

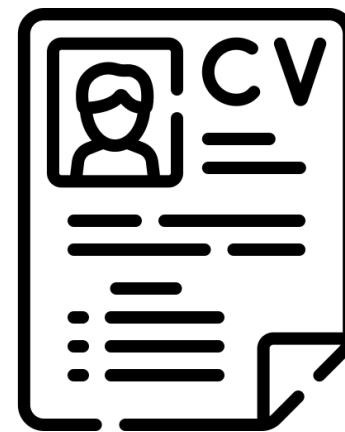
MUNI
FAKULTA
SOCIÁLNÍCH
STUDIÍ

ROZHOVOR V PERSONÁLNÍ PSYCHOLOGII

PSYn5708

ČAS NA ŽIVOTOPISY!

1. Jací jsou podle vás daní lidé?
2. Jak by podle vás probíhal pohovor?
3. Koho byste vybrali na pozici výzkumného asistenta a proč?



Udělejte skupinky po 4; máte 15 minut

JAK TO DOPADLO?

- **Adriana** - na stáž vedoucími týmů nebyla vybrána (už podruhé za sebou)
- **Karla** – zkoumá nádorové buňky, prodloužená stáž
- **Simona** – odchodila domluvenou stáž v týmu, domluvila si její zkrácení a dále v oboru není
- **Adriana** – dostala se do cizojazyčného týmu – pokračuje 2 rokem
- **Lucie** – na stáž se dostala, ale úplně přestala komunikovat

Jak jsme tomu mohli zamezit?

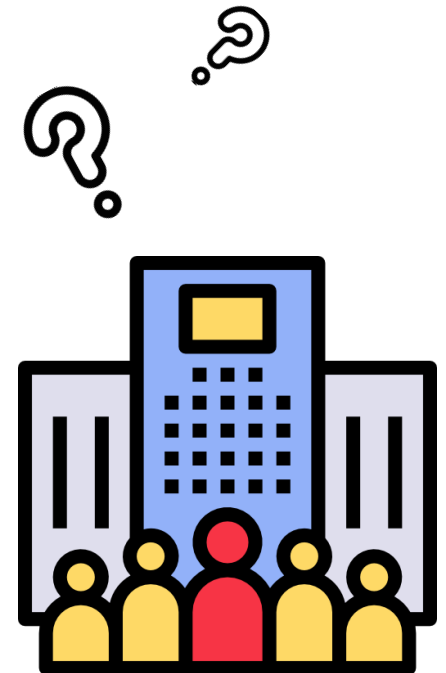
ČAS NA ŽIVOTOPISY...

- Nebrat lidi jako čísla
- Jak moc mohu z životopisu usoudit?
- Jak moc mě ovlivní moje předsudky

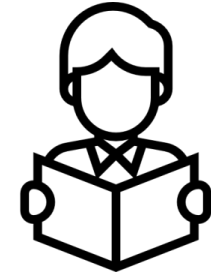


PSYCHOLOG VE FIRMĚ

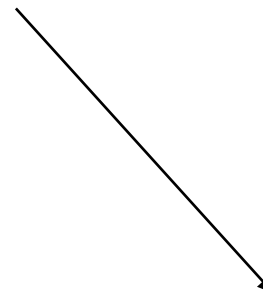
1. Úvodní kontakt
2. Pohovor
3. Zpětná vazba
4. Hodnoticí rozhovor
5. Poradenský rozhovor
6. Odchodový rozhovor



CO MŮŽETE ČEKAT A CO SE OD VÁS OČEKÁVÁ?



1. ...že tu budete (Po 13. 2., Po 27. 2., Po 13. 3., Po 27. 3., Po 3. 4., Po 17. 4.)
2. ...že si to prakticky vyzkoušíte
 - Rozhovor: praktický nácvik
 - Rozhovor: analýza



a máte 4 kredity

ROZHOVOR: PRAKTICKÝ NÁCVIK



1. V týmech
2. Natočit ukázkou rozhovoru (10 minut)
3. Vytvořit jeho analýzu (z čeho jste vycházeli, co šlo, co ne, proč a jak na to lépe)
4. Prezentace na setkání (představení a reagování na komentáře a otázky)

