



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

PŘÍPADOVÁ STUDIE

PRO PŘEDMĚT

PSYCHOLOGIE A VÝBĚR PRACOVNÍKŮ

NÁBOR A VÝBĚR ZAMĚSTNANCE

PhDr. Martin Seitl, Ph.D.

Se svolením Markéty Večerkové byly do případové studie zahrnuty její materiály z naboru a výběru uskutečněného v roce 2013.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Obsah

Úvodem	3
Základní údaje o pozici	4
Mise pozice	4
Analýza pracovního místa	4
Popis vykonávaných činností	4
Obecné kompetence a kritéria	6
Podmínky organizace a sociální charakteristiky pozice	7
Obecné kompetence a kritéria vyplývající z podmínek organizace a sociálních charakteristik pozice	8
Definice výběrových kritérií	9
Výběrová kritéria – hard skills	9
Výběrová kritéria – soft skills	9
Organizace náboru a výběru	10
Harmonogram náboru a výběru	10
Výběrová komise	12
Etika náboru a výběru	12
Nábor	13
Výběr	14
Vyhodnocení personálních dokumentů	14
Kolo skupinové administrace	16
Kolo individuální administrace	17
Kolo individuální administrace - prezentace projektu	19

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Úvodem

Případová studie věnovaná náboru a výběru je jako příběh, který má svůj úvod, zápletku, vyvrcholení a rozuzlení. Tak jako posluchač nebude rozumět příběhu v jeho závěru, pokud na začátku nebyly představeny hlavní postavy příběhu, nelze rozumět výběru konkrétního uchazeče, pokud finálnímu rozhodnutí nepředcházely ve správném pořadí všechny odpovídající kroky. Neznamená to, že se během procesu náboru a výběru neuplatní flexibilita. Správná flexibilita se však pohybuje v předem definovaných mantinelech a uplatňuje se ve prospěch výsledku, nikoliv ve prospěch náhody.

Jednotlivé kroky a jejich pořadí v určitém časovém rámci jsou obvykle definovány v metodice náboru a výběru. Kvalita provedení je už ale na každém HR specialistovi, který celý proces plánuje, řídí a realizuje. Proces s lineární návazností nesnese kolísání kvality. Chybně provedený krok uprostřed procesu může zmařit všechnu dosud dobře povedenou práci a také odsoudit k nižší úspěšnosti finální výsledek výběru.

Přestože sebelépe provedený nábor a výběr není 100% zárukou úspěšného obsazení pracovní pozice nejvhodnějším uchazečem, výrazně zvyšuje pravděpodobnost, že úspěch nebude dílem náhody, ale řízeného procesu.

Dále popsáný případ náboru a výběru je zjednodušeným, ale přesto dostatečně prezentujícím příkladem správně navazujících kroků. Jejich dovedení k dokonalosti v proměnlivém prostředí trhu práce je pak už na čtenářích v jejich budoucích praxích.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Základní údaje o pozici

Zaměstnavatel: Společnost vyrábějící a distribuující energetické nápoje

Název pozice: STUDENT BRAND MANAGER

Místo výkonu práce: Student Brand Manager pro Olomoucký kraj

Mise pozice

Být zástupcem a reprezentantem naší značky, znamená vhodným způsobem propagovat a distribuovat produkty naší společnosti, ale také být energickým a kreativním člověkem, který dokáže stejně kvalitně pracovat jak v dynamickém kolektivu, tak sám na vlastní zodpovědnost.

Účelem mise je definovat proč je pozice pro organizaci důležitá. Je zřejmé, že žádný zaměstnavatel nevytváří pracovní pozice jen z čisté kratochvíle a že je pro něj tudíž každá pozice důležitá. Mise ale tuto skutečnost zdůrazňuje tak, aby vzbuzovala hrdost v lidech, kteří tuto pozici již zastávají a vzbuzovala zájem u potenciálních uchazečů. V misi nestačí ozřejmit co je hlavní náplní práce, ale v čem je pozice důležitá pro ostatní v organizaci.

