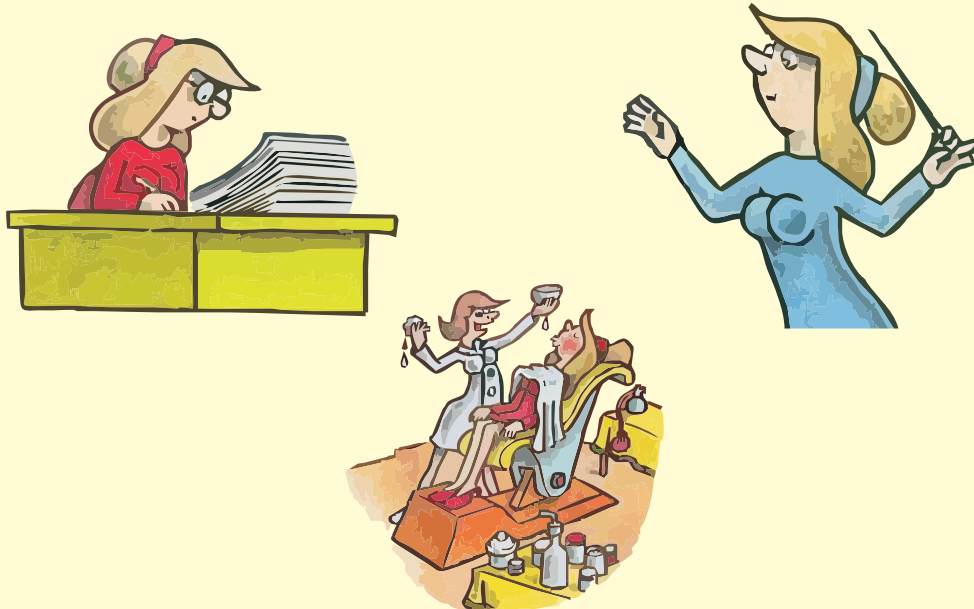


PRŮVODCE E-LEARNINGEM

V RÁMCI PROJEKTU



Ženský element



Ženský element - www.zenskyelement.cz

Podnikavá žena - www.podnikavazena.cz

Aktivní žena - www.aktivni-zena.cz

Asistenční centra - www.mapm.cz/equal

CZ.04.4.09/2.1.00.6/0412



Iniciativa Společenství
EQUAL



Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky

Vážené čtenářky, čtenáři,

připravili jsme pro Vás průvodce e-learningovými kurzy. Jsme si bohužel vědomi, že žijeme v hektickém světě, kde množství volného času ubývá, a tudíž postrádáme také čas na své vzdělávání. Jednou z možností jak se vzdělávat je využití celoživotního vzdělávání. Ovšem chodit na různé kurzy a semináře je časově, finančně a někdy i organizačně náročné. Proto přicházíme s možností využití elektronického vzdělávání, které vám usnadní cestu a přístup k informacím a také vám pomůže se efektivně vzdělávat třeba v klidu vašeho domova.

E-learningové kurzy slouží k podpoře rozjezdu podnikání a překonávání prvotních obtíží. Dávají ucelené základní znalosti potřebné pro dlouhodobé podnikání, rozvíjí vysoký stupeň interaktivity, jsou uživatelsky přívětivé, populárně-naučné, mají nenáročnou formu a jsou zde zpracovány pedagogické a motivační prvky.

V tomto průvodci e-learningem najdete soubor 33 e-learningových kurzů k projektu Podnikavá žena s krátkým komentářem ke každému kurzu a jeho obsahovou náplní. V další části je popsána navigace e-learningovými kurzy na internetu.

Jak postupovat e-learningem Podnikavá žena

Kurzy k projektu Podnikavá žena naleznete na webové adrese

<http://www.podnikavazena.cz>

Jak se k nim dostat?

Jediné, co musíte udělat, je **zaregistrovat se** kliknutím na hyperlinkový odkaz Registrovat v levém dolním rohu obrazovky. Po vyplnění tabulky dostanete e-mailem heslo, které budete zadávat při každém dalším přihlášení. V průběhu registrace jste si zvolil/a své uživatelské jméno, což je druhý údaj, který budete při přihlašování zadávat.

Po úspěšném přihlášení klikněte na záložku „kurzy (e-learning)“. Objeví se vám obrazovka s jednotlivými kurzy. Nevejdou se na jednu obrazovku, proto dole jsou hyperlinkové odkazy na stránky 2, 3 a 4, kde najdete ostatní kurzy.

Kurzy nemusíte procházet postupně, jak jsou seřazeny. Vyberete si, který chcete, a pustíte se do něj. Jak? Vidíte, že každý kurz má název a testovací otázky. Ty si necháme nakonec. Nejprve vstoupíme do kurzu kliknutím na jeho název. Na nové obrazovce najdeme naši průvodkyni Marii, která si se svými kamarádkami Věrou a Janou a s námi bude povídat ve všech kurzech Podnikavé ženy. Využijte možnosti roztáhnout si kurz přes celou obrazovku kliknutím na příslušný hyperlink zhruba uprostřed obrazovky.

Tak, teď už máme kurz na celé obrazovce a vidíme, že se skládá z několika kapitol. Vybereme si opět libovolnou, i když pro první studium doporučujeme jít pěkně „popořadě“. Po kliknutí na Kapitolu 1 nebo na tlačítko „SPUSTIT“ se můžeme ponořit do studia kurzu. Ale jaké je to studium?

Vidíme, že na obrazovku připlouvají Marie a její kamarádky, vždy se vynoří odněkud odjinud. A ony se hýbou, mluví (i když jen písemně). Vidíme pohyblivé obrázky, vtipné animace, které se vážou k meritu věci. To studium je spíše hra, legrace a očekávání dalších drobných překvapení v podobě obrázků, fotografií, animací, speciálně konstruovaných pro tento projekt. Budeme zde potkávat Marii, Janu, Věru, jednou i Marcelu a budeme svědky jejich starostí, úvah a rozhovorů.

<http://www.podnikavazena.cz>

Všechny mají docela obyčejné, lidské starosti, vždy na téma zvoleného kurzu. A my je prožíváme s nimi.