Hodnocení: kvalita rozhovoru/reflexe/reakcí

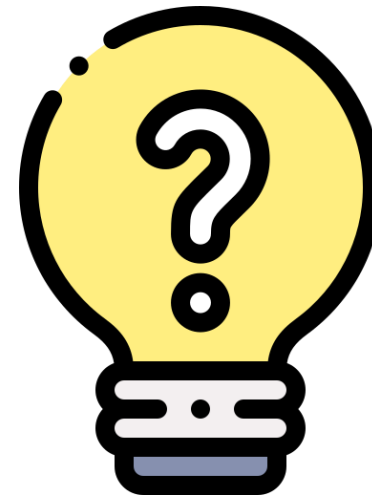
ROZHOVOR: ANALÝZA



1. V týmech
2. Podívat se na natočenou ukázkou a připravit analýzu
3. Prezentovat analýzu na studijním setkání (nemusí být písemně)
4. Rozebíráte co se povedlo a proč, co nefungovalo, doporučení na vylepšení

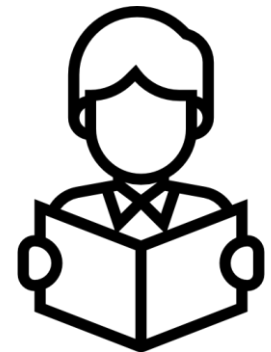
Hodnocení: kvalita analýzy a její odbornost

CO OČEKÁVÁTE VY?



JAK BUDOU VYPADAT NAŠE HODINY?

1. Rozhovor
2. Zkoušení, praktická cvičení, ukázky
3. Teorie







ÚVODNÍ KONTAKT

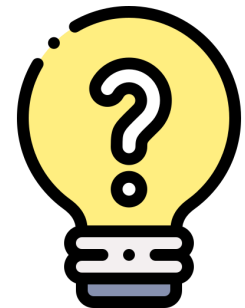
JDEME SI TO ZKUSIT?!

1. Dobrovolník: máte zájem o pozici psychologa a chcete se zeptat, zda je stále volná
2. Ostatní pozorují: jaký to ve vás zanechává dojem



JDEME SI TO ZKUSIT?!

1. Co byste si mysleli o takové firmě?
2. Přihlásili byste se na dané místo?

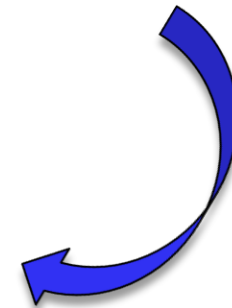


EMPLOYER BRAND/IMAGE

Jméno, architektura

Ideologie, komunikace

Produkty



- Tvůrce – vytváří něco nového.
- Pečovatel – na prvním místě je péče o druhé.
- Vládce – rád vše kontroluje a řídí



nové možnosti.

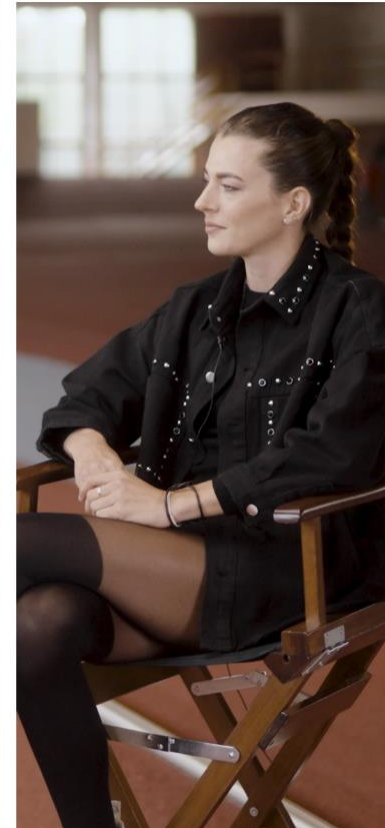
- Mudrc – snaží se pochopit věci kolem sebe, probádat je.

Exkluzivní rozhovor s **Kristiinou Mäki**

OTEVŘENĚ O MENSTRUACI A SPORTU

Už se stalo, že to přišlo
v den závodu. Na výkon
to má velký vliv.”

[Celý rozhovor](#)



**Jakou roli v tom hraje komunikace?
Jakou roli v tom hraje reklama?**



PROČ ŘEŠIT PRVNÍ KONTAKT?

