillea. V roce 1984 byla vytvořena první verze dotazníku OPQ, který dnes patří mezi nejčastěji využívané diagnostické pomůcky v univerzitních poradenských centrech v zahraničí. Normy jsou stanoveny pro absolventy, běžnou pracovní aktivní populaci a manažery. Používá se v padesáti zemích a vyskytuje se ve třiceti jazykových mutacích, není však zatím dostupný v češtině.

Dimenze

Zaměřuje se na osm základních dimenzí:

- vedení a rozhodování

- podpora a spolupráce
- interakce a prezentace
- analýza a interpretace
- kreativita a koncepčnost
- organizovanost a výkonná funkce
- adaptace a vyrovnávání se se stresem
- iniciativa a výkonnost

Kromě těchto dimenzí se rovněž zaměřuje na týmové typy (role) – Belbinova typologie, manažerské styly (direktivní, delegující, participativní, konzultativní a vyjednávací). Mapuje i přístup řízených pracovníků (receptivní typ řízeného pracovníka, samostatný typ, spolupracující, informující, reciproční (umí se ozvat). Zabývá se i styly prodejnými.

Testy schopností

Obecná charakteristika

SHL nabízí i online testy schopností, zaměřené na zjišťování schopností a dovedností využitelných v podnikové praxi.

Dimenze

Tyto testy jsou zaměřeny jednak na verbální, numerické a induktivní usuzování. Dále zkoumají kritické myšlení, kreativitu, analytické myšlení a rozhodování. Na přijímání pracovníků je též zaměřena technika, jejíž podstatou je soubor scénářů reálných situací z podnikové praxe, kde proband prokazuje své schopnosti manažerského úsudku. Testy jsou určeny jak absolventům, tak stávajícím pracovníkům a manažerům.

Administrace

Jak osobnostní dotazník, tak testy schopností jsou administrovány i vyhodnocovány přes internet. Osobnostní dotazník obsahuje přibližně 200 otázek, testy schopností se liší rozsahem podle jednotlivých typů. Časová náročnost u osobnostního dotazníku je asi 20 minut. Výstupní zprávu (11 stran) dostává proband k dispozici.

Dostupnost a případné limity

Dotazník i testy jsou dostupné na stránkách www.shl.com. Výhodou je možnost nechat se otestovat zdarma. Česká verze metod není k dispozici.

2.4 The Keirsey Temperament Sorter®-II (KTS®-II) (D.Pauknerová)

Obecná charakteristika

Jedná se o jeden z celosvětově užívaných osobnostních dotazníků v pracovní oblasti. Dotazník obsahuje 70 otázek. KTS-II vychází z Keirsey Temperament Theory™, jejímž autorem je Dr.D. Keirsey. Byl přeložen do 18 jazyků a je využíván ve 140 zemích.

Dimenze

Podle Keirseya temperamentové teorie, existují čtyři základní temperamentové typy - Artisans™ - řemeslníci, Guardians™- dozorci, Rationals™- racionalisté a Idealists™ - idealisté. Každý z temperamentových typů se dělí na čtyři tzv. charakterové typy.

ARTISAN	GUARDIAN	RATIONAL	IDEALIST
Promoter (ESTP)	Supervisor (ESTJ)	Fieldmarshal (ENTJ)	Teacher (ENFJ)
Crafter (ISTP)	Inspector (ISTJ)	Mastermind (INTJ)	Counselor (INFJ)
Performer (ESFP)	Provider (ESFJ)	Inventor (ENTP)	Champion (ENFP)
Composer (ISFP)	Protector (ISFJ)	Architect (INTP)	Healer (INFP)

Čtyři preferenční škály pak měří probandovi preference pro následující položky:

TECHNICAL TERMS	MEANING		TECHNICAL TERMS	MEANING
(E) Extroversion	Expressive	vs.	(I) Introversion	Attentive
(S) Sensing	Observant	vs.	(N) Intuiting	Introspective

(T) Thinking	Tough-Minded	vs.	(F) Feeling	Friendly
(J) Judging	Scheduled	vs.	(P) Perceiving	Probing

Administrace, dostupnost a limity

Dotazník je administrován i vyhodnocován po internetu. Je možné jej absolvovat zdarma. Česká verze neexistuje. Další informace na <http://www.keirse.com/>.

3 Modelové kariérové dráhy (D.Pauknerová)

Obecná charakteristika:

Jedná se metodiku určenou k zjišťování modelových kariérních drah absolventů VŠ. Jejím prostřednictvím by profesní poradci měli získat podrobnější přehled o uplatnění absolventů a využít ji při práci se studenty jako podklad při rozhodování o jejich budoucím uplatnění.

Teoretická východiska:

Pracovní kariéra (kariérová dráha) člověka představuje průběh jeho pracovního zařazení od vstupu do prvního pracovního poměru až do jeho trvalého ukončení. (Bedrnová, Nový a kol. 2007). Pozornost by měla být věnována i dalším sociálním faktorům ovlivňujícím kariérový postup: rodině (resp.počtu dětí, profesionální dráze manželského partnera apod.) i širšímu sociálnímu kontextu, do nějž patří zejména dostupnost vzdělání a rozvinutost systému pracovních příležitostí, resp. „otevřenost“ mobilitních šancí. (Velký sociologický slovník, 1996) V rámci kariérního vývoje se budeme věnovat prvním dvěma fázím kariérního vývoje (dle Superova členění). Z časového hlediska částečně věku mladistvému (14-25) a nižšímu střednímu (25-45 let). V rámci dotazování se pak zaměříme i na vliv rodičovství ve vztahu ke kariéře i zmapování současného trendu ve work-life balance. Z teoretického hlediska můžeme vycházet z několika základních modelových typů pracovní kariéry:

1. stálá struktura profesní kariéry – vychází z trvalé shody mezi profesní přípravou a obsahem vykonávané práce, pracovník v průběhu života nemění profesi a v jejím rámci dochází k sociálnímu vzestupu pracovníka. Vyhraňuje se jako význačný specialista.
2. stálá struktura pracovní kariéry provázená přechodem do manažerských funkcí. Východiskem je shoda mezi odbornou přípravou a obsahem vykonávané práce. Pracovník však postupně přebírá rostoucí řídicí odpovědnost. Na tomto základě dochází k jeho sociálnímu vzestupu. Je to převažující forma pracovní kariéry manažerů.
3. nestálá struktura pracovní kariéry – pracovník vícekrát v průběhu života mění profesi, jeho sociální vzestup je vázán na změnu profese, je však touto skutečností zároveň

omezen. Tento typ kariéry patří, vzhledem k různým změnám a inovacím v rámci organizací k nejčastějším.

4. difúzní struktura pracovní kariéry – odborná příprava neodpovídá obsahu vykonávané práce, dochází k časté změně pracovního zařazení. Tento typ kariéry je častý a objevuje se zejména u pracovníků s nízkou úrovní odborné průpravy a u pracovníků, kteří málo dbají o vzestup svého společenského uplatnění.

Se systematickým přístupem k formování pracovní kariéry pracovníků se v praxi setkáváme v propracovanější podobě většinou pouze u větších podniků. Příkladem může být poradenská firma McKinsey, která má definovány dráhy pro studenty bakalářského a magisterského studia:

business analyst → associate → engagement manager → associate principle → partner → director

absolventy MBA studia a zkušené specialisty:

associate → engagement manager → associate principle → partner → director
specialist → expert →

(převzato z <http://www.mckinsey.com/careers/>)

Modelové kariérové dráhy, pokud jsou v podniku stanoveny, mají nejčastěji podobu optimálních kariérových drah pro jednotlivé obory (podle odborného vzdělání). Setkáváme se také s rozlišením kariérových drah odborných (specialisté) a manažerských (generalisté).

Modelové kariérové dráhy by pak měly být definovány podle studijních oborů, podle pracovního oboru a odvětví a v rámci jednotlivých podniků. Zaměřili jsme se i na možnost průběžné aktualizace zjištěných modelových drah. Z tohoto důvodu jsme zvolili jako základní nástroj oslovení absolventů dotazník, který by se měl opakovat s tříletou, případně pětiletou periodicitou (v závislosti na dynamice rozvoje daného oboru).

Metodický postup

Při zpracování modelových drah navrhujeme zaměřit se jednak na zaměstnavatele absolventů – jednotlivé podniky, jednak přímo na absolventy. Proces tvorby modelových drah by měl probíhat v několika krocích:

Zmapování aktuální situace Zjistit podniky, které přijímají největší počty absolventů dané vysoké školy - zaměřit se na podniky spolupracující s poradenským centrem dané VŠ, sponzory dané VŠ, personální agentury, podniky nabízející brigády a práce na částečný úvazek studentům.

Uskutečnit **anketu mezi studenty** posledních ročníků zaměřenou na jimi preferované zaměstnavatele.

Navrhované otázky:

Kam byste chtěl/a nastoupit po absolutoriu VŠ?

Kdo je podle vás tradičním zaměstnavatelem našich studentů?

Kdo je podle vás v současné době nejzajímavější zaměstnavatel?

Nabízí se zde i možnost získání a zpracování údajů studenty v rámci seminárních prací či projektů.

Oslovení personálních útvarů v podnicích **Telefonické dotazování** na personálních útvarech (případně **interview** se zástupcem personálního útvaru). Nabízí se zde i možnost získání a zpracování údajů studenty v rámci seminárních prací či projektů.

Navrhované otázky:

Jaké máte zkušenosti s našimi absolventy?

Kolik absolventů odhadem každoročně přijímáte?

Nabízíte speciální programy pro absolventy (trénink, série školení, kolečko po podniku)?

Které pozice nejčastěji zastávají absolventi naší VŠ?

Do jakého oddělení nejčastěji nastupují?

Máte definovány kariérové dráhy pro absolventy?

Na základě výsledků telefonického dotazování je druhým krokem vyplnění dotazníku:

Dotazník pro personální útvary (viz dále) v elektronické podobě – k zaslání jako příloha emailu.

Oslovení absolventů

Dotazník pro absolventy (viz dále) v elektronické podobě, umístěný na webu. Data se ukládají do databáze pro jednodušší zpracování výsledků

Zpracování získaných dat

Zpracování profilů pracovních míst nejčastěji obsazovaných absolventy (data z podniků), případně typické kariérové dráhy pro jednotlivé podniky, statistické zpracování dat z dotazníku pro personální útvary a absolventy.

Definování jednotlivých modelových drah a vytvoření informačního balíčku o nabízených pracovních pozicích pro studenty posledních ročníků

Při definování jednotlivých drah vycházíme z porovnání údajů z dotazníku pro personální útvary podniků a dotazníku pro absolventy. Údaje získané z podniků (Obecná charakteristika pracovních pozic) by měly být zpracovány do podoby využitelné jak profesními poradci k základní orientaci či pro použití v rámci rozhovoru s klienty, tak i studenty (elektronická či písemná verze).

Průběžná aktualizace

Aktualizace spočívá v periodické administraci dotazníku absolventům (3 až 5 let v závislosti na rychlosti vývoje oboru) a personalistům (5 let).

Dotazník pro personální útvary:

1. Kolik absolventů každoročně přijímáte?
2. Z jakých fakult nejčastěji jsou?
3. Do kterých oborů či oddělení jsou nejčastěji přijímáni? Vypište:
4. Které pozice jsou našimi absolventy nejčastěji obsazovány?
5. Pro jmenované pozice vyplňte tuto tabulku – uvedený příklad/vzor pro personalistu (převzato z Kartotéky typových pozic, dostupné na webu (<http://ktp.istp.cz/>):

Název pozice	Personalista specialista
Obecná charakteristika pozice	Personalista specialista je vysoce kvalifikovaný pracovník, který vytváří a usměrňuje personální a sociální politiku v organizaci a koordinuje výkon odborných personálních činností.
Pracovní činnosti	Usměrňování personální politiky s vazbou na vývoj a záměry v organizaci. * Zpracovávání výhledů a koncepcí v oblasti lidských zdrojů. * Tvorba personálních hodnotících systémů a nástrojů k utváření podnikové kultury. * Vedení příslušné dokumentace.
Obvyklé pracovní podmínky	Významným faktorem je duševní zátěž.
Kvalifikační požadavky – Vzdělání, certifikáty	Nejvhodnější přípravu pro tuto pozici poskytuje magisterský studijní program v oboru pedagogika . Jinou alternativu představuje magisterský studijní program v oboru sociologie a magisterský studijní program v oboru psychologie. Existují i další

<p>Odborné znalosti a dovednosti</p>	<p>vzdělávací cesty.</p> <p>Zajišťování a kontrola dodržování pracovně-právních předpisů a předpisů souvisejících, stanovování způsobů hodnocení předpokladů zaměstnanců pro výkon zaměstnání, zpracovávání vzdělávacích projektů a způsobů kariérního růstu pro zaměstnance, zpracovávání zásad pro tvorbu vnitropodnikových pracovně-právních předpisů, tvorba personálních hodnotících systémů a další ...</p>
<p>Osobnostní požadavky</p>	<p>U této pozice jsou kladeny velmi vysoké požadavky na písemný a slovní projev, rozhodnost, organizační schopnost, kultivovanost vystupování a zevnějšku, jistotu, pohotovost vystupování a schopnost sociálního kontaktu. Vysoké nároky jsou i na koncentraci pozornosti, dlouhodobou paměť, krátkodobou paměť, teoretické myšlení, samostatné myšlení, přizpůsobivost, flexibilitu, sebekontrolu a sebeovládání, samostatnost, schopnost pracovat v týmu, schopnost přijmout odpovědnost a odolnost vůči mentální zátěži. Dále se objevují požadavky na rozdělení pozornosti, vigilanci (bdělost), schopnosti pro procesy a události, praktické myšlení, tvůrčí myšlení, odolnost senzorické zátěži a odolnost vůči monotonii práce.</p>
<p>Zdravotní požadavky</p>	<p>Tuto pozici nemohou vykonávat lidé, kteří mají jedno či více z těchto onemocnění:</p> <p>Prognosticky závažné poruchy vidění.</p> <p>Závažné duševní poruchy, těžké poruchy chování.</p>

6. Jak vypadá typická kariérová dráha absolventa dané VŠ u vás v podniku?

název pracovní pozice	doba setrvání v pozici

7. Jak vypadá typická dráha specialisty?

název pracovní pozice	doba setrvání v pozici

8. Jak vypadá typická manažerská dráha?

název pracovní pozice	doba setrvání v pozici

9. Jak dlouhou dobu tráví průměrně naši absolventi u vás v podniku?

10. Z jakých důvodů nejčastěji odcházejí?

Dotazník pro absolventy (dotazník připravený pro absolventy VŠE):

Vážená paní inženýrko, vážený pane inženýre,

dovolujeme si vás oslovit v souvislosti s výzkumem, který se týká uplatnění absolventů v praxi z dlouhodobého hlediska. Naším cílem je s využitím vašich zkušeností pomoci studentům při výběru optimálního pracovního uplatnění. Na základě dat získaných prostřednictvím těchto dotazníků by měly vzniknout modelové kariérové dráhy, které jsou pro náš pracovní trh a ekonomické obory specifické. Jde nám i o zachycení určitých trendů v oblasti pracovní kariéry. Vyplněním dotazníků tak významně přispějete budoucím generacím studentů VŠE. Dotazník je anonymní, bude podkladem pro statistické zpracování. Při vyplňování můžete zaškrtnout i několik variant odpovědí, případně prosíme o doplnění odpovědi do příslušné kolonky.

Za vaši laskavou pomoc předem děkujeme

Rozvojové a poradenské centrum VŠE

Základní údaje

1.

- muž
- žena

2. věk

- 23-30
- 30-35
- 35 a více

3. obor studia

4. rok ukončení studia.....

5. pracovní oblast (např. automobilový průmysl, bankovníctví, školství)

6. pracovní obor/funkce (např. personalistika, marketing, finance)

7. současné pracovní zařazení (pozice)

- řadový pracovník/referent/asistent
- specialista
- manažer první linie (týmový manažer,
- středně liniový manažer (vedoucí odboru, oddělení apod.)

- top management
 - OSVČ
 - jiné (doplňte).....
8. jaká je velikost firmy, ve které pracujete
- do 50 zaměstnanců
 - 50-100 zaměstnanců
 - 100-500 zaměstnanců
 - 500 a více zaměstnanců
9. pro jaký typ firmy pracujete
- česká
 - zahraniční
 - česká se zahraniční účastí
 - jiná (doplňte).....

Zaměstnání v průběhu studia na VŠE, první zaměstnání po škole

10. pracoval/a jste v průběhu studia na VŠE?

- ano
- ne

Pokud ne, pokračujte otázkou 11

- práce byla ve stejném oboru, ve kterém jste působil/a těsně po absolvování školy
- práce byla v příbuzném oboru
- práce byla ve zcela odlišném oboru

11. uvažoval/a jste již za studia o své budoucí kariéře a snažil/a jste se získat informace a zkušenosti z vybraného oboru?

- ano
- ne

Pokud ne, pokračujte otázkou 12

- využil/a jste poradenských služeb ve škole
- využil/a jste poradenských služeb mimo školu
- informace jste získal/a na neformální bázi od svých známých, kamarádů, přátel
- získal/a jste informace s využitím internetu a dalších zdrojů

12. svou první práci po škole jste získal/a na základě:

- reakce na inzerát
- na základě osobního doporučení
- přes personální agenturu
- jiným způsobem (doplňte).....

13. ve svém prvním zaměstnání jste strávil/a

- méně než rok
- 1- 2 roky
- 2-5 let
- 5 a více let

14. jaký byl váš nástupní plat

- do 20 000 Kč
- 20 – 30 000 Kč
- 30 - 40 000 Kč
- 40 000 a více Kč

15. změnil/a jste v průběhu této doby pracovní zařazení (pozici)

- ano, vícekrát
- ano, jednou
- ne

16. pokud jste změnil/a pozici vícekrát, prosíme o vyplnění tabulky:

od - do	pracovní pozice

17. jakým směrem jste ve firmě postupoval/a

- vzestupně
- směrem k větší samostatnosti
- směrem k získání zahraničních zkušeností
- přesun na jiné pracoviště (pobočku, centrálu..)
- jiná možnost (doplňte).....

