



MASARYKOVA UNIVERZITA
PRÁVNICKÁ FAKULTA
ÚSTAV DOVEDNOSTNÍ VÝUKY A INOVACE STUDIA

PROJEKT „TEORIE – DOVEDNOSTI – PRAXE: INOVACE STUDIA PRÁVA“
reg. č. CZ.1.07/2.2.00/15.0198, Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost

Dovednosti – etika

Motto:

Pamatujte si, že nikdy nemáte druhou šanci udělat první dojem. První dojem vytváříme gesty, hlasem, výrazem očí, úsměvem a především oblečením.

/Ladislav Špaček: Malá kniha etikety pro manažery /

1. Pojem etika x etiketa

Etika – teorie mravnosti, soustava názorů na mravnost, systém mravních norem.

1.1. ETIKA A MORÁLKA - DNEŠNÍ VÝZNAM

Definice těchto dvou pojmů se mohou v zásadě často lišit, ale vždy vyjadřují zhruba totéž. Někteří autoři pojmy morálka a etika rozlišují a významově je od sebe oddělují, jiní naopak nikoliv.

Poměrně zajímavý a výstižný je přístup /Fuchs/, který uvádí dvě různé funkce morálky a přiřazuje je oběma pojmům:

morálka: souhrn způsobů jednání jednotlivců ve společnosti + předpisy pro toto jednání – vyjadřuje tedy všechny zvyky, obyčeje, normy, zákony, tedy vše, co má lidský život jednak zjednodušovat předem danými schématy rozhodování a jednání a jednak regulovat způsob života jednotlivce ve společnosti.
Tento pojem tedy ukazuje na regulační funkci morálky.

etika: uvažování o správnosti morálky a jejích předpisů – řeší tedy zejména oprávněnost požadavků morálky v různých situacích a oblastech, což vyjadřuje její legitimizační funkci.

Zatímco tedy **morálka předkládá normy, etika řeší, zda a za jakých podmínek jsou jejich požadavky oprávněné, spravedlivé a ospravedlnitelné.**



evropský
sociální
fond v ČR



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



Základní otázka etiky tedy zní: „**Co dělá naše jednání dobrým?**“.

Již předběžně a díky morálnímu předporozumění, které má každý člověk, můžeme říci, že jednání dobrým nedělá pouze věrnost a poslušnost určitému étosu.

Do hry vstupuje mnoho prvků, které člověk není ani s to postihnout. K absolutně dobrému jednání se tedy můžeme vždy jen více či méně přiblížit.

Etika se tedy vztahuje zejména na jednání, ale můžeme říci, že v širším slova smyslu – tedy včetně smýšlení, které stojí za tímto jednáním či které k tomuto jednání směřuje.

Předpoklady etiky:

Proč vůbec etika funguje a morálku chápe úplně každý, kdo dospěl k užívání rozumu?

- každý člověk je schopný poznat rozdíl mezi dobrem a zlem – neznamena to ale, že všichni považují za dobré a zlé vždy to samé (pro lidojeda znamená poobědvat svého nepřítele dobrou a správnou věc, zatímco leckde ve světě by za tento čin dostal trest smrti)
- každý rozhodně ví, že dobro je třeba dělat a zla se vystríhat – někdy se tato všelidská schopnost také vyjadřuje známým „mít svědomí“
- z toho plyne, že člověk je jednoznačně etická bytost

Předpoklady mravně hodnotitelného jednání aneb co je třeba vzít v úvahu než začneme nějaký čin soudit či posuzovat :

Jednání nelze nikdy hodnotit jen podle toho, zda odpovídá nějakému obyčejí či normě nebo zda za ním byly dobré úmysly. Je to vždy mnohem složitější, jelikož je možné provést objektivně dobrý čin se zlým úmyslem, ale zároveň také objektivně špatný čin s úmyslem dobrým. Na tomto místě by bylo příliš komplikované to rozebírat hlouběji, ale existují určité podmínky, které je třeba brát v potaz při jakémkoliv posuzování určitého jednání: **jasnost poznání, užití rozumu, dobrovolnost a míra dané a užití svobody.**