1. Stárnutí populace
2. Cesta kandidáta je klíčová (přátelé; online?!)
3. Optimalizace každého kroku (vlastní slova; LinkedIn)



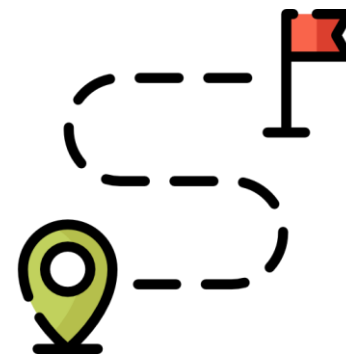
PROČ ŘEŠIT PRVNÍ KONTAKT?

► video



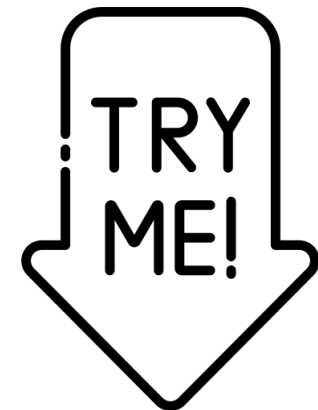
JAK NA PRVNÍ KONTAKT?

- První dojem se počítá
- Nastavit prostředí, hodnoty (co ho čeká?)
- Personalizace (pozice, společnost, foto, propojení)
- Není to jenom pozice, ale příležitost (co o ní vím?)
- Přes co kontaktuji?
- Obnovovat kontakty – kdo je za ni zodpovědný?
- Neměnit moc termíny
- Respekt!
- 73 %/83 %



*Dobrý den, ráda bych si rozšířila svoji profesní síť.
Děkuji za přidání do kontaktů...*

ZKOUŠENÍ

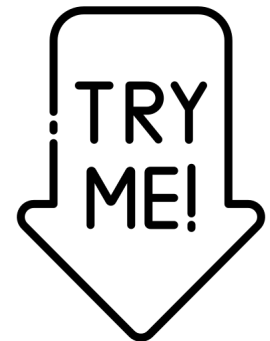


VÝZVA?

1. S kým by bylo pro vás nejtěžší volat?

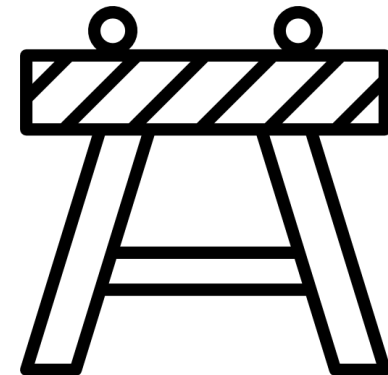
Jak to šlo?

Udělejte si 2-jice; máte 15 minut



1. VÝZVA

1. Znáť svoje limity
2. Najít si zvládací strategie
3. Vím, kdy to nechat být

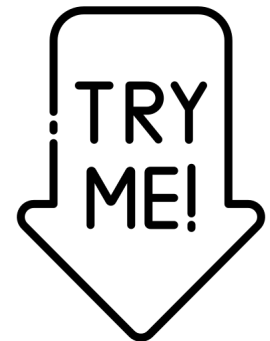


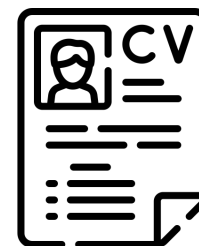
VÝZVA?

2. Jak byste komunikovali s kandidátem na tuto pozici? Na co byste se ptali?

Jak to šlo?

Udělejte si 2-jice; máte 20 minut





2. VÝZVA

1. Zjistit hlavní požadavky
2. Pokud už někde pracuje - jak je spokojený? Máme pro něj výzvu!
3. Netlačit ani nezahltit (důležité informace - kontext)
4. Klidně vymyslet nějaký slogan, zajímavou první větu
5. Práce s hlasem (PR/KR)
6. Dostatečně je znát a opírat se o jejich opravdové zkušenosti

CO MÁME DNES ZA SEBOU?

1. Podmínky ukončení předmětu
2. Zkoušení si prvního kontaktu
3. Brand image/Employer brand
4. Prvotním kontakt
5. Zkoušení si těžkého začátku rozhovoru
6. Zkoušení si oslovení kandidáta na pozici