Analýza pracovního místa

Popis vykonávaných činností

1. Reprezentace a ztotožnění se s kulturou značky.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

2. Prezentace a propagace nových výrobků značky.
3. Vytváření přehledu o všech studentských akcích.
4. Osobní prověřování možností spolupráce na studentských akcích či jejich sponzoringu spolu s organizátory akcí.
5. Navázání a udržování osobních kontaktů s majiteli a manažery v místních klubech a barech.
6. Navázání a udržování osobních kontaktů s Djs a s barmany v místních klubech a barech.
7. Vyjednávání spolupráce a reklamy v budovách, kde se pohybují studenti (budovy univerzity a koleje).
8. Vytváření a udržování kvalitní distribuční sítě a následná distribuce zboží do všech míst prodeje v regionu.
9. Plánování, příprava a pořádání akcí pro studenty na území celého regionu.
10. Používání IT technologií při přípravě akcí pro studenty (grafické programy, kancelářské programy, on-line komunikační nástroje, sociální sítě).
11. Moderování akcí pro studenty.
12. Úschova a půjčování propagačních věcí značky na sponzorované akce.
13. Vytváření podpůrného týmu složeného ze studentů, kteří se budou podílet na tvorbě akcí a budou příznivci značky.
14. Organizace práce týmu.
15. Vedení, hodnocení a odměňování týmu.
16. Personální činnosti spojené s členy týmu.
17. Spolupráce a plánování pracovních akcí se seniorskými pozicemi.
18. Komunikace se zahraničními manažery organizace i se zahraničními partnery dodávající materiály pro jednotlivé akce.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Činnosti vykonávané pozici mohou být popsány i podrobněji s důrazem nejen na otázku „Co?“, ale především také „Jak“? Nejpodrobnějším přístupem k popisu činností může být procesní analýza, která se věnuje vstupů, času vstupů, osobám poskytujícím vstupy, prováděné operaci, výstupům, termínům výstupů a osobám, kterým mají být vstupy předány.

Na popis vykonávaných činností navazuje odvození obecných kompetencí, které jsou důležité pro úspěšné zvládnutí popsaných činností. Věnujeme se především hlavním znalostem a dovednostem.

Obecné kompetence a kritéria

1. V současné době student VŠ, prezenční studium.
2. Vysoká úroveň komunikačních a vyjadřovacích schopností.
3. Schopnost reprezentativního vystupování.
4. Schopnost vedení a motivace skupiny.
5. Schopnost celkově zorganizovat akci od nápadu po vyhodnocení.
6. Zájem o společenské dění v regionu.
7. Zkušenosti s prodejem.
8. Znalost AJ alespoň na úrovni B2.
9. Vysoká znalost práce na PC a s digitálními médii.
10. Řidičský průkaz skupiny B.

Výše popsané obecné kompetence slouží k pozdějšímu definování části výběrových kritérií, v některých případech jsou obecné kompetence už přímo výběrovým kritériem. Pro efektivní práci si lze připravit sady kritérií pro obecné kompetence, které se opakují (například Schopnost vedení a motivace skupiny).

Na analýzu činností a vyvození obecných kompetencí navazuje analýza podmínek organizace a sociálních charakteristik pozice. Jedná se o řešení otázek „Kde?“ a „V jakých podmínkách?“

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Podmínky organizace a sociální charakteristiky pozice