Občas si uděláme cvičení, odpovíme na otázky, zvolíme variantu z nabízených možností odpovědí, která se nám zdá nejlepší. Na konci kapitol narazíme i na kontrolní otázky. Ty nám pomohou utvrdit si v paměti ty nejdůležitější informace z právě dokončené kapitoly. Zodpovězme si je! Na správné odpovědi se můžeme podívat okamžitě kliknutím na tlačítko na obrazovce. V kapitole se můžeme pohybovat dopředu a zpět pomocí tlačítek v dolní části obrazovky.

Tak si poklidně proplouváme kurzem, pěkně nerušeně, třeba doma v obýváku u rodinného počítače nebo v internetové kavárně. Nikdo nás nekontroluje, nikdo na nás nespěchá, nikdo nám nenařizuje, že teď musíme udělat to nebo ono. A nikdo nevidí, že jsme třeba u něčeho neuspěli. A lhát sama sobě nemá smysl.

Když se prokoušeme celým kurzem, tj. všemi kapitolkami, můžeme se podívat na testovací otázky. Nejlépe tak, že vyjedeme z kurzu zpět na přehled kurzů a klikneme si na testovací otázky. Nikdo vám nebude bránit udělat si testovací otázky kdykoliv, třeba i bez absolvování příslušného kurzu. Ale systém je nastaven tak, že test můžete pro každý kurz absolvovat pouze jednou, tak doporučujeme si nejdřív projít kurzem. Další pokyny jsou přímo na obrazovce.

A když nás to zrovna přestane bavit, jednoduše se odhlásíme. Kde? Tam, kde jsme se přihlásily, tedy v levém dolním rohu obrazovky.

Navigace kurzu Podnikavé ženy je tedy skutečně jednoduchá a vyplatí se nám. Získáme široké spektrum znalostí a dovedností v mnoha tématicky vzdálených oblastech, které z nás ale dohromady udělají ženu (či muže) s širokým rozhledem a záběrem. Pokud se na stránky projektu Ženský element nebo Podnikavé ženy dostanete do června 2008, doporučujeme věnovat pozornost soutěži v projektu Podnikavá žena. Tam je jednou z podmínek právě absolvování e-learningu Podnikavé ženy.

Tak hodně štěstí!
Kolektiv partnerů projektu Ženský element

<http://www.podnikavazena.cz>

E-LEARNINGOVÉ KURZY:

1. Verbální a neverbální komunikace
2. Komunikace v obtížných situacích
3. Asertivita
4. Rétorika
5. Outlook
6. Budování a vedení týmu
7. Motivace
8. Koučování
9. Personalistika
10. Time management
11. SWOT analýza
12. Brainstorming
13. Excel
14. Power Point
15. Marketingový mix
16. Osobitý styl jedince a image pracoviště
17. Vizážistika
18. Stylistika
19. Zvládání stresu
20. Etiketa
21. Komunikace se zákazníkem
22. Prodejní dovednosti
23. Vyjednávání a argumentace
24. Úspěšný nákupčí
25. Základy moderní ekonomie

26. Kalkulace, tajemství ceny
27. Finanční plán
28. Základy práva pro podnikatele
29. Daně a jak na ně
30. Sledování rodinného a pracovního života
31. Rozvoj skrytých schopností
32. Podpora sebevědomí
33. Muži jako partneři
34. EU v kostce
35. Podnikatelka v EU
36. Získávání dotací

Ke všem e-learningovým kurzům jsou zpracovány skripta, které jsou volně přístupné s možností stažení na webovou adresu www.podnikavazena.cz. Všechny výše uvedené kurzy také probíhají prezenční formou, které je možno navštěvovat v průběhu realizace projektu Podnikavá žena.

Kurzy č. 5, 13, 14 nejsou realizovány v e-learningové podobě. Jedná se o počítačové kurzy Outlook, Excel, PowerPoint, ke kterým jsou dostupná skripta. Tyto kurzy probíhají také „živě“, kde si účastníci mohou na praktickém workshopu ověřit teoretické znalosti v praxi.

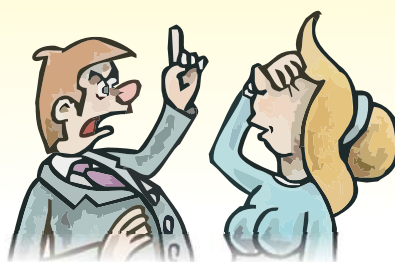
1. VERBÁLNÍ A NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE



Každý člověk ve společnosti potřebuje k tomu, aby mohl přenášet své myšlenky, nápady a také chápat protistranu, komunikaci. Jedná se o prostředek, který k tomuto přenosu potřebujeme a který nám pomůže zkvalitnit naše jednání a chování. Rozlišujeme dva typy komunikace verbální a neverbální komunikaci. V rámci tohoto kurzu si přiblížíme, co všechno verbální a neverbální komunikace obnáší, jak můžeme přenos své myšlenky podpořit svými gesty, postoji. Jak je nutno vyjadřovat se stručně, jasně, srozumitelně, umět naslouchat a také efektivně klást otázky.

- Komunikace verbální
- Pozitivní vyjadřování
- Oslovování, motivační vyjadřování
- Práce s hlasem
- Neverbální komunikace
- Jak to říkáte, práce s tělem
- Mimika, pohyby
- Aktivní naslouchání
- Doporučení pro profesionální komunikaci

2. KOMUNIKACE V OBTÍŽNÝCH SITUACÍCH



Určitě se vám někdy stalo, že komunikace nebyla jednoduchá, že jste nesdělili to, co jste sdělit chtěli nebo naopak jste se dostali do problémů a konfliktů s vaším komunikačním partnerem. V rámci tohoto kurzu vám poradíme, jak zvládat takové situace, v případě, že nastanou, nebo jak těmto situacím zabránit vhodnými komunikačními technikami. S našimi radami uvidíte, že komunikaci v obtížných situacích budete zvládat mnohem lépe.

- Konflikt
- Techniky zvládání konfliktních situací
- Aktivní naslouchání
- Jak zvládat námitky
- Forma kritiky
- Jak čelit neoprávněným požadavkům
- Shrnutí - zlaté pravidlo konfliktu

3. ASERTIVITA



Málokdo se umí zdravě prosazovat, umí říci přesně své myšlenky, je dostatečně upřímný a otevřený, ví, čeho chce ve svém jednání a chování dosáhnout. Někteří se chovají příliš pasivně nebo naopak své chování neumějí korigovat a jednají příliš agresivně. V tomto kurzu se zaměříme na samotný výklad asertivity, co si pod tímto pojmem můžeme představit a jak by měl člověk jednat, pokud chce být dostatečně asertivní. Nejde totiž o nic jiného než o zdravé sebeprosazování.