Další vývoj pracovní kariéry

18. pokud máte dítě (dítě), jak dlouhou dobu jste strávil/a na rodičovské dovolené

- nemám děti
- méně než půl roku
- půl roku až rok
- rok až tři roky
- více než tři roky
- na rodičovské dovolené je partner/ka

19. kolik jste vystřídal/a zaměstnání v průběhu prvních 5 let

- méně než dvě

Pokud bude zaškrtnuta některá z následujících odpovědí, pokračujte otázkou 20

- dvě až tři
- tři až 5
- více než 5

20. jaká zaměstnání jste vystřídal/a, prosíme vypište:

od - do	pracovní oblast	pracovní obor	pracovní pozice	podnik

21. jakým směrem jste ve firmě (firmách) postupoval/a

- vzestupně
- směrem k větší samostatnosti
- směrem k získání zahraničních zkušeností
- přesun na jiné pracoviště (pobočku, centrálu..)
- jiná možnost (doplňte).....

22. podnikal/a jste či podnikáte

- podnikání je hlavním zdrojem příjmu
- podnikání je vedlejším zdrojem příjmu
- v současnosti nepodnikám, v minulosti jsem podnikal/a
- nepodnikám, ani jsem nepodnikal/a

23. jaký je váš současný měsíční plat

- do 20 000 Kč
- 20 – 40 000 Kč
- 40 000 – 60 000 Kč
- 60 000 a více Kč

24. kolik v práci trávíte času

- méně než 42,5 hodin týdně
- 42,5 hodin týdně
- 42, 5 hodin – 50 hodin týdně
- více než 50 hodin týdně

25. kolik dnů dovolené ročně si nejčastěji vybíráte

- do 2 týdnů

- 2-4 týdny
- více než 4 týdny
- dovolenou si nevybírám

26. jaké jsou vaše plány na příští tři roky

- setrvat u svého současného zaměstnavatele na stejné pozici
- změnit pozici u svého současného zaměstnavatele
- změnit obor činnosti
- změnit zaměstnavatele
- nemám žádné konkrétní plány

4 Metody pro individuální práci s klientem

Do standardních metod (subkapitola 4.1) určených pro individuální práci s klientem jsme zařadili zejména rozhovor, který je jednou z nejčastěji užívaných technik v profesním poradenství u nás i v zahraničí. V obecnější poloze podrobněji zmiňujeme též sebehodnocení. Konkrétní návody a postupy určené pro sebehodnocení pak najdete v subkapitole 4.2 Specifické metody v profesním poradenství. Jedná se o plánování kariéry, SWOT analýzu a dotazník kariérových kotev. K hlubšímu poznání osobnosti klienta pak může sloužit test profesionálního typu nebo osobnostní profil sestavený na základě systému Thomas International. K informování klientů či k nácviku jejich praktických dovedností je možné využít CV, motivační dopis, přijímací rozhovor nebo assessment centre.

4.1 Standardní metody v profesním poradenství

4.1.1 Rozhovor (M.Šustrová)

Každý z nás v kontaktu se studentem pravděpodobně využívá rozhovor. Je to jedna z nejpoužívanějších a také nejobtížnějších metod využívaných v práci poradce. Rozhovorem získává poradce informace o problémech, názorech, postojích, přáních studentů o pohledu na vlastní schopnosti a znalosti, ale také o schopnosti vyjadřovat myšlenky nebo schopnosti navazovat kontakt.

Cíle rozhovoru mohou být následující: diagnostický, terapeutický, anamnestický, výzkumný, poradenský, výběrový. Může probíhat strukturovaně či nestrukturovaně.

Co je předpokladem pro dobře vedený rozhovor ze strany poradce?

Sebereflexe

V průběhu rozhovoru by si měl být poradce vědom svých verbálních a neverbálních projevů, jak mohou na druhé působit. K vedení jakéhokoliv rozhovoru a vyvozování závěrů z něj je nezbytná dobrá sebereflexe, znalost sebe sama, svých předsudků, stereotypů a také toho, že si člověk jen těžko je schopen být vědom všeho a může se tak dopouštět chyb. Oprostit se od

předsudků, zaujatosti a navyklých způsobů interpretace, uvědomit si vliv subjektivity svého vnímání.

Dobré pozorovací schopnosti

Nedílnou součástí rozhovoru je pozorování klienta. Poradce sleduje jeho reakce na řečené, jeho způsob vyjadřování, způsoby uvažování, jak reaguje na změny, neverbální komunikace (mimika, gestika, intonace, tempo), jak se vztahuje k nám, ostatním věcem a k sobě, jak projevuje emoce. Poradce se v průběhu rozhovoru musí být schopen koncentrovat na svého klienta.

Pro účely této příručky budeme psát o studentech (případně jiných osobách, které využívají služby VŠ poradny) jako o klientech.

Jaké jsou fáze rozhovoru?

Přípravná fáze

Aby Vaše setkání s klientem mohlo nerušeně probíhat, je třeba se na něj adekvátně připravit.

- připravte si místo, kde budete, tak aby Vám tam bylo oběma příjemně
- mějte připraveny podklady pro rozhovor, které budete potřebovat (př. strukturu rozhovoru, informace o klientovi, výsledky testů)
- udělejte si čas jen pro sebe (stačí pár minut) než přijde student
- buďte připraveni na klienta, který k vám přijde „naladte“ se na něj
- promyslete si postup

Úvodní fáze

Mimořádnou důležitost mívají obvykle první slova, která klient pronese. I když se třeba týkají všeobecností, mohou naznačovat určitou obavu před profesionální povahou rozhovoru a přání udržovat ho na zdvořilé, společenské úrovni. Způsob, jakým klient poprvé vyjádří svou žádost, často poskytuje klíč k jeho problému a vyjadřuje jeho postoj k potřebě pomoci.

V **úvodní fázi** rozhovoru jde především o navázání vztahu, vybudování důvěry a stanovení kontraktu.

- pokuste se dívat na situaci očima klienta „Co bych chtěl/a či nechtěl/a, být na klientově místě.“
- snažte se vytvořit přátelskou příjemnou atmosféru
- položte několik neformálních otázek, které odlehčí atmosféru („Jak se Vám podařilo naši kancelář najít? Apod.)
- poskytněte klientovi prostor pro pohodlí: „Kde byste chtěl sedět?Co byste si dala k pití?“
- napojte se na klienta,vytvořte tzv. raport (např. Přizpůsobením tempa řeči, tonu, hlasitosti, používáním klientových slov či slovních spojení, mimiky, gestiky, podobným postavením těla, buďte prostě s ním)
- dejte mu prostor pro kladení otázek
- uzavřete KONTRAKT, který pomůže získat důvěru klienta se doporučuje zmínit
 - důvody setkání a jaký je jeho cíl (př. že budete klást otázky, nebudete říkat co má dělat, ale pomůžete mu na to přijít)
 - přibližný průběh setkání, případně možnosti dalších setkání
 - ujasnit očekávání klienta a co můžete nabídnout
 - jak dlouho bude Váš rozhovor/konzultace trvat
 - jak bude zacházeno s informacemi (důvěrnost, anonymita)
 - zda a proč si budete zapisovat (možnost navázat na řečené)

Tip

Zohledněte poradenský kontext

KDO, KDY, KDE, CO a JAK budeme společně dělat, aby klient mohl dosáhnout svého cíle?

- při formulování toho, co klient chce řešit jako poradce nepečujete jen o to, co chce klient, ale zabývá se také tím, co z toho je sám schopen splnit
- cíl a cílová situace a k nim vztažené úkoly a zakázka jsou rámovány kontraktem a mohou se v průběhu spolupráce proměňovat

- kontrakt se ne vždy podaří vytvořit hned na prvním setkání, někdy se dohoda tvoří postupně v průběhu několika sezení

(Matuška, Meisnerová 2008)

Jádro rozhovoru

V hlavní fázi rozhovoru se věnujete problematice, s kterou klient za Vámi přišel a dozvídáte se zde maximum informací. Můžete využít následujícího:

- zvažujte různé postupy - od obecnějšího ke konkrétnímu, z jednotlivostí k zobecnění, od běžných a méně osobních údajů k intimnějším (pokud to situace vyžaduje)
- otázky emocionálně náročnější prokládejte otázkami bez takového náboje
- pozorně naslouchejte, co klient říká
- soustavně dávejte najevo svůj zájem o toto vyprávění
- pomáhajte klientovi formulovat, co by mohl chtít
- klientova přání berete s plnou vážností a respektem
- vyjasněte svoji pozici a své možnosti
- nabízejte pomoc v tom, čeho klient chce dosáhnout
- oceňujte všechny dosažené změny a pozitiva
- ujišťujte se průběžně, zda to o čem se bavíte je to, o čem chce klient mluvit
- dejte prostor k přemýšlení – neobávejte se chvíl mlčení

(Svoboda, 2005, Matuška, Meisnerová, 2008)

- poskytnete zpětnou vazbu (Obecná charakteristika chování nikoliv klienta)
- poskytnete informace (ve smyslu rozšiřování znalostí), které mohou klientovi chybět k tomu, aby se na řešení podíval jinak
- pobízejte a stimulujte k přemýšlení
- pomáhajte hledat souvislosti „Možná...“, „Odhadoval bych...“, „Napadá mne...“
- zvažte jestli je klient v danou chvíli pobídku přijmout a využít
- zaměřte se na „tady a teď“, ve vztahu k pocitům a myšlenkám klienta

(Culley, Bono, 2008)

Tip

Usměrňování rozhovoru

Klienta je třeba nechat hovořit, na druhé straně se však uplatní umění zamezit rozvláčným líčením, odbočováním, vzpomínkám, bezpředmětnému nebo příliš obecnému hovoru, zamlžování tématu, ulpívání na určitém výroku, faktu nebo problému. Je třeba zamezit lamentacím a stížnostem či osočováním, pokud se stále opakují. Pozor také na akademické debaty, kdy klient, poučen populárně-naučnou literaturou, má snahu se s poradcem přetahovat, kdo je větší odborník. Základem všech těchto zásad je umění **rozhovor nenásilně přerušit, usměrnit nebo odmítnout pokračovat** v komunikaci určitým směrem. Je třeba to provést jasně, klidně, nekompromisně a neagresivně. Hádka je v těchto typech rozhovoru vždy důkazem toho, že poradce neudržel svou pozici. Musí být připraven na to, že ho klient urazí nebo slovně napadne, a vědět, že může jít o přenos, že ve skutečnosti je útok namířen na někoho z okolí či minulosti klienta. Cítit se osobně dotčen nebo uražen je známkou neprofesionality.

Protiřečení

Klientův příběh nemusí být vždy ucelený. Často si v něm klient protiřečí, popírá sám sebe, popírá to, co řekl včera, co slíbil. Jeho výklad zjevně není jasný. Označit takové chování za lhaní a příliš se jím nezatěžovat by bylo příliš jednoduché. Často jde o působení vnitřních tlaků, jako jsou pocity viny, neschopnost vyznat se sám v sobě nebo ambivalence. Stává se, že se v klientově vyprávění objevují neočekávané mezery, oblasti, z nichž se poradci nepodaří od klienta získat žádné informace. Pochopitelně to bývají právě důležité oblasti. Význam mezer nebo protimluvů znamená přílišný tlak na otázku *proč?*, vůbec nejtěžší otázku. Problém se často stává jasnější s tím, jak se vyhýbání určité oblasti utvrzuje. Je-li k interpretaci klient nucen předčasně, předloží nepravdivé, zastírající vysvětlení, kterého se pak bude těžko vzdávat. Nezbyvá než uplatňovat vynalézavost, často tento **problém nadhazovat obecně** nebo ho **nalézat u jiných osob**, ale především to vyžaduje **trpělivost**, příp. smíření se s pocitem, že zatím tuto oblast odložíme stranou. Možná do vzdálenější budoucnosti, možná pro jiného odborníka, možná až osobnost klienta o něco vyzraje. Umění vést rozhovor znamená i **dokázat počkat si na odpověď**.

Předčasná otázka ve snaze zlomit napětí vzniklé tichem může navždy zmařit nějaké důležité sdělení.

Závěr rozhovoru

Stejně jako první slova si pozornost zaslouží také poznámky před odchodem. Poslední poznámka často naznačuje buď výsledek, co klientovi rozhovor přinesl, nebo úroveň a aktivitu jeho vlastních sil potřebných k zvládnutí problému. Velkou váhu ovšem mají neverbální projevy, jako jsou pozdní příchody na schůzky, změny v oblečení, změny v osobních věcech, jako jsou kabelky, tašky, šperky, nový účes, rychlý odchod z místnosti.

Důležitou zásadou je sledovat rozhovor stejně pozorně až do samého konce, prakticky až do odchodu klienta z místnosti. **Závažná sdělení velmi často přicházejí až v závěru**, kdy už opadlo napětí, nebo až tehdy, kdy klient odehrál svou roli a odchází, přestává být ve střehu, příp. když už si poradce vyzkoušel, a přece jen se odhodlal k závažnému sdělení, pronesenému jakoby mimochodem. Klíčová věta tak mnohdy odezní doslova „s rukou na klíce“, mnohdy jako vtipná poznámka na odchod.

(<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2071>)

V této fázi rozhovoru:

- můžete upozornit, že Vám zbývá posledních několik minut
- uvolněte případné napětí, aby byl klient v příjemném rozpoložení se snahou o spolupráci do budoucna
- shrňte řešené (k čemu jste došli, jaká řešení jste našli, s čím student začne) nebo ještě lépe nechce shrnout závěry samotného klienta
- zeptejte se, co bylo užitečné

Typy otázek

Přímé – na konkrétní věci se ptáme přímo

(„Jaká je úroveň Vaší znalosti angličtiny?“)

Nepřímé – ptáme se opisem, k jádru věci se přibližujeme oklikou

(„“)

Uzavřené – dostaneme omezenou odpověď, většinou typu ano-ne. Jsou užitečné při zahajování rozhovoru jako příprava uchazeče na hlavní část rozhovoru. Využíváme k ověřování faktů a když uchazeč odbíhá od tématu.

(„Uvádíte, že jste vystudoval Univerzitu Karlovu, jaký obor?“)

Otevřené – předpokládají podrobnější odpověď od klienta. Využíváme pro témata, která jsou klíčová.

(„Jak probíhala Vaše stáž na zahraniční univerzitě?“)

Behaviorální - ptáme se na konkrétní zkušenost z minulosti.

(„Kdy jste naposledy byla v roli organizátora nějaké akce?“)

Projektivní - vychází z předpokladu identifikace klienta s jinými lidmi, do nichž promítají své názory, postoje. Využíváme je u citlivějších témat.

(„Co si myslíte o lidech, kteří se chovají příliš sebevědomě?“)

Cirkulární - nabízejí další úhly pohledu, ptáme se na klienta z pohledu jiných lidí.

(„Co si myslí o Vaší schopnosti vést druhé lidi Váš bývalý nadřízený?“)

(Assessment systems, 2008)

Konstruktivní/hypotetické – vybízejí k domněnkám a ke konkrétnímu Obecná charakteristikau představ a fantazie zaměřených na budoucnost.

(„Co si myslíte, že by se stalo, kdybyste požádala Vašeho profesora, aby Vám dal další možnost dělat zkoušku?“)

Tip: Používejte minimálně

Otázky začínající Proč - často na klienty vyvíjejí nátlak, mohou se cítit kritizovaní

Uzavřené otázky - mohou umlčet i velmi výřečné, ochuzují nás o informace, nepomáhají situaci prozkoumávat

Vícenásobné otázky - znamená položení několika otázek najednou, dojde k zahlcení či zmatení klienta

Otázky buď a nebo - předkládají dvě varianty, i když jich může být více. Omezte jejich využití nebo rozšiřte o více variant, jsou na místě tehdy, když je probírané téma pro klienta příliš komplexní.

Instruktivní/vedoucí otázky- sdělují klientům, buď otevřeně či skrytě, že se od nich očekává určitá odpověď.

(Culley, Bono, 2008)

Otázky Toma Andersena

Tom Andersen identifikoval čtyři základní témata, která lze zformulovat do otázek, které usnadňují vedení rozhovoru a jsou přiměřeně neobvyklé.

Jak Vás napadlo přijít sem za mnou?

V okamžiku, kdy klient přichází za poradcem, má za sebou již spoustu práce, přemýšlení a konkrétních kroků, které učinil od chvíle, kdy se myšlenka navštívit poradce zrodila. Ptát se na to dává možnost dozvědět se, co klient čeká, co je tou nadějí, která jej přivedla.

- Kdo měl nápad sem jít? Komu to řekl?
- Jak tomu rozumíte? Jak to přijali ostatní? Čím je přesvědčil?
- Když vás sem poslali, co od toho asi chtějí? Mám jim zatelefonovat?
- Co vás nakonec přimělo sem přijít?

Jak bychom měli našeho společného setkání využít?

Klient přichází a vždy má svou představu, k čemu mu tato návštěva bude, i když to může být představa velmi nejasná. Jestliže se vám podařilo první otázkou zmapovat osud myšlenky přijít, druhá otázka míří k představě užitku, který klient očekává. Jde o hledání společného tématu.

- Co bychom měli společně dělat, aby to pro vás bylo užitečné?
- Jaký nejmenší pokrok by vám už mohl stačit, abyste dnes, než odejdete, byl spokojen?
- Co by potřebovali vidět ti, kdo vás sem poslali, že se stane? Co bychom měli dělat jiného, než se dosud pokoušeli ostatní odborníci?
- Do čeho bychom se měli pustit nejdříve?

Je to, na čem teď spolupracujeme, opravdu to, co potřebujete?

Jedině klient je schopný posoudit (a ať chcete nebo ne, stejně to posuzuje), zda to, čeho se mu od vás dostává, je právě tím, co potřebuje. Je třeba se ujišťovat, že kroky, které s klientem podnikáme, míří tam, kam klient chce. Jakmile si myslíte, že je vám vše jasné, hrozí vám ztráta pracovního kontaktu.

- Je to, jak spolu mluvíme, tím, pro co jste si přišel?
- Co jiného bychom ještě měli dělat, než dosud děláme?
- Je to, co říkám, přiměřené?
- Nezapomněl jsem na něco z toho, o čem jste hovořil?

Jestliže není, jak jinak bychom měli postupovat?

Je to klient, který má právo spolupodílet se na zvolených metodách a postupech. Právě tak je jeho právo navrhnout jiné cesty, náměty, témata, způsoby, ale i uspořádání, místa setkání atd.

- Kdo by tu měl či neměl být s námi? Kdo o tom může hovořit?
- Nebylo by náhodou lepší skončit nebo se domluvit na něčem úplně jiném?