Organizace je známá po celém světě především svými energetickými nápoji, ale i sponzorstvím a účastí na sportovních, kulturních a jiných zejména adrenalinových akcích. Organizace je kreativní, energická, na zážitky orientovaná společnost, překračující dosud stanovené limity. To stejné se očekává od jejich zaměstnanců. Pozice student brand manager je nově zaváděná pozice po celé České Republice pro větší města s univerzitou nebo vysokou školou. Jedná se o pracovní příležitost pro studenty, kteří mají za úkol spojit svět produktů organizace a svět studentů vysokých škol. Organizace nabízí práci na poloviční úvazek, která nekoliduje se studijními povinnostmi zaměstnance. Student bude mít pružnou pracovní dobu a i pracoviště si volí dle svého výběru, možností a také situace. Organizace nabízí svým zaměstnancům bonusy v podobě akcí, lístků a vstupů na události světového měřítká, teambuildingové zájezdy do zahraničí (hory nebo moře) a finanční odměny. Samozřejmostí je zaškolení a rozvoj zaměstnanců, kteří mají možnost postupu v kariéře a stát se až mezinárodním managerem. Student brand managerovi budou v začátcích radit a pomáhat kolegové na seniorských pozicích. Na pozici student brand managera dostává zaměstnanec po vyžádání k dispozici služební auto a jiné propagační materiály (ledničky, stany, nafukovací brány), ale v případě potřeby i podporu profesionálního týmu, který dorazí z centrály organizace. Pracovní oděv by měl student brand manager volit podle vlastní zodpovědnosti a s citem k povaze události nebo schůzky.

Z podmínek organizace a sociálních charakteristik pozice vyplynou nezřídka další obecné kompetence a kritéria, které by nebylo možné z prostého popisu činností odvodit. V řadě případů jsou podmínky organizace a sociální charakteristiky pozice zdrojem podprahových (neveřejných) kritérií, které nejsou součástí inzerce a ani nejsou často přímo komunikovány s uchazečem. Hrají však při výběru svoji roli, kterou není možné zanedbat (kompatibi-

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

lita s nadřízeným, čistě ženský nebo mužský kolektiv, věková struktura existujícího týmu, atraktivita, lokalita se zhoršenými sociálními podmínkami, fyzická náročnost, ...)

Obecné kompetence a kritéria vyplývající z podmínek organizace a sociálních charakteristik pozice

1. Student UPOL, studující méně náročný obor (ideální 2. nebo 3. ročník studia).
2. Ubytovaný na vysokoškolských kolejích, se znalostí barů a klubů v Olomouci.
3. Společenský člověk s velkou sociální sítí a s důležitými kontakty.
4. Člověk vyhledávající adrenalin a nové zážitky.
5. Preferovaný věk: 20 - 24 let.
6. Spíše muž- sportovně založený.
7. V případě, že by ve výběru extrémně zaujala žena, musí být atraktivní.
8. Člověk flexibilní, odolný vůči stresu a ochotný cestovat.
9. Schopnost překonávat své vlastní limity, kreativní.
10. Student, který zvládne studium s prací u organizace, eventuálně někdy potlačí studium na úkor práce.
11. Dokáže zaujmout a získat si ostatní.

Jak je patrné z výše uvedených bodů, nelze řadu z nich použít jako zdroj pro hlavní kritéria, protože hraničí s diskriminací. Nelze je ale opominut nebo ignorovat, protože přijetí uchazeče, který by těmito kritériím zcela odporoval, by zvyšovalo pravděpodobnost jeho neúspěšného působení na obsazované pozici. Klíčová je jejich formulace jako preferencí určitých charakteristik. Preferován je sice muž, ale vybrána může být i žena. Je preferován určitý věk a ročník, ale při může být přijat i uchazeč v jiném věku/ročníku. Výběrová komise si tak může být vědoma podprahových kritérií a podle potřeby k nim přihlédnout. Každopádně bude ale členům výběrové komise jasné, podle čeho bylo rozhodnutí učiněno.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Definice výběrových kritérií

Z výše uvedených zdrojů jsme získali informace, jaké jsou obecné požadavky pozice a prostředí. Nyní přichází čas na definici výběrových kritérií, se kterými budeme během náboru a výběru veřejně operovat a ověřovat je. Jako výběrová kritéria vybíráme pouze ta nejdůležitější, aby bylo reálné jejich overění. Kritéria stanovuje ve dvou okruzích: hard skills a soft skills. Do hard skills zařazujeme i požadované objektivní skutečnosti. Řešeny jsou jimi dva typy vhodnosti, tzv. „job fit“ a „organizational fit“. Méně obvyklé je v České republice řešit „team fit“ a „culture fit“, které vyžadují investici času, energie a financí do analýzy existujících týmů a organizační kultury.