- Základní typy sociálního jednání - pasivní, agresivní, asertivní
- Typy asertivity
- Zásady asertivního jednání
- Umíme zvládat náročné situace
- Ovládáme své emoce v kontaktu s druhými lidmi
- Dokážeme říct ne, anebo necháváme si všechno líbit

4. RÉTORIKA



Umět dobře hovořit a pronést projev před plným sálem, umět dobře mluvit před lidmi spatra, udržet jejich pozornost a přesvědčit je, že máme pravdu, to je dovednost, které se může naučit každý z nás. Je nutné si uvědomit, že forma sdělení je stejně důležitá jako obsah sdělení. Kolikrát vás oslovil někdo, kdo uměl velice dobře hovořit, strhnul vás svým projevem, zkrátka udělal na vás pozitivní dojem. Úkolem tohoto kurzu bude vás seznámit s možnostmi a zásadami, které jsou nezbytné proto, abyste mohli být kvalitními řečníky.

- Formální stránka projevu
- Image řečníka, hlasitost projevu, postoj, pohyby, gestikulace
- Problémoví posluchači
- Veřejné vystoupení, řečnické zlovyky
- Rétorické desatero
- Tréma

6. BUDOVÁNÍ A VEDENÍ TÝMU



Všichni dobře víme, že má-li člověk dosáhnout svých snů, musí mnohdy kolem sebe najít spoustu schopných lidí, kteří mu v tom pomohou. Snad ještě náročnější než tyto lidi najít je jejich úspěšné vedení k vytýčenému cíli. Cílem tohoto kurzu bude poznat úlohu manažera, ukázat základní způsoby jednání manažera, naučit se analyzovat své silné a slabé stránky, poznat jak efektivně můžeme s týmem pracovat, jak efektivně řešit konflikty. Vést tým lidí není jednoduché, ale pokud máme odvahu, dostatečnou motivaci a chuť lidí vést a také známe zásady vedení lidí, může to jít velice dobře a cíle může být dosaženo.

- Osobnost manažera
- Jednotlivé styly vedení lidí
- SWOT analýza
- Tým, týmová spolupráce
- Týmové role
- Styly řešení konfliktů v týmu
- Předcházení konfliktům

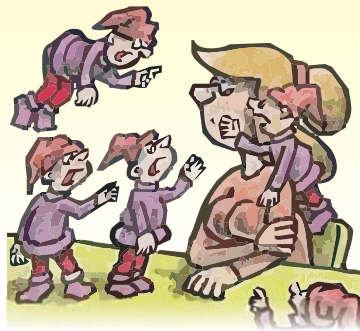
7. MOTIVACE



Motivace je velice důležitá, pokud potřebujete od svých lidí nebo také sami od sebe určité výsledky. Tohoto cíle a výsledků nedosáhnete bez hnacího motoru. Člověk je tvor od přírody líný a potřebuje nějakým způsobem popostrčit. Dostatečnou motivací můžeme jít dál a být v cíli rychleji. Motivace nemusí být pouze finanční, ale nezbytnou nutností je také motivace nehmotná. Lidem se daleko lépe pracuje, pokud jsou za svou odvedenou práci pochváleni. Cítí se dobře a podávají daleko lepší výsledky než lidé, kteří motivováni nejsou nebo nemají před sebou cíl, kterého chtějí dosáhnout.

- Co je to vlastně motivace a jak ji používat
- Hierarchie lidských potřeb
- Jak můžeme vnímat jednotlivé pracovníky
- Jak správně hodnotit výkony pracovníků a poskytovat zpětnou vazbu

8. KOUČOVÁNÍ



Být dobrým koučem není vrozená vlastnost, kterou má někdo zakódovanou v genech a někdo nemá. Každý, kdo má přání, vůli, odvahu a elán, se jím může stát. Dobrý kouč by měl být schopen uvolnit v lidech potenciál tak, aby efektivně dosahovali vytýčených cílů. Kouč těmito lidem musí dostatečně věřit, neměl by jim příliš zasahovat do práce, měl by s nimi dostatečně a otevřeně komunikovat, dávat jejich práci smysl, měl by klást důraz na to, aby se lidé sami učili a vzdělávali. Koučování je cílené, řeší konkrétní úkoly, problémy a situace, je velmi účinné a také rychlé, jeho výsledky jsou velmi dobře měřitelné.

- Firemní kultura a jak ovlivňuje chování lidí
- Dělení firemní kultury
- Řídící pracovník
- Změna postojů zaměstnanců v turbulentním prostředí
- Jaký styl vedení zvolíme?
- Motivujeme své pracovníky nejen finanční odměnou!
- Znaky úspěšného a neúspěšného týmu

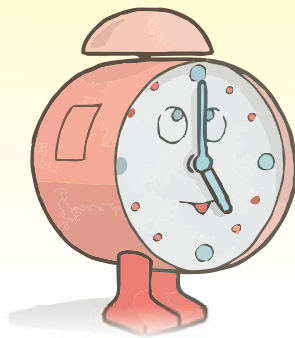
9. PERSONALISTIKA



Největším problémem je sehnat spolehlivé, loajální, šikovné, pracovité zaměstnance, kteří se chtějí spolu s vedením podílet na úspěchu celé společnosti. Nejde nám o to pouze sehnat dobré a šikovné zaměstnance pro danou pracovní pozici, ale úkolem personalistiky je také tyto zaměstnance udržet, pečovat o ně, zajišťovat jim vzdělávání, školení, plánovat jejich kariérní postup, hodnotit je a také zajišťovat administrativní podporu. Pokud vybereme správné zaměstnance na správné místo, nemusíme se potýkat s často diskutovaným problémem fluktuace. Než vybereme správné zaměstnance musíme učinit několik důležitých kroků. V rámci tohoto kurzu si definujeme, které kroky jsou nezbytné udělat proto, aby výběr byl správný a řekneme si co personalistika obnáší.