Otázky Steve de Shazera

Centrum krátké terapie (Brief Therapy Center v Milwaukee USA) navrhuje jiné pojetí okruhů, o které je užitečné se zajímat, protože pomáhají vytvořit základnu pro konstrukci řešení.

Změny před setkáním

Od chvíle, kdy se klienti dostaví na konzultaci zpravidla uplyne nějaký čas. V tomto mezidobí většina klientů dosáhla nějaké změny v problému, který je přivádí. Tyto změny ukazují možné cesty řešení, a to řešení, která přinášejí klienti.

- Co se změnilo k lepšímu od chvíle, kdy vás napadlo sem přijít?
- Co je dnes jinak, než když vám bylo nejhůř?
- Co vám pomohlo unést to trápení až do dnešního dne? Kdo vám pomáhal?
- Jaké kroky jste ještě podnikli? Co ještě?

Výjimky z problému

V každém trápení, v každém problému jsou chvíle, kdy problém „není přítomen“.

- Jsou někdy chvíle, kdy to probíhá jinak?
- Jak jste to udělal, že jste se dokázala ovládnout?
- Jak to děláte jinde, že se nemusíte zlobit?
- Kdy naposled jste na své trápení nemyslel?
- Stane se vám někdy, že na to zapomenete? Co v takovou chvíli vlastně děláte? Čím se zabýváte?

Dosažené úspěchy

Každý klient ve svém životě zvládá mnoho obtíží, problémů a trápení. S většinou si poradil sám a jen s několika málo se obrací o pomoc k poradci. Taková mapa úspěchů dosažených v životě může sloužit jako zdroj inspirace pro konstrukci řešení pomocí způsobů, jichž už klient použil. Současně slouží k posílení, ocenění a zplnomocnění klienta, který je obvykle natolik zaujat aktuálním problémem, že nevidí, co všechno už zvládl a vyřešil úspěšně. Stává se, že poradce je první, kdo klienta ocení za to, co už dokázal.

- Už jste se s něčím podobným v životě setkal? Jak jste to tehdy vyřešil?
- Jak to, že při takových obtížích zvládáte úspěšně dělat zkoušky? (Nebo cokoli jiného, co se daří.)
- Co se osvědčilo dřív v takových případech? A co ještě?

Zvládání

Znamená Obecná charakteristika toho, jak vlastně klient svou obtíž nyní zvládá tak, že není ještě hůř. Umožňuje pojmenovat způsoby, které klientovi pomáhají v jeho aktuálních těžkotech. Každá situace by mohla být ještě horší, a není jen díky tomu, že se klient nějakým způsobem o to přičinil. Možná stačí toho samého dělat více, aby byl problém zvládnut úplně.

- Když je toho na vás tolik, jak zvládáte, že chodíte do školy? (že píšete seminární práce, že... že...)
- Když tak stále musíte myslet na své trápení, jak se vám podařilo se z toho nezbláznit?
- Ta vaše situace je opravdu nesmírně obtížná (složitá, náročná, vážná...), jak to děláte, že to dokážete nést?
- Jak jste to dokázal udělat, že tak tragické události neměly ještě horší dopad?

A co ještě

Tato otázka je jednou z těch, které dovolují rozvíjet jakékoli pro klienta užitečné téma. Kladete-li otázku, nikdy nezapomeňte, položit ji tak, abyste na odpověď mohli navázat otázkou (Úlehla, 2005):

- A co ještě?

Jak klást otázky?

- přímo – nechod'te kolem horké kaše
- stručně – ptejte se konkrétně a jednoduše
- jasně- řekněte co máte přesně na mysli
- ujasňujte si – když vám není něco jisté, ujistěte se, že chápete
- reformulujte klientovy odpovědi pro ověření pochopení
- dejte svoje otázky do souvislostí, s tím co klient řekl pomocí překlenovací věty.

(Culley, Bono, 2008)

Jak reagovat na otázky klientů?

Může se stát, že i Vám bude klient klást otázky. Mohou být snahou o zkoumání nového nebo obranou na Vámi kladené otázky. Častou jsou přístupovou cestou k problémům klientů. Otázku nemusíte zodpovědět přímo ani hned. Doporučuje se reagovat na otázky tak, abyste nenavrhovali přímo nějaké jednání ani nevnucovali vlastní názor.

Vaše odpověď závisí na následujícím:

- zamyslete se jakou odpověď chce podle Vás klient slyšet
- co se odehrálo před sezením
- co si myslíte, že se za otázkou skrývá
- jakou informaci podle Vás klient potřebuje
- do jaké míry považujete klienta za zranitelného a citlivého
- jestli klient čelí ve svém životě krizi

Záznam rozhovoru

Abychom se mohli k obsahu rozhovoru vrátit, je dobré udělat si záznam. Záznam lze dělat během rozhovoru nebo po skončení. Jelikož záznam rozhovoru až po jeho skončení s sebou nese několik nevýhod (zachytí jen 40% z obsahu a 25% je nepřesných nebo nesprávných údajů) a podrobný záznam během rozhovoru narušuje jeho plynulost, doporučuje se pořizovat si **stručné poznámky a po skončení rozhovoru pořídit podrobný záznam**. Pokud je tazatelů více, odpadá tento problém, neboť jeden z nich se může věnovat registraci odpovědí i neverbálních reakcí klienta. Záznam je možno uchovat také v podobě audio či videonahrávky, návrat k němu je však často zdlouhavý (Svoboda, 2005).

K čemu je dobré naslouchání ?

Mnohý rozhovor se uskutečňuje dokonce jen nasloucháním. Jde o jeden ze základních postupů ve vedení rozhovoru; dobrý poradce je i dobrý posluchač. Jak se však pozná dobrý posluchač? Ten, kdo druhého často přerušuje, aby mu sdělil, co by za daných okolností udělal on, dobrý posluchač není. Ale není jím ani ten, kdo jen sedí a nereaguje.

Ve svém principu tedy naslouchání zahrnuje tři věci:

- naslouchání a porozumění slovním sdělením klienta;
- pozorování a čtení klientova neverbálního chování (pozice, výraz obličeje, pohyby, tón hlasu);

- začleňování sdělovaných obsahů do celkového kontextu každodenního života.

Zkušení poradci jednoznačně docházejí k závěru, že právě sdílení porozumění s klienty jim pomáhá lépe porozumět sami sobě a umožňuje, aby jednali konstruktivně.

(<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2071>)

Jak postupovat při naslouchání?

- přestaňte mluvit, mějte kontrolu nad svým tokem myšlenek
- nechejte mluvit druhého, mluvte minimálně
- buďte pozorní, vnímaví, snažte se partnera pochopit, buďte trpěliví
- srovnajte "svůj krok" (sílu hlasu, tempo hovoru, slovník) partnerem
- tlumte svůj temperament, případně ho využijte při tvorbě otázek
- provázejte partnera hovorem, (ná)sledujíc jeho vlastní kroky
- reagujte klidně na kritiku, naučte se ji přijímat a zpracovávat
- připravte si dostatek informací, bude-li jich třeba
- ptejte se, dávejte otázky

(Matuška, Meisnerová, 2008)

Ke kvalitnímu naslouchání patří základní **techniky efektivního naslouchání**, které často intuitivně používáme, v tabulce jsou vyjmenovány.

	Příklad	Co dělat	Cíl
Parafrázujte	Jestliže Vám dobře rozumím... Proto byste si přál, aby	Shrňte sdělení Říkejte svými slovy slyšené	Dát mluvčímu najevo, že ho slyšíme a rozumíme mu Ověřovat průběžně sdílený smysl sdělení
Povzbuzujte	Můžete mi o tom říci něco víc?	Zajímejte se o druhého Nedávejte najevo souhlas či nesouhlas	Podnítit druhého k hovoru
Objasňujte	Kdy se to stalo? V jaké situaci?	Ptejte se na další podrobnosti Povzbuďte k vysvětlení	Získat více informací Upevnit kontakt a dát najevo zájem o druhého
Zrcadlete pocity	To vás asi muselo naštvat? Zdá se, že jste velmi zklamaný...?	Pokuste se pojmenovat pocity -emoce druhého	Ukázat porozumění a pochopení pro prožívání druhého
Shrnujte	Takže jsme se dohodli na ... Došli jsme tedy k závěru, že ...	Hlavní myšlenky shrneme a utřídíme	Sjednotit závěry z jednání Zajistit oboustrannou srozumitelnost výsledku
Oceňujte	Vážím si vašeho úsilí Oceňuji Vaši snahu	Sdělte uznání -pochvalu druhé straně za její úsilí	Uznat význam druhé osoby

volně dle Úlehla (1999).

Překážky v naslouchání

V běžné konverzaci se snadno stává, že tak docela neposloucháme, co druhý člověk říká. Nedaří se nám koncentrovat a věnovat dostatečný zájem. Necháme se pohltit vlastními myšlenkami, nebo si promýšlíme, co odpovíme. V profesionálním rozhovoru by se to nemělo stát. Pokud k tomu však přesto dojde, může jít o některou z následujících možností:

- **Sympatie** - klient nám připadá velmi sympatický nebo velmi nepříjemný. Potom možná věnujeme více pozornosti svým pocitům než tomu, co klient říká.
- **Fyzická kondice** - můžeme být unaveni nebo nám není dobře. Pokud si to plně neuvědomujeme, může to zkreslovat naše vnímání toho, co nám klient sděluje.
- **Starosti** - naši mysl zaměstnávají vlastní starosti.
- **Nedočkavost** - jsme tak dychtiví dávat rady a poučovat, že posloucháme jen napůl. Zabýváme se spíš tím, co sami poradíme, než bychom si všímali, co nám chce sdělit klient.
- **Podobnost problémů** - problémy, s nimiž se potýká klient, se mohou podobat našim vlastním. Potom nás klientovo vyprávění nutí oba případy v duchu porovnávat.
- **Rozdíly** - klient, jeho svět, situace a zkušenost se velmi liší od našich zkušeností a zážitků. Tento nedostatek vlastní zkušenosti může být rušivý.

Existují i další důvody, proč může být pozornost odpoutána. Plně se věnovat poslouchání není tak snadné, jak se může zdát. Naslouchání je třeba trénovat.

(<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2071>)

Nevhodné reagování naslouchajícího

Níže jsou uvedeny způsoby reagování, které příliš nepomohou člověku, jež potřebuje pomoc a to:

- **Popírání pocitů** - „Nesmíš to tak prožívat“ je reagování dosti necitlivé, když se jedná o pocity velmi intenzivní, které chce prožívající lépe poznat, ne je odložit. Svěřující člověk má pocit, že mu nerozumíme.

- **Hodnotící reagování** - „Proč toho teda nenecháš?“ je reagování formou zobecnění, která má vést k tomu, aby se svěřující problému vyhnul, ne jej řešil.
- **Zobecnující reagování** - způsob reagování „S nadřizenými jsou vždycky potíže“ je ignorováním konkrétního problému.
- **Předsudky a odhadování** -je to tendence vytvářet si vlastní názory dříve, než vyslechneme celou zповěď mluvčího, nebo se rozhodneme nevěřit ničemu, co mluvčí říká, kvůli pocitu podivnosti, nebo nepříjemnosti.
- **Obrana oponenta svěřujícího se** - „Měl by ses snažit mu porozumět, on to s tebou myslel dobře...“, to je způsob reagování, který může vypadat jako dobrý úmysl pomoci svěřujícímu se v tom, aby se snažil vidět situaci očima druhého. Ale také to může vést ke ztrátě důvěry vůči nám.
- **Neverbální projevy** - také některé neverbální projevy působí nedůvěryhodně (časté sledování hodinek, neposednost, mžourání, uhýbání pohledem, mračení se...).

(Mikuláščík, 2003)

Shrnutí – základní zásady pomáhajícího rozhovoru

- pamatovat na to, že pomáhající vztah (a komunikace) se počíná již při úvodním rozhovoru (např. při telefonickém objednávání klienta)
- v rozhovoru poradce pokládá otázky takovým způsobem, aby do nich nevnášel své interpretace věcí (interpretovat je něco jiného, než formulovat hypotézy)
- je vhodnější formulovat otázky pomocí tázacích zájmen "Kdo, co, kde, kdy, jak, ...?" nežli s tázacím zájmenem "Proč?" (kauzální odpověď - příčinu - velmi často klient nezná)
- poradce by neměl zapomínat na to, že klientova "vnitřní mapa" je jiná, než jeho vlastní poradce by neměl rozšiřovat problémový systém - někdy snaha získat více informací o situaci může vést k rozšíření problému i na do té doby neproblémové oblasti
- v rozhovoru poradce pátrá po individuálních zdrojích klienta
- pozitivní ocenění těch, kteří se již v minulosti spolupodíleli s klientem na řešení jeho potíží (např. jiných odborníků aj.)

- poradce naslouchá slovům a metaforám klienta a učí se používat jeho jazyk, může nabídnout klientovi svoji metaforu, ale měl by umět akceptovat, že si ji klient obmění po svém
- to, že poradce klientovi naslouchá může dát najevo např. tím, že svůj vstup do rozhovoru uvede větou, v níž shrne, co právě od klienta slyšel
- namísto dotazování se "na problém" (a to, co s ním souvisí) je užitečnější dotazovat se na "řešení" a na "k řešení využitelné klientovy zdroje" (např. minimální změny, dosud dosažené úspěchy, výjimky z problému aj.)
- je třeba reflektovat své vlastní neverbální projevy při rozhovoru, např. pozor na "souhlasné" kývání hlavou či "empatické hmm" při tom, když klient podává negativní sdělení či pocity, které může posilovat tuto negativní zkušenost
- pokud se klientovi nedaří zformulovat cíl (společné práce s poradcem či vlastního směřování), pomoci mu alespoň zformulovat "minimální krok", který by klienta přesvědčil o tom, že se jeho "věci" pohnuly a že směřují žádoucím směrem

(Matuška, Meisnerová 2008)

4.1.2 Sebehodnocení (T. Francová)

Obecná charakteristika

Sebehodnocení je jedním ze základních zdrojů informací o klientovi / uchazeči, spolu s informacemi z jiných zdrojů tvoří komplexní obrázek. Hodnotit může klient leccos, svou osobnost jako celek, jednotlivé schopnosti a dovednosti, výsledky své práce... Záleží na účelu a cílech hodnocení.

Bližší informace

Sebehodnocení může mít velmi různou podobu. Klient může **vlastními slovy** formulovat sebehodnocení ústní nebo písemnou formou. Výhodou tohoto postupu je spontaneita vyjádření, která může ukázat na to, čeho si klient sám cení, co pokládá za důležité a naopak. Nevýhodou je

pravděpodobnost, že klient se bude vyjadřovat k něčemu, co nepotřebujeme, jednoduše že nemůžeme srovnávat se sebehodnocením jiných, pokud je třeba. Pokud chceme sebehodnocení využívat jako standardní nástroj, jehož pomocí chceme srovnávat s jinými nebo sledovat vývoj klienta v čase, můžeme využít řadu nástrojů, které nám metodologie nabízí.

Jednou z nich jsou **osobnostní dotazníky či inventáře**, které jsou standardizovanou formou sebesouzení, jejich vyhodnocení je objektivní a můžeme snadno srovnávat (viz Psychodiagnostické metody). Je také možné využít dotazníků orientačních, které vypovídají o kariérových preferencích (viz Kariérové kotvy), případně seznamu osobnostních vlastností (viz Test profesionálního typu).

Další možností jsou tzv. **(sebe)posuzovací škály či stupnice**, které mohou mít různou podobu (numerické, grafické, standardní, kumulativní či škály s nucenou volbou, např. sémantický diferenciál).

Sebehodnocení se také využívá coby jeden ze vstupů při pravidelném pracovním hodnocení. Vždy je třeba, aby bylo zřejmé, co se hodnotí a jakým způsobem, musí být zřejmé kritérium a postup.

Možnosti použití v profesním poradenství

V PP lze využít jako podklad pro poradenský rozhovor, resp. zdroj informací pro volbu profesní dráhy.

Možní uživatelé

V případě základní podoby sebehodnocení: profesní poradci obecně, všichni potenciální uchazeči o práci, vedoucí pracovníci, personalisté

Psychologové v případě osobnostních dotazníků, standardizovaných škál aj. speciálních psychologických metod.

Případná omezení použití

Někteří klienti nejsou ochotni či schopni podat adekvátní sebehodnocení, vzhledem k tomu je třeba informace doplňovat i z jiných zdrojů (pozorování či hodnocení jiných, testy, objektivní výsledky práce apod.), aby byl zajištěn co nejobjektivnější a nejucelenější obrázek (o osobnosti či schopnostech klienta).

4.2 Specifické metody v profesním poradenství

4.2.1 Plánování kariéry (D.Pauknerová)

Obecná charakteristika

Plánování kariéry představuje proces, v průběhu kterého si jednotlivec stanoví osobní i profesionální cíle, kterých chce v životě dosáhnout i způsoby jejich naplnění. Na počátku procesu je vždy nezbytné poznat sám sebe, své schopnosti, zájmy, hodnoty, silné a slabé stránky. Zároveň si také udělat co nejpřesnější představu o trhu práce a možnostech, které nabízí. Teprve na základě této analýzy je možné stanovit si reálné cíle. Pomoc při plánování kariéry představuje podstatnou část náplně práce kariérového poradce. Pro tento účel je možné využít většiny metod, které manuál nabízí.

Postup

Na počátku procesu je důležité pomoci klientovi poznat lépe sám sebe. Pro práci s klientem je možné využít jak jednoduchých sebeposuzovacích formulářů a inventářů, tak i komplexnějších psychodiagnostických metod. Příklad jednoduchého inventáře určeného k identifikaci dovedností v různých oblastech práce:

Seznam dovedností (dle Hornbyho, 1997) - v každém sloupci, který může obsahovat kolem 100-150 sloves, pak proband označí deset dovedností, které jsou pro něj nejdůležitější

Dovednosti použitelné pro jednání s lidmi	Dovednosti použitelné pro práci s věcmi	Dovednosti použitelné pro jednání s informacemi
Mám rád/a a umím: argumentovat analyzovat bavit být v čele dávat debatovat definovat diagnostikovat dohlížet doporučovat	Mám rád/a a umím: aranžovat auditovat bádat čistit číst dávat dělat inventuru dělat korektury diagnostikovat	Mám rád/a a umím: adaptovat analyzovat argumentovat bilancovat definovat formulovat hypotézy formulovat rozhodnutí generalizovat hodnotit identifikovat problémy

hodnotit improvizovat informovat.....	dokončovat editovat expedovat.....	improvizovat iniciovat klasifikovat.....
---	--	--

Pro identifikaci hodnotových orientací ve vztahu k práci je možné využít např. kariérových kotev. K identifikaci slabších a silných stránek ve vztahu k pracovnímu trhu může posloužit SWOT analýza.

