

NÁVRH ZMĚN PRO NÁBOR NA POZICI KOORDINÁTORA PRO SLOVENSKOU DEBATNÍ ASOCIACI

PRACOVIŠTĚ Katedra psychologie, Fakulta sociálních studií
PŘEDMĚT Psycholog v řízení lidských zdrojů
TYP STUDIA bakalářské studium
AUTOŘI Adam Strojil, Martina Hejduková,
 Jakub Bohuš, Jakub Zákostelský

1. STRUČNÝ POPIS ORGANIZACE

Slovenská debatná asociácia je nezisková organizácia, ktorá sa zameriava na rozširovanie akademickej debaty a kritického myslenia na Slovensku. Robí tak pomocou šiestich programov. SDA vznikla v roku 1999 a odvtedy jej programami prešli tisíce študentov*tiiek a učiteľov*liek.

Najdôležitejšie z týchto programov sú stredoškolský a základnoškolský debatný program. SDA v nich pomáha základným a stredným školám zakladať debatné kluby, organizuje pre nich turnaje, školenia a semináre. Debatná liga a turnaje sú to, čomu venujú najviac času a dobrovoľníckej sily. SDA má momentálne 4 zamestnancov, no práve dobrovoľníci tvoria väčšinu chodu organizácie, tých je 34.

2. POPIS POSUZOVANÉHO PROCESU

Nábor na dobrovoľnícke pozície je dôležitá súčasť chodu SDA, pretože jej fungovanie stojí práve na dobrovoľníkoch. Dobrovoľníci ostávajú na svojich pozíciách zvyčajne iba jeden alebo dva roky a hľadanie nových dobrovoľníkov na zaplnenie pozícií je každoročné. Práve na pozíciu koordinátora je pravidelne problém nájsť záujemcov.

Nábor doteraz začínal na konci debatnej sezóny, zvyčajne v máji alebo júni, a prebiehal, kým neboli naplnené potrebné dobrovoľnícke pozície. Na sociálne siete SDA a na ich stránke bol zdieľaný začiatok náboru. Zájemci si mohli pozrieť všetky voľné pozície a ich náplň. Následne museli vyplniť formulár, kde vypísali pozície, o ktoré majú záujem aj s ich motiváciou ich zastávať.

Pokiaľ o niektoré pozície nebol záujem, alebo sa na nich prihlásili iba nevhodní kandidáti, SDA začala hľadať dobrovoľníkov pomocou osobného kontaktu. Zamestnanci a dobrovoľníci, ktorí pozície získali, zostávajú v nich alebo tí, ktorí ich opúšťajú, pomocou známostí z programov SDA kontaktujú ľudí a snažia sa ich získať pre nenaplnené pozície. Pokiaľ sú neúspešní a na pozíciu sa nenašiel vhodný kandidát, vyplní ju dobrovoľník z iného výboru alebo zostane nenaplnená a daný výbor musí zvládať viac práce.

3. POJMENOVÁNÍ A ZDŮVODNĚNÍ SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK PROCESU

Silné stránky

Komunita. Keďže sú dobrovoľníci hľadaní najmä medzi debatérmi alebo inými účastníkmi programov SDA, dobrovoľnícka komunita sa navzájom pozná. Prácu vo výbore tak spolu vedú dobrí kamaráti, ktorí sa napríklad rozhodli vstúpiť do výboru spolu. Prináša to taktiež jednoduchšiu komunikáciu medzi dobrovoľníkmi a spory sú menej pravdepodobné.

Znalosť programu. Momentálne dobrovoľníci zvyčajne dobre vedú, v čom spočíva hlavná náplň ich práce. S jej výsledkami sa mohli stretnúť už ako účastníci programov. Taktiež je väčšia šanca, že osobne poznajú dobrovoľníka, ktorí túto pozíciu zastával už pred nimi a mohol im tak o nej povedať viac. Proces zaúčania je tak omnoho jednoduchší a dobrovoľník je schopný vykonávať svoju prácu aj keď s ňou ešte nemal skúsenosti. Pozná taktiež niektoré chyby, ktoré spravil dobrovoľník pred ním a zažil si ich dôsledky.

Motivácia. Dobrovoľníci, ktorí sú súčasťou programov, o ktoré sa starajú, alebo sú ich absolventami, majú k týmto programom už vopred vybudovaný vzťah. Je menšia šanca, že svoju prácu budú vykonávať nezodpovedne alebo, že ju opustia v strede sezóny, pretože si sami mohli zažiť pozitívne dopady, ktoré ich práca má.