- Strategie a plánování lidských zdrojů
- Nábor zaměstnanců
- Přijetí do zaměstnání a skončení pracovního poměru
- Hodnocení pracovníků a pracovní kariéra
- Odměňování zaměstnanců

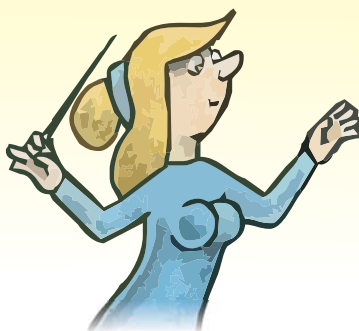
10. TIME MANAGEMENT



Současná doba je velmi rychlá a má přísné nároky na každého z nás. V práci jsou na nás kladeny vysoké požadavky, musíme se pořád učit nové věci a zvládat nové postupy. Náš pracovní výkon se bedlivě sleduje a očekává se stoprocentní úspěšnost. Kromě práce je tady rodina, přátelé, zdraví, záliby, osobní rozvoj a další sféry individuálního zájmu. Jak tyto oblasti skloubit a časově zvládnout a přitom zůstat fyzicky a psychicky v pohodě? Na tyto otázky nám může odpovědět timemanagement - soubor poznatků, jak využít svůj čas, jak naplnit vizi svého života a životní role tím, co pro nás má skutečný význam. Čas je velké bohatství, které bylo dáno všem stejně. Při jeho užívání bychom měli mít na zřeteli především to, co je pro nás v životě nejdůležitější.

- Co je čas?
- Spokojená žena - náš cíl
- Učme se z minulosti, plánujme pro budoucnost, žijme dnes!
- Co nám brání lépe hospodařit s našim časem
- Plánování
- Stanovení priorit
- Jak se vyhnout zlodějům času

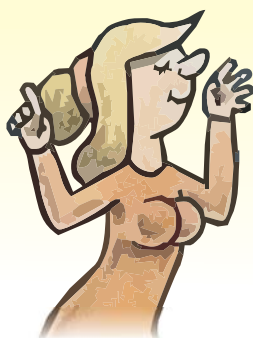
11. SWOT



Potřebujete vědět, jaké jsou možné silné a slabé stránky a také jaké na vaši firmu číhají hrozby nebo jaké jsou příležitosti, kterých můžete využít? Odpověďmi na tuto otázku vám může být SWOT analýza, která v sobě zahrnuje analýzu silných a slabých stránek, tržních příležitostí a hrozeb firmy. Je také jedním ze základů marketingového řízení firmy, kam firmu posunout dále, čeho využít, čeho se vyvarovat, s jakými produkty přijít na trh. Pomocí této analýzy se můžete velmi dobře porovnat s konkurencí. Může být také nezbytným nástrojem a hlavně pomocníkem při počátku vašeho podnikání.

- SWOT analýza
- Vnitřní analýza - analýza silných a slabých stránek
- Vnější analýza - analýza příležitostí a hrozeb
- Vyhodnocovací matice
- SWOT analýza pro každou firmu

12. BRAINSTORMING



Nemáte již žádný nápad, jste na řešení problémů úplně sami? Nevíte jak dále, jaké kroky podniknout, abyste stále směřovali k vytýčenému cíli? Je tady metoda brainstormingu, která pomůže vyřešit vaše problémy. Její výhoda spočívá ve skupinovém řešení problémů, produkování mnoha námětů, inovativních řešení. Je to metoda, která je nenáročná na technologie a může efektivně pomoci, pokud už nevíte kudy kam. Navíc se u ní můžete docela příjemně pobavit a dát hlavy dohromady. Pozor i v této metodě je nutno dodržovat některá pravidla, aby byla tato metoda co nejefektivnější a přinesla nám kýžené výsledky.

- Co to je brainstorming
- K čemu nám je dobrý brainstorming
- Zásady brainstormingu
- Průběh brainstormingu
- Vyhodnocení brainstormingu

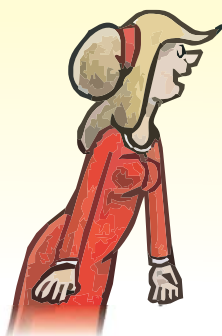
15. MARKETINGOVÝ MIX



Existuje mnoho způsobů, jak uspokojit potřeby svých zákazníků. Výrobek může mít množství různých charakteristických vlastností různé kvality. Obal může mít také různé tvary, barvy nebo materiály. Společnost může využívat své nebo externí prodejce. Za výrobek mohou být požadovány různé ceny, případně poskytované slevy. Úspěch závisí téměř výhradně na porozumění silám trhu, které působí na výrobek či službu, a na talentu a schopnostech marketingového pracovníka při navrhování marketingového programu. Celé úsilí je v konečném důsledku zaměřeno na dosažení uspokojivého zisku. Které prvky marketingového programu vytvářejí efektivní marketingový mix? To se dovíte právě v tomto kurzu, který se marketingovému mixu věnuje.

- Co je Marketingový mix
- Obsah marketingového mixu
- Produkt, cena, místo, marketingová komunikace
- Marketingový mix pro každou firmu

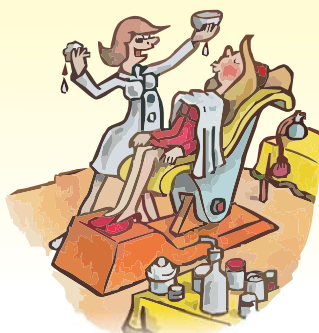
16. OSOBITÝ STYL JEDINCE A IMAGE PRACOVNÍŠTĚ



Odivání a s tím spojená móda provází lidstvo od pravěku. Stejně stará je i zkušenost, že dobře nebo špatně zvolený oděv může podtrhnout, nebo také zcela znemožnit osobnost člověka. Volba správného oblečení pro určitou příležitost, situaci i věkovou skupinu zvýší naši prestiž ve společnosti. Dobře vybavený šatník nám zjednoduší život a možná také ušetří finanční prostředky. V tomto kurzu se zaměříme také na pracovní oblečení, které je odlišné od oblečení pro volný čas a jiné aktivity, jedná se především o pracovní uniformy a profesní oblečení. To jak navenek vypadáme, nás zařazuje do určité kategorie a vytváří také povědomí o tom, jací jsme uvnitř. Ne nadarmo se říká, že šaty dělají člověka.