Výběrová kritéria – hard skills

1. Prezenční studium UPOL od prvního do třetího ročníku v Olomouci.
2. Široká síť kontaktů na UPOL (studentské organizace apod.)
3. Zkušenosti s organizací akcí.
4. Anglický jazyk, znalost na úrovni B2
5. Znalost práce na PC (grafické programy, MS Office, sociální sítě)
6. Řidičský průkaz, typ B.
7. Reprezentativní vzhled.
8. Kladný vztah ke sportu (aktivní sportovec/sportovkyně).

Výběrová kritéria – soft skills

1. Zodpovědnost a samostatnost.
2. Ochota se učit.
3. Komunikativnost a rozvinuté vyjadřovací schopnosti.
4. Reprezentativní vystupování.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

5. Asertivita.
6. Rozvinutá emoční inteligence.
7. Extraverze a rozhodnost.
8. Kreativita a proaktivita (výkonová motivace).
9. Odolnost vůči zátěži.
10. Flexibilita.

Stanovená výběrová kritéria je nutné během výběrového řízení ověřit, ideálně pak z více zdrojů. Proto již při jejich stanovování je třeba mít na mysli, kolik máme na výběrové řízení prostředků a jaké máme k dispozici metody.

Organizace náboru a výběru

V okamžiku, kdy je znám profil hledaného uchazeče/uchazečky stanovujeme průběh výběrového řízení. Cílem je přesně určit počet kol a jejich náplň (s ohledem na již definovaná výběrová kritéria), zařadit jednotlivé aktivity do časového rámce (často s ohledem na to, že nástup je nutný k určitému datu) a určit členy výběrové komise. Důležité je také rekapitulovat etická pravidla, která budou aplikována pro tento konkrétní případ.

Harmonogram náboru a výběru

1. část: Zpracování výběrové zakázky
 - Popis pracovní pozice, kritéria pro výběr, tvorba inzerátu, zajištění prostor.
 - Doba trvání 5 dnů
 - Účast: personální oddělení a nadřízený student brand managera.
2. část: Interní a externí inzerce

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

- Interní inzerce - intranet (1 den inzerce) a rozeslání inzerátu přes hromadný informační email; 5 dní čekání na reakce uchazečů.
 - Externí inzerce - internetové stránky společnosti, FB stránka, letáčky a plakáty v budovách UPOL.
 - Doba trvání 35 dnů inzerce; 35 dnů čekání na reakce uchazečů (souběžně s inzercí).
 - Účast: personální oddělení.
3. část: Zpracování a vyhodnocení zaslaných materiálů, kontaktování a pozvání vybraných uchazečů
- Doba trvání 3 dny.
 - Účast: personální oddělení.
4. část: Kolo skupinová administrace
- Doba trvání 2 dny.
 - Účast: psycholog, zástupci personálního oddělení.
5. část: Vyhodnocení získaných výsledků a pozvání úspěšných uchazečů na přijímací pohovor
- Doba trvání 2 dny.
 - Účast: psycholog a personální oddělení.
6. část: Kolo individuální administrace - přijímací pohovor
- Doba trvání 3 dny.
 - Účast: psycholog, personální oddělení, nadřízený student brand managera,
7. část: Vyhodnocení výsledků a jejich oznámení uchazečům
- Doba trvání 1 den.
 - Účast: personální úsek, nadřízený student brand managera, psycholog.
8. část: Kolo individuální administrace - prezentace projektu
- Doba trvání 2 dny.
 - Účast: psycholog, personální oddělení, nadřízený student brand managera.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

9. část: Vyhodnocení výsledků a jejich oznámení uchazečům

- Doba trvání 1 den.
- Účast: psycholog, personální oddělení, nadřízený student brand managera.

10. část: Rozhodování vybraného uchazeče

- Doba trvání 2 dny.
- V případě, že nabídku přijme, nastupuje na dobu určitou, na poloviční úvazek

Ponechána rezerva dvou dnů.

