

V Š K K

VYSOKÁ ŠKOLA KREATIVNÍ KOMUNIKACE

Katedra marketingové komunikace

Kreativní marketing a komunikace

Kreativní marketing

**VYUŽITÍ TYPOLOGIE PRO SESTAVENÍ
OPTIMÁLNÍHO TÝMU V RÁMCI VYBRANÉHO
SUBJEKTU Z OBLASTI MARKETINGOVÝCH
KOMUNIKACÍ**

Autor: Dominik Horák

Vedoucí práce: JUDr. Petr Majerik

2021

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně, a že jsem uvedl všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpal. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne.....

Podpis autora:

Poděkování

Tímto bych velmi rád poděkoval vedoucímu mé bakalářské práce panu JUDr. Petrovi Majerikovi za jeho trpělivost a vstřícnost při konzultacích, odbornou pomoc, cenné rady, a nakonec i dobré slovo, které mi byly nápomocny při zpracování mé bakalářské práce.

V neposlední řadě bych rád také poděkoval všem, kteří mi byli neskutečně velikou oporou. To zejména svému nejbližšímu okolí, rodině a přátelům.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá mimo jiné samotnou podstatou psychologie osobnosti v její základním pojetí, kteréžto téma bylo předmětem zkoumání řady filozofů a psychologů už od dob antického Řecka až po současnost. Bakalářská práce celým svým obsahem potvrzuje, že téma typologie osobnosti, tak jak ho známe dnes, je nedílnou a nezbytnou součástí přijímacích pohovorů nejen pro oblast marketingu.

V bakalářské práci jsou popsány jednotlivé typologické teorie a metody určování typu osobnosti počínaje zkoumáním základních dispozic jedince z oblasti jeho povahových a osobnostních rysů, a to až již vrozených nebo získaných sociální interakcí. Z bakalářské práce je patrné, že při určování přesného typu osobnosti zkoumaného jedince nelze přeskočit žádnou z dostupných a zavedených variant a metod. Bez hlubší znalosti tématu typologie osobnosti nelze seriózně označit osobnost jedince za správně určenou.

Bakalářská práce by mohla být využita pro reálnou praxi útvarů lidských zdrojů při výběru nových zaměstnanců.

Klíčová slova

osobnostní typy, pracovní tým, psychologie osobnosti, rozdělení osobnosti, typologické systémy, typologie MBTI, typologie osobnosti

Abstract

The bachelor's thesis deals, among other things, with the very essence of personality psychology in its basic concept, which topic has been the subject of research by several philosophers and psychologists from the times of ancient Greece to the present. The entire content of the bachelor's thesis confirms that the topic of the typology of personality, as we know it today, is an integral and necessary part of job interviews not only in the field of marketing.

The bachelor's thesis describes individual typological theories and methods of determining the type of personality, starting with an examination of the basic dispositions of the individual in the field of his character and personality traits, whether innate or acquired social interactions. It is clear from the bachelor's thesis that when determining the exact type of personality of the examined individual, it is not possible to skip any of the available and established variants and methods. Without a deeper knowledge of the topic of personality typology, it is not possible to seriously label an individual's personality as correctly determined.

The bachelor thesis could be used for real practice of human resources departments in the selection of new employees.

Key words

division of personality, personality psychology, personality types, personality typology, typological systems, typology MBTI, work team

Obsah

1. Úvod	8
2. Osobnost	8
2.1 Definice osobnosti.....	8
2.2 Psychologie osobnosti.....	9
2.3 Vznik psychologie osobnosti	9
3. Typologie osobnosti	10
3.1 Hippokratova humorální typologie	10
3.1.1 Cholerik.....	11
3.1.2 Sangvinik	11
3.1.3 Melancholik.....	12
3.1.4 Flegmatik	12
3.2 Typologie podle Carla G. Junga.....	12
3.2.1 Extravert.....	13
3.2.2 Introvert.....	13
3.3 Psychometrická teorie H. J. Eysencka	13
3.3.1 Extroverze – introverze	14
3.3.2 Stabilita – emoční nestabilita	14
3.3.3 Dimenze osobnosti a temperamentu	14
3.3.4 Sangvinik	15
3.3.5 Melancholik.....	15
3.3.6 Flegmatik	15
3.3.7 Cholerik.....	15
3.4 Allportův eklekticismus	16
3.4.1 Temperament.....	16
3.4.2 Charakter.....	16
4. Typologie osobnosti MBTI (Myers-Briggs Type Indicator)	17
4.1 Zrod MBTI.....	17
4.2 Principy MBTI	17
4.3 Risy osobnosti	18
4.3.1 Extraverze (E) vs Introverze (I)	18
4.3.2 Vnímání smyslové (S) vs intuitivní (N).....	19
4.3.3 Myšlení (T) vs Cítění (F)	19
4.3.4 Usuzování (J) vs Vnímání (P).....	20
4.4 Osobnostní typy	21
5. Osobnostní dotazník MBTI	25