Nezbytnost morálky

S morálkou se setkáváme na každém kroku, aniž si to vždy uvědomujeme. **Morálka jednak lidský život zjednodušuje tím, že v mnoha situacích se nemusíme rozhodovat vždy znovu a předem promýšlet své činy** (např. zaplatím v obchodě za pár rohlíků nebo je prostě ukradnu?) a **jednak je morálka vůbec předpokladem společenského života.**

Dává nám tedy jistotu v tom, co máme od druhých lidí čekat a zároveň dává hranice naší svobodě, aby se nestala libovůlí či zvlí. Bez morálky by lidské soužití nebylo vůbec možné, protože žít v nejistotě a bez pocitu bezpečí není možné. Bez morálky by se lidské společenství brzy dostalo do stavu anarchie a na úroveň zákonů džungle.





1.2. ETIKETA

Etiketa původně znamenala papírový lístek nebo štítek s nějakou informací, například etiketa na lahvičce s léky, která popisuje obsah.

Stejně se označovaly i lístky se jmény, jimiž se u francouzského královského dvora určovalo místo u stolu, kam se má host posadit. Tento význam se pak rozšířil na pravidla zdvořilosti a dobrého společenského chování vůbec.

I v tomto rozšířeném významu však etiketa znamená pravidla spíše zdvořilostní, jejichž porušení sice společnost odmítá, ale netrestá a vlastně ani neodsuzuje. **Kdo porušil etiketu, je nevychovaný a nezdvořilý, nemusí však být mravně špatný.**

Etiketa je součástí společenského mravu, nikoli morálky a etiky. Její pravidla jsou původně nepsaná a někdy není jasné, proč se určité chování předepisuje nebo naopak zakazuje.

Většinou však zpřijemňují vzájemný styk (například zákaz mlaskat při jídle) a často vyjadřují jistou zdrženlivost a respekt k ostatním, k ženám a starším (například přednost u stolu, ve dveřích). Dodržováním etikety dává člověk najevo, že ví „co se sluší“ a že tedy do daného prostředí patří.

Předchází tím konfliktům a zároveň se brání nežádoucí důvěrnosti.

Etiketa je vysoce konvenční záležitost a je tedy v každé společnosti a v každém prostředí odlišná. Přesto se téměř vždy soustřeďuje na několik **hlavních okruhů**:

- držení těla a gest,
- oblečení a účesu,
- pozdravu a gest při setkání a loučení,
- chování při jídle,
- chování vůči osobám druhého pohlaví,
- řeči a rozhovoru.

V moderní společnosti, kde člověk vystupuje v různých prostředích a rolích, závisí silně na právě zastávané roli: bankovní úředník, lékař, učitel, policista ve službě musí dodržovat pravidla a vzorce chování, které se liší od chování doma nebo mezi přáteli. V současné době kladou firmy na chování svých zaměstnanců vůči zákazníkům velký důraz a často pro ně pořádají zvláštní kurzy zdvořilosti.

Podobně významné jsou dnes i rozdíly etikety v různých zemích.





1.3. ŘEČ TĚLA - NEVERBÁLNÍ PROJEVY, JEDNOTLIVÁ GESTA





Přicházející člověk

- **Odvaha, sebedůvěra, smělost** - rázná, vzpřímená chůze
- **Skříčenost, deprese** - shrbený člověk, ruce v kapsách
- **Nejistota, submise** (pokora, poslušnost) – přešlapování
- **Plachost** - ruce zkroucené či spojené před tělem
- **Malé sebevědomí** - ruce překřížené před tělem
- **Zlost, agrese** - ruce v bok
- **Okázalý nezáměr, uvolnění, relaxace** - ležérní postoj, opírá se o něco

Chování při prezentaci

- **Znuděnost** - pozice sedu s nohou přes nohu a horní lehce houpá
- **Nezáměr** - hlava v dlaních a oči koukají směrem dolů
- **Záměr** - nakloněná hlava
- **Soustředěnost** - mírný předklon
- **Netrpělivost** - posed na kraji židle, pohledy na hodinky a ke dveřím
- **Plachost, nejistota** - nohy těsně vedle sebe, ruce na kolenou
- **Nezáměr o komunikaci** - otáčení hlavy, těla na opačnou stranu
- **Křečovitost** - zkroucené nohy