- Proč umět být chic
- Oděv, móda, módní trendy
- Prognózy a současné módní trendy v oblékání
- Pracovní uniformy a profesní oblečení
- Základní stavební prvky profesního šatníku 21. století
- Doplnky

17. VIZÁŽISTIKA



Každá žena může být krásná, nejde pouze o krásu vnější, ale také o krásu vnitřní, kterou vyzařuje na své okolí. My se v tomto kurzu budeme zabývat krásou vnější, jak být krásnější a hlavně to nepřehnat, jelikož všeho moc škodí. Každá žena má jiný tvar obličeje, jiné výrazové rysy, ale existují základní pravidla, která se vyplatí respektovat, pokud chce žena vypadat upraveně a být dobře nalíčená. V dokonalém nalíčení bude každá žena vyzařovat sebedůvěru. V tomto kurzu se také dovíme o barevné typologii, které barvy se ke které ženě hodí, co podtrhuje její krásu. Pokud si žena nechá poradit jak se vhodně líčit, jaké kosmetické produkty má používat a jak se vhodně oblékat bude určitě vypadat dobře pro své okolí, ale také se bude více cítit sama sebou, tedy ženou.

- Základní pojmy
- Kosmetické produkty
- Barevná typologie
- Odličení je základ
- Příprava obličeje na líčení
- Malá škola líčení
- Desatero vizážistů

18. STYLISTIKA



Projev mluvený i psaný je vizitkou vaší firmy a vašeho podnikání, může přinést ovoce a zároveň může být jednou z příčin vašeho neúspěchu. Určitě vy sami byste neuzavřeli dohodu či smlouvu s někým, kdo vám pošle dopis, který bude obsahovat stylistické chyby a bude vypadat nevhledně a chaoticky. Taktéž se déle nebudete bavit s člověkem, který po telefonu na vás působí arogantně, nemá kultivovaný projev a nedokáže ve vás vyvolat pocit důvěry. V tomto kurzu se zaměříme na to, abyste působili přesvědčivě ve vašem mluveném i psaném projevu, tedy bez zbytečných chyb a nedostatků, tak aby vás obchodní partneři a zákazníci vnímali jako lukrativní partnery, se kterými budou rádi komunikovat a spolupracovat.

- Telefonická stylistika
- 7 základních pravidel komunikace po telefonu
- Písemná stylistika
- Stavba obchodních dopisů
- Přesvědčivý mluvený projev

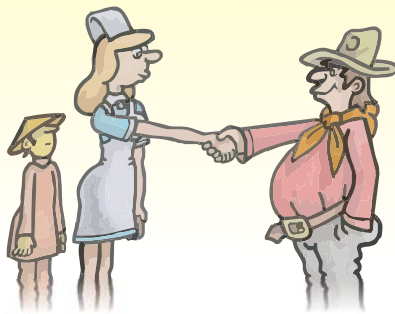
19. ZVLÁDÁNÍ STRESU



Žijeme v uspěchané době, kdy jsme vystaveni neustálému tlaku, nestíháme, dohnáme resty, termíny, zkrátka se stresujeme. Tematika stresu se týká každého z nás. Určitě již každý nějaký ten stres zažil. Krátkodobý stres dokonce může mít pozitivní účinky na náš organismus, dovádí nás k vyšším výkonům a po stresu přichází často uvolnění. Ovšem někteří z nás trpí stresem neustálým a dlouhodobým, který už tak příznivé účinky na naše zdraví nemá. Přes tři čtvrtiny lidí v současnosti umírá na nemoci, na jejichž vzniku se spolupodílel stres. Význam stresu by se tedy neměl podceňovat. Zejména největší pozor by si měla dát jedna z nejrizikovějších skupin lidí, tedy podnikatelé. Pod neustálým tlakem a pracovním nasazením si často neuvědomují, že může nastat okamžik, kdy budou nuceni prostě vypnout, objeví se příznaky různých závažných nemocí nebo také dojde k celkovému selhání organismu a syndromu vyhoření.

- Co je a co není stres?
- Stres obecně, jeho definice
- Příčiny stresu a reakce na něj
- Jak si můžeme pomoci sami?

20. ETIKETA - ANEB DOBRÉ MRÁVY OPĚT V KURZU



Zažili jste někdy trapnou situaci při představování, podávání ruky, oslovování, tykání a vykání či vás někdy zaskočilo množství příborů v restauraci nebo nepříjemná událost při společenském setkání? Od samého vzniku společnosti, od doby prvobytně pospolné, existovaly určité zvyklosti, práva, nepsané zákony, způsoby jednání a chování vůči sobě. Vznikaly jako důsledek každodenní praxe ve snaze zavést jakýsi systém, řád, kodex do života společnosti. Chceme-li mít v životě úspěch, bez umění dobře vycházet s lidmi okolo sebe nemáme šanci. K tomu nám může dopomoci etiketa. Etiketa můžeme rozumět soubor jistých zvyků a obyčejů ve společenském styku.

- Jak se chováme při setkání
- Společenská konverzace, a ještě něco navíc
- Výpravy za kulturou
- V restauraci
- Různé formy společenských podniků, přátelské návštěvy
- Jak správně korespondujeme nebo telefonujeme
- Mimořádné události

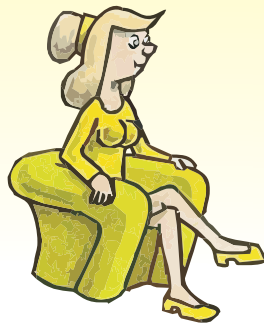
21. KOMUNIKACE SE ZÁKAZNÍKEM



Komunikovat se zákazníkem tak, aby byl spokojen je někdy velmi vyčerpávající, složité a vyžaduje určitou zkušenost a hlavně šikovnost. Není nic horšího než nespokojený zákazník, který vám to dá najevo tím, že už ho nikdy nevidíte a ještě vám v tom horším případě udělá špatnou reklamu. Měli byste mít na paměti, že chcete a usilujete o to, aby se k vám zákazník rád vracel a byl nejen s vaší nabídkou spokojen, ale také s vámi jako firmou, či prodejcem se kterým komunikuje. V komunikaci se zákazníkem je nezbytná empatie a schopnost dobře naslouchat a tudíž odhadnout i ty skryté potřeby zákazníků tak, abyste jim mohli udělat co nejlepší nabídku. V tomto kurzu se zaměříme na celkovou komunikaci se zákazníkem nejen tváří v tvář, ale také s komunikací po telefonu.