Pro zmapování pracovního trhu můžeme využít např. informačních webů či modelových kariérových drah.

Pro plánování kariéry je podstatné stanovování cílů. Pro větší efektivitu stanovených cílů je možné využít např. techniky SMART, podle které by cíle měly být:

S – specific – konkrétní

M – measurable – měřitelné

A – agreed – akceptované, odsouhlasené

R – realistic – dosažitelné

T – trackable - sledovatelné

Příkladem vhodně stanoveného cíle ve vztahu k hledání zaměstnání tak může být například:

Příští měsíc navštívím veletrh pracovních příležitostí, který pořádá naše škola. Získám tam 5 kontaktů na potenciální zaměstnavatele a absolvuji 2 přijímací rozhovory.

Pro stanovování cílů je možné použít např. následující tabulku:

Cíle	Práce	Rodina	Zájmy
Dlouhodobé cíle:			
5 let			
1 rok			
Krátkodobé cíle:			
1 měsíc			
1 týden			

Obecná charakteristika

SWOT analýza je nástroj používaný zejména při hodnotovém managementu a tvorbě podnikové strategie k identifikaci silných a slabých stránek podniku, příležitostem a ohrožením. Silné a slabé stránky podniku jsou faktory vytvářející nebo naopak snižující vnitřní hodnotu firmy. Naproti tomu příležitosti a ohrožení jsou faktory vnějšími, které podnik nemůže tak dobře kontrolovat. Může je však identifikovat pomocí vhodné analýzy konkurence nebo pomocí analýzy demografických, ekonomických, politických, technických, sociálních, legislativních a kulturních faktorů působících v okolí podniku. Mezi výhody SWOT analýzy patří především rychlost a relativní jednoduchost. V profesním poradenství se nabízí její využití pro zhodnocení informací, které uchazeč získá jednak sám o sobě na základě sebehodnocení či s pomocí některé z psychodiagnostických metod. Tyto údaje pak může prostřednictvím SWOT analýzy dát do souvislosti s vnějšími okolnostmi tak, aby bylo možné stanovit další směr jeho vývoje.

Dimenze

Silné stránky

Možnosti využití vlastních schopností, kladů či předností. Silnou stránkou může být například schopnost, dovednost, znalost či zkušenost.

Slabé stránky

Opačným stavem vyjmenovaných silných stránek jsou stránky slabé. Může k nim patřit nedostatek schopností či dovedností, zkušeností, které absolventům scházejí či chybějící motivace.

Příležitosti

Příležitosti přinášejí pro uchazeče potenciální užitek. Tím, jak se společnost mění a objevují se další technické možnosti, vznikají nové pracovní příležitosti. Využívání počítačů umožňuje lidem pracovat na různých místech, objevují se i další formy flexibilních pracovních režimů.

Hrozby

Představují vnější bariéry, které brání dosahování cílů ve vaší kariéře. V některých případech je možné hrozby i proměnit v příležitosti.

Postup

Prvním krokem je vypracování SWOT analýzy – samostatná práce klienta.

Podklad pro SWOT analýzu může být strukturován například takto:

silné stránky <ul style="list-style-type: none">• pracovní zkušenosti• vzdělání, kvalifikace• PC znalosti, dovednosti• sociální dovednosti (komunikační, prezentační, manažerské..)• osobnostní charakteristiky (schopnost pracovat pod stresem, disciplína, tvořivost, aktivita, optimismus)	slabé stránky <ul style="list-style-type: none">• nedostatek pracovních zkušeností• nedostatečné vzdělání• nedostatek informací o pracovních příležitostech• nedostatečná motivace• nedostatek v PC znalostech a dovednostech• negativní osobnostní charakteristiky
profesní příležitosti <ul style="list-style-type: none">• pozitivní trendy v oboru, které mohou vytvořit nová pracovní místa• dobrá znalost sebe sama a svých možností• možnosti osobního rozvoje (poradenství, trénink..)• výhodná lokace• dobré pracovní kontakty	profesní ohrožení <ul style="list-style-type: none">• snižování počtu pracovních nabídek v oboru• soutěžení s vrstevníky• absolventi zkušení v hledání pracovních příležitostí• absolventi prestižních univerzit• překážky v kariérové dráze• podniky nemají zájem o vaši kvalifikaci

Druhým krokem je identifikování strategií. S využitím SWOT analýzy je možné naplánovat čtyři základní strategie.

1. Strategie založené na využití silných stránek a příležitostí.
2. Strategie založené na zmírňování negativního dopadu slabých stránek prostřednictvím využití příležitostí.

3. Strategie, které využívají silných stránek k prevenci či minimalizaci možných ohrožení.
4. Strategie, které zmírňují dopad slabých stránek a redukují vliv ohrožení.

Třetím krokem je pak rozhodování o nejvhodnější strategii. Přitom se zvažují a porovnávají jak vnější faktory (ohrožení, příležitosti), tak faktory vnitřní (silné a slabé stránky).

Cílová skupina

Zejména pro studenty ekonomického zaměření je práce se SWOT analýzou přitažlivá, protože jsou zvyklí s ní pracovat.

4.2.3 Dotazník kariérových kotev (D.Pauknerová)

Obecná charakteristika

Jedná se o orientační metodu, která může sloužit jako vodítko jak při individuálním rozhovoru s klientem, tak může být použita pro skupinovou práci. Cílem je zmapovat hodnotové orientace a kariérové preference klienta.

Dimenze

Zde uvádíme přehled kariérových kotev – hodnot, které pro klienta mají klíčový význam ve vztahu k jeho pracovnímu uplatnění. V dotazníku jsou pak představeny ve vztahu k různým aspektům pracovního procesu.

- jistota
- autonomie
- manažerská kompetence
- technicko-funkční kompetence
- kreativita

Administrace

Klient vyplní dotazník individuálně či ve skupině a sám si jej vyhodnotí. Klienti mohou pracovat s dotazníkem samostatně (skupinová práce), nebo/a může sloužit jako podklad pro individuální sezení s kariérovým poradcem.

Dotazník

Za každou otázkou následuje pět možných odpovědí. Zvolte tu, která vás nejvíce vystihuje a na volné místo před příslušným písmenkem napište 1. Tu, která je na druhém místě, označte jako 2 a postupujte dál až do 5. Jako 5 bude označena nejméně vhodná možnost.

1. Která z následujících skutečností by vám nejvíce vadila při výběru zaměstnání?

- a) hrozba možné ztráty zaměstnání,
- b) nadřízený, který neustále zasahuje do mých kompetencí,
- c) velmi omezená možnost rozhodování o problémech firmy,
- d) převážně administrativní a řídicí činnost bez odborných úkolů,
- e) nejasný vztah vykonávané činnosti k výslednému produktu.

2. Která z uvedených pracovních funkcí ve firmě by vám nejlépe vyhovovala za předpokladu, že byste pro ni měl(a) odborné znalosti?

- f) ředitel, pověřený vybudováním nového zdravotního střediska,
- g) odborný pracovník rozvoje vědy a techniky, který se zabývá zaváděním laserového systému řízení strojů,
- h) ředitel ztrátové výrobní divize, který má dosáhnout zisku,
- i) samostatný obchodní zástupce, jehož plat závisí na množství a rozsahu uzavřených smluv,
- j) úředník, který kontroluje správnost uzavřených smluv.

3. Která z uvedených změn by na vás nejhůře psychicky zapůsobila?

- a) z pracovní náplně vám bude odebrána činnost, která je spojena s pravidelným příplatkem,
- b) nadřízený si vymění kontrolu nad takovou oblastí vaší činnosti, kterou jste doposud vykonávali samostatně,
- c) váš útvar nesplní důležitý úkol, na kterém závisí výsledky celé organizace
- d) zjistíte, že odborný standard vaší práce už delší dobu neodpovídá republikové úrovni,

e) nebude vám umožněno dokončit prototyp nového výrobku, na kterém jste několik měsíců pracovali.

4. Kterého z osobních úspěchů byste si nejvíce cenili?

f) založení a vybudování malé prosperující firmy, která ponese vaše jméno,

g) publikování článku v zahraničním odborném časopisu,

h) překonání ekonomické krize v organizaci vaším vlastním přičiněním,

i) osamostatnění útvaru, který vedete, z velké organizace a jeho převedení na soukromou bázi,

j) dosažení významného postavení v hierarchii veřejné instituce.

5. Cítil byste se dobře ve firmě, která usiluje o hospodářský úspěch především:

a) udržení solidní pověsti a spolehlivostí vůči klientům,

b) originálním přístupem, odlišným od konkurence,

c) schopností pružně reagovat na změnu podmínek trhu,

d) neustálým zdokonalováním a vysokou technickou úrovní výrobků, e) zaváděním nových nápadů, které znamenají změnu filozofie trhu.

6. Co by vám měl především poskytnout váš nadřízený?

f) příležitost k vytvoření něčeho nového,

g) možnosti zvyšování odborné kvalifikace,

h) úkoly, na kterých budete moci osvědčit své schopnosti,

i) co nejširší prostor pro rozhodování,

j) oporu v nesnázích.

7. Které předpoklady jsou podle vás nejdůležitější pro pracovní úspěch?

a) spolehlivost a důvěryhodnost,

b) samostatnost,

c) sebejistota a rozhodnost,

d) odborné znalosti,

e) činorodost a vytrvalost.

8. O kterém z uvedených lidí byste se rádi více dozvěděli?

f) Endre Rubik, tvůrce Rubikovy kostky a dalších hlavolamů,

g) John von Neumann, vynálezce počítače,

h) Lee Iacoca, známý manažer Fordových závodů a General Motors,

i) Jack Kerouac, autor knih o životě amerických tuláků,

j) James Herriot, autor knih o životě veterináře na anglickém venkově.

Kariérové kotvy nyní určíme takto:

1. Postupně spočítáme všechny body pro odpovědi a,b,c,d,e, potom f,g,h,i, j.

2. Sečteme a + j, b + i, c + h, d + g, e + f, a sečtené počty bodů zaznamenáme do tabulky:

KARIÉROVÁ KOTVA	ODPOVĚĎ	BODŮ	POŘADÍ
Jistota	a+ j		
autonomie	b + i		
manažerská kompetence	c+h		
technicko- funkční kompetence	d+g		
kreativita	e+f		

5 - 19 bodů: kotva má pro vaše rozhodování a přístup ke kariéře rozhodující význam

20 - 25 bodů: kotva částečně ovlivňuje vaši orientaci,

26 - 40 bodů: význam kotvy je pro váš život minimální.

3. Určíme pořadí - pro kotvu s nejmenším počtem bodů je pořadí 1, pro další kotvu 2, atd.

Tak můžeme snadno zjistit, která kotva je pro vás nejdůležitější a která nejméně důležitá.

Mají-li dvě kotvy stejný počet bodů, znamená to, že jejich význam pro vás je stejný.

4.2.4 Test profesionálního typu (D.Pauknerová)

Obecná charakteristika

Jedná se o metodu vytvořenou na základě Hollandovy teorie kariérového výběru (The Theory of Vocational Choice). Jde o zkrácenou orientační verzi této metody. Holland definoval šest osobnostních typů (profesionálních typů), které se liší kariérovými preferencemi (RIASEC). Zároveň je pro tyto kategorie důležité, které činnosti jednotlivé osobnostní typy odmítají.

Typy osobnosti	Činnosti, které odmítají
realistický	sociální a výchovné
zkumavý	přesvědčování, sociální a rutinní
umělecký	systematické, kancelářské, obchodní
sociální	manuální, technické, práci s materiály a stroji
podnikavý	vědecké, analytické, systematické
konvenční	nestructurované, nesystematické, umělecké

Dimenze

Realistické typy osobností (R) rádi užívají nástrojů, starají se o rostliny či zvířata, pracují venku. Jsou zaměřeni na praktické činnosti a vykazují větší motivaci ve vztahu k věcným stránkám života. Je pro ně důležité finanční ohodnocení, status a méně jsou zaměřeni na mezilidské vztahy.

Chování realisticky zaměřených klientů – od poradce očekávají konkrétní, přímé odpovědi, které jsou okamžitě aplikovatelné ve vztahu k problému, kvůli kterému za poradcem přišli. Mohou mít problém vyjadřovat pocity a hovořit o svých potřebách a zájmech. Rádi hovoří o svých praktických koníčcích.

Zkoumavý typ osobnosti (I) dává přednost systematickému a nezávislému výzkumu. Hledá kauzální vztahy, pozoruje, posuzuje, analyzuje a nachází řešení problému. Je zaměřen na intelektuální činnosti, využívá svých schopností, abstraktního myšlení, ale i intuice a tvořivosti k identifikování a řešení problémů.

Chování zkoumavě zaměřených klientů – jsou stresováni nevyřešenými problémy a nezodpovězenými otázkami. Ty pro ně představují výzvy, které mají rádi pod kontrolou. Poradce je diskusní partner v jejich převážně racionálním procesu kariérodního vývoje.

Umělecké typy osobností (A) jsou lidé s uměleckými vlohami, intuicí, otevřením emocionálnímu náhledu na svět. Těší je používat představivost a kreativitu a projevovat se originálně a nesystematicky.

Chování umělecky zaměřených klientů – preferují nekonvenční poradenský přístup, používání příkladů, tištěné materiály, kritizování, porovnávání, rádi žertují. Dávají přednost individuálnímu před skupinovým poradenstvím. Rozhodování je spíše emocionální než racionální a systematické.

Sociální typ osobnosti (S) rád pracuje a komunikuje s lidmi. Rád druhé informuje, radí jim, pomáhá, instruuje, vychovává, trénuje je, stará se o ně.

Chování sociálně zaměřených klientů – zaměření na sociální interakci, projevují se altruisticky, mají rádi skupinové aktivity, kooperaci, neformální činnosti, často jsou ochotni poradci při těchto aktivitách pomáhat. Mohou být až nadměrně upovídaní.

Podnikavý typ osobnosti (E) je sebevědomý asertivní jedinec, který má rád riziko, přesvědčování, vedení a ovlivňování lidí za účelem dosažení cíle, který si organizace klade. Zakládají si vlastní společnosti, dosahují významných pozic a jsou finančně zajištěni. Preferují vést druhé před tím, být vedeni.

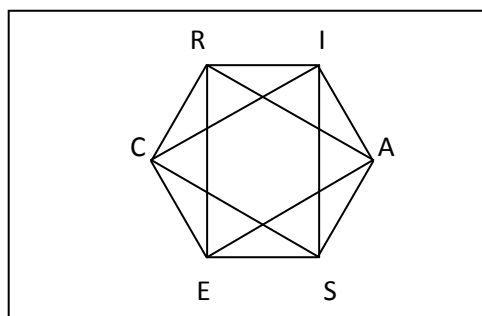
Chování podnikavě zaměřených klientů – vyjadřují otevřeně své pocity a záměry (pokud jsou sociálně akceptovatelné), ovlivňují a přesvědčují ostatní. Občas mají tendenci se přeceňovat a nereálně hodnotit své schopnosti a dovednosti. Jsou výrazně soutěživí a často se dostávají do konfliktů se svými kolegy, úzkostní dosáhnout klíčových pozic v organizaci.

Konvenční typy osobností (C) rádi pracují s čísly, daty a informacemi. Jsou přesní, systematictí a zaměřeni na detaily. Nevadí jim přijímat instrukce od druhých. Neradi improvizují, mají rádi situaci pod kontrolou, neradi se rozhodují pod tlakem.

Chování konvenčně zaměřených klientů – jsou systematictí, přesní, mají smysl pro hierarchii a ctí autority. Je pro ně důležitý pocit důvěry. Neradi připouštějí jiné alternativní možnosti pracovního uplatnění a nemají rádi nestrukturované pracovní prostředí. Jejich smysl pro pořádek je cenný v oborech, jako jsou finance, bankovníctví, organizování školení, konferencí, účetnictví, zpracování dat.

Málokdy se setkáme s takto vyhraněnými typy. Naprostá většina lidí jsou typy kombinované – tzv. Hollandův kód obsahuje vždy tři písmena. Například knihovník bývá CIS – zaprvé konvenční, zadruhé zkoumavý a zatřetí sociální typ. Lidé, kteří jsou zcela nevyhranění často mívají potíže s výběrem profesního zaměření. Lidé by také měli volit takové pracovní prostředí, které odpovídá jejich převažujícímu zaměření – realistické typy osobností

v realistickém, umělecké v uměleckém apod. Důležité je rovněž, do jaké míry je konzistentní jejich zaměření. V následujícím grafu (Hollandův hexagon) jsou naznačeny vazby mezi jednotlivými typy osobností. Ty typy, které jsou umístěné vedle sebe na hexagonu jsou konzistentnější než typy protilehlé. Porjevuje se to jednak v jednoznačném a harmonickém zaměření jednotlivce a má to význam i pro spolupráci s ostatními členy pracovní skupiny.



Administrace:

Pro sebehodnocení se dá využít následující seznam vlastností typických pro jednotlivé profesionální typy:

realistický	zkoumavý	umělecký	sociální	podnikavý	konvenční
konformní	analytický	komplikovaný	přesvědčivý	dobrodružný	konformní
přímý	opatrný	nepořádný	kooperativní	ambiciozní	usilovný
upřímný	kritický	emocionální	přátelský	zaujatý	opatrný
pokorný	zvídavý	expresivní	velkorysý	dominantní	konzervativní
materiální	nezávislý	idealistický	nápomocný	energický	nesmělý
přírodní	intelektuální	imaginativní	idealistický	impulsivní	submisivní
vytrvalý	introvertní	nepraktický	otevřený	optimistický	pořádný
praktický	metodický	impulsivní	laskavý	požitkářský	vytrvalý
skromný	zdrženlivý	nezávislý	odpovědný	oblíbený	praktický
stabilní	přesný	intuitivní	sociabilní	sebevědomý	klidný
ostýchavý	racionální	nekonformní	taktní	sociabilní	netvořivý
vypočítavý	rezervovaný	originální	chápaní	upovídaný	výkonný

Následující dotazník může být použit jak pro individuální, tak pro skupinovou práci. Probandi si sami dotazník vyhodnotí. Pak by měl poradce výsledek vysvětlit, případně s ním dále pracovat ve vztahu k plánování kariéry. Tato technika se nám osvědčila zejména u zatím nevyhraněných klientů, kteří hledají své zaměření a je důležitá i ve vztahu k volbě odpovídajícího pracovního prostředí.