5.1	Metodologie	25
5.2	Výzkumná otázka.....	25
5.3	Hypotéza	26
5.4	Výběr respondentů	26
5.5	Představení Queens Store.....	26
6.	Vyhodnocení výsledků osobnostních dotazníků	27
6.1	Art director	28
6.2	PR & Media specialista.....	29
6.3	Office manager.....	29
6.4	Social media manager	30
6.4.1	Osobní rozhovor.....	31
6.5	Grafik	32
6.6	Brand Manager.....	32
6.6.1	Osobní rozhovor.....	33
6.7	Content specialista	34
6.7.1	Osobní rozhovor.....	34
6.8	Grafik	35
6.9	Produkční	36
6.10	Project manager.....	37
6.10.1	Osobní rozhovor.....	37
6.11	E-commerce specialista.....	38
6.12	Campaing manager.....	39
7.	Jak se má teorie k praxi.....	40
7.1	Analýza týmu jako celek.....	40
7.2	Náš tým ve srovnání s běžnou populací.....	40
7.3	Školící a teambuildingové programy	41
7.3.1	Víkendový teambuilding s kurzem první pomoci	41
7.3.2	Víkendový wellness teambuilding	42
7.3.3	Sportovní teambuilding pro prodloužený víkend.....	42
7.3.4	Školící kurzy	43
7.4	Doporučení pro útvar lidských zdrojů.....	44
8.	Závěr	45
9.	Terminologický slovník	46
10.	Použitá literatura	46
10.1	Primární literatura	46
10.2	Sekundární literatura	47

1. Úvod

Když jsem se zamýšlel nad tím, co by bylo vhodné uvést do úvodu mé bakalářské práce, která má pojednávat o široké škále odborných témat a teoretických pojednání z oblasti osobnostní psychologie, přemýšlel jsem vlastně nad tím, jak specifická osobnost jsem já sám a zda by můj osobnostní typ byl vhodný pro využití v oblasti marketingové komunikace.

Mým hlavním cílem mé bakalářské práce je uceleným způsobem popsat efektivní způsob práce se získanými informacemi, týkajícími se osobnostních profilů jako takových a využít tyto informace pro vyhodnocení složení pracovního týmu stran silných a slabých stránek s následným doporučením vhodných školicích a vzdělávacích programů pro zlepšení pracovních výkonů. Hypotéza k tomu mnou stanovená předpokládá, že výsledky osobností zkoumaného marketingového týmu budou pasovat na jejich stanovené pracovní pozice. K tomu mi pomůže studium odborných pramenů. Jedná se zejména o dvě díla. Prvním je „Úvod do psychologie osobnosti“ od Panajotise Cakirpaloglu, vydání z roku 2012 a druhé dílo je „Typologie osobnosti: Přátelé, milenci, manželé, dospělí a děti“ od Michala Čakrta, 1. vydání z roku 2004.

Během studia na Vysoké škole kreativní komunikace nás přednášející průběžně seznamovali s teoriemi marketingových nástrojů, s historií marketingu, s jednotlivými prezentačními dovednostmi a mimo jiné se základy sociologie a psychologie. Jedním z výstupů mé práce je i příprava a realizace osobnostního dotazníku podle metody MBTI, s jejímž využitím jsem se pokusil analyzovat výsledky oslovených respondentů a zhodnotit, jak moc korespondují s jejich pracovní náplní.

Jsem toho názoru, že výsledek mé bakalářské práce na téma typologie osobnosti je jenom logickým vyústěním získaných znalostí a jejich rozšíření, které dle mého názoru bude možné využít v reálné praxi.

2. Osobnost

2.1 Definice osobnosti

„Vesměř každá teorie osobnosti se snaží vymezit základní charakteristiky a podstatu osobnosti. Ve většině definic se vyzdvihuje, že osobnost představuje souhrn, souvislost či propojení charakteru, temperamentu, schopností a také konstitučních vlastností člověka.“¹

¹ Cakirpaloglu, 2012, str. 16.