- Komunikace z očí do očí
- Když volá zákazník, když voláme zákazníkovi
- Rozzlobený zákazník
- Kde seženeme nové zákazníky
- Jak se zbavíme zákazníka
- Ptejme se, poslouchejme, poskytujme informace
- Slyšíme opravdu, co nám zákazníci říkají?

22. PRODEJNÍ DOVEDNOSTI



Některým prodejcům se daří velice dobře. Velmi slušně vydělávají, žijí v pěkných domech, jezdí v krásných autech, obědvají v nejlepších restauracích. Dokonce po kapsách nosí spoustu peněz a jejich bankovní konta jsou také vysoká. Většinou jsou šťastní, optimističtí, přátelští a zdá se, že mají svůj život plně v rukou. Tito lidé jsou úspěšnými prodejci, protože umí prodat především sami sebe, mají výjimečné přednosti. Ovšem nic nejde samo a můžeme tedy konstatovat, že prodávat není jednoduché. Mějte na paměti, že myšlení je to, co vás určuje. Negativní myšlení má za následek negativní jednání, pozitivní myšlení zase pozitivní jednání.

- Jaké jsou osobní předpoklady správného prodejce?
- Jak se co nejlépe připravíme na obchodování?
- Zahájení prodejního procesu
- Jak správně prezentujeme nabídku?
- Uzavření obchodu

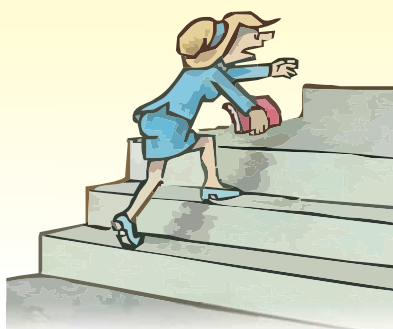
23. VYJEDNÁVÁNÍ A ARGUMENTACE



Umět dobře vyjednávat a vhodně argumentovat je schopnost, kterou by určitě každý ocenil. Není to však samozřejmé, ale dá se tomu naučit. Účelem každého vyjednávání by mělo být dosažení takových dohod, které jsou výhodné pro všechny zúčastněné strany. Dobrý vyjednaváč je trpělivý a snaží se dívat na situaci druhé strany objektivně. Je nutné mít "strategii vyjednávání", poskytovat ústupky krok za krokem a být silný v argumentaci. Svého protivníka byste měli respektovat a nikdy nepodceňovat. Další důležitá věc je pečlivý výběr vašeho vyjednavacího týmu, je nutné mít kolem sebe lidi, kterým věříte a u kterých jste schopni předvídat způsob reakce a chování při vyjednávání. Při vyjednávání je nutné být pozitivní. Pozitivní způsob prezentace s citlivým využitím humoru je kombinace, která vám umožní získat důvěru např. zákazníka a tím i mnohem větší prostor pro nalezení úspěšného řešení.

- Podstata vyjednávání
- Sebevědomé vyjednávání
- Fáze vyjednávání
- Vlastnosti úspěšných vyjednaváčů
- Vyjednavací dovednosti
- Základní komunikační dovednosti
- Řešení konfliktů

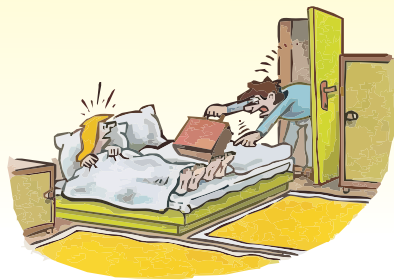
24. ÚSPĚŠNÝ NÁKUPČÍ



Pokud chceme mít dobrý pocit z úspěšně provedeného nákupu, ať už jako soukromá osoba - konečný spotřebitel nebo pracovník firmy či soukromý podnikatel, určitě bychom měli dodržovat určité zásady, již ověřené zkušeností, a postupy, které nás nezatíží zbytečně vynaloženými finančními prostředky. Každá firma potřebuje pro svůj plynulý chod spoustu věcí. Je důležité, nakupovat jen to, co potřebujeme, a určitě jen tolik, kolik potřebujeme. Vzhledem k tomu, že to všechno stojí nemalé finanční prostředky, je nutné se rozhodnout, kdy a kolik nakoupit. Nemůžeme nakupovat pouze bezmyšlenkovitě, ale vše musíme dopředu dobře zvážit a naplánovat.

- Nákup a nákupní rozhodování konečného spotřebitele
- Motivace poptávky
- Nákup pro firmu - zajištění vstupů do podnikání
- Informace o obchodním partnerovi
- Odběratelsko-dodavatelské vztahy; hospodářské smlouvy
- Co znát o nakupovaném produktu
- Vztah ceny a hodnoty produktu
- Návaznost mezi výrobou, velkoobchodem a maloobchodem

25. ZÁKLADY MODERNÍ EKONOMIE



Každý člověk se ve společnosti projevuje určitým způsobem. Nakupuje zboží, spotřebovává, bydlí ve svých či pronajatých domech. Hospodaří se svými penězi. Můžeme tedy říci, že se chová tržně. Máme představu o tom, co se skrývá pod pojmem moderní ekonomie, co je to makroekonomie či mikroekonomie? Ekonomie pojednává o ekonomickém chování člověka a tržním procesu. Je to vědní disciplína, která je stará dvě století a zasahuje do všech odvětví lidských činností. V tomto kurzu si blíže vysvětlíme jednotlivé pojmy a seznámíme se ze základy ekonomie. Přehled o ekonomickém dění v zemi, ve které žijeme, by měl mít každý člověk.

- Základy ekonomie jako vědní disciplíny
- Tržní ekonomika
- Makroekonomie
- HDP a HNP
- Mikroekonomie
- Mezní užitek
- Důchodový efekt

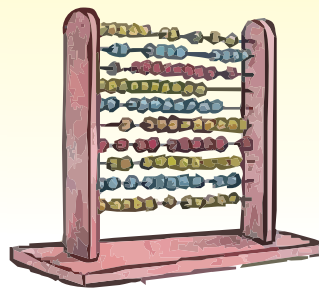
26. KALKULACE, TAJEMSTVÍ CENY



Ceny v obchodech jsou u jednotlivých výrobků různé. I když nám připadá, že stanovení ceny je jednoduchou záležitostí a ceny jsou stanoveny nahodile, není tomu tak. Abychom pokryli náklady na výrobu jednoho výrobku či služby je nutno si cenu dobře stanovit a propočítat. Odborně se stanovování cen říká kalkulace, která obsahuje dílčí části nákladů a také marži, kterou chce obchodník získat. V tomto kurzu se seznámíme s možnostmi jak stanovit cenu, jak ji tedy správně propočítat, abychom nebyli ztrátoví. Zaměříme se na obecný kalkulační vzorec, ze kterého vychází konečné stanovení ceny.