Slabé stránky

Uzavretosť. Momentálny nábor sa sústreďí takmer výhradne na účastníkov programov SDA. Pripravuje sa tak o možných kvalitných dobrovoľníkov, ktorí by radi a zodpovedne vykonávali prácu na pozíciách, ktoré má SDA problém obsadiť.

Jednotné premýšľanie. Dobrovoľníci si zažili a vedia ako vyzerajú programy SDA a majú pre to o nich jednotnú predstavu. Je pre nich preto náročnejšie vidieť priestor na zmeny, ktoré by vedeli ich chod zlepšiť, a je pravdepodobnejšie, že budú zásadné zmeny odmietajú. Taktiež tieto pozície zastávajú blízki priatelia, ktorí majú väčšiu šancu zdieľať názory na chod programov.

Dezorganizovanosť. Pokiaľ sa nenaplnia dobrovoľnícke pozície po ich vypísaní, ďalší nábor je veľmi chaotický. Každý rok prebieha inak, každý rok ho vykonáva niekto iný a potenciálnych záujemcov vyberá SDA na základe osobných preferencií zvyšných dobrovoľníkov alebo zamestnancov.

4. POJMENOVÁNÍ RIZIK SPOJENÝCH SE SOUČASNÝMI SLABÝMI STRÁNKAMI PROCESU

Rizík, ktoré sú spojené so slabými stránkami náborového procesu je viacero. Najväčším z nich je však možné nenaplnenie dobrovoľníckej pozície. S náborovým procesom, ktorý je uzavretý iba na členov programov má SDA iba obmedzené možnosti. Možných dobrovoľníkov je len toľko, koľko sa už nachádza v programoch a tento počet je obmedzený na účastníkov, ktorí zaregistrujú nábor na sociálnych sieťach alebo webstránke, prípadne sú priamo oslovení.

Dôsledkom toho býva, že na začiatku novej sezóny nie sú naplnené dobrovoľnícke výbory podľa predstáv a dobrovoľníci tak musia vykonávať viac práce ako sami na začiatku predpokladali. Prípadne je nutné presunutia dobrovoľníkov na potrebnejšie pozície, o ktoré nemali pôvodne záujem.

Ďalším dôsledkom uzavretosti však je aj to, že priame oslovovanie možných záujemcov nastáva častejšie. Dobrovoľnícke pozície sú potom napĺňané podľa osobných preferencií, čo iba zväčšuje jednotné premýšľanie dobrovoľníkov.

Tým prechádzam k riziku druhej slabej stránky a tým je neschopnosť zmeny. Dobrovoľníci, ktorí si zažili ako vyzerajú programy SDA v minulosti a súčasnosti a zároveň sú blízki priatelia, majú menšiu šancu navrhnúť, vykonať alebo schváliť veľké zmeny v chode programov. Taktiež je menšia pravdepodobnosť, že vôbec budú premýšľať nad podobnými zmenami. SDA sa tak môže pripravovať o inovácie a schopnosť v budúcnosti lepšie napĺňať svoje ciele.

Dezorganizovanosť v náboře taktiež znižuje šancu na jeho úspech. Priame kontaktovanie možných záujemcov nie je vykonávané systematicky a tak môže jeden účastník dostať podobnú správu od viacerých dobrovoľníkov, zatiaľ čo účastník s potrebnými kvalitami nebude oslovený, pretože nad ním nikto neuvažoval. SDA taktiež neovplyvňuje obsah samotného oslovovania a pozície tak môže byť účastníkovi nesprávne vysvetlená.

5. ODŮVODNĚNÝ NÁVRH ZMĚN V PROCESU A JEHO PŘÍNOSY PRO ORGANIZACI

Cílem navrhovaných změn je přilákat uchazeče na pozici koordinátora (event managera) do SDA, jelikož právě na tuto pozici má SDA pravidelně problém najít dobrovoľníky. Naší cílovou skupinou jsou středoškolsí studenti, kteří nejsou členové SDA. Nejdůležitější změnou je podle nás hledat tyto dobrovoľníky i mimo SDA. Zvýšíme tak možný počet uchazečů o tuto pozici a tím pádem i možnost nalézt dobrovoľníky s lepšími předpoklady.