Potenciální zákazník

- **Návrh zvažuje, hodnotí a přemýšlí** - ruka na bradě
- **Blížící se rozhodnutí** - mne si bradu
- **Negativní hodnocení** - rukou má sevřený nosní můstek, zavřené oči
- **Lhaní, pochyby, nedůvěra** - tření nosu, doteky kolem očí
- **Pocit viny, rozpaky** - zatáhnutí dolního rtu
- **Nervozita, lítost** - kousání prstu
- **Očekává od vás více** - tření rukou
- **Upřímnost, naivita** - otevřené dlaně
- **Hněv, zlost, vztek, frustrace, obavy** - ruce sevřené za zády

Uchazeč o práci

- **Sebedůvěra, nadřazenost** - posed s rukama za zády a nohu má přes nohu
- **Autoritativnost** - ruce na stole či klíně složené do stříšky směrem vzhůru

1.4. PŘIJÍMACÍ POHOVOR

Video Špaček 10/1.





2. Administrativní a komunikační dovednosti

2.1. PÍSEMNÁ KOMUNIKACE

Písemný projev o vás mnoho vypovídá – o vašem vzdělání, znalostech i celkovém přehledu. V dnešní době, kdy jako podnikatel nejspíše píšete spousty emailů, firemních materiálů a jiných dokumentů, je písemný projev stále důležitější. základními pravidly firemní korespondence a úpravy textu obchodního dopisu.

2.1.FIREMNÍ KORESPONDENCE

2.1.1. Základní pravidla písemné komunikace - obchodního dopisu

- *Adresa*

Adresa **odesílatele** se píše vždy doleva nahoru. Pod ní je adresa adresáta. Do vlastní adresy i v případě písemné korespondence lze uvést e-mailovou adresu.

- *Oslovení*

Oslovujeme vždy pátým pádem a oddělujeme jej čárkami na obou stranách. Pozor na výraz úcty - zájmena Vás, Vašemu, Vaším, píšeme s velkým „V“. Pokud nevíte, komu se dopis dostane do rukou, začněte nezávazným oslovením (např. "Vážený pane/Vážená paní").

- *Ukončení*

Pokud **dopis** podepisujete ve dvou, umísťují se podpisy vedle sebe, vlevo patří podpis významnější osoby. Nezapomeňte uvést místo a datum vzniku dopisu. Za formální dopis patří také celkový počet příloh nebo jejich jmenný seznam.

2.1.2.Firemní elektronická komunikace

Je důležité dodržovat výše popsané zásady a pravidla i u **elektronické korespondence**, mimo to pak při e-mailové komunikaci musíte dbát na další zásady.

Při osobním setkání hodně napoví gestikulace, tón řeči a mimika v obličeji. I do telefonu můžeme používat alespoň intonaci hlasu, smích a tím navodíme příjemnou atmosféru. V e-mailu musíme tyto chybějící výrazové prostředky nahradit jinak. Postupujeme tedy podobně jako při psaní dopisu.





- **Předmět e-mailu**

Nezapomeňte vyplnit předmět **e-mailu**, je to nezdvorné. Správně zvolený předmět, který vystihuje přesně obsah e-mailu, usnadňuje orientaci. Někteří lidé čtou pouze předměty a rovnou mažou.

- **Text e-mailu**

Text musí být stručný a jasný - vyhněte se emocím. E-mail by neměl být příliš dlouhý, obecně se považuje za maximum 40 řádek. Vhodné je text členit volnými řádky, aby se zachovala přehlednost.

- **Závěr e-mailu**

Na závěr e-mailu poděkujte za brzkou odpověď, je to slušnost. Podpis může obsahovat i bližší informace o vás a vaší firmě, telefonní číslo, název firmy apod. E-mail taktéž podléhá firemní kultuře, proto bývá ve stejném stylu, jako všechny firemní dokumenty.

- **Příloha e-mailu**

Na přílohu upozorněte, pokud nějakou přikládáte (**a hlavně ji pošlete**), lehce se totiž přehlédne.

- **Hromadné e-mail**

Při rozesílání více **e-mailů**, dbejte na ochranu soukromí jedinců. Rozesílejte zprávu každému zvlášť nebo využijte skryté kopie. Zásadně ale nerozesílejte spam a nevyžádanou poštu, to patří k hrubému porušení internetové etikety.