Dostupnost podobných metod

Na základě Hollandových dotazníků byl vytvořen i DVP (viz subkapitola 5.1.7).

Dotazník

Před sebou máte seznam 48 různých profesí. Přečtěte si jej. Zamyslete se nad tím, které z nich by se vám líbily a podtrhněte je. Měli byste jich vybrat 16. Pak přeškrtněte 16 profesí, které byste rozhodně nechtěli vykonávat.

1. sochař
2. neurolog
3. automechanik
4. obchodník
5. praktický lékař
6. kontrolor zboží
7. architekt
8. farmaceut
9. řidič nákladního vozu
10. advokát
11. diplomat
12. účetní v podniku
13. hudebník
14. matematik
15. přípravář výroby
16. ekonomický poradce
17. trenér
18. výpravčí
19. malíř
20. biolog
21. stolař
22. hoteliér
23. učitel ZŠ
24. státní zástupce
25. básník
26. archeolog
27. lesník
28. pracovník v reklamě
29. sociální kurátor
30. finanční úředník
31. divadelní herec
32. meteorolog
33. stavbyvedoucí
34. burzovní makléř
35. sekretářka(tajemník)
36. hygienik
37. spisovatel
38. historik
39. instalatér
40. manažer cest. kanceláře
41. personalista
42. normovač
43. filmový režisér
44. fyzik

- 45. elektrikář
- 46. soukromý autodopravce
- 47. psycholog
- 48. notář

Nyní budeme určovat váš profesionální typ:

1. Ke každé podtržené profesi si přiřičte dva body.
2. Ke každé neoznačené profesi (nepodtržené a nepřeskrtnuté) si přiřičte jeden bod.
3. Ke každé přeskrtnuté odpovědi si přiřičte 0 bodů.
4. Sečtete pro jednotlivé profesionální typy, a to:
 - pro typ R (realistický) u položek: 3,9,15,21,27,33,39,45
 - pro typ I (zkoumavý) u položek: 2,8,14,20,26,32,38,44
 - pro typ A (umělecký) u položek: 1,7,13,19,25,31,37,43
 - pro typ S (sociální) u položek: 5,11,17,23,29,35,41,47 .
 - pro typ E (podnikavý) u položek: 4,10,16,22,28,34,40,46
 - pro typ C (konvenční) u položek: 6,12,18,24,30,36,42,48
5. Výsledky zanešte do tabulky:

R:		I:	
C:		A:	
E:		S:	

6. Skóre 0 až 5 bodů znamená, že daný profesionální typ je vám úplně cizí. Skóre 6 až 10 bodů znamená, že máte o tyto profese průměrný zájem a jejich vykonávání by vás sice neuspokojovalo, ale ani by vám příliš nevadilo.

Skóre 11 až 16 bodů vystihuje váš profesionální typ.

7. Bezkonfliktní profesionální kariéru budete mít tehdy, když všechna vysoká skóre budou ležet v tabulce vedle sebe. Pokud leží v opačných polích, bývá volba optimálního povolání složitá.

Obecná charakteristika

Jedná se o orientační metodu, zaměřenou na analýzu osobnosti. Je vhodný pro kariérní poradenství, Obecná charakteristikaující osobnost ve 4 dimenzích (Dominance, Vliv na ostatní, Stálost, Ochota přizpůsobit se detailu).

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Test je administrován formou tužka-papír, vyhodnocen přes PC, čítá 24 čtveřic adjektiv, z nichž proband vybírá to nejvýstižněji Obecná charakteristikaující svou osobnost. Časová náročnost administrace je zhruba 10-15 minut. K interpretaci testu je nutné absolvovat certifikované školení. Každé sestavení profilu je placené, zájemce nemá přístup k procesu vyhodnocení testu. Existují normy pro ČR v rozlišení muži a ženy.

Dimenze

- **Dominance (D)** - Aktivní, pozitivní postoj jedince v nepříznivém nebo nepřátelském prostředí, aby je překonal a tím se vyhnul selhání či neúspěchu. Vysoké „D“ je charakterizováno slovy: prosazující, soutěživý, přímý, podnikavý, energický, zvědavý a iniciativní, nízké „D“ naopak: nerozhodný, mírný, nenáročný, vstřícný a zvažující pro a proti.
- **Vliv (V)** - Aktivní pozitivní postoj jedince, který má za účel vytvořit z antagonistické situace příznivější a přátelštější za pomoci přesvědčování, čímž se vyhne odmítnutí. Vysoké „V“ je charakterizováno slovy: přístupný, přátelský, vlivný, přesvědčivý, pozitivní a hovorný, nízké „V“ naopak: pronikavý, hloubavý, zdrženlivý, sebe si uvědomující, vážný a podezřívavý.
- **Stálost (S)** - Pasivní odezva jedince na nepříznivou situaci ve snaze přečkat až antagonismus přejde a tím zmírnit pocit nejistoty. Vysoké „S“ je charakterizováno slovy: přívětivý, rozvážný, spolehlivý, dobrý posluchač, laskavý a vytrvalý, nízké „S“ naopak: aktivní, bystrý, demonstrativní, dychtivý, pohotový a neklidný.

- **Ochota (O)** - Opatrná, nerozhodná reakce jedince na antagonistickou situaci, určená k jejímu zmírnění, aby nedošlo ke konfliktu. Vysoké „O“ je charakterizováno slovy: přesný, opatrný, přizpůsobivý, logický, puntičkářský, precizní a systematický, nízké „O“ naopak: rozhodný, nezávislý, vytrvalý, cílevědomý, tvrdohlavý a neústupný.

Dostupnost

Bližší informace naleznete na stránkách firmy Thomas International, která je autorizovaným dodavatelem pro ČR - www.thomasinternational.net.

4.2.6 Curriculum Vitae – CV (T.Francová)

Obecná charakteristika

Jde o stručný a přehledný (strukturovaný) dokument shrnující dosažené vzdělání a dosavadní pracovní zkušenosti. Slouží potenciálnímu zaměstnavateli jako prvotní a základní informace o uchazeči. Bývá k němu zpravidla přiložen tzv. motivační či průvodní dopis, jehož cílem je zaujmout a doplnit CV o detailnější informace relevantní k aktuální situaci, resp. pozici, o níž se jedinec uchází.

Bližší informace

Životopis je písemnou prezentací uchazeče o konkrétní pracovní pozici, určenou potenciálnímu zaměstnavateli, nejčastěji pracovníkům oddělení řízení lidských zdrojů (Human Resources). Cílem pisatele CV je předat základní informaci a hlavně zaujmout mezi ostatními uchazeči natolik, aby byl pozván do dalších kol výběrového řízení, nejčastěji k osobnímu rozhovoru (interview).

Co zvyšuje atraktivitu uchazeče / CV pro zaměstnavatele? Mnohdy se může zdát, že jde pouze o obsah, tedy informace v CV předané. Jako u jakékoli jiné prezentace má ale obrovský význam také forma, v jaké informace předáváme, tak aby byly nalezeny (tomu napomáhá struktura) a správně pochopeny druhou stranou.

Obsah CV, resp. informace, které jsou v CV uvedeny, by měly být vždy pravdivé. Detailnost jednotlivých částí CV a jeho struktura vychází ze znalosti pozice, o níž se jedinec uchází, odráží jeho představu o náplni práce, práci, požadavcích na uchazeče, ale také o firmě, která pozici nabízí. Životopis je postaven také na sebereflexi autora, vychází z jeho sebehodnocení.

Obvykle bývá CV strukturováno následujícím způsobem: a) osobní a kontaktní informace, b) dosažené vzdělání, c) dosavadní praxe, d) další znalosti a dovednosti (jazyky, PC aj.), e) doplňující informace. Veškeré časové informace (vzdělání, praxe) je vhodné řadit chronologicky, nejlépe jako první uvést poslední či aktuální údaj a dále postupovat do historie. Zdůrazní se tak to aktuální, mnohdy relevantní k poptávané pozici. Stejný princip důrazu na aktuální a relevantní by měl být uplatněn v míře detailnosti uváděných informací.

a) osobní a kontaktní informace: celé jméno (vč. titulu); úplná poštovní adresa, další kontakty jako telefonní číslo, e-mail aj. Mnohdy se uvádí datum narození či věk, rodinný stav a počet dětí, pohlaví, pokud není zřejmé ze jména uchazeče, národnost apod. Tyto informace nejsou povinné, je na zvážení uchazeče, zda je uvést chce či nikoli.

Co je smyslem této sekce? Samozřejmě je nutné uchazeče jednoznačně identifikovat a v případě potřeby se s ním spojit, mnohdy rychle, proto poštovní adresa či telefon domů, kde jste k zastížení až po 18.h, nestačí.

b) dosažené vzdělání: U každého relevantního stupně vzdělání se uvádí název a typ instituce / školy, její sídlo, získaná kvalifikace (titul, certifikáty aj.), obor či specializace, příp. výsledky. Také je u nás běžné uvádět data: od - do. Čím kratší praxe, tím je vhodnější uvést více detailů k dosaženému vzdělání, např. vedlejší specializace, téma diplomové práce apod. Vždy je třeba zvážit relevantnost informace k poptávané práci. Nemělo by se také zapomínat na další vzdělávání, které proběhlo mimo nebo po tom "řádném", "systémovém" (např. certifikované kurzy, rekvalifikace aj.).

Co je smyslem této sekce? Z této části by měl čtenář získat ucelenou představu o vzdělání uchazeče. Další vzdělávání svědčí o zájmu jedince o vlastní rozvoj nad "povinný" rámec.

c) dosavadní praxe: Stejně jako u vzdělání je třeba uvést jméno zaměstnavatele, dobu a místo působení, pozici a pracovní činnost, projekty, zodpovědnost a výsledky. Zajímavý údaj je o počtu podřízených. Pokud jste v jedné firmě během svého působení "rostli", uveďte jednotlivé

pozice s časovými údaji, od kdy do kdy jste ji zastávali. Vždy začínejte tím posledním / nejaktuálnějším. Každá delší "mezera" mezi zaměstnáními budí pozornost, uvádějte její důvody, např. rodičovská dovolená, zahraniční cesta apod.

Co je smyslem této sekce? Cílem je předat ucelenou představu o vývoji pracovní kariéry, o nasbíraných zkušenostech (různá prostředí, vedení lidí, výsledky aj.). Zaměstnavatel také získává zprostředkovaně představu o stabilitě uchazeče, o jeho ambicích apod.

d) další znalosti a dovednosti: Nejčastěji jsou uváděny jazykové znalosti (hodnocení úrovně znalosti na předem vydefinované škále), vlastnictví řidičského průkazu (skupina), technické dovednosti (obsluha určitých nástrojů), počítačové znalosti (uvádí se všechny programy a nástroje, opět se hodnotí míra zvládnutí, např. na stupnici základní, uživatelská či administrátorská úroveň), organizační a jiné, např. sociální dovednosti (př. týmová práce). Rozhodně se doporučuje uvádět certifikáty, jimiž lze znalost doložit.

Co je smyslem této sekce? Jasně a přehledně pojmenujete své znalosti a dovednosti, jejich úroveň, demonstrováte své schopnosti a předpoklady.

e) doplňující informace: Mnohdy se v této části uvádějí zájmy, reference (nejčastěji předchozí nadřízený / zaměstnavatel - jméno, pozice, adresa a kontaktní telefon), ochota cestovat za prací, možnost nástupu, fotografie aj.

Co je smyslem této sekce? Doplnit předchozí informace, uvést svá očekávání, představit se v kontextu mimopracovních aktivit.

Forma CV je také velmi důležitá. Standardem je CV v tištěné podobě, příp. elektronické, pokud je zasíláno e-mailem. Ručně psané se rozhodně nedoporučuje s ohledem na čitelnost. Celkově by mělo CV působit střídmě, přehledně a seriózně, proto je třeba se vyvarovat přílišných okras. Forma zpracování vypovídá o autorovi stejně jako jeho obsah, o jeho znalostech a dovednostech (práce na PC, vyjadřovací schopnosti, pravopis aj.), osobnostních vlastnostech (pečlivost aj.) i motivaci.

Možnosti použití v profesním poradenství

V rámci profesního poradenství slouží jako zdroj informací pro poradenský rozhovor s cílem volby či změny profesní dráhy či jako nástroj přípravy na výběrové řízení, příp. jeho další stupně (rozhovor, AC aj.).

Možní uživatelé

Všichni potenciální uchazeči o práci

Profesní poradci obecně

4.2.7 Motivační dopis (T.Francová)

Obecná charakteristika

Motivační či průvodní dopis provází životopis na cestě k potenciálnímu zaměstnavateli. Hlavním smyslem motivačního dopisu je propojit životopis uchazeče s poptávanou pozicí a zdůraznit přednosti a zájem uchazeče o pozici. Vyzdvihuje a upozorňuje na přednosti uchazeče ve vztahu ke konkrétní pozici, na níž se hlásí tak, aby zvýšil zájem zaměstnavatele pozvat uchazeče na osobní pohovor. Správně napsaný motivační dopis má personalistu zaujmout natolik, aby v něm zanechal dojem výjimečnosti uchazeče. Životopis mnohdy zůstává totožný pro více pozic, motivační dopis však nikoli. Je adresný, stručný a formální.

Obsah

Motivační dopis by měl být adresován osobě zodpovědné za výběrové řízení na poptávanou pozici, kterou jednoznačně pojmenovává. Odkazuje také na zdroj informací, z něhož se uchazeč o pozici dozvěděl (př. název novin či název personálního serveru a datum).

Stručně objasňuje důvody zájmu uchazeče o danou práci a propojuje požadavky z inzerátu s vlastními schopnostmi, znalostmi a zkušenostmi, resp. s tím, co sám může zaměstnavateli nabídnout.

V motivačním dopise je možné upřesnit některé sporné body v CV, nicméně se tak doporučuje pouze v případě, že jsou klíčové pro danou pozici. Předejde se tak spekulacím na straně zaměstnavatele, nicméně se na tyto sporné body také upozorní.

Závěrečné sdělení mnohdy vyjadřuje zájem o osobní setkání. Celý motivační dopis by měl vyjadřovat optimismus a přiměřené sebevědomí.

Určitě by neměl chybět podpis, datum a také informace o přílohách, např. CV, kopie diplomu aj.

Forma

Průvodní dopis by měl být stručný, obvyklá délka je cca polovina A4, max. délka by měla být jedna strana. Určitě by měl být, stejně jako CV, psán na počítači, nikoli rukou, pokud není vyžadováno jinak.

Je-li dopis odesílán klasickou poštou, neměl by chybět vlastnoruční podpis.

Možnosti použití v profesním poradenství

V rámci profesního poradenství slouží jako zdroj informací pro poradenský rozhovor s cílem volby či změny profesní dráhy či jako nástroj přípravy na výběrové řízení, příp. jeho další stupně (rozhovor, AC aj.).

Možní uživatelé

všichni potenciální uchazeči o práci, profesní poradci obecně

Odkazy: www.profesia.cz, www.zivotopis-vzor.cz, www.jaknapsat.cz/motivacni-dopis/

4.2.8 Přijímací rozhovor (M.Šustrová)

Obecná charakteristika

Každý absolvent se pravděpodobně setká s výběrovým rozhovorem před tím, než bude přijat do zaměstnání. Jako poradce byste si měl být vědom, co takový pohovor obnáší a jakými otázkami se může absolvent, budoucí uchazeč o zaměstnání setkat a předem klientovi poradit. Ještě účinnější bývá vyzkoušet s klientem přijímací rozhovor nanečisto, případně provést videonahrávku rozhovoru a při podávání zpětné vazby zohlednit nejen subjektivní názor poradce, ale použít i objektivnějšího záznamu rozhovoru. Ten pak umožní soustředit se i na neverbální stránky projevu uchazeče.

Rozhovor by měl plnit následující cíle:

1. získat dodatečné a hlubší informace o uchazeči, jeho očekáváních a pracovních cílech, popřípadě verifikovat informace uváděné v písemných dokumentech,
2. poskytnout uchazeči informace o podniku a práci v podniku; je přitom důležité, aby uchazeč získal realistickou představu o práci na obsazovaném místě a nebyl vědomě uváděn v omyl,
3. posoudit osobnost uchazeče (má se za to, že poslední z uvedených cílů může pohovor dosáhnout dokonce lépe než testy osobnosti).

Pohovory (interview, rozhovory) mohou být individuální i skupinové, stresové, konkrétní nebo průzkumné, strukturované (předem jsou dány otázky i jejich pořadí), nestrukturované nebo polostrukturované (tazatel má připraven seznam dotazů, ale reaguje během rozhovoru na zajímavé informace, nejasnosti atd.). Nejčastěji se v praxi setkáváte s pohovory polostrukturovanými, které jsou zjevné (víte, že ten druhý s vámi vede pohovor), řízené a probíhají tváří v tvář (průzkumné pohovory lze vést i prostřednictvím telefonu). Tyto pohovory jsou zpravidla vedeny jedním, dvěma tazateli nebo komisí tazatelů (tzv. panelové pohovory).

Výběrový rozhovor má pochopitelně obdobné fáze jako klasický rozhovor:

Zahájení rozhovoru slouží k představení, k navázání kontaktu a jeho udržování.

Jádro pohovoru je stěžejní částí interview a probíhá podle přípravy s cílem získat co možná nejvíce relevantních informací o uchazeči.

Ukončení rozhovoru slouží k uvolnění případného napětí, k zhodnocení a shrnutí informací jak tazatelem, tak uchazečem.

Uchazeči se mohou setkat s řadou otázek, jako například:

Dotazy ohledně motivace

- Proč máte zájem o vypsanou pozici? Proč jste se rozhodl(a) zareagovat na náš inzerát?
- Co myslíte, že nám můžete nabídnout?
- Co očekáváte od práce, o kterou se ucházíte?
- Co považujete za svůj největší úspěch? Neúspěch?

Dotazy ohledně posledního zaměstnání:

- Proč odcházíte z předchozího zaměstnání?
- Co Vás v posledním zaměstnání nejvíce bavilo nebo naopak štvalo?
- Jak vypadal typický den ve Vašem posledním zaměstnání?
- Za co jste byl(a) kritizován(a)? Jak jste na kritiku zareagoval(a)?
- Co bylo ve Vašem posledním zaměstnání nejsložitější? Co bylo nejjednodušší?