Jako první navrhujeme změnit název pozice *koordinátor* na název *event-manager*, aby to znělo lépe, atraktivněji. Název může ovlivňovat vnímaný status, jaký pozice přináší, a tím zvyšovat její atraktivitu (Lucas, 1999; Smith et al., 1989).

Značka neboli brand, představuje nejhodnotnější aktivum dané firmy, protože za sebou ukrývá podnikovou image (Sprott a Liu, 2016). Tato image může vést k přímému ovlivnění atraktivity nabízené práce v očích uchazeče (Barber,

1998). Proto je podstatné, aby na inzerátu byla značka umístěná tak, aby byla vidět a uchazeč si ji mohl spojit s dobrou image, kterou konkrétně SDA má. Pokud totiž potenciální uchazeč o práci SDA zná a uvidí na inzerátu její značku, vybaví si tyto informace. Jsou-li tyto informace pozitivní, vzrůstá pravděpodobnost, že se bude o pracovní pozici ucházet. Navrhujeme umístit značku na začátek nebo konec inzerátu, a to z důvodu efektu prvního a posledního dojmu. Je pravděpodobnější, že lidé mimo SDA nemusejí tuto asociaci znát, a proto je lepší umístit značku tak, že se zesílí její vnímání.

Navrhujeme, aby byl inzerát specifický a uchazeč tak měl jasné a konkrétní informace. Specifické informace může uchazeč lépe zpracovat, protože si nemusí nic domýšlet (Collins & Han 2004). Specifický inzerát, který je jasný a konkrétní, zvyšuje počet lidí ucházejících se o danou pozici (Roberson et al., 2005). Detailní pracovní inzerce vede k vyššímu počtu obdržených reakcí (Collins & Han, 2004). Inzerát také musí promlouvat konkrétně ke studentům středních škol, na které je cílen. Tomu by měl být přizpůsoben i design respektující vizuální identitu SDA. Protože vizuální identita může ovlivňovat vnímání firmy (Aaker et al., 2004), u středoškolských studentů tomu nebude jinak.

V inzerátu by mělo být uvedeno shrnutí charakteristik práce event managera. Navrhujeme vytyčit 5 základních aspektů, které bude event manager dělat, uvést s kým je bude dělat a jaké to bude mít důsledky. Použitím podnadpisů a odrážek budou tyto informace přehledné a snadno přístupné.

Na to navrhujeme navázat zmíněním benefitů a výhod, které pozice event managera přináší. Je dobré ukázat, jak tyto výhody příznivě ovlivní uchazečův každodenní život. Jako účinné se při náboru dobrovolníků ukazuje zahrnutí podpory, kterou uchazeč od SDA obdrží (Boezeman & Ellemers, 2008).

Další část inzerátu by měla tvořit sekce požadavků, předpokladů pro vykonávání pozice event managera. Jelikož se jedná o sekci požadavků, je dobré nechat ji stručnou a jednoduchou. Cílem inzerátu je přilákat uchazeče, a proto navrhujeme uvést pouze ty požadavky, bez kterých by to absolutně nešlo. Je žádoucí učinit tuto část inzerátu přiměřeně atraktivní, aby v důsledku toho byla zvýšená efektivita inzerátu (Feldman et al., 2006). To znamená, že je potřeba brát v potaz dvě důležitá specifika této pozice. Zaprvé, nabídka pozice je primárně cílena na mladé, nezkušené uchazeče. Zadruhé, pozice je čistě dobrovolnická a nepřináší žádné finanční ohodnocení. Je zřejmé, že přehnané požadavky by efektivitu výrazně omezily. Vybrané požadavky by pak měly vycházet z analýzy pracovní pozice (viz příloha 1).

Co nám přijde smysluplné implementovat, je fotografie a reference od aktuálního dobrovolníka, věkově odpovídajícího cílové skupině uchazečů. Takovýto prvek umožní uchazečům vidět svého vrstevníka na této pozici a usoudit, že ji sami mohou zvládnout, a to díky přirozené tendenci člověka srovnávat se ostatními (např. Festinger, 1954). Prostřednictvím reference od aktuálního dobrovolníka lze navíc zmínit propojení mezi SDA, jejími členy a event managerem. Uchazeč tak uvidí, že event manager je druhými lidmi přijímán, je s nimi propojen a navazuje s nimi vztahy. Práce na pozici event managera proto může naplnit potřebu vztahovosti, což je jedna ze tří potřeb, kterou člověk dle sebe-determinační teorie chce naplnit (Deci & Ryan, 1985). Navrhujeme tedy touto cestou zprostředkovat informace o propojení mezi členy SDA a event managerem a ukázat tak uchazeči, jak pozice event managera do SDA zapadá.