2.2 Psychologie osobnosti

Psychologie osobnosti je jako předmět studia a zkoumání v průběhu času otázkou více než 200 let². V následujících řádcích mé práce se budu blíže věnovat jejím nejvýznamnějším osobnostem a jejich teoriím.

Psychologie osobnosti je jednou ze základních disciplín, jejímž předmětem zkoumání je diference mezi jedinci a také jejich podobnosti. Primárním cílem osobnostní psychologie je pochopení individuálních kombinací myšlení, chování a vnímání zkoumaného subjektu.

2.3 Vznik psychologie osobnosti

Obecná psychologie patří mezi jedny z nejstarších vědeckých disciplín. Je to základní teoretický vědní obor, ze kterého vychází ostatní psychologické směry až na psychologii osobnosti.

Vznik a postupný vývoj tohoto oboru, jež byl zcela nezávislý na akademické či obecné psychologii, řadíme podle amerických historiků³ do prvních desetiletí 20. století, konkrétně do roku 1937. Všechno poznání ohledně osobnosti, získané pozorováním, intelektuálním přístupem či praktické zkušenosti, které vznikly před tímto rokem, patří do „*předvědeckého období psychologie osobnosti*“⁴.

Ohledně vzniku psychologie osobnosti zastávají souhrnnější postoj historikové z Evropy. Doktor Panajotis Cakirpaloglu, odborník v oblasti psychologie osobnosti, ve své knize vysvětluje, co vše mělo na předvědecký vývoj psychologie význam z pohledu Evropanů: „*Předvědecký vývoj psychologie osobnosti charakterizují koncepce a poznatky týkající se temperamentu (Hippokrates), charakteru (Theofrastos, Plutarchos), duševních poruch (francouzští psychiatři 19. století E. Azam, J.M. Charcot, němečtí psychiatři E. Kraepelin, E. Kretschmer). Bohaté empirické zkušenosti a naturalistický přístup k fenoménům zdravé a narušené osobnosti postupně vedly k vývoji současné psychiatrie, klinické psychologie a psychologie osobnosti.*“⁵

² Cakirpaloglu, 2012, str. 10.

³ Cakirpaloglu, 2012, str. 9.

⁴ Cakirpaloglu, 2012, str. 10.

⁵ Cakirpaloglu, 2012, str. 10.

3. Typologie osobnosti

„Od nepaměti si lidé všimli toho, že jsou navzájem nekonečně rozmanití. Co motivuje jednoho, nemá žádný účinek na druhého. Stejně tak jim ale neušlo ani to, že tato různost není nahodilá a má určité předvídatelné pravidelnosti“⁶.

Je patrné, že dle výše uvedeného se chování lidí odvozuje z několika faktorů:

- genetické dispozice
- výchova jednotlivce
- kultura
- místo, kde se to všechno odehrává.

Existují různé vzorce chování, které používáme podle situací. Chováme se jinak v práci, ve škole, s kamarády či s partnery, nicméně naše osobnost zůstává stejná. Pouze se přizpůsobujeme dané situaci, jak je nám zrovna pohodlné a nejpřirozenější. Systémem chování se zabývá typologie osobnosti, která rozděluje jedince podle určitých aspektů jejich osobnosti. Za nejstarší typologii svým způsobem lze považovat astrologické třídění lidí babylonských Akkadů, podle data jejich narození do dvanácti znamení zvířetníku z období asi 3000 let př. n. l. podle data narození.⁷

V následující kapitole jsem si připravil pár příkladů typologických systémů na základě různých druhů výzkumů, abychom měli představu, jak se postupně vyvíjely. V závěru otevřeme typologii MBTI a budeme se věnovat každému z 16 typů osobnosti.

Rané začátky typologie osobností jako základní kámen vědy můžeme dohledat již v antickém Řecku. Za prvního stvořitele rozdělení osobnosti se považuje doktor a filozof Hippokrates⁸ s jeho humorální typologií. Úplnou koncepci typologie pak dopracoval římský lékař Galenos⁹

3.1 Hippokratova humorální typologie

Hippokratova humorální typologie vychází z teorie předpokladu dominance jedné ze čtyř tělesných tekutin:

⁶ Čákr, 2004, str. 11.

⁷ VYSEKALOVÁ, Jitka. Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky". Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.

⁸ Hippokratés z Kósu (460 př. n. l., Kós – ca 370 př. n. l., Larisa v Thessálii)

⁹ Galénos (latinsky Claudius Galenus), známý spíš jako Galén, (129[1] Pergamon – 200 nebo 216 Řím)

- krev
- hlen
- žluč
- černá žluč

Podle Hippokrata je každá z nich propojena s jedním ze čtyř živlů přírody, přičemž jednotlivé tělesné tekutiny na sebe vážou určitý temperament.