Dotazy ohledně nového zaměstnavatele:

- Co víte o naší společnosti, našich produktech a službách?
- Jaké vlastnosti by měl mít Váš nadřízený?
- Jaké jsou Vaše představy o výši platu?
- Kdy k nám můžete nastoupit?

Dotazy ohledně znalostí a zkušeností:

- Jaké jsou Vaše silné a slabé stránky?
- Které dobré a špatné vlastnosti máte?
- Upřednostňujete práci v týmu nebo samostatnou práci? Jste týmovým hráčem?
- Jaký druh práce Vás nejvíce uspokojuje?
- Jak hodnotíte Vaši schopnost delegovat úkoly?
- Jste odolný(á) vůči stresu?
- Jakým způsobem si zvyšujete Vaši profesní kvalifikaci?

Dotazy ohledně Vaší budoucí kariéry:

- Jak si představujete Vaši budoucí kariéru?
- Popište, jak si představujete Vaše ideální zaměstnání?
- Kde se vidíte za dva roky?
- Kde se vidíte za pět let?
- Nemáte v úmyslu jít opět studovat (doktorandské studium, jiná vysoká škola,...)?
- Jak dlouho byste chtěl(a) pracovat pro naši společnost?
- Jak ovlivňuje rodina Vaši kariéru?
- Čeho chcete v kariéře dosáhnout?

Pohovor je zpravidla zakončen diskusí o výši platu a výhodách, které firma poskytuje. Ještě před rozloučením většinou uchazeč dostane informaci, kdy a jakou formou mu firma dá vědět, zda byli přijati.

(<http://www.personalista.com/poradna-personalisty/jak-by-mel-vypadat-spravny-vyberovy-pohovor.html>)

4.2.9 Assessment Centre (D.Pauknerová)

Obecná charakteristika

Jedná se o metodu stále hojněji využívanou v personální praxi zejména při výběru do náročnějších pracovních funkcí. Je to metoda, při níž jsou uchazeči ve skupině podrobováni modelovým situacím, řeší případové studie, účastní se týmové práce a prezentují výsledky své práce. Modelové situace by měly pokud možno svým zaměřením odpovídat požadavkům pracovního místa, na které je uchazeč vybírán. Nejčastěji se setkáme s řešením případových studií, týmovým řešením úkolů, hraním rolí a prezentacemi. To vše probíhá za přítomnosti několika pozorovatelů jak ze strany pořadatelů AC, tak i zástupců podniku. Kromě modelových situací často bývají zařazovány i psychodiagnostické metody. Kromě AC, které je zařazováno v rámci výběrových řízení, se používá i tzv. development centre, které je určeno pro zmapování potenciálu pracovníků a plánování jejich dalšího rozvoje v rámci podniku.

Dimenze

V rámci AC se sledují projevy uchazečů v jednotlivých aktivitách a kombinují se s výsledky psychodiagnostiky. Pro pozorování uchazečů je možné využít pozorovací schéma. Výčet pozorovaných charakteristik se vždy odvíjí od požadavků konkrétní pracovní pozice, na kterou jsou kandidáti vybíráni. Často to bývají:

- aktivita
- komunikační dovednosti
- schopnost týmové práce
- manažerské dovednosti

- přístup k řešení problémů
- analytické schopnosti
- disciplinovanost
- odolnost vůči stresu

Možnosti použití

Pro studenty jsou zajímavé jednak informace o tom, jak AC probíhá, co se při AC sleduje i rady jak se v rámci AC chovat. Ještě účinnější je možnost AC si nanečisto vyzkoušet a získat zpětnou vazbu od pozorovatelů. Velmi přínosná je v této souvislosti spolupráce s podniky, kde personalisté mohou působit jednak v roli pozorovatelů, jednak i v roli organizátorů.

5 Psychodiagnostické metody (J.Černý)

Je důležité si uvědomit, že náš vzorek není reprezentativní, u cílové skupiny VŠ studentů se z podstaty věci takřka nevyskytuje podprůměrný intelekt, rovněž problémy psychiatrického charakteru jsou řídké. Námi uvedené metody jsou proto orientovány na běžnou nikoli klinickou populaci.

5.1 Osobnostní dotazníky

Pojem osobnost se snaží vyjádřit celost člověka a zahrnuje v sobě všechny její charakteristiky a schopnosti. Některé z testů se proto snaží o její komplexní zachycení (nejčastěji ji vyjadřují v určitých dimenzích, např. introverze - extroverze), jiné se snaží zachytit a popsat pouze určitou část, jednu z jejích dimenzí (např. strategie zvládnání stresu). Obecná charakteristika osobnosti se často odvíjí od určité psychologické teorie, z níž autoři při sestavování testu vycházeli. Je důležité upozornit, že dosažené výsledky v testech osobnosti nejsou ani dobré, ani špatné. Vždy jsou pouze více či méně vhodné pro řešení určité situace či obsazení pracovní pozice daným kandidátem.

5.1.1 Bochumský osobnostní dotazník (BIP)

Obecná charakteristika

Jedná se o komplexní test osobnosti, popisující osobnost ve 14 dimenzích, které jsou přiřazeny ke čtyřem oblastem profesních předpokladů (Profesní orientace, Pracovní chování, Sociální kompetence, Psychická konstituce).

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Test je administrován formou tužka-papír, čítá 210 otázek, na něž proband odpovídá na 6 bodové škále od „zcela souhlasí“ po „zcela nesouhlasí“, časová náročnost administrace je zhruba 40 minut. Pro ČR existují normy v rozlišení muži, ženy, věk a vzdělání.

Dimenze

- **Motivace k výkonu** - Pohotovost vyrovnávat se s vysoko položenou laťkou, motiv klást vysoké požadavky na vlastní výkon, vysoká připravenost snášet námahu, motiv stále zvyšovat vlastní výkony.
- **Motivace k utváření** - Vyhraněný motiv měnit subjektivně prožívaný nevhodný stav věcí a vůle přetvářet procesy a struktury podle vlastních představ, vyhraněná připravenost k ovlivňování a sledování vlastního pojetí.
- **Motivace k vedení** - Vyhraněný motiv sociálního vlivu, preference úkolů spojených s vedením a usměrňováním, sebehodnocení - autorita a orientační měřítko pro ostatní lidi.
- **Svědomitost** - Pečlivý pracovní styl, vysoká spolehlivost, způsob práce orientovaný na detaily, vysoké hodnocení koncepční práce, sklon k perfekcionismu.
- **Flexibilita** - Vysoká připravenost a schopnost přizpůsobit se novým a nepředvídaným situacím a tolerovat nejistotu, otevřenost novým perspektivám a metodám, velká ochota ke změnám.
- **Rozhodnost** - Schopnost a vůle k rychlé realizaci nějakého rozhodnutí prostřednictvím cílené aktivity, jakož i k ochraně zvolené alternativy činnosti proti dalším návrhům.
- **Senzitivita** - Dobrý cit pro slabé signály v sociálních situacích, velká schopnost vcítění, jistá interpretace a zařazení způsobů chování druhých lidí.
- **Schopnost kontaktů** - Vyhraněná schopnost a preference oslovování známých a neznámých lidí a navazování a udržování vztahů, aktivní tvorba a udržování profesní i soukromé sítě známých.
- **Sociabilita** - Výrazná preference sociálního chování, které je charakterizováno přátelskostí a ohleduplností, velkorysost ke slabým stránkám partnerů, výrazné přání po harmonickém spolubytí.
- **Orientace na tým** - Vysoké hodnocení týmové práce a kooperace, připravenost k aktivní podpoře týmových procesů, ochota potlačit vlastní možnosti profilace ve prospěch pracovní skupiny.
- **Schopnost prosadit se** - Tendence k dominanci v sociálních situacích, úsilí sledovat vlastní cíle i přes odpor, vysoká připravenost ke konfliktům.

- **Emocionální stabilita** - Vyrovnané a málo kolísavé emocionální reakce, rychlé překlenutí neúspěchů a nezdarů; vyhraněná schopnost kontroly vlastních emocionálních reakcí.
- **Odolnost vůči zátěži** - Vlastní hodnocení jako (fyzicky) odolné a robustní osoby, výrazná ochota vystavit se výjimečné zátěži a nevyhýbat se jí.
- **Sebevědomí** - Emocionální nezávislost na mínění druhých osob, velké přesvědčení o vlastním účinku, vysoká sebedůvěra ve vlastní schopnosti a v předpoklady k výkonu.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

5.1.2 Hogan Personality Inventory (HPI) (J.Černý)

Obecná charakteristika

Jedná se o komplexní test osobnosti v online podobě, vhodný pro kariérní poradenství, popisující osobnost v 7 dimenzích (Stabilita, Sebeprosazování, Sociabilita, Kooperativita, Systematičnost, Zvídavost a Učenlivost).

Dimenze

- **Stabilita** - Jedinec s vysokými hodnotami bývá ve stresových situacích klidný, sebevědomý a vyrovnaný. Jedinec s nízkými hodnotami bývá vnímavý, citlivý a se stresovými situacemi se může vyrovnávat obtížně.
- **Sebeprosazování** - Jedinec s vysokými hodnotami bývá energický, soutěživý a touží se zlepšovat. Jedinec s nízkými hodnotami bývá tichý, neprůbojný, trpělivý a ochotný přizpůsobit se ostatním.
- **Sociabilita** - Jedinec s vysokým skórem bývá společenský, impulzivní, svérázný a nerad pracuje sám. Jedinec s nízkým skórem bývá zdrženlivý a tichý, neupoutává na sebe pozornost a nevdá mu pracovat o samotě.
- **Kooperativnost** - Jedinec s vysokým skórem bývá vřelý, přátelský, srdečný, společenský a oblíbený. Jedinec s nízkým skórem bývá nezávislý, upřímný a přímočarý.

- **Systematičnost** - Jedinec s vysokým skórem bývá organizovaný, spolehlivý a důkladný, dodržuje pravidla a snadno se na něj dohlíží. Jedinec s nízkým skórem bývá impulzivní a flexibilní, často se nepřizpůsobuje pravidlům a odmítá blízký dohled, bývá naopak kreativní a spontánní.
- **Zvídavost** - Jedinec s vysokým skórem mívá dobrou představivost, bývá nápaditý, vynalézavý a bystrý, je obvyklé, že se rychle začíná nudit a nemusí věnovat pozornost detailům. Jedinec s nízkým skórem bývá praktický a realistický, všímá si detailů a je ochotný tolerovat nudné úkoly.
- **Učelnivost** - Jedinec s vysokým skórem se většinou rád vzdělává a při školení dosahuje dobrých výsledků. Jedinec s nízkým skórem nemívá zájem o formální učení - přednost dává spíše zkušenostem získaným při práci.

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Test je administrován i vyhodnocen přes internet, čítá 206 otázek typu ano/ne, časová náročnost administrace je zhruba 20 minut. K interpretaci testu je nutné absolvovat certifikované školení. Každé sestavení profilu je placené, zájemce nemá přístup k procesu vyhodnocení testu. Existují normy pro ČR (muži a ženy dohromady).

Dostupnost

Bližší informace naleznete na stránkách firmy Assessment Systems, která je autorizovaným dodavatelem pro ČR a SR - www.assessmentsystems.cz.

5.1.3 NEO pětifaktorový osobnostní inventář

Obecná charakteristika

Jedná se o komplexní testy osobnosti vhodné pro širokou oblast běžné populace. Dotazník existuje ve třech různých verzích: původní NEO Personality Inventory (NEO-PI), revidovaná verze Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) a zkrácená NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI). Všechny verze Obecná charakteristikaují osobnost v 5 základních

dimenzích (Neuroticismus, Extraverze, Otevřenost vůči zkušenosti, Přívětivost a Svědomitost). Zkrácená verze čítá 60 testových položek, plná revidovaná verze obsahuje 240 položek (každá základní dimenze čítá 48 položek a dále se dělí do 6 subškál).

Administrace

Dotazník je možno administrovat individuálně i skupinově. Proband volí svou odpověď na škále 0 - „vůbec nevystihuje“ až 4 - „úplně vystihuje“. Normy jsou k dispozici dle pohlaví a to ve dvou věkových pásmech (15-21 let a 22-75 let).

Dimenze:

- **Neuroticismus** - Zjišťuje míru přizpůsobení nebo emocionální nestabilitu, neuroticismus. Rozlišuje jedince náchylné k psychickému vyčerpání a nereálným ideálům od jedinců vyrovnaných a vůči psychickému vyčerpání odolných. Vysoké „N“ charakterizuje: napjatý, neklidný, nejistý, nervózní, labilní, hypochondrický, naopak nízké „N“ charakterizuje: klidný, relaxovaný, vyrovnaný, stabilní, sebejistý, spokojený, uvolněný.
- **Extraverze** - Zjišťuje kvalitu a kvantitu interpersonálních interakcí, úroveň aktivace, potřebu stimulace. Vysoké „E“ charakterizuje: sociabilní, aktivní, povídavý, optimistický, zábavný, orientovaný na lidi, naopak nízké „E“ charakterizuje: uzavřený, vážný, mlčenlivý, orientovaný na úkoly, tichý.
- **Otevřenost vůči zkušenosti** - Zjišťuje aktivní vyhledávání nových zážitků; toleranci k neznámému a jeho objevování. Vysoké „O“ charakterizuje: zvědavý, všestranné zájmy, originální, imaginativní, tvořivý, pokrokový, naopak nízké „O“ charakterizuje: konvenční, přízemní, úzké zájmy, neanalytický, neumělecký.
- **Přívětivost** - Zjišťuje kvalitu interpersonální orientace na kontinuu od soucítění po nepřátelskost v myšlenkách, pocitech i činech. Vysoké „P“ charakterizuje: konzervativní, dobrosrdečný, laskavý, důvěryhodný, pomáhající, upřímný, důvěřivý, naopak nízké „P“ charakterizuje: cynický, surový, podezřívavý, nespolupracující, pomstychtivý, bezcitný.
- **Svědomitost** - Zjišťuje individuální úroveň při organizaci, motivaci a vytrvalosti na cíl zaměřeného chování. Vysoké „S“ charakterizuje: spolehlivý, pracovitý, disciplinovaný, přesný, puntičkářský, pořádkumilovný, náročný na sebe, naopak

nízké „S“ charakterizuje: nespolehlivý, líný, bezcílný, nedbalý, lhostejný, bez vůle, požitkářský.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

5.1.4 Eysenckův osobnostní dotazník (EOD)

Obecná charakteristika

Jedná se o komplexní testy osobnosti. Metoda je používána v základním i aplikovaném výzkumu, pro klinické i poradenské účely. Užívá se i v psychologii práce a jinde. Patří k nejrozšířenějším osobnostním dotazníkům v poslední době téměř na celém světě. Tato obliba pramení nejen z jeho teoretických základů a faktoriální konstrukce, ale i proto, že je velmi jednoduchý jak pro testované osoby, tak i pro examinátory. Autor dotazníku zastával názor, že faktory introverze a neurotičnosti (lability) umožňují popsat osobnost lépe než jiné faktory. Dává je do vztahu se čtyřmi klasickými temperamenty. Test se skládá celkem z 57 otázek, z nichž 24 měří extraverci (E škála), 24 položek diagnostikuje neurotické tendence (N škála) a 9 položek tvoří stupnici lži (L škála). Test je k dispozici ve dvou paralelních formách A, B. Další vývoj dotazníku přinesl rozšíření o dimenzi psychotismu - PEN Inventory.

Administrace

Dotazník je možno administrovat individuálně i skupinově. Vyšetřovaná osoba odpovídá „ano“, „ne“ na všechny otázky. Doba snímání testu se pohybuje obvykle mezi 5-15 minutami

Dimenze

- **Extroverze x Introverze** - Extrovert bývá charakterizován jako: otevřený, společenský, družný, komunikativní, rychle navazující nové kontakty a známosti, vyhledává neznámé situace, změnu, naopak introvert je Obecná charakteristikaován

jako: uzavřený, dává přednost stabilnímu, známému prostředí, dává přednost samostatné práci.

- **Stabilita x Labilita** - Lidé s nízkým skórem bývají klidní, nevzrušiví, které hned tak něco nevyvede z rovnováhy, lidé se středním skórem jsou až neteční, pomalu reagující až pasivní, lidé s vysokým skórem bývají dynamičtí, vznětliví až impulzivní, ovládaní.
- **Psychoticismus** - Neznamená pouze psychopatologickou orientaci příslušné škály, bývá charakterizován následovně: samotářský, lhostejný k lidem, nepřizpůsobivý, dělající těžkosti, krutý, nelidský, citově oploštělý, necitlivý, nesoucitný, vyhledávající vzrušení, nepřátelský k lidem, agresivní, milující neobvyklé, výstřední věci, ignorující nebezpečí, zbrkle odvážný, výsměšný, silně vzrušivý, pobuřující okolí.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Psychodiagnostika - www.psychodiagnostika-sro.cz.

5.1.5 IHAVEZ (SPIDO, VAROS)

Obecná charakteristika:

Jedná se o soubor 5 dotazníků se širokým uplatněním jejichž autorem je O. Mikšík. Dotazník IHAVEZ je možné použít všude tam, kde se jedná o poznání těch kvalit osobnosti, které jsou potřebné při zvládnutí náročných životních událostí - v průmyslu, zdravotnictví, na středních a vysokých školách. Dotazník zjišťuje psychickou odolnost a strukturu psychické variability osobnosti. Je to vícedimenzionální dotazník, který je aplikován jako nástroj k odhalování struktury osobnostních proměnných, na nichž závisí kvalita interakčního chování jedince, povaha a dynamika jeho vyrovnávání se s dynamikou situačních proměnných. Struktura psychické odolnosti jedince vůči působení stresogenních situačních vlivů a jeho chování je zjišťována v soustavě čtyř dimenzí:

Administrace:

Dotazník je možno administrovat individuálně i skupinově. Skládá se ze 300 tvrzení, u nichž testovaná osoba vyjadřuje svůj souhlas či nesouhlas.

Dimenze:

- **Optimální hladina stimulace (S)** - Jedinci se mezi sebou liší v tom, jaká životní dynamika je pro ně z hlediska rozvoje aktivního procesu interakčního chování nejvhodnější, a naopak, při jaké životní dynamice u nich nejspíše dochází k psychickému selhávání.
- **Individuální tendence k rizikovému chování (R)**
- **Činná integrovanost osobnosti (I)** - Vyjadřuje, nakolik je jedinec schopen vyrovnávat se s aktualizovanou zátěžovou situací.
- **Postojová (P)** - Vyjadřuje různé přístupy k situacím.