Závěrem navrhujeme uvést jaké budou další kroky poté, co se zájemce o pozici rozhodne ucházet. Tento krok ponecháváme na SDA, jelikož co se děje poté, je součástí jejich postupů, které nehodnotíme a neupravujeme. Návrhy inzerátu jsou součástí přílohy 2 a 3.

6. POJMENOVÁNÍ RIZIK REALIZACE NAVRHOVANÝCH ZMĚN V PROCESU

Mířit na středoškolské studenty mimo organizaci má své výhody. Centrálním problémem je neslučitelnost účastnění se debat s prací event managera. Pokud se ti, které debata zajímá (a chtějí debatovat), stanou event managerem, nemohou

nadále z časových důvodů debatovat. Cílení na středoškolské studenty mimo organizaci eliminuje tento problém, na druhou stranu je otázka, jak moc se budou o SDA zajímat a hlavním motivátorem bude samotná práce event manažera.

S tím souvisí i druhý problém, a sice nemožnost finanční odměny. SDA si nemůže dovolit nabídnout za pozici event manažera finanční ohodnocení. Práce je spíše o možnosti získat zkušenosti a ohodnocení přichází formou benefitů (zpětná vazba, svoboda, získávání kontaktů, možnosti školení). To může být odrazující.

V další řadě, přestože dobrá image firmy zvyšuje atraktivitu práce (Barber, 1998), ne všichni středoškoláci musí SDA znát – nevybaví se tak pozitivní pocity a snaha o viditelnější logo tak nemusí nutně inzerát ztraktivnit.

Co se může pokazit na samotném začátku práce je nepovedená grafika. Pokud by se grafika nepovedla, inzerát nebude atraktivní. Stejně důležité je umístění inzerátu ve škole, bude-li inzerát umístěn na školní nástěnkou, je důležité, aby byl viditelný a na místě, kde prochází velké množství lidí.

7. VYČÍSLENÍ FINANČNÍCH I NEFINANČNÍCH NÁKLADŮ NA REALIZOVANÉ ZMĚNY

7.1 NEFINANČNÍ NÁKLADY

Největšími nefinančními náklady bude čas zaměstnanců. Stavebním kamenem bude zhotovení inzerátu interním grafikem (odhad práce je 3 až 5 hodin). Následně bude potřeba jiným zaměstnancem inzeráty vytisknout, zabalit do obálek a odeslat vedoucím klubů (celkem 30 klubů středních škol a gymnázií). S tím souvisí komunikace s těmito vedoucími. Je nezbytné srozumitelně vysvětlit, jak mají postupovat a na jaká místa mají inzeráty vystavět. (obojí dohromady cca 6 hodin práce). V neposlední řadě si každý vedoucí bude muset najít chvíli na vystavení inzerátů.

7.2 FINANČNÍ NÁKLADY

- Tisk (tvrdý papír A4 = 450,-, barevný tisk = 300,-) = 750Kč
- Poštovné a balné (obálky = 150,-, poštovné = 600,-) = 750Kč

Finanční náklady celkem: 1500Kč

Celkové finanční náklady o hodnotě 1500Kč se jeví jako velmi levné řešení. Bohužel nemáme přístup k finančním nákladům minulého řešení pro případné srovnání. Negativem tohoto řešení je časová náročnost ze strany zaměstnanců, především zaměstnance, který bude řešit tisk a odesílání inzerátů. Jsme si vědomi, že tito zaměstnanci mají i jiné věci na práci, a že by byla vhodná nějaká forma odměny, ovšem při zvážení faktu, že SDA je neziskovou organizací, nevíme, zda je finanční odměna formou bonusu reálná.

8. ZDROJE

Aaker, J., Fournier, S., & Brasel, S. A. (2004). When good brands do bad. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 1–16. <https://doi.org/10.1086/383419>

Barber, A. E. (1998). *Recruiting employees: Individual and organizational perspectives*. Sage.