- **Odpověď na e-mail**

Na **obchodní zprávu** odpovězte určitě nejpozději do 48 hodin, i kdyby to mělo být pouhé poděkování a prosba o strpení, je to slušné. Pokud vám přijde e-mail určený pro někoho jiného, smažte jej a slušně upozorněte odesílatele, že se spletl.

Pravidla pro usnadnění elektronické komunikace:

1. Usilovat o srozumitelné sdělení
2. Minimalizovat informace, ať čtenáři nemusí listovat sáhodlouhými zprávami
3. vepsat sdělení do předmětu
4. nezvýrazňovat, vyhnout se tiskacímu písmu
5. Nepsat nic, co bychom nesdělili při osobním kontaktu
6. používat srozumitelný jazyk
7. před odesláním zprávu zkontrolovat, zaměřit se zejména na smysluplnost, pravopis a interpunkce
8. nezapomínat, že email je veřejný, tedy nepsat nic, co by mohlo být použito proti Vám v právním sporu
9. neposílat spamy
10. čistit si schránku pravidelně





2.1.3. Základní pravidla pro úpravu textu

Písmo

- **Typ**
Stojaté písmo – Times New Roman CE, Arial CE, Verdana
- **Velikost**
Nejčastěji se používá velikost **10 – 12**

Řádkování

- **Řádkování 1** Používá se pro **obchodní dopisy**, zápisy z porad, smlouvy, žádosti aj. Pro přehlednost textu se mezi odstavci nechává prázdný řádek
- **Řádkování 1,5** - Má využití u **osobních dopisů, konceptů** (zůstane místo pro vpisování oprav), popř. krátké obchodních dopisů a firemních dokumentů.

Zarovnání

Nejvhodnější je zarovnání **do bloku**. Přílišné mezery, které tak mohou mezi slovy vzniknout, se dají v textovém editoru odstranit prostřednictvím možnosti Nástroje – dělení slov – automatické dělení slov.

Odstavce

Odstavce by měly být odsazeny, stačí použít tabulátor.

Zvýrazňování textu

Důležité části textu můžeme zvýraznit několika způsoby:

- změna velikosti písma,
- změna řezu písma – tučné, kurzíva,
- podtržení,
- psaní velkými písmeny, kapitálkami,
- umístění na samostatný řádek.

Důležité je vybrat si jeden styl **zvýrazňování** a ten opakovat v celém dokumentu. Stejně důležitá slova by měla být stejně zvýrazněna.

2.1. 4. Ochrana listovního tajemství

Pro každý **písemný styk** platí listovní tajemství, které zaručuje článek 13 Listiny základních lidských práv a svobod. Podle něj nikdo nesmí porušit **listovní tajemství** poštovních zásilek, zpráv podávaných telefonem, telegrafem či jiným obdobným zařízením.

Chráněna je tedy i soukromá pošta zaměstnanců v zaměstnání, včetně elektronické. **Dopisy adresované výlučně k rukám zaměstnance** nesmí nikdo jiný otevřít. Stejně tak





i soukromé maily, u nichž může zaměstnavatel sledovat nanejvýš jejich tzv. hlavičky, nikoliv ale obsah.

Pouze v případě, kdy se nedá zjistit, zda je **korespondence** soukromá a zaměstnanec není dostupný (např. nemoc, dovolená), je otevření pošty (e-mailu) možné, sporné případy by musel rozhodnout soud. Pokud otevřete dopis (e-mail) a zjistíte, že je soukromý, přestaňte jej okamžitě číst. Mohlo by totiž dojít i k žalobě na ochranu osobnosti. Při úmyslném jednání se dokonce vystavujete riziku trestného činu porušování tajemství dopravovaných zpráv.