Dostupnost: Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Psychodiagnostika - www.psychodiagnostika-sro.cz.

5.1.6 Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) (J. Černý)

Obecná charakteristika

Jedná se o komplexní test osobnosti (vycházející z Jungovy typologie), často používaný v psychologii organizace a práce. Popisuje osobnost ve čtyřech dimenzích (Introverze - Extroverze, Smysly - Intuice, Myšlení - Cítění, Usuzování - Vnímání), na jejichž základě je stanoveno celkem 16 osobnostních typů. V současné době je pro ČR standardizován dotazník, který by měl MBTI nahradit, tzv. „Golden Personality Type Profiler“.

Dimenze

- **Extroverze** - Extrovertní zaměření je motivováno zvnějšku a je řízeno vnějšími, objektivními činiteli a vztahy. Lidé extrovertního typu: družní, mají hodně přátel, silnou potřebu kontaktů, jsou sociálně přizpůsobiví, potřebují změnu, jsou aktivní, dynamičtí, neustále hnáni za dalšími podněty, jednájí impulzivně, spontánně, nedostatečně plánují, jsou nespolehliví, optimističtí, sdílní, bezstarostní, sebevědomí, přehlíží detaily, umí jednat s lidmi, ale méně je chápou.

- **Introverze** - Introvertní zaměření je motivováno zevnitř a je řízeno vnitřními, subjektivními činiteli. Lidé introvertního typ: jsou uzavření, zásadoví, introspektivní, přemýšliví, mají méně přátel, ale jejich vztahy jsou hlubší, mají potíže s jednáním s lidmi, jsou spíše pesimističtí, kritičtí, mají potíže se sebedůvěrou, jsou vnitřně napjatí, dobře se ovládají, jsou spolehliví, více se zaměřují na minulost a vzpomínky, hůře se adaptují na vnější svět.
- **Myšlení** - Myšlení formuluje definice, pojmy, odhaluje struktury, třídí, zjednodušuje, vymezuje, odděluje, zobecňuje. Úsudek se utváří systematicky krok po kroku. Lidé myslícího typu: zdůrazňují principy, objektivitu, logiku, zachovávají klid a sebekontrolu, život mají dobře organizovaný a strukturovaný, zvenčí jako "studený čumák" nebo "kamenné srdce", snadno argumentují pro a proti, průběžně zjemňují a zpřesňují původní varianty, jde jim o pravdu jako takovou víc než o souhlas ostatních, orientují se lépe ve světě objektivit a vědy, ve světě, kde je třeba osobních rozhodnutí se cítí nejistě.
- **Cítění** - Cítění nám přináší poznání, jakou má pro nás objekt subjektivní hodnotu (příjemné x nepříjemné). Lidé cítícího typu: rozlišují hlavně na příjemné a nepříjemné, sympatické a nesympatické, uvažují v kategoriích přijetí a odmítnutí, vnitřním radarem vnímají pocity druhých, mají měkké srdce, vyhýbají se konfliktům, neradi říkají nepříjemné věci, potřebují pochvalu, osobní vztahy jsou důležitější než úspěch, chtějí uspokojit potřeby ostatních.
- **Intuice** - Nepostřehnutelná pohyblivost mentality, nezávislost na běžných, obvyklých postupech. Úsudek vhladem. Lidé intuitivního typu: duchem nepřítomní, hlavou v oblacích, vyhledávají metafory a barvitá obrazná líčení, vidí, jak věci zlepšit, možnosti, neměnnost poměrů je děsivá, budoucnost je naopak vzrušuje, skáčou z věci na věc, snáze se nadchnou, uplatňují chaotický styl, nerespektují formalizované postupy, čas je pro ně relativní veličinou, nudné detaily jsou pro ně zbytečné, věci je zajímají až ve vztazích a v širším kontextu, články čtou nejraději od konce.
- **Smysly** - Vnímání jednoduše konstatuje, že něco je. Lidé smyslového typu: praktičtí, spoléhají na zkušenost, stojí "oběma nohama na zemi", staví na faktech více než na možnostech, chtějí hmatatelné, konkrétní a viditelné výsledky, potřebují jasné pokyny, časopisy čtou od začátku do konce, sklon k doslovnosti, preciznosti a přesnosti, věří až když to je "černé na bílém".

- **Usuzování** - Rádi plánují, organizují, dělají věci důkladně, včas (uzavřené problémy), odkládají odpočinek, vycházejí problémům vstříc, chtějí všechno vyřešit, jejich přístup je strukturovaný, plánující, potřebují přesné modely a časové rozpisy, vyžadují jasné definované problémy, do nichž se mohou pustit, neradi mění své plány a rozhodnutí, snadno se přizpůsobují řádu a disciplíně.
- **Vnímání** - Flexibilní, spontánní, neplánují, odkládají rozhodnutí, milují neznámo (otevřené problémy), odkládají závazná rozhodnutí a plánování, problémům se spíše vyhýbají, řídí se okamžikem, spíše plují životem, potřebují volnější režim, snadno se přizpůsobují náhlým změnám, ale narážejí tam, kde se očekává pevný řád, jsou méně předvídatelní a méně spolehliví, věnují se mnoha činnostem, aniž by je dokončili, mají svěží a zvědavý přístup, jejich produktivita je závislá na náladě.

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Test je administrován formou tužka-papír, čítá 56 otázek, v nichž proband rozděluje dle své preference 5 bodů mezi dvojici odpovědí, časová náročnost administrace je zhruba 20 minut. Pro ČR neexistují normy.

Dostupnost

Podrobné informace o metodě naleznete např. v knize Typologie osobnosti pro manažery od Michala Čákrta (1996).

5.1.7 Dotazník motivace k výkonu (LMI)

Obecná charakteristika

Jedná se o osobnostní dotazník zjišťující motivaci k výkonu. Jeho použití je vhodné v profesní a kariéřní oblasti. Dosažené výsledky jsou Obecná charakteristika ověřena 17 dimenzemi (Vytrvalost, Dominance, Angažovanost, Důvěra v úspěch, Flexibilita, Flow, Nebojácnost, Internalita, Kompenzační úsilí, Hrdost, Ochota učit se, Preference obtížnosti, Samostatnost, Sebekontrola, Orientace na status, Soutěživost a Cílevědomost).

Administrace

Dotazník předkládáme ve formě tužka-papír. Dotazník čítá 170 výroků (vždy 10 výroků ke každé dimenzi). Úkolem probanda je u každého výroku označit na sedmistupňové škále číslo od „1“ (naprosto nesouhlasí) do „7“ (naprosto souhlasí). Normy existují pro muže, ženy a různá profesní zaměření.

Dimenze

- **Vytrvalost** - Je míněna jako výdrž a nasazení sil pro zvládnutí profesních úkolů. Osoby s vysokými hodnotami jsou charakteristické tím, že pracují na svých úkolech soustředěně a udržují si dostatečnou úroveň energie po celou dobu práce.
- **Dominance** - Obecná charakteristika je tendenci projevovat moc, ovlivňovat druhé a vést je. Při spolupráci se osoby s vysokými hodnotami ujímají iniciativy a rády drží věci ve svých rukou.
- **Angažovanost** - Tematizuje osobní ochotu podat výkon, míru námahy a množství odvedené práce. Osoby s vysokými hodnotami jsou dlouhodobě angažované. Hodně pracují a necítí se dobře, pokud nemají co dělat.
- **Důvěra v úspěch** - Obecná charakteristika je předjímání výsledků určitého chování, a sice vzhledem k možnosti zdaru. Osoby s vysokými hodnotami počítají s tím, že dosáhnou svého cíle i v případě nových nebo těžkých úkolů.
- **Flexibilita** - Týká se způsobu, jakým se vyrovnáváme s novými situacemi a úkoly. Osoby s vysokými hodnotami jsou otevřené a mají zájem, jsou ochotné přizpůsobit se různým podmínkám v povolání.
- **Flow** - Označuje tendenci věnovat se problémům velmi intenzivně s vyloučením všech rušivých podnětů a s vysokým soustředěním. Osoby s vysokými hodnotami se často plně „zaberou“ do práce a zapomenou přitom na vše ostatní kolem sebe.
- **Nebojácnost** - Obecná charakteristika je předpoklad výsledku činnosti, a sice vzhledem k možnosti neúspěchu a selhání. Osoby s vysokými hodnotami nemají strach ze selhání nebo z negativního hodnocení.
- **Internalita** - Označuje způsob vysvětlení výsledků činnosti. Osoby s vysokými hodnotami se vyznačují tím, že vysvětlují výsledky a důsledky svého chování vnitřními příčinami.

- **Kompenzační úsilí** - Týká se té části osobní námahy a osobní investice sil, která vyplývá ze strachu ze selhání. Osoby s vysokými hodnotami mají sklon k investici velkého úsilí a námahy, aby se vyhnuly neúspěchu.
- **Hrdost** (na výkon) - Zdroj motivace k podání profesního výkonu je v potřebě zažívat opakovaně pozitivní pocity, které jsou spojené s úspěchem. Osoby s vysokými hodnotami jsou spokojené, pokud podaly maximální výkon.
- **Ochota učit se** - Označuje snahu přijímat nové vědění, tedy rozšiřovat své znalosti. Osoby s vysokými hodnotami touží po vědění a mají zájem.
- **Preferenci obtížnosti** - Je míněna volba úrovně nároků a rizik u úkolu. Osoby s vysokými hodnotami dávají přednost těžkým otázkám a náročným úkolům, které vyžadují vysokou míru šikovnosti.
- **Samostatnost** - Tematizuje rozsah samostatnosti v chování. Osoby s vysokými hodnotami jsou raději zodpovědné za své záležitosti samy, než aby akceptovaly direktivy druhých.
- **Sebekontrola** - Vztahuje se na způsob organizace a provádění úkolů. Osoby s vysokými hodnotami se vyznačují tím, že se obecně dlouhodobě dobře organizují.
- **Orientace na status** - Obecná charakteristika je úsilí o dosažení důležité role v sociálním prostředí a předního místa v sociální hierarchii. Osoby s vysokými hodnotami vyhledávají sociální uznání za své výkony, usilují o odpovědné pozice a dbají na svůj profesní postup.
- **Soutěživost** - Pojímá tendenci, prožívat konkurenci jako povzbuzení a motivaci pro profesní výkon. Osoby s vysokými hodnotami vyhledávají soutěž a srovnání s druhými lidmi.
- **Cílevědomost** - Jejím předmětem je vztah k budoucnosti. Osoby s vysokými hodnotami si kladou cíle, jsou orientované na budoucnost a mají vysoké nároky na to, co ještě chtějí vykonat a dosáhnout.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

Obecná charakteristika

Jedná se o komplexní test osobnosti, který Obecná charakteristika uje osobnost 16 faktory. Jeden z faktorů není osobnostní, ale jedná se o faktor obecné inteligence. Autor zdůrazňuje, že je to důležitá vlastnost, k níž je nutno přihlížet ve výzkumu i v praxi. Dotazník má dvě paralelní formy A a B.

Administrace

Dotazník je možno administrovat individuálně i skupinově. Čítá 187 položek, přičemž proband má vždy 3 možné varianty odpovědi. Většina probandů vyplní dotazník obvykle za 40-50 minut. Optimálním postupem je použití obou paralelních forem testu. Normy jsou uváděny zvlášť pro ženy (16-55 let) a zvlášť pro muže (16-60 let).

Faktory

- **Faktor A-** je charakterizován jako: rezervovaný, s odstupem, kritický, „do sebe“, neohebný, faktor A+ jako: vřelý, přátelský, bezstarostný, společenský.
- **Faktor B-** je charakterizován jako: nízká inteligence, tupý, faktor B+ jako: vysoká inteligence, bystrý.
- **Faktor C-** je charakterizován jako: ovlivňován city, emočně méně stálý, snadno rozrušen, měnlivý, faktor C+ jako: emočně stálý, zralý, čelí realitě, klidný.
- **Faktor E-** je charakterizován jako: poslušný, mírný, snadno se dá vést, přizpůsobuje se, faktor E+ jako: prosazuje se, je agresivní, soutěživý, tvrdošíjný.
- **Faktor F-** je charakterizován jako: střízlivý, mlčenlivý, vážný, faktor F+ jako: entuziastický, bezstarostný.
- **Faktor G-** je charakterizován jako: nedostatečné přijímání morálních norem skupiny, jde-li o jeho prospěch, nedodrží pravidla, faktor G+ jako: svědomitý, vytrvalý, moralista, spolehlivý.
- **Faktor H-** je charakterizován jako: plachý, ostýchavý, inhibovaný, citlivý k hrozbě, faktor H+ jako: dobrodružný, „hroší kůže“, společensky smělý.

- **Faktor I-** je charakterizován jako: houževnatý, tvrdý, realista, faktor I+ jako: jemný, senzitivní, závislý, rozmazlený.
- **Faktor L-** je charakterizován jako: důvěřivý, přijímá dané podmínky, faktor L+ jako: podezřívavý, žárlivý.
- **Faktor M-** je charakterizován jako: „přízemní“ zájmy a starosti, faktor M+ jako: imaginativní, bohémský, často duchem nepřítomný.
- **Faktor N-** je charakterizován jako: upřímný, neokázalý, faktor N+ jako: „znalý světa“, protřelý.
- **Faktor O-** je charakterizován jako: sebejistota, radostnost, pocit bezpečí, spokojenost, faktor O+ jako: pln obav a starostí, pohrdá sebou, nejistý, trápí se.
- **Faktor Q1-** je charakterizován jako: konzervativní, respektuje uznávané myšlenky, tolerantní k nesnázím plynoucím z lpění na tradici, faktor Q1+ jako: experimentující, liberálně analytické volné myšlení.
- **Faktor Q2-** je charakterizován jako: sociabilně závislý na skupině, faktor Q2+ jako: soběstačnost: soběstačný, rád se samostatně rozhoduje.
- **Faktor Q3-** je charakterizován jako: bez sebekontroly, laxní, řídí se svými popudy, nedbá na sociální pravidla, faktor Q3+ jako: sebekontrola, síla vůle, společensky precizní, řídí se svým sebepojetím.
- **Faktor Q4-** je charakterizován jako: poklidný, relaxovaný, loudavý, nezklamáný, uspokojený, Q4+ jako: napjatý, frustrovaný, „hnaný“, podrážděný, popudlivý.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Psychodiagnostika - www.psychodiagnostika-sro.cz.

5.1.9 Dotazník interpersonální diagnózy (ICL)

Obecná charakteristika

Jedná se o komplexní test osobnosti, Obecná charakteristikaující interpersonální chování v 8 kategoriích (Dominance, Egocentrismus, Agrese, Rezervovanost, Submise, Závislost,

Afiliance, Responzibilita). Test je vhodný k porovnání reálného a ideálního já klienta či jiných osob u takřka celé populace.

Dimenze

- **Dominance** (přizpůsobení silou, autokratická osobnost) - Jedinci získávající si respekt, schvalování, úctu, jsou ambiciózní, energičtí, často oplývající fyzickou nebo intelektuální silou. Při maladaptaci podléhají přeorganizovanosti, někdy pedanterii. Extrémní míra se projevuje autokratickým a diktátorským chováním.
- **Egocentrismus** (přizpůsobení soutěžením, narcistická osobnost) - Orientace na vlastní osobu, sebeláska. V adaptivní formě jde o subjekty nezávislé, s dostatečnou sebedůvěrou, při maladaptaci se jedinec projevuje jako chladný, sobecký vykořisťovatel, který potřebuje vidět druhé jako slabé. Zajímá se hlavně o svoji prestiž, autoritu, která však není tak samozřejmá jako u autokratické osobnosti. Egocentričtí jedinci mají často tendence k narcismu a exhibicionismu.
- **Agrese** (přizpůsobení agresí, sadistická osobnost) - V chování k druhým lidem převládají trestající, ukázněující, sarkastické, neoblomné postoje a tvrdý chlad. V adaptivní formě jde o moralistu, který jedná s ostatními tvrdě a rázně, chování však musí být adekvátní vzhledem ke konkrétní situaci. V maladaptivní formě vzbuzuje bojácny respekt nebo znechucenou poddanost.
- **Rezervovanost** (přizpůsobení vzpourou, nedůvěřivá, podezřívavá osobnost) - Jedinci vytvářející distanc mezi sebou a druhými. V adaptivní formě jsou charakterizováni kritičností a zdravou skepsí, což je chrání před zklamáním. V neadaptivní formě se vyhýbají vztahům důvěry, lásky, blízkosti lidí, lze se setkat se záštiplným a hořkým odmítáním lásky, s cynismem, nedůvěrou, rozmrzelostí, pasivní rezistencí, odmítáním být i jen konvenčních sociálních norem a kontaktů.
- **Submise** (přizpůsobení sebeponížením, masochistická osobnost) - Jedinci vyjadřující skromnost, slabost, podřadnost. Adaptivní forma se vyznačuje skromností, plachostí, podřizováním se. V maladaptivní formě se setkáváme s ponížeností, hypersubmisivitou, enormní pasivitou a manifestovanou inferioritou, často též s intropunitivitou.
- **Závislost - docilita** (přizpůsobení poddaností, závislá osobnost) - Jedinci charakterizovaní závislostí, hyperkonformností. Jsou to měkké, obdivující osoby,

očekávající pomoc a přispění, budí u druhých lidí tendence k vedení a ochraňování. V adaptivní formě jde o důvěřivé konformní jedince, při maladaptaci vystupuje do popředí bezmocná bezradnost a závislost.

- **Afiliance** (hyperafiliantní osobnost, přizpůsobení spoluprací) - Osoby extravertně přátelské, lpící na konvenci, mající sklony ke kompromisům, vnější harmonie je pro ně důležitější než vnitřní hodnoty. V adaptivní formě jsou užitečnými členy společnosti, jsou přátelští, ochotní ke spolupráci. Při maladaptaci se snaží být kladně přijímáni za jakoukoliv cenu, vždy se všemi vycházejí; jejich snaha o to, aby se chovali příjemně, může mít až kompulzivní ráz.
- **Responsibilita** (hypernormální, hyperresponsibilní, hyperprotektivní osobnost, přizpůsobení odpovědností) - Působí dojemem rozumných, úspěšných, ohleduplných, zralých, samostatných a silných osob. V adaptivní formě je to nejkonstruktivnější sociální typ, svým zodpovědným chováním budí závislost a respekt, je to idealizovaná role úspěšné konvenčnosti, často bývá neformálním vůdcem skupiny. Maladaptace se projevuje nutkavým vyhýbáním se projevům agresivity nebo pasivity, takže mohou působit jako karikatura normality.