Výběrová komise

Celé výběrové řízení bude mít na starost zejména personální oddělení. Při vytváření popisu pracovní pozice, mise pozice a výběrových kritérií se do procesu zapojí manažer nadřazený pozici student brand managera. Inzerce a zpracování zaslaných materiálů je čistě záležitostí personálního oddělení. Při skupinové administraci se do týmu přidává psycholog a zkušený personalista, zejména z důvodu zadávání testových metod. Ve fázi individuální administrace se komise skládá z psychologa, personalisty, manažera a dalšího pracovníka z personálního oddělení pro zápis rozhovoru. Při pohovoru si dělají členové výběrové komise poznámky a hodnotí uchazeče pomocí formuláře nezávisle na sobě. Následně výsledky navzájem porovnávají. Rozhovor by měl vést psycholog, ostatní se doptávají. Při prezentaci projektu se hodnotící systém ani sestava výběrové komise nemění.

Etika náboru a výběru

- Všem uchazečům budou poskytovány shodné informace v dostatečném rozsahu (přehled informací o celém VŘ a obsahu jeho jednotlivých kol na začátku, postupné zpřesňování před každým kolem).
- Bude vytvářen tlak na shodné termíny pro všechny uchazeče.
- Budou se dodržovat všechny časové termíny, zvláště ty o zaslání výsledků.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

- Všem uchazečům bude předložen informovaný souhlas.
- Všem uchazečům bude přeložen souhlas se zpracováním osobních údajů.
- Všem uchazečům bude poskytnuta písemná zpětná vazba.
- Kdykoliv může uchazeč odstoupit z výběrového řízení.
- Bude zacházeno úsporně s časem i energií uchazečů, aby požadavky VŘ nepřekračovaly požadavky na pozici.

Nábor

V okamžiku, kdy jsou definovány všechny vstupy, organizace, pravidla a osoby, které se budou na procesu podílet, je zahájen nábor. Hlavní náplní náboru je výběr vhodných médií pro šíření inzerce za dodržení pravidel 3E tak, aby bylo osloveno co nejvíce vhodných uchazečů a co nejméně těch ostatních. Cílem je získat 20-40 reakcí od uchazečů, kteří splňují alespoň do určité míry všechna kritéria, která budou posuzována v zaslaných osobních dokumentech. Pokud odpoví ve zvýšené míře uchazeči, kteří jsou svým profilem méně vhodní (např. 60 odpovědí a z toho je 20 alespoň částečně odpovídajících profilu), znamená to, že byla inzerce zacílena na nevhodnou lokalitu nebo byla nevhodně sestavena.

K výběru bude nejvhodnější strategií pasivní inzerce.

1. Interní inzerce - proběhne přes Intranet a rozesláním inzerátu přes hromadný informační email. Bude se jednat o stručné oznámení o volné pozici na informační stránce intranetu a inzerát bude jako součást hromadného informačního emailu.
2. Externí inzerce - zde využijeme profilu společnosti na sociální síti Facebook a oficiálních stránek společnosti, dále budou vyvěšeny náborové plakáty a volně k dispozici letáčky, na kterých bude odkaz, kde se uchazeči mají v případě zájmu hlásit. Inzerát bude atraktivně zpracován a umístěn na oficiálních stránkách společnosti v sekci zaměstnání - pozice pro studenty. Součástí inzerátu bude: představení organizace, název

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

a mise pozice, požadované charakteristiky uchazeče, organizační informace. Na Facebooku pak zveřejníme odkaz na tuto nabídku. Plakát a letáčky budou taktéž atraktivně zpracovány, tak aby byla zachována identita firmy. Na plakátech a letáčích bude logo a název společnosti, název a mise pozice, požadované charakteristiky uchazeče, nabídka organizace, organizační informace. Mělo by se jednat o výstižnou a jasnou záležitost, která upoutá uchazeče, aby si bližší informace našel sám na stránkách organizace. Plakáty a letáčky budou v hlavních budovách jednotlivých fakult, v knihovnách, menze apod.

V případě, že při zpracování zaslaných materiálů nebude vybrán dostatečný počet uchazečů do kola skupinové administrace, prodloužíme výše popsanou inzerci. Ovšem nepředpokládáme, že by tato situace nastala.