Boezeman, E. J., & Ellemers, N. (2008). Volunteer recruitment: The role of organizational support and anticipated respect in non-volunteers' attraction to charitable volunteer organizations. *Journal of Applied Psychology*, 93(5), 1013–1026. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.5.1013>

- Collins, C. J., & Han, J. (2004). Exploring applicant pool quantity and quality: The effects of early recruitment practice strategies, corporate advertising, and firm reputation. *Personnel Psychology, 57*(3), 685-717
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum.
- Feldman, D. C., Bearden, W. O., & Hardesty, D. M. (2006). Varying the content of job advertisements: The effects of message specificity. *Journal of Advertising, 35*(1), 123-141
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*, 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Lucas, J. W. (1999). Behavioral and emotional outcomes of leadership in Task Groups. *Social Forces, 78*(2), 747. <https://doi.org/10.2307/3005574>
- Roberson, Q. M., Collins, C. J., & Oreg, S. (2005). The effects of recruitment message specificity on applicant attraction to organizations. *Journal of Business and Psychology, 19*(3), 319-339.
- Smith, B. N., Hornsby, J. S., Benson, P. G., & Wesolowski, M. (1989). What is in a name: The impact of job titles on Job Evaluation Results. *Journal of Business and Psychology, 3*(3), 341–351. <https://doi.org/10.1007/bf01023051>
- Sprott, D. E., & Liu, R. L. (2016). Research trends on branding in consumer psychology. *Current Opinion in Psychology, 10*, 124–128. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2016.01.002>

9. PŘÍLOHY

PŘÍLOHA 1

ANALÝZA PRACOVNÍ POZICE: EVENT MANAGER SDA

Přehled pracovních činností na obsazované pozici

- ORGANIZAČNÍ
 - Alokace financí
 - Výběr místa konání akcí a jeho obstarání
 - Zajišťování ubytování, občerstvení
 - Plánování programu a zodpovědnost za průběh (hlavně víkendové akce)
 - Dohled nad registrací debatérů
 - Zasílání pozvánek
 - Komunikace se všemi zúčastněnými subjekty (účastníci, porotci, ubytovatelé...)
- ADMINISTRATIVNÍ
 - Starost o dokumenty (faktury, účtenky, dokumenty účastníků)
 - Tvorba a příprava podkladů (prezenční listina, jmenovky, pozvánky)

Přehled vybraných kritérií pro výběrové řízení a zdůvodnění jejich volby

Tvrdá kritéria

Definice: Je potřeba znalost práce s PC na uživatelské úrovni (Excel, E-mail). Základní finanční gramotnost.

Zdůvodnění volby kritéria: Práce PC je nezbytná pro vedení a tvorbu dokumentace. Je potřeba pracovat s tabulkovým editorem jak pro organizaci akce, tak plánování rozpočtu. Komunikace se všemi zúčastněnými osobami probíhá zejména z počátku elektronicky. Materiály je potřeba před akcí připravit k tisku a podobně.

Finanční gramotnost je důležitá pro alokaci přidělených financí a ekonomické myšlení ohledně všech výdajů akcí. Také, aby nepřistoupil na nevýhodné nabídky.

Zdroje informací: Video (SDA, 2020), rozhovor s členem SDA, indeed.com, prospects.ac.uk

Sociální citlivost

Definice: Empatické jednání s účastníky akcí. Ochota porozumět jejich potřebám a problémům. Schopnost domluvit se s různými, často cizími lidmi i ve vypjatých situacích. Je schopný práce v týmu a zvládá se svými kolegy komunikovat (Gibbons et al., 2006).

Zdůvodnění volby kritéria: Event manager přichází do kontaktu s různými typy lidí a je potřeba, aby se s nimi byl schopen domluvit. Komunikuje jak s debatéry účastníky se akce, rozhodčími, poskytovateli služeb (ubytování, občerstvení, místo konání, fotografování), tak i s pozvanými hosty (např. primátor). Může se dostávat do situací, kdy lidé nebudou příliš ochotní, ale přesto se s nimi musí umět dohodnout/nalézt řešení. Při organizaci větších akcí se musí efektivně koordinovat se svými kolegy, naslouchat jim a být schopný s nimi vycházet.