- Kalkulované náklady a stanovení ceny
- Všeobecný kalkulační vzorec
- Hlavní rozdíly mezi rozpočtem a kalkulací
- Variabilní a fixní náklady
- Bod zvratu

27. FINANČNÍ PLÁN



Téměř každá žena počítá příjmy a výdaje, které souvisí s chodem domácnosti za každý měsíc. Možná ani netuší, ale dělá si svůj vlastní finanční plán. V podnikání je tomu obdobně. K tomu, aby se podnikatelka vyhnula eventuálnímu neúspěchu již na samotném počátku podnikání či v průběhu svého podnikání, je účelné sestavit zakladatelský rozpočet, finanční plán. Tento finanční plán by nám měl dát odpovědi na řadu otázek. My se v tomto kurzu dozvíme, jaké dotazy by finanční plán měl zodpovědět, na co se zaměřit při jeho sestavování.

- Nač musí dát odpověď zakladatelský rozpočet (*finanční plán*)
- Zdroje financování pro pořízení dlouhodobého a oběžného majetku
- Plánovaný rozsah výnosů, nákladů a zisku
- Co to je cash flow a jaký má význam

28. ZÁKLADY PRÁVA - PRÁVNÍ GRAMOTNOST PODNIKATELŮ



Jestliže chceme začít podnikat, měli bychom se orientovat v základních právních věcech, do které právní formy podnikání se vrhnout, jaké smlouvy svým zaměstnancům připravit, kde se registrovat. Každá podnikatelka by měla znát základní paragrafy obchodního, občanského či živnostenského zákona, aby byla na svou podnikatelskou dráhu dobře připravena. Dříve než se tedy podnikatelka vrhne na samotné podnikání, musí založit podnik. Obchodní zákoník a další právní normy nabízejí podnikatelům různé právní formy podnikání, jejichž výběr plně závisí na podnikateli. Při volbě právní formy podnikání musí podnikatel či podnikatelka zvážit všechny možné varianty, které existují, konečná volba je tedy jen na nich, proto by měla znát všechny možnosti a rizika, která se pojí k jednotlivým formám.

- Podnik, podnikatel
- V jaké vlastnické formě lze podnikat?
- Živnosti
- Minimum majetkového práva

29. DANĚ, VÍME JAK NA NĚ?



Na světě je málo jistot. Jedna z jistot je, že někdo dříve či později musí zemřít, druhá jistota je, že musíme platit daně. Vzhledem k tomu, že s první jistotou toho příliš neuděláme, je dobré se alespoň v základních rysech seznámit s daněmi, abychom přece jen neplatili více, než skutečně musíme, a také abychom měli představu o tom, co se s vybranými daněmi děje a co vše se z nich financuje. Možná ani netušíte, jaké daně se v naší zemi platí a jakou daňovou soustavu v ČR máme. Tyto věci vám budou objasněny v tomto kurzu.

- Základní rozdělení daní
- Co by každý měl znát o dani z příjmů fyzických osob, i když mu dělá daňové přiznání daňový poradce
- Základní pojmy - poplatník, předmět daně, plátce daně
- Daň z přidané hodnoty
- Princip výpočtu, sazby daně

30. SLAĎOVÁNÍ PRACOVNÍHO A RODINNÉHO ŽIVOTA ANEB JAK DOKÁZAT NEMOŽNÉ



Chystáte se po mateřské dovolené do práce a máte hrůzu a obavu z toho jak sladit svůj pracovní a rodinný život tak, aby nikdo neustrádal, abyste stihly pracovat, věnovat se dětem, manželovi a svým blízkým? Nebo jste kariéristkou a zjišťujete, že vaše rodina trpí, nemáte dostatek času na všechny své aktivity, kterým byste se ráda věnovala? Současná společnost vyžaduje výkon. Nesoulad mezi prací a rodinou se může negativně projevit např. zkrachováním vztahu, rozpadem rodiny nebo zdravotními problémy. Ukážeme vám možnosti jak sladit jednotlivé aktivity tak, aby nikdo neustrádal.

- Co je sladování rodinného a pracovního života?
- Proč je toto téma pro mne důležité?
- Možnosti řešení - jak skloubíme práci a rodinu
- Flexibilní opatření pro lepší sladování pracovního a rodinného života
- Postup při zavádění flexibilních opatření ve firmě
- Stress management - Zvládání stresu
- Jak si správně rozvrhnout čas

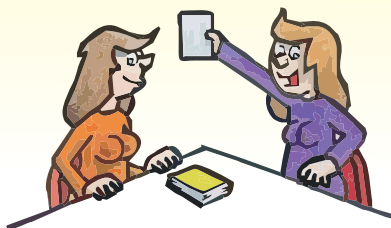
31. ROZVOJ SKRYTÝCH SCHOPNOSTÍ



Chceme-li být úspěšné ženy a ještě nadto ženy podnikatelky, musíme se vyrovnat mužům nebo být ještě lepšími. Ale ne se jim přizpůsobit, ale umět si s nimi poradit. Mnohá žena se ve snaze konkurovat mužům chová jako oni, je tvrdá jako oni, neústupná, je jednou z nich. A úplně přehlídí, že má jiné zbraně než muži. Je třeba umět odhalit a hlavně využít svých skrytých schopností. Někdy stačí úsměv, vlídná a příjemná komunikace, pokora a úcta k ostatním, upravený vzhled. Některé skryté schopnosti používáme automaticky, aniž bychom si to samy uvědomovaly. Ale jsou to právě ty, kterých si na nás druzí cení, obdivují je a váží si jich.

- Jak mě vidí svět
- Využití vrozených vlastností
- Jak se kde chovat
- Zůstaňme ženami!