Tabulka¹⁰ č. 1 znázorňuje, které to jsou a čím se daný temperament projevuje.

Typ	Emoce			Duševní nálada	Tělesná tekutina
	náhlost vzniku	intenzita projevu	délka pocitu		
cholerik	+	+	+	hněv	žlutá žluč
sangvinik	+	-	-	radost	krev
melancholik	-	+	+	smutek	černá žluč
flegmatik	-	-	-	lhostejnost	hlen

Tabulka č. 1

3.1.1 Cholerik

Cholerik se dle mého názoru a poznání vyznačuje tím, že je neklidný, neustále mu něco vadí, je také vznětlivý a konfliktní. Může za to nadmíra žluté žluče v těle, která v něm probouzí hněv.

3.1.2 Sangvinik

Sangvinik se naopak vyznačuje značně mírnějším temperamentem nežli výše zmíněný cholerik. Je považován za příjemnou společenskou povahu díky převaze životadárné krve v jeho tělesném oběhu. Jeho emoce jsou klidné, umírněné a krátkodobé.

¹⁰ (zdroj: Cakirpaloglu, 2012)

3.1.3 Melancholik

Pro melancholika je typická jeho smutná povaha. Své emoce prožívá silně a jsou dlouhotrvající. To vše díky černé žluči, která způsobuje pokles nálady a jeho dovednost na vzniklý stav rychle reagovat.

3.1.4 Flegmatik

Flegmatik je málo citlivý, klidný a neochvějný typ člověka. Hlen, který dominuje v jeho těle způsobuje nízkou reaktivitu a celkovou lhostejnost vůči svému okolí.

Je patrné, že Hippokratův přístup ke zkoumání jednotlivých typů osobností byl poplatný době, ve které vznikal. Nikterak tím však nechci snížit zásadní význam, který tento přístup měl na další vývoj ve výzkumu teorie osobnosti.

3.2 Typologie podle Carla G. Junga

Psycholog Carl Gustav Jung¹¹, jenž se narodil ve Švýcarsku, byl zakladatelem analytické školy psychologie, která spadá do oblasti zvané hlubinná psychologie – to znamená psychologie, jenž za našimi projevy hledá řadu činitelů, které ovlivňují naše chování vůči okolnímu světu.

Byl to právě Carl Gustav Jung, který položil základy dělení temperamentu v závislosti na přístupu k okolnímu světu. Jeho vlastní typologie byla sestavena na základě studií dosavadních rozlišování osobností, zkušeností v rámci lékařského působení a jeho teorie psychických funkcí. Ve své práci definoval čtyři základní:

- myšlení
- cítění
- smyslové vnímání
- intuice

Základní rozdělení osobnosti podle Carla G. Junga, jsou postoje introverze a extraverze – jinak řečeno soustředění se na svůj svět ve své vlastní hlavě, nebo na své okolí. I přesto, že oproti ostatním moderním teoriím rozdělení osobnosti nemají jeho myšlenky příliš velký úspěch, tak se dosud jeho typologie stále používá¹².

¹¹ Carl Gustav Jung (26. července 1875 Kesswil, Švýcarsko – 6. června 1961 Küsnacht, Švýcarsko)

¹² Drapela, 1998, str. 42.

3.2.1 Extravert

Za extraverta je považován jedinec, který se zaměřuje hlavně na vnější realitu a podněty. Je to společenský a otevřený typ, zajímá ho, co si o něm lidé myslí. Vnější objekty však zároveň relativně snadno a rychle střídá a opouští.

3.2.2 Introvert

Jeho protipólem je introvert, který je naopak zaměřený do svého vlastního světa. Má bujnou fantazii, ale nežije společenským životem a straní se okolí. Jinými slovy řečeno, vnější objekty tak jednoduše jako extravert je neopouští a zpravidla se soustředí intenzivněji na jeden z vnějších objektů.