Výběr

Jednotlivé výběrové strategie, které jsou vyjádřeny uplatněním pilířů v trychtýřovitém přístupu, postupně ověřují stanovená výběrová kritéria. V ideálním případě ověřujeme každé kritérium z několika úhlů (pilířů), i když některá kritéria jsou pro ověření určitou strategií nevhodná (například široká síť kontaktů nebo soft skills lze ověřit v personálních dokumentech jen těžko).

Vyhodnocení personálních dokumentů

K hodnocení bude použit systém tabulky. Žlutě zvýrazněná políčka musí uchazeč bezpodmínečně splňovat, v opačném případě bude vyřazen z dalšího posuzování. Podle splnění položky dostává uchazeč body, při nesplnění 0 bodů. Jednotlivým kritériím je možné také přiřadit váhu odlišným nastavením minimální a maximální bodové hodnoty. Následně se sečtou všem uchazečům jejich body.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138
Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Paralelně a nezávisle na sobě toto hodnocení uchazečů provádí více zaměstnanců z personálního oddělení. Shoda v hodnocení (reliabilita) musí být minimálně 0,85. Na konci se porovnají body u jednotlivých uchazečů, vybere se 20 nejvyšším počtem bodů (pokud 20 uchazečů překročí 9 bodů, které byly stanoveny jako minimum pro postup do dalšího kola). U těchto 20 osob hodnotitelé porovnají motivační dopisy (formální zpracování, kvalitativní hodnocení na škále 1-5 bodu) a na základě porovnání postoupí do kola skupinové administrace 15 uchazečů.

Název pozice: Student brand manager

Zadavatel: _____ xyz _____

Hodnotitelé _____ xyz _____
 _____ zxy _____

Termín výběrového řízení: _____ y-y _____

Počet uchazečů: 35 _____

p.č.	Jméno	Příjmení	Titul	Student VŠ	Znalost AJ	Práce na PC	Řidičský průkaz	Zkušenosti s organizací	Vztah ke sportu	Součet
1	x	y	-	3	2	2	2	2	0	11
2										0
3										0
4										0
5										0
6										0
7										0
8										0
9										0
10										0
11										0
12										0
13										0
14										0
15										0
16										0
17										0
18										0

Legenda	
Student VŠ	
0	Neuvádí
1	Kombinované studium
2	Vyšší ročník
3	Odpovídá kritériu
Znalost AJ	
0	Neuvádí
1	B1
2	B2
3	B2 a vyšší + uvedena certifikace
Práce na PC	
0	Neuvádí
1	Základní znalost
2	Pokročilá znalost
Řidičský průkaz	

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Kolo skupinové administrace

Po vyhodnocení zaslanych materiálů a pozvání vybraných uchazečů, následují další kola výběrového řízení. Neúspěšným uchazečům je rozeslán informační email.

Úspěšní uchazeči jsou pozvání na kolo skupinové administrace telefonicky a jsou jim sděleny organizační záležitosti dalšího kola. Mimo jiné budou požádáni, aby si vzali doklad, který potvrdí, že v současné době prezenčně studují VŠ.

Kolo skupinové administrace:

- Uchazeč předloží doklad o tom, že studuje prezenčně VŠ.
- Předložen souhlas se zpracováním osobních údajů a informovaný souhlas.
- První proběhne testování úrovně anglického jazyka
- Druhé proběhne testování znalostí práce na PC.
- Jako třetí proběhne psychologická diagnostika. Zvoleny jsou následující diagnostické metody:
 - i. BIP (Bochumský osobnostní dotazník) pro diagnostiku asertivity, extravertze, flexibility, emoční inteligence (subškála sensitivita), rozhodnost, odolnost vůči zátěži.
 - ii. NEO-FFI pro diagnostiku zodpovědnosti, ochoty učit se a samostatnosti (autonomie).
 - iii. Belbinův test týmových rolí (preferovaná je jako jedna z hlavních rolí: Vyhledávač zdrojů, Inovátor, Koordinátor nebo Usměřovač).