Zdroje informací: Rozhovor s členem SDA, video (SDA, 2020), prospects.ac.uk, odborná literatura

Vliv na druhé

Definice: Je si jistý ve svém projevu a komunikuje srozumitelně. Nebojí se své požadavky opakovat, aby dosáhl požadovaného výsledku (Vaculík, 2010). Vystupuje sebevědomě. Předává zpětnou vazbu a je schopný motivovat a přesvědčit ostatní (Gibbons et al., 2006)

Zdůvodnění volby kritéria: Některé strany (dodavatelé) musejí plnit své závazky a event manager se nesmí bát splnění závazků vyžadovat. Musí být určitou autoritou a dbát na dodržování plánu své akce. Tyto věci se nesmí bát srozumitelně a jasně předat dál a stát si za nimi. Jasná komunikace je důležitá pro pochopení plánu všemi zúčastněnými stranami. Při komunikaci musí vystupovat sebevědomě (a to i před více lidmi). Při potížích je schopný ostatním vysvětlit, co je špatně, ale je také schopný ostatní povzbudit.

Zdroje informací: Video (SDA, 2020), rozhovor se členem SDA, indeed.com, odborná literatura

Orientace na výsledky

Definice: Chuť dosahovat výsledků. Klade důraz na správné odvedenou práci. Je proaktivní a iniciativní ve vztahu ke svým povinnostem. Stanovené cíle je rozhodnutý naplňovat a stejné vyžaduje od ostatních. Schopnost pracovat i pod tlakem. Snaha o efektivní řešení nastalých problémů (Gibbons et al. 2006).

Zdůvodnění volby kritéria: Pozice není placená, takže event manager musí o to víc sám chtít práci posouvat dál. Od dodavatelů vyžaduje dodržení dohodnutých náležitostí. Výsledků je schopen dosahovat i pod tlakem. Problémy, které se mohou vyskytnout jej neodradí, a naopak se je snaží efektivně řešit.

Zdroje informací: rozhovor s členem SDA, video (SDA, 2020), odborná literatura

Integrita

Definice: Vyhledává zpětnou vazbu na práci, kterou vykonal, aby se mohl zlepšovat. Zpětnou vazbu nepřijímá jako útok. Vyjadřuje zájem o osobní růst a rozšíření svých znalostí, dovedností a schopností. Je otevřený tomu se aktivně učit nové věci (Gibbons et al., 2006). Nenechá se unést negativními emocemi a nepodřizuje jim své chování.

Zdůvodnění volby kritéria: Zpětná vazba, kterou dostává, je jak explicitní od lidí, kteří jsou na debatě přítomní, tak implicitní, protože debatu od debaty event manager vidí, jak se zlepšuje. Přijetí zpětné vazby je žádoucí proto, aby se eliminovaly věci nepovedené a existoval tak prostor pro postupné zlepšování manažerských schopností.

Při výkonu své pozice se může snadno dostat do emočně vypjatých situací, ve kterých je potřeba zachovat klid a nenechat se strhnout negativními emocemi.

Zdroje informací: rozhovor s členem SDA, eventis.com, odborná literatura

Použité zdroje

Indeed. (2021, červen 25). *Event Manager Skills: Definitions and Examples*.

<https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/event-manager-skills>

Eventis. (n.d.). *Post-Event Feedback & Evaluation: Why It Is Important And How To Do It Right*.

<https://www.evenesis.com/blog/post-event-feedback-evaluation-why-it-is-important-and-how-to-do-it-right/>

Gibbons, A. M., Rupp, D. E., Snyder, L. A., Holub, A. S., & Woo, S. E. (2006). A Preliminary Investigation of Developable Dimensions. *The Psychologist-Manager Journal*, 9(2), 99–123. https://doi.org/10.1207/s15503461tpmj0902_4

Indeed. (2021, červen 25). *Event Manager Skills: Definitions and Examples*.

<https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/event-manager-skills>

Prospects. (2022, říjen). *Job profile: Event manager*. <https://www.prospects.ac.uk/job-profiles/event-manager>

Slovenská debatná asociácia (SDA). (2020, August 20). *O dobrovoľníctve s Filipom | Regionálny tím SDP* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=psTvKhFBQQY>

Vaculík, M. (2010). *Assessment centrum: psychologie ve výběru a rozvoji lidí*. Brno: NC Publishing, a.s

PŘÍLOHA 2

NAVRHOVANÁ TEXTOVÁ PODOBA INZERÁTU

Hledá sa: Event manager

Čo budeš mať na starosti? **(Pracovní činnosti na obsazované pozici)*

- Budeš organizovať debatné súťaže SDA pre svojich rovesníkov.
- Dohovoriš pre účastníkov miesto konania, občerstvenie alebo ubytovanie.
- Pripravíš a rozošleš pozvánky, nachystáš menovky a ďalšie materiály.
- Plánovať budeš pokojne aj z domova, a to podľa svojich časových možností.
- Počas akcie, väčšinou cez víkend, budeš na mieste dohliadať, aby to klapalo.
- Na to všetko vyčleníme financie, ktoré využiješ a rozdelíš.