3.3 Psychometrická teorie H. J. Eysencka

„Eysenckova typologie temperamentu pramení z faktorového šetření osobnosti. Použitím složitých matematických výpočtů psychologové zjistili, že individuální variace psychiky a chování způsobuje malý počet faktorů. Jinými slovy, různorodost v psychickém a behaviorálním projevu jedince lze vysvětlit několika základními či primárními faktory osobnosti.“¹³

Ve své práci Eysenck považuje seskupení vícero faktorů do primárních dimenzí, které jsou prezentovány v teorii PEN (akronym z počátečních písmen vrozených faktorů osobnosti)¹⁴ následující tři:

- neuroticismus
- extraverze
- psychoticismus

Teorie PEN si klade za cíl být kauzální a vysvětlující, neboť určuje biologický základ těchto dimenzí a experimentálně je potvrzuje. První dvě ze zmíněných dimenzí stanovují povahu osobnosti, která je podle psychologa Hanse Eysencka dimenzí se dvěma póly:

- extraverze-introverze

¹³ Cakirpaloglu, 2012, str. 69.

¹⁴ Cakirpaloglu, 2012, str. 69.

– emocionální stabilita-emocionální labilita

3.3.1 Extroverze – introverze

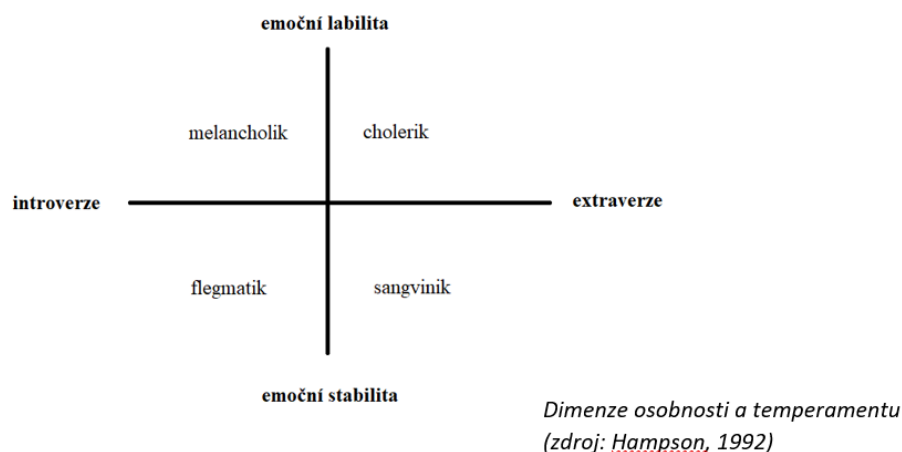
Extravert se podle Eysencka vyznačuje sociabilitou, impulzivitou, vitalitou, optimismem a ostrostí vtipu. Zatímco introvert je klidný, pasivní, pozorný, rezervovaný. Hlavní rozdíl mezi introvertem a extravertem je odlišná úroveň kortikálního vzrušení¹⁵.

3.3.2 Stabilita – emoční nestabilita

Jedinec s emocionální nestabilitou podle Eysencka vykazuje úzkost, hysterii a posedlost. Má ambice reagovat citově přehnaně a má potíže se vracet do normálního stavu po citové aktivaci. Naopak stabilita je vykazována vysokým stupněm emocionální kontroly nad sebou samým.

3.3.3 Dimenze osobnosti a temperamentu

Při terminologii použil H. J. Eysenck Hippokratovy názvy jednotlivých temperamentů. Pro detailnější náhled jsem pro tuto práci využil schéma od Sarah E. Hampson (1992), které je na obrázku 1.



Obr. 1

¹⁵ Funguje ve spojení s emočními reakcemi a jejich kontrolou (vzrušení, agresivita, zuřivost, úzkost, strach, citová hnutí, sexuální projevy)

Zde bych rád popsal pojetí jednotlivých temperamentů tak, jak je uvádí ve své teorii H. J. Eyseneck.

3.3.4 Sangvinik

Osobnost sangvinika v sobě kombinuje všechny rysy stabilního extraverta, a proto je společenský, družný, hovorný, citlivý a bezstarostný¹⁶

3.3.5 Melancholik

Jednotlivé kombinace u melancholika zobrazují jedince jako nestabilního introverta, pesimistického, samotářského, náladového či úzkostného¹⁷

3.3.6 Flegmatik

U flegmatika dochází ke spojení emocionální stability a introverze, bývá proto pasivní, přemýšlivý, vyrovnaný, opatrný či klidný¹⁸

3.3.7 Cholerik

Posledním ze čtyř typů temperamentů je cholerik, který zde představuje nestabilního extraverta, který i přes zdánlivě negativistické vlastnosti může mít i nějaké pozitivní. Níže pro bližší představu uvádím jejich příklady¹⁹:

- je urážlivý
- neklidný
- agresivní
- impulzivní
- optimistický

¹⁶ Cakirpaloglu, 2012, str. 70.

¹⁷ Cakirpaloglu, 2012, str. 70.