Psycholog vyhodnotí metody na principu pozitivního hodnocení (ověřování přítomných rysů, hodnota nad T-skórem 50) a zpracuje zpětnou vazbu pro uchazeče. Na základě výsledků je do dalšího kola vybráno 7 uchazečů. Uchazečům jsou sděleny výsledky a úspěšní jsou pozvání do dalšího kola.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

Kolo individuální administrace

Výběrová komise může k interview a jeho efektivní organizaci přistoupit různě. Protože náš níže uvedený případ nemá za cíl ověřit pouze hard skills, ale získat také doplňující informace ke kritériím posuzovaných psychodiagnostikou, může být vhodné rozdělení úkolů. Jednou z takových variant je přidělení úkolu pořizovat zápis jednomu z členů výběrové komise. Ostatní se budou soustředit na komunikaci s uchazečem v okruzích, které si dopředu rozdělí a budou také hodnotit chování uchazeče na předem připravených škálách.

Kolo individuální administrace - přijímací pohovor

- Uchazeč bude přivítán, seznámen s výběrovou komisí, v krátkosti mu bude představena firma a pozice, o kterou se uchází a bude informován o průběhu pohovoru (včetně toho kdy bude mít prostor pro otázky).
- Na začátku je položena otázka, jestli je uchazeči vše srozumitelné nebo má nějaké dotazy a můžeme zahájit samotné interview.
- Na úvod je uchazeč požádán, aby se ve 3 minutách představil – hodnoceny jsou komunikační dovednosti, schopnost reprezentativního vystupování, umění zaujmout a oslovit. Hodnocení probíhá na předem připraveném hodnotícím formuláři se škálou.
- Po celou dobu rozhovoru jsou kladeny doplňující otázky a pozorováno vystupování a projev uchazeče.
- Interview je zaměřeno na tyto okruhy: studium, bydlení, znalost kulturního života v Olomouci a jeho společenský život, znalost anglického jazyka, předchozí pracovní zkušenosti, vztah ke sportu a adrenalinovým zážitkům, zájmy a koníčky, znalost společnosti, motivace pracovat pro společnost.
- Příklady otázek:

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

- Studium: Co studuje? Jaké jsou časové nároky na studium nyní? Jaké budou časové nároky na studium v dalším semestru, akademickém roce? Jak by bylo možné souběžně pracovat a studovat? Máte motivaci ve studiu pokračovat? Plánujete i nějaké navazující studium?
- Bydlení: Bydlí na kolejích nebo na bytě? Stravuje se v menze?
- Znalost kulturního života v Olomouci a jeho společenský život: Jaké kluby a bary znáte v Olomouci? Znáte nějaké bary a kluby i mimo Olomouc v regionu? Kolikrát do týdne jste na nějaké party? Jste v kontaktu i se studenty z Erasmus programu? Jaké nejbližší akce se budou konat a kterou akci byste doporučil? Sponzoruje některou z těchto akcí naše společnost? Jakou nejbližší akci pořádá v Olomouci naše společnost? Představte si, že za Vámi přijela návštěva z Prahy a bude s ní od rána do druhého rána. Co byste jí ukázal a jaký by pro ni sestavil program?
- Vztah ke sportu a adrenalinovým zážitkům: Jaký sport aktivně provozujete? Je nějaký sport, který byste se chtěl ještě naučit? Cestuje rád? Jaký je Váš nejvíce adrenalinový zážitek?
- Znalost anglického jazyka + zájmy a koníčky: Popište prosím v angličtině své další zájmy a koníčky (budou pokládány mu doplňující otázky v angličtině. Zaměřit se na plynulost angličtiny, schopnost rychle reagovat, slovní zásobu.).
- Znalost společnosti: Co víte o naší společnosti a jejích produktech? Jaké jsou aktivity a činnosti společnosti? Je nějaká událost, která Vás zaujala u naší společnosti?
- Motivace pracovat pro společnost: Proč chcete pracovat pro naši společnost?
- Následuje prostor pro dotazy uchazeče.
- Uchazeči bude sdělen termín, do kdy získá informaci o postupu do dalšího kola a doplňující informace k případnému nástupu na pozici po úspěšném VŘ.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