2.2. TELEFONOVÁNÍ

NĚKTERÁ PRAVIDLA ETIKETY TELEFONOVÁNÍ:

- **Vaše nálada ovlivní volaného!** Úsměvný hlas se přijímá jako příjemný projev.
- **Mluvte pomaleji**, zřetelně, pokud možno hlubším hlasem.
Při telefonování bychom neměli jíst a pít či kouřit.
- Pokud je to nutné, dělejte si během hovoru poznámky a opakujte klíčové body. Jednak tím předejdete pozdějšímu nedorozumění, jednak váš partner bude vědět, že pozorně posloucháte.
- Pokud váš čeká složitější telefonické sdělení, věnujte přípravě na hovor značnou pozornost. Před samotným voláním si znovu ujasněte cíl, kterého chcete rozhovorem dosáhnout. Mějte u ruky nutné podklady.
- Během delšího monologu dbejte na to, abyste dali najevo svůj zájem, a to přitakáváním, slůvky, ano, jistě. **Vynecháte hovorová - nó nebo jo.**
- Oslovte volaného jménem, titulem nebo funkcí. Tím vnášíte do telefonátu osobní tón, který je podstatný pro získání důvěry.

Při telefonování si především uvědomíme, **zda voláme ve vhodnou dobu**. Netelefonujeme brzo ráno, pozdě večer ani v době oběda. Chceme-li telefonovat déle, poptáme se, zda nevyrušujeme. Při telefonech do zahraničí bereme v úvahu časový posun.

Povinností volajícího na soukromé číslo je **okamžitě se představit**. Volaný má povinnost pouze se ohlásit, buď slůvkem prosím nebo telefonním číslem, představovat se jménem nemusí.

V zaměstnání se ohlašuje volaný **názvem instituce, konkrétního oddělení (např. recepce), případně i jménem**. Povinnost představit se je opět na volajícím. Telefonujeme-li přes centrálu, jsme naprosto struční. Nezdržujeme zdvořilostními obraty. Stačí pozdrav, slůvko prosím a žádané číslo nebo jméno.

Stejně postupujeme, když voláme jakoukoli informační službu.

Za vyžádanou informaci **nezapomeneme poděkovat**. Když voláme na různé telefonní služby (buzení, operátor apod.), hlásíme se svým jménem a telefonním číslem.

Policii a zdravotní službu voláme přirozeně pouze v závažných a odůvodněných případech. Opět bychom měli nejprve ohlásit své jméno s adresou (kde se vyskytujeme) a stručně a jasně důvod, proč voláme.





Dnes je zneužití čísel na policii, hasiče a záchranou službu trestným činem.

Při přerušeném hovoru je na volajícím, aby volal znovu. Volaný zavěsí a čeká. Dojde-li k omylu, slušně se omluvíme.

Je samozřejmé, že celý rozhovor probíhá zdvořile.

Do telefonu nikdy neříkáme věci, které by nemohla slyšet třetí osoba.

Při hovoru není dobré do telefonu křičet, protože tím na sebe zbytečně upozorňujeme. Rovněž zvonění je nejlepší tzv. diskrétní při pohybování se na veřejnosti a ve veřejných dopravních prostředcích.

Hlasitost byste měli mít nastavenou s ohledem na prostředí, ve kterém se pohybujete.

Jestliže volaná osoba hovor odmítne, je dobré vyčkat určitý čas, a pak volat znovu. Není dobré volat znovu okamžitě. Pokud volaný hovor odmítne opět, je jasné, že s námi momentálně nechce nebo nemůže mluvit. Volanému by mělo být jasné, že s ním potřebujete mluvit. Jak bude mít možnost, měl by se ozvat sám.

Je-li zpráva neodkladná, je dobré zkusit poslat SMS a v ní stručně vysvětlit problém, jinak nám nezbývá nic jiného než počkat.

Mobilní telefon by v žádném případě **neměl zazvonit v divadle, na konferenci a při společenských událostech.** Pokud se tak stane, měl by se majitel telefonu omluvit za vyrušení a hovor odmítnout, nebo pokud je hovor neodkladný, měl by si ho vyřídit někde, kde nebude rušit.