32. PODPORA SEBEVĚDOMÍ



Nedostatečné sebevědomí je pro řadu lidí příčinou řady osobních i pracovních problémů. Bohužel nedostatečné sebevědomí také pramení z našich vztahů s partnery, kteří nám mohou naše sebevědomí snižovat a udusávat jej do země. Potlačovat či snižovat naše sebevědomí mohou také rodiče či náš nadřízený. Určitě jste již slyšeli od svých rodičů, „raději to nedělej, ať to nepokazíš“ nebo „to nezvládneš“. Tím vším se naše sebevědomí snižuje a my tak máme pocit, že nejsme schopni ničeho docílit, nic překonat a udělat. Netroufáme si na některé věci, které bychom mohli zvládnout s úplným přehledem. V tomto kurzu se naučíme a ukážeme si způsoby a metody jak lze pracovat se svým sebevědomím a jak jej můžeme zvyšovat.

- Co je to malé sebevědomí?
- Jak se dá malé sebevědomí překonat?
- Potřeba smyslu

33. MUŽI JAKO PARTNEŘI



Máme-li se lépe rozhodovat, jednat s nadhledem a strategicky chytře, musíme rozumět fungování jiných. Je tedy nutno také porozumět chování mužů. Často dochází k nedorozuměním mezi očekáváním ženy a muži navzájem. Žijeme v paternalistické společnosti a v kultuře, kde jednou z předních hodnot je úspěch. Mít v povolání úspěch neznamena, že máte hrát mužskou roli. Je však důležité rozumět tomu, jak muži fungují. Muži mají obecně větší odvahu riskovat, ženy se rizika často obávají a jsou opatrnější. Svá rozhodnutí vidí ženy se všemi důsledky a možnostmi do budoucnosti. Muži žijí více přítomností a neodhadují rizika daleko dopředu. Rozdílů mezi chováním žen a mužů se najde spousta. Muži a ženy jsou odlišné bytosti, ale pokud se správně pochopí, respektují se, mohou být sobě dobrými partnery nejen v osobním ale také pracovním životě.

- Muži a ženy jednají v práci jinak. Proč?
- Najděte klíč k porozumění mužům!
- Změnit sebe a změnit pravidla

34. EU V KOSTCE



Naše země je od roku 2004 součástí Evropské unie. Již všichni jsme zaznamenali snad nějaké výhody, které toto členství nabízí. Dnes můžeme cestovat a obchodovat bez hranic, zavádí se jednotná evropská měna, dochází k lepší ochraně životního prostředí, zvyšuje se životní úroveň v chudších regionech, pracuje se na společném postupu při potírání kriminality a terorizmu a určitě ještě celá řada dalších aktivit, které mají za cíl zlepšit náš život. EU je jedinečné hospodářské a politické partnerství demokratických zemí Evropy. Možná nám ale chybí ucelené informace o Evropské unii, o tom, které členské státy do ní patří, kdy který stát přistoupil nebo jaké jsou hlavní orgány EU či podle jakých práv se EU řídí. V rámci tohoto kurzu vám dáme přehled o těch základních věcech, které se týkají EU.

- Kaleidoskop evropské „rodiny“
- Kdo je hlavou rodiny?
- Evropský chrám
- Právo a kasa v evropské „rodině“
- Vaše 4 svobody na trhu
- Naše republika v EU
- Evropské symboly

35. PODNIKATELKA V EU



Chtěla bych podnikat i mimo ČR. Mám nějakou možnost? Jak bych měla začít? Jak jsou přijímáni cizí podnikatelé v zemích Evropského společenství? Existují obecné podmínky pro podnikání v EU, ale jednotlivé země se od sebe liší specifickými stanovami. Ty se snaží sjednotit EU a vypracovat tak jednotnou Strategii pro služby vnitřního trhu Evropské unie. Výhodou takového podnikání může být jistě větší trh a také odbyt, což je výhodné především pro velké firmy v malé zemi. Podnikání v EU má své zákonitosti a také specifika. Postupně si odhalíme možnosti, výhody a nevýhody podnikání za hranicemi našeho státu.

- Jak podnikáme v zemích Evropské unie
- Programy pomoci EU pro podnikatele
- Základem je projekt
- Veřejné zakázky a ochrana hospodářské soutěže
- BOZP a ekologické standardy

36. ZÍSKÁVÁNÍ DOTACÍ



Dotace z Evropské unie jsou stále populárnějším tématem. Zdá se, jako by byly pro většinu obyvatel ČR jakousi kouzelnou formulí, která by jim měla pomoci vyřešit jejich problémy. V praxi se setkáváme s mnoha záměry, na které bychom rádi získali dotace. Ovšem získat dotaci, napsat kvalitní projekt, postarat se o jeho realizaci není mnohdy jednoduché, vyžaduje velké množství času, práce, energie a úsilí. Jednou z hlavních možností podnikání jsou v období 2007 - 2013 strukturální fondy Evropské unie - zdroje, odkud se dají získat peníze na financování podnikatelských aktivit. Patrně vás bude zajímat, jaké typy dotací EU poskytuje, jak je můžete získat a jaký cíl tím sleduje. Vše potřebné se dovíte právě v tomto kurzu.

- Jak a kde získáme informace?
- Jak si najdeme vhodnou dotaci?
- Zajistíme si financování!
- Vyřídíme si dotaci.
- Udržme si dotaci!

Rozvojové partnerství

Koordinátor



AG Synerko, s.r.o.
tel.: +420 595 691 940
e-mail: info@agsynerko.cz
web: www.agsynerko.cz

Partneři



TEMPO Training & Consulting, s.r.o.
tel./fax: +420 596 740 293
e-mail: euostrava@tempo.cz
web: www.tempo.cz



ATHENA – Společnost pro vzdělávání a rozvoj žen
tel./fax: +420 599 529 980
e-mail: athena@wo.cz
web: www.athena.euweb.cz



Institut Rozvoje Podnikání, s.r.o.
tel.: +420 596 229 000
fax: +420 596 229 009
web: www.irp.cz



MAPM – Moravská asociace podnikatelek a manažerek
tel.: +420 542 425 269
e-mail: centrala@mapm.cz
web: www.mapm.cz



EVASCO, s.r.o.
tel.: +420 222 074 109
e-mail: office@evasco.cz
web: www.evasco.cz



CZ.04.4.09/2.1.00.6/0412