Čo získaš?

- Cenné skúsenosti s organizáciou akcií pod záštitou rešpektovanej organizácie.
- Možnosť zorganizovať akcie podľa svojich predstáv.
- Plnú podporu celej SDA. Radi ti pomôžu tvoji skúsení kolegovia. Všetko ti vysvetlíme.
- Radosť z výsledkov svojej práce, ktorá je pre celú SDA a jej členov nenahraditeľná.

Čo by si mal vedieť? Aký by si mal byť?

- Ovládaš prácu s PC na užívateľskej úrovni (Excel, E-mail). **(Tvrdá kritéria)*
- Rozmýšľaš ekonomicky a zvládneš tak rozdeliť dostupné financie. **(Tvrdá kritéria)*
- Máš vo veciach poriadok a chceš, aby tvoja práca mala úroveň. **(Orientace na výsledky)*
- Zvládneš jednat s rôznymi ľuďmi. Nebojíš sa ich osloviť, niekedy aj popohnať. **(Sociální citlivost, Vliv na druhé)*
- Keď nastane problém, chceš ho vyriešiť. **(Orientace na výsledky)*
- Zo spätnej väzby sa poučíš a zvládneš prijať aj tú negatívnu. **(Integrita)*

Máš záujem? Chceš sa dozvedieť viac?

[...] ^{1 2}

**Odkazy na jednotlivé časti analýzy pracovnej pozície (viz prílohu 1)*

PŘÍLOHA 3

¹ Prostor pro instrukce uchazeči podle potřeb organizace

² Reference současného koordinátora není součástí tohoto návrhu (pro návrh s ní, viz přílohu 3)

MOŽNÁ VÝSLEDNÁ PODOBA INZERÁTU



Hľadá sa

Event Manager

★ Čo budeš mať na starosti?

- Budeš organizovať debatné súťaže SDA pre svojich rovesníkov.
- Dohovoriš pre účastníkov miesto konania, občerstvenie alebo ubytovanie.
- Pripraviš a rozošleš pozvánky, nachystáš menovky a ďalšie materiály.
- Plánovať budeš pokojne aj z domova, a to podľa svojich časových možností.
- Počas akcie, väčšinou cez víkend, budeš na mieste dohliadať, aby to klapalo.
- Na to všetko vyčleníme financie, ktoré využiješ a rozdelíš.

■ Čo získaš?

- Cenné skúsenosti s organizáciou akcií pod záštitou rešpektovanej organizácie.
- Možnosť zorganizovať akcie podľa svojich predstáv.
- Plnú podporu celej SDA. Radi ti pomôžu tvoji skúsení kolegovia. Všetko ti vysvetlíme.
- Radosť z výsledkov svojej práce, ktorá je pre celú SDA a jej členov nenahraditeľná.

● Čo by si mal vedieť? Aký by si mal byť?

- Ovládaš prácu s PC na užívateľskej úrovni (Excel, E-mail).
- Rozmýšľaš ekonomicky a zvládneš tak rozdeliť dostupné financie.
- Máš vo veciach poriadok a chceš, aby tvoja práca mala úroveň.
- Zvládneš jednať s rôznymi ľuďmi. Nebojíš sa ich osloviť, niekedy aj popohnať.
- Keď nastane problém, chceš ho vyriešiť.
- Zo spätnej väzby sa poučíš a zvládneš prijať aj tú negatívnu.

▲ Máš záujem? Chceš sa dozvedieť viac?

//Instrukce pro uchazeče podle potřeb organizace (kontakt)



Event manager/ka Jméno, věk (přiměřený cílové skupině/co nejvyšší)

//"Proč je pozice důležitá pro organizaci."

//"Co mi tato práce dala, co mě naučila, co mě baví apod."



www.sda.sk

Poznámka: Grafická podoba, jaká by podle nás mohla být vhodná pro cílovou skupinu (studenti středních škol), je čistě ilustrativní. Slouží jako příklad integrace všech navrhovaných prvků (brand, design, prostor pro referenci; viz kapitolu 5). Výsledná grafická úprava je v zcela v režii organizace.