RADY :

- Kromě jiného je telefon (not face to face, tedy bez osobního kontaktu) senzační už z toho důvodu, že umožňuje sdělovat skutečnosti, **které se v osobním kontaktu obtížně sdělují!**
Pokud telefonujete, předpokládá se, že na vás také spočívá iniciativa hovoru.
- Telefonátu je složité vyhnout se, zatímco nevídané návštěvě můžete daleko snáze uniknout.
- Volaného oslovujeme vždy pátým pádem. Nikdy nepoužíváme první pád.
- Po pozdravu je vhodné vznést dotaz, zda nerušíte - platí to také u telefonátu z mobilního telefonu. Pokud vám někdo zavolá nevhod, sdělte mu dobu, kdy vám může zavolat znovu. Můžete také nabídnout, že zavoláte sami.
- Pokud zjistíte, že jste se dovolali na špatné číslo, představte se. Stručně se za svůj omyl omluvte.
- Kvůli přerušení spojení je na volajícím, aby se znovu ozval.
- Zvoní-li pevná linka a vy vyřizujete další mobilní telefonát, vyřídíte velmi krátce hovor a bez veškerých emociálních projevů.





- **Domů se nedoporučuje volat před devátou ranní (během víkendu před desátou) a po deváté večer. Pokud to není nezbytně nutná záležitost, vyhněte se také době oběda.**
- Telefonát zásadně ukončuje osoba společensky významnější.
- **Blahopřání, ale zejména kondolence se vyřizují dopisem nebo osobně, ale nikdy ne telefonátem.**
- Není vhodné během soukromého hovoru přepínat na hlasitý odposlech. Nikdy nenahrávejte záznam jakéhokoliv hovoru bez souhlasu, je to nejen nevhodné, ale i trestné.
- Pokud se ozve na pevné lince záznamník, během vzkazu se představte, uveďte den a hodinu volání a nezapomeňte připomenout číslo svého telefonu. Měli byste se zmínit o problému (tématu), o kterém chcete s nepřítomným hovořit.
- Jsou lidé, kteří informují o svém mobilním čísle jen vybraný počet adresátů. Pak se na displeji objeví místo čísla volajícího symbolika krytého čísla. Pokud vám jej volající nesdělí, nevyžadujte jej. Má pro to své důvody.
- Vyhněte se slůvku **Haló a citoslovci Nó...** Především ono poslední slůvko o vás nepodává příliš lichotivý obraz.
- Jste-li v cizí kanceláři a pracovník má hovor, naznačte, že se vzdálíte. Pokud vás vyzve, abyste setrval(a), obraťte svou pozornost jinam, probíhající telefonát neposlouchejte.
- Pokud telefonujete do zahraničí, ujasněte si časové pásmo volaného a tomu přizpůsobte čas volání.

3. Manažerské dovednosti

3.1. NAVŠTÍVENKY = VIZITKY

Běžnější výraz **vizitka** (z francouzského slova visiter, tedy navštívit) vytlačuje zcela původní název navštívka.

V době, kdy neexistoval telefon, návštěvník oznamoval navštívku svou návštěvu nebo tím žádal o přijetí. Oznamovalo se tak i nastoupení do úřadu.

Tyto malé kartičky s historií dlouhou celá staletí se liší podle povolání, a také podle vkusu a povahy jejich majitele.

Oddělují se vizitky **služební** - ty uvádějí titul, jméno, příjmení, funkci, adresu zaměstnání, telefon, fax a e-mail do zaměstnání. Firemní vizitky (s logem nebo obchodním jménem) obvykle zajišťuje zaměstnavatel podle svých potřeb. Platí pravidlo: **čím vyšší je funkce v hierarchii úřadu či firmy, tím méně údajů vizitka obsahuje. Číslo mobilního telefonu se uvádí (podle jejich úvahy) pouze na vizitkách lékařů, daňových poradců nebo advokátů.** Takové uvedení znamená: jsem k dispozici stále, i doma.





Pro případ mimopracovního styku bývá ale vhodnější, pokud svému protějšku věnujete **vizitku osobní** (mobilní telefon či e-mailovou adresu lze také připsat). Takový postup bývá vždy považován za projev sympatií.

Soukromé vizitky uvádějí pouze číslo telefonu a adresu. Bývá zvykem, že v tomto případě se neuvádí titul. Pokud ovšem jde o mix, tedy běží o vaši tzv. prezentaci profesní (nebo když pracujete doma), jedná se o tzv. **kombinovanou vizitku**. Pokud používáte nějaké přechodné období, které trvá víc než měsíc, vyplatí se vám dá si vytisknout vizitky, které kombinují soukromý a profesní (služební) typ. Méně se používají tzv. osobní vizitky, které uvádějí pouze jméno nebo telefonní kontakt. Adresu uvádějte jen, pokud k tomu máte důvod nebo chcete být doma zastiženi.