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Test je administrován formou tužka-papír, čítá 128 otázek typu vystihuje/nevystihuje, časová náročnost administrace je zhruba 20 minut. Pro ČR existují normy v rozlišení muži, ženy, věk a vzdělání.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Psychodiagnostika - www.psychodiagnostika-sro.cz.

5.1.10 Dotazník volby povolání a plánování profesní kariéry

Obecná charakteristika

Dotazník byl vytvořen na základě Hollandovy metody Self-directed Search. Dotazník je určen pro adolescenty od 15 let a dospělou populaci. Využití nalezne především ve školní a poradenské psychologii, psychologii práce a organizace. Test je určen pro všechny, kdo se rozhodují o výběru povolání a kdo plánují svou profesní kariéru. Umožní porovnat vlastní zájmy a schopnosti s nabídkou a s možnostmi pracovních příležitostí.

Dimenze

Dotazník obsahuje rejstřík profesí.

Administrace

Individuální i skupinová, čas zpracování není omezený.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

5.1.11 Test profesních zájmů

Obecná charakteristika

Test je určen pro adolescenty od 14 let a dospělou populaci. Využití nalezne při volbě povolání a pro výběr vhodné profese v rámci poradenské psychologie, školní psychologie a psychologie práce a organizace. Test používá jako testové položky výhradně skutečné činnosti. Skládá se ze dvou dvojic paralelních forem: verze "s nucenou volbou" - proband volí v každé formě 81x nejvhodnější a nejméně vhodnou činnost ze 4 nabízených a verze s "volnou volbou" - proband preferenčními úsudky hodnotí na pětibodové škále každou z 81 činností.

Administrace

Individuální i skupinová, doba vyplnění dotazníku je přibližně 20-40 minut, test nemá časový limit.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

5.2 Projektivní metody

5.2.1 Test stromu (Baum Test)

Obecná charakteristika

Jedná se o kresebný projektivní test osobnosti, který by měl sloužit pouze jako doplňková metoda. Test může být pro některé osoby s ohledem na jejich kresebné dovednosti zdrojem úzkosti. Test je oblíbený u kliniků - psychoterapeutů, kteří rychle a bez velkých nároků na testovací prostředky mohou získat přehled o osobnosti klienta.

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Při skupinové administraci však nelze pozorovat individuální projevy. Test je administrován formou tužka-papír. Proband má za úkol nakreslit nejhličnatý strom a následně ještě jeden, ovšem jiným způsobem. Časová náročnost administrace je zhruba 5-10 minut, doba kreslení není omezena. Autor testu Koch vyšel z předpokladu, že kresba stromu může vypovídat o emocionální zralosti dětí i dospělých a o poruchách v emocionální a sociální oblasti. Autor vyhodnocuje kresbu podle 59 znaků, všímá si kořenů, kmene, koruny, listů atd. Autor považuje strom za ideálního nositele projekce, neboť strom patří k nejstarším symbolům lidstva. Při hodnocení je věnována pozornost jednak celku, jednak detailům kresby.

Dostupnost

Nejvíce se u nás této oblasti věnuje Zdeněk Altman, který metodu Obecná charakteristika uje ve své příručce Test stromu. Přihlášku na kurz lze podat na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

5.2.2 Test kresby postavy

Obecná charakteristika

Jedná se o kresebný projektivní test osobnosti, který by měl sloužit pouze jako doplňková metoda. Kresba lidské postavy patří k nejpoužívanějším kresebným vyšetřovacím postupům. Goodenoughová vychází z předpokladu, že se percepce lidské postavy a její kresebné ztvárnění vyvíjí v závislosti na tělesném a duševním vývoji jedince. Naopak jako projektivní osobnostní test je kresba chápána Machoverovou.

Administrace

Test je administrován individuálně. Úkolem zkoumané osoby je nakreslit úplnou postavu muže a ženy. Vyšetřované osobě předložíme čistý list papíru formátu A4, který je přeložen na dvě poloviny. Úkolem probanda je nakreslit do levé poloviny lidskou postavu. Po dokončení kresby je subjekt požádán, aby na druhou polovinu papíru nakreslil osobu opačného pohlaví, než je na levé polovině. Subjekt má k dispozici obyčejnou tužku a gumu. Čas není určen, obvykle jsou obě kresby hotovy za 5-10 minut. Po skončení druhé kresby následuje rozhovor, v němž jsou dotazy nejprve směřovány k samotným kresbám. Potom přejdeme k otázkám orientovaným na osobu klienta. Akt kreslení často navodí atmosféru příznivou pro hlubší rozhovor o potížích klienta. Kresba představuje systém, jehož jednotlivým částem je přisuzován význam v souvislosti s celkovým charakterem kresby. Tím se podstatně snižuje původní mnohoznačnost jednotlivých kresebných znaků. Při hodnocení kresby přihlédneme i k výsledku rozhovoru a k datům z objektivní anamnézy. Projekce v kresbě může pramenit ze

dvou zdrojů: ze skutečnosti (subjekt projikuje své pocity, zážitek tělového schématu, konflikty atd.) a z tužeb a přání (subjekt by chtěl působit impozantním dojmem atd.). Kresby se vyhodnocují podle různých interpretačních systémů, existuje více variant tohoto testu.

Dostupnost

Test lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

5.2.3 Lüscherova klinická diagnostika

Obecná charakteristika

Test je projektivní metodou založenou na vyhodnocování významu preference a odmítnutí určitých barev vyšetřovanou osobou. Autorova hypotéza říká, že volba barev je jistým způsobem závislá na některých osobnostních proměnných, na situačních stavech organismu i na objektivně působících činitelích. Test má dvě varianty: „Velký“ Lüscherův barvový test (sedmistránkový sešit, v němž jsou barevné čtverce o straně 28 mm) a „Malý“ Lüscherův barvový test (4 základní barvy: modrá, zelená, červená a žlutá, a 4 pomocné: fialová, hnědá, černá a šedá). Test je nezávislý na vědomostech či vzdělání, vhodný pro navázání kontaktu. Zdá se, že test diagnostikuje převážně aktuální psychický stav, méně již trvalejší dimenze osobnosti.

Administrace

Administrace se provádí individuálně. V případě velkého testu je administrován za pomoci testové knihy (odstíny barev musí být shodné s originálními). Proband má za úkol vybírat barvy a tvary dle své preference. Časová náročnost administrace je zhruba 10 minut, doba není časově ohraničena. V případě malého testu se barevné kartičky rozloží na bílou podložku buď do půlkruhu, nebo se náhodně uspořádají do dvou řádků pod sebou. Instrukce zdůrazňuje, aby vyšetřovaná osoba vybírala barvy podle toho, jak se jí líbí. Když proband označí nejsympatičtější barvu, kartička se odloží stranou rubem nahoru a subjekt vybírá znovu ze zbylých barev, a to tak dlouho, až vznikne pořadí všech osmi barev.

Po několikaminutové přestávce provede proband ještě jednu volbu. Hodnocení vychází v první řadě z psychologické struktury barev, která je definována dvěma dimenzemi: dimenze determinace (týká se určenosti objektem x subjektem) a dimenze orientace (orientace na subjekt x objekt).

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Psychodiagnostika - www.psychodiagnostika-sro.cz.

5.3 Strategie zvládání stresu (SVF 78)

Obecná charakteristika

Jedná se o jednodimenzionální test, zjišťující, které ze 13 strategií zvládání stresu člověk preferuje a používá. Tyto strategie hodnotí jako pozitivní (redukcující stres) či negativní (prohlubující stres). Test je velmi vhodný jako doplněk ke klasickým osobnostním testům, především v oblasti kariérního poradenství.

Strategie

- **Podhodnocení** - Ve srovnání s ostatními si přisuzovat menší míru stresu.
- **Odmítání viny** - Zdůraznit, že nejde o vlastní odpovědnost.
- **Odklon** - Odklon od zátěžových aktivit, situací, případně příklon k situacím inkompatibilním se stresem.
- **Náhradní uspokojení** - Obrátit se k pozitivním aktivitám či situacím.
- **Kontrola situace** - Analyzovat situaci, plánovat a uskutečnit jednání za účelem kontroly a řešení problému.
- **Kontrola reakcí** - Zajistit nebo udržet kontrolu vlastních reakcí.
- **Pozitivní sebeinstrukce** - Přisuzovat sobě kompetenci a schopnost kontroly.
- **Potřeba sociální opory** - Přání zajistit si pohovor, sociální oporu a pomoc.
- **Vyhýbání se** - Předsevzetí zamezit zátěžím nebo se jim vyhnout.
- **Úniková tendence** - Tendence (rezignační) vyváznout ze zátěžové situace.

- **Perseverance** - Nedokázat se myšlenkově odpoutat, dlouho přemítat.
- **Reznice** - Vzdávat se s pocitem bezmocnosti, beznaděje.
- **Sebeobviňování** - Připisovat zátěže vlastnímu chybnému jednání.

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Test je administrován formou tužka-papír, čítá 78 otázek, na něž proband odpovídá na 5 bodové škále od „vůbec ne“ po „velmi pravděpodobně“, časová náročnost administrace je zhruba 10-15 minut. Pro ČR existují normy v rozlišení muži, ženy a věk.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

5.4 Výkonové testy

Výkonové testy se snaží zachytit schopnosti a dovednosti člověka v určité oblasti (např. koncentrace pozornosti) či komplexním celku (např. testy inteligence). Obecně zde platí, že čím vyššího výsledku je dosaženo, tím lépe.

5.4.1 Ravenovy progresivní matice

Obecná charakteristika

Jedná se o test nonverbální inteligence, používaný individuálně i skupinově, jde o homogenní názorovou zkoušku abstraktní tvarové percepce a dedukce. Test obsahuje 60 úkolů, seřazených do 5 skupin (setů) po 12 úlohách. Obtížnost úkolů uvnitř jednotlivých setů stoupá. Testy dnes patří pro svoji jednoduchost, nezávislost na vzdělání a na kulturním prostředí mezi nejoblíbenější intelligenční testy. Nevýhodou je možnost ovlivnění výsledků mimointelektovými faktory (zejména pozorností), což v některých případech (neurózy) může zkreslovat výsledky. Obtížnější varianta Standardních progresivních matic se nazývá „Advanced Progressive Matrices“ a diferencuje probandy se superiorními intelektuálními

schopnostmi. Jeho administrace, trvající maximálně 40 minut, je obdobná jako u předcházející verze.

Sety

- **set A** - Princip souvislosti vzoru.
- **set B** - Princip analogie mezi páry figur.
- **set C** - Princip progresivní změny vzorů v souladu s logickým principem.
- **set D** - Princip přeskupování figur.
- **set E** - Princip analýzy figur na elementy a jejich restrukturační.

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Doba snímání testu se pohybuje obvykle kolem 30-45 minut, časová hranice není stanovena. Úkolem zkoumané osoby je dosadit z 6 nebo 8 variant tu, která logicky zapadá do vynechaného místa v ploše se základním vzorem. Nejuspokojivější je interpretace celkového skóru srovnáním s procentuální frekvencí u vzorku normální populace podle věkových skupin.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Psychodiagnostika - www.psychodiagnostika-sro.cz.

5.4.2 Test struktury inteligence (IST)

Obecná charakteristika

Jedná se o test obecné inteligence, který se snaží postihnout i její strukturu. Má dvě paralelní formy A a B a skládá se z 9 subtestů (celkem 176 úloh). Test je náročný na rychlost myšlení. Je vhodný pro populaci s průměrnými až nadprůměrnými intelektovými výkony, částečně preferuje osoby s přírodovědným, matematickým a teoreticky technickým nadáním proti

osobám zaměřeným humanitně. Je ovlivněn úrovní vzdělání a sociálními a kulturními podmínkami vývoje.

Subtesty

- **Doplňování vět** - Zkoumá tvoření úsudku, zdravý rozum, akcentování „konkrétně praktického“, smysl pro skutečnost.
- **Eliminace slova** - Projevuje se v něm jazykový cit, induktivní řečové myšlení, vystižení slovních významů, schopnost vcítění.
- **Analogie** - Zjišťuje kombinační schopnost, pohyblivost a proměnlivost v myšlení, chápání vztahů, spokojenost s přibližnými řešeními.
- **Zobecňování** - Svědčí pro schopnost abstrakce, tvoření pojmů, vyjadřovací schopnost.
- **Počtení úlohy z aritmetiky** - Zjišťuje praktické počtení myšlení.
- **Numerické řady** - Zkoumá induktivní myšlení s čísly, teoretické počtení myšlení, rytmické momenty.
- **Volba geometrického obrazce** - Je orientován na zjišťování představivosti, bohatství představ, názorově celostního myšlení a konstruktivních momentů v myšlení.
- **Úlohy s kostkami** - Zaměřuje se na prostorovou představivost.
- **Pamětní učení** - Měří schopnost pamatovat si, umět podržet naučená slova, trvání koncentrace a schopnost zátěže.

Administrace

Možno administrovat individuálně i skupinově. Délka trvání jednotlivých sub-testů je přesně dána. Stanovené časy jsou takové, že většina vyšetřovaných osob v povoleném limitu nesplní všechny úkoly. Celkový čas potřebný k administraci testu je asi 90 minut. Při interpretaci testu hraje významnou roli profil struktury inteligence. Podle tvaru získané křivky lze rozlišit dva základní typy nadání: „M“ profil - teoretické nadání, „W“ profil - praktické nadání.

Dostupnost

Test lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

5.4.3 Test koncentrace pozornosti (TKP)

Obecná charakteristika

Jedná se v podstatě o „korekturní“ test, při jehož administraci má proband porovnávat levý a pravý sloupec, v němž jsou uvedeny různé znaky či písmena, číslice a jiné znaky (interpunkční znaménka, matematické symboly apod.). Tyto podněty se v jednotlivých řádcích od sebe poněkud liší a proband má pravý sloupec opravovat (korigovat) podle vzoru levého sloupce. Metoda má tři varianty: forma A a B jsou paralelní písmenově-číslíkové řady, naopak forma C obsahuje pouze geometrické znaky. Test čítá 25 řádek po 15 znacích, měří psychomotorické tempo, absolutní i relativní správnost psychomotorického výkonu, sklon k chybným výkonům, orientačně i psychické tempo, chybovost, inteligenční úroveň a odvozeně i některé osobnostní rysy, jako např. impulzivnost.

Administrace

Test lze aplikovat individuálně i hromadně. Čas na vyplnění testu je přesně 4,5 minuty. Velká část probandů celý test během časového limitu vyplnit nestihne. Při vyhodnocení jsou brány v potaz výsledky Ř - řešeno, Š - špatně škrtnuto, S - správně, Ch - chyby celkem, V - vynecháno, S/Ř - správně/řešeno. Výsledky je možno vyjádřit hrubým skórem či ve stenech, číselně i graficky. Test umožňuje slovní shrnutí výsledků a doplnění dalšími získanými informacemi, pozorovanými jevy atd. Normy jsou rozděleny dle pohlaví, věku, vzdělání a různých profesí/školního stupně.

Dostupnost

Dotazník lze zakoupit na stránkách firmy Psychodiagnostika - www.psychodiagnostika-sro.cz.

5.4.4 Test pozornosti D2

Obecná charakteristika

Test je časově omezená zkouška selektivní pozornosti. Představuje standardizované zdokonalení takzvaného škrtačního testu. Měří rychlost zpracování, dodržování pravidel a

kvalitu výkonu při rozlišování podobných zrakových podnětů. Tím umožňuje zjistit individuální výkonnost v oblasti pozornosti a soustředění. Test obsahuje 14 řádek a každá z nich obsahuje 47 znaků - tedy dohromady 658 položek. Testovými položkami jsou písmena „d“ a „p“ vždy s jednou až čtyřmi krátkými svislými čárkami, které jsou umístěny buď jednotlivě, nebo v párech nad písmenem nebo pod ním. Od probanda se požaduje, aby postupně prohlížel jednotlivé řádky a vyškrtal v nich všechna „d“ se dvěma čárkami.

Administrace

Je pouze jedna forma, kterou lze provádět buď individuálně, nebo skupinově. Celou zkoušku včetně zadání pokynů lze administrovat během osmi minut. Podrobné normy jsou založeny na německém vzorku.

Dostupnost

Test lze zakoupit na stránkách firmy Testcentrum - www.testcentrum.cz.

6 Použité zdroje

Culley, S, Bond, T.: *Integrativní přístup v poradenství a psychoterapii: Dovednosti a strategie pro zvyšování kompetence v pomáhajících profesích*. Praha, Portál, 2008.

Harris, N.: *"How to Write a Curriculum Vitae"*. London, University of London Career Service, 1994.

Hornby, M.: *Já to dokážu!* Praha, Grada, 1997.

Hroník, F.: *Poznejte své zaměstnance*. Brno, ERA, 2002.

Jaroňová, K. a kol. (2008): *"Let's Work - Krok po kroku k dobré práci"*. Bratislava, Profesia, 2008.

Jigau, M.: *"Career Counselling - Compendium of Methods and Techniques"*. Bucharest, Afir, 2007.

Matuška, F., Meisnerová, P.: *Rozhovor jako nástroj pomoci*. Školící materiály, Praha, V&T Institut SPAS, 2008.

Mikuláščík, M.: *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha, Grada, 2003.

Svoboda, M.: *Psychologická diagnostika dospělých*. Praha, Grada, 1999.

Svoboda, M.: *Psychologická diagnostika dospělých*. Praha, Portál, 2005.

Tým projektu VIP Kariéra: *Metodická příručka pro využití ISA při realizaci vzdělávacích oblastí Výchova k volbě povolání, Úvod do světa práce a v kariérovém poradenství*. Národní ústav odborného vzdělávání, Praha, 2008.

Úlehla, I.: *Umění terapie*. ISZ, Praha, 1999.

Úlehla, I.: *Umění pomáhat*. Praha, Sociologické nakladatelství, 2005.

Manuály citovaných psychodiagnostických metod.

Školící materiály: *Vedení pohovorů metodou BEI*. Assessment systems, Praha, 2008.

Internetové zdroje:

www.nuov.cz,

www.infoabsolvent.cz ,

www.jobs.cz,

www.jobpilot.cz,

www.jobzurnal.cz,

<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2071>

<http://www.personalista.com/poradna-personalisty/jak-by-mel-vypadat-spravny-vyberovy-pohovor.html>