- Na závěr je uchazeči poděkováno za jeho čas a rozhovor a rozloučení se.
- Následuje vyhodnocení výběrového pohovoru, sdělení výsledků a zpětné vazby neúspěšným uchazečům.
- Osloveni budou 3 vybraní uchazeči. Telefonicky jsou informováni o postupu a dalších organizačních záležitostech. Je jim sděleno, že jim bude zaslán email, ve kterém budou stát znovu organizační informace, ale i zadání projektu, který mají za úkol zpracovat na další kolo výběrového řízení, kde ho budou před porotou prezentovat.

Vyhodnocení výběrového pohovoru by se měli účastnit všichni členové komise (přítomní při pohovoru s uchazečem) najednou. Vyhodnocení je vhodné provést den po proběhnutém pohovoru, kdy alespoň částečně odezní případné chyby ovlivňující hodnocení (první dojem, pořadí uchazečů apod.). K vyhodnocení výše popsaného interview lze přistoupit ze dvou úhlů. Prvním je bodování odpovědí uchazeče týkajících se hard skills kritérií. Výběrová komise by se měla na bodování shodnout. Druhým úhlem pohledu je pak vyhodnocení údajů zaznamenaných do škál věnovaných projevům chování. Členové komise mohou opět konfrontovat výsledky svého pozorování a v ideálním případě se shodnout na závěrečném hodnocení. Pouze jako doplňkový způsob hodnocení pohovoru lze diskutovat o tom, čím uchazeč zaujal mimo sledovaná kritéria. Při neprofesionálním vyhodnocení se stává, že diskuse nad vedlejšími přednostmi uchazeče převáží nad vyhodnocením výběrových kritérií.

Kolo individuální administrace - prezentace projektu

- 3 nejvhodnější uchazeči mají za úkol do posledního kola připravit projekt, ve kterém bude zmapovaná současná situace společnosti v Olomouci a navržena strategie distribuce produktů společnosti v Olomouci. Součástí projektu bude také zdůvodnění, proč by tento uchazeč měl být student brand manager.
- Časový rozsah prezentace je stanoven na rozpětí 30 - 60minut.

CZ.1.07/2.2.00/28.0138

Modularizace manažerského a psychologického vzdělávání na Univerzitě Palackého v Olomouci cestou inovace a propojení ekonomických a psychologických studijních programů

- Uchazeč musí při prezentaci projektu využít digitálních médií a počítače a uplatnit svoji kreativitu.
- Uchazeči prezentují své projekty před výběrovou komisí i ostatními účastníky, kteří však vystoupení prezentujícího nekomentují.
- Uchazečům je sdělen termín, kdy budou známy finální výsledky.
- Výběrová komise vybere následně nového student brand managera pro Olomoucký kraj.

S výsledkem je seznámen nejprve vybraný uchazeč, kterému jsou poskytnuty 2 dny na konečné zvážení nabídky. Po vyjádření vybraného uchazeče jsou sděleny výsledky dvěma neúspěšným uchazečům.

Vyhodnocení projektu lze provést na třech osách, kterými jsou přesnost informací, reálnost navrženého přístupu a úroveň zpracování (kreativita a technické kompetence). S ohledem na skutečnost, že hodnocení projektu je do značné míry kvalitativní, je vhodné uvážit přidělení bodů prostým pořadím mezi uchazeči (1, 2 a 3 body v každém kritériu). Opět by mělo být dosaženo mezi hodnotiteli shody.

Průběh celého výběrového řízení je efektivní zaznamenávat do jednoho protokolu, který v závěru výběrového řízení může posloužit k celkovému zhodnocení úspěšnosti tří nejvhodnějších uchazečů.

Po sdělení výsledků všem uchazečům je rozeslána písemná zpětná vazba z psychologické diagnostiky, která byla zpracována po kole skupinové administrace. Uchazečům je v rámci písemné vazby poskytnut kontakt na jejího zpracovatele s tím, je možné jej požádat o stručnou interpretaci.