V současnosti ubývá i tzv. manželských vizitek, s údaji společnými pro oba manžele. Naopak v anglosaských zemích, zemích Latinské Ameriky nebo ve Francii **jsou společné vizitky pro manželský pár běžnou záležitostí** (je to snadnější tím, že manželé mají zcela stejné příjmení).

Soukromé vizitky by neměly mít nápadný papír, formát by měl být spíše menší. Obvykle jde o temnější odstíny barev na bílém (světlém) křídovém papíře. Jméno a příjmení můžete tisknout tiskacími písmeny, ale i psací formou nebo ozdobným typem písma.

Na vizitkách určených pro mezinárodní kontakty (diplomatické a další) bývá stejně jako na českých vizitkách uvedeno **jméno a pak příjmení - obrácený sled existuje pouze v maďarštině a čínštině**. Formát i grafika by měly být co nejtřízlivější.

RADY :

- Vizitka poskytuje první obrázek o osobě nebo firmě a o jejím vkusu. Její kvalita je tedy dnes nesmírně podstatnou výpovědí, vzhled vizitky by měl být spíše informační než reklamní.
- Pokud to vaše postavení vyžaduje, **k údajům na vizitce připojte také číslo mobilního telefonu**. Jinak číslo mobilního telefonu na vizitku nepatří a v případě potřeby jej můžete na jednotlivou vizitku dopsat rukou. O mobilní telefon člověka, se kterým si vizitku vyměňujete, nežádejte, počkejte, zda vám jej sdělí. **Dát někomu číslo svého mobilního telefonu je určitým znakem důvěrnosti, potvrzení kontaktu.**
- Nejčastější situací, kdy se vizitky vyměňují, bývá představování.
- Je vhodné přiložit vždy vizitku ke květinovým nebo jiným darům, které se nepředávají osobně.
- Pokud nezastihnete přítele doma, vhodte mu do schránky vizitku nebo dolů do rohu připište zkratku PRV (pour rendre visite).
- U vstupu do místnosti, v níž se nějaká akce odehrává, bývá často umístěna nádoba na vizitky - přidejte svoji, aby o vaší účasti organizátoři věděli.
- Především papír na vizitce by měl být velmi kvalitní. Za vysokou úroveň se považují ryté či ražené tisky.
- Když jste navštíveného člověka nezastihli, zanechejte pokud možno vizitku.





- Vizitky nenoste po kapsách nebo volně v kabelce, nevhodnější bývá, pokud si obstaráte elegantní pouzdro na vizitky - nejlépe z pevného materiálu, tedy kovové. Nebo noste vizitky v jednom z oddílů peněženky.
- V mnoha zemích mívají vizitky dam menší rozměry s jemnou grafickou úpravou. V některých zemích se na nich uvádí i dívčí jméno, někde po sňatku manželka jméno manžela nepřejímá a ponechává si nadále své dívčí příjmení. Vizitky dětí (tištěné často barevným písmem) jsou ještě menší
- Značným problémem je uvádění akademických nebo vědeckých hodností. Pro využití v zahraničí bývá mnohdy lepší tyto hodnosti vynechat, protože mívají odlišný význam (a mimo území České a Slovenské republiky jsou nesrozumitelné). Například v anglosaských zemích se užívá titul Ph.D. za jménem, pro německy mluvící země je vhodné označení Dr. před jménem. Naopak v Itálii, některých arabských zemích a v některých zemích Latinské Ameriky jsou na vizitkách akademické tituly vítané.
- **Vizitky diplomatické jsou vždy bílé** a obsahují pouze jméno a funkci diplomata a označení úřadu, vždy bez akademických a dalších titulů. Pokud se u diplomatů objeví vizitky s dalšími údaji (adresa, telefonní spojení) jedná se o novější formy služebních vizitek, spojených ale vždy s pracovním nasazením.
- Opakovaně se vizitky předávají, jen pokud došlo k nějaké změně (například změně sídla, telefonu). Na vizitkách rozhodně nikdy neškrtejte, nepřepisujte údaje. Po jakékoliv změně je nezbytné dát si vytisknout vizitky nové.
- Navštívenku s psaným sdělením nechávejte v zalepené obálce.
- Dobře působí, pokud k dárku připojíte vždy svojí navštívenku v obálce se jménem (měla by být stejně velká jako vizitka), na vizitku napíšete: "avec les compliments" nebo "with compliments". Na takovou zásilku bývá dobré odpovědět také vizitkou, na kterou uvedete děkovnou zkratku p. r. (pour remercié).
- Pokud najdete vizitku se zahnutým horním rohem, vězte, že vás návštěva nezastihla.

3.2. POZVÁNKY

Jdeme-li na nějakou společenskou akci, musíme se na ni především dobře připravit. Všechny podrobnosti o chystané akci vyčteme z pozvánky.

Nechodíme nikdy tam, kam nejsme pozváni!

Pozvánky jsou důležitou součástí celé oslavy. Etika uvádí, že by měly být pozvánky **rozeslány 6 týdnů před událostí**. Není důvod, proč nemohou být zaslány dříve.





Při vyplňování pozvánky je potřeba uvést informace, z kterých musí vyplynout:

Kdo zve

Koho

Kam

Kdy

Co se bude dít

Informace by měly být přesné a jednoznačné, aby se předešlo záměně.

Úprava by měla být výrazná a přehledná. Pak mohou být uvedeny doplňující informace, což může být doporučená forma oblečení, jako je např. neformální oděv, společenský oblek, tmavý oblek nebo krátké šaty apod.

Je také dobré uvést **datum RSVP** (z francouzského répondez s'il vous plait – **raďte laskavě odpovědět**) to znamená prosbu odpovězte, zda pozvání přijímáte a zúčastníte se, nebo potvrďte svoji účast.

Nikdy na společenské akce neberte děti.

Také bývá někdy uvedeno, že pozvánka platí pro dvě osoby (= doprovod). Pokud to neuvedete, platí jen pro toho, kdo je uvedený na pozvánce. Pokud není uvedeno jméno, platí pozvání pro toho, kdo pozvánku obdržel, tedy pro jednu osobu. Pokud by jste chtěli pozvat páry, nesmíte na tuto skutečnost zapomenout.

Pozvánku si vezmeme na akci s sebou, abychom u vchodu nemuseli trapně přesvědčovat hostesky, že jsme pozváni.

Pozvánka na jméno je nepřenosná!



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



SOUHRN NEJČASTĚJI POUŽÍVANÝCH SLOV:

- **R.S.V.P.** - repondez s'il vous plait - raďte laskavě odpovědět, potvrďte svou účast, nebo se omluvte
- **RLO** - raďte laskavě odpovědět
- **Regrets only** - použijte uvedené telefonní číslo, když omlouváte svoji neúčast
- **p.m.** - pour memoire - pro připomínku (pozvánka zasláná hostitelem jako druhá v pořadí, kterou chce zvaného na akci opět upozornit. Je projevem velké úcty vůči zvanému, hostiteli na účasti hosta velmi záleží.)
- **s.t.** - sine tempore - přijďte přesně
- **c.t.** - cum tempore - čas příchodu je volný, v řádu desítek minut
- **Dress code** - instrukce, co si obléci na událost, kam jste zváni (většinou se uvádí hlavně pro muže, žena se oblékne vždy tak, aby s mužem ladila. V případě, že jde žena bez doprovodu, musí se ve výrazech dress codu také vyznat, aby věděla jaký druh oblečení zvolit.) Pokud není Dress code uveden, o oblečení rozhoduje druh akce - raut, koktejl, ples apod.

Zpracováno za použití literatury:

1. KOTRBA, TOMÁŠ: *Učebnice manažerské komunikace a dovednosti*, 1.vyd. Znojmo, Soukromá vysoká škola Znojmo, s.r.o., 2009, 248 s. ISBN 978-80-87314-02-9
2. KOVÁCS, Jan: *Manažerské dovednosti*, I. vyd., Ostrava VŠB- TU Ostrava, 2007, 206 s., ISBN 978-80-248-1423-0
3. ŠPAČEK Ladislav: *Malá kniha etikety pro manažery*, I. vyd., Praha, 2010, Mladá fronta, 208 s., ISBN 978-80-204-2252-1
4. www.chovani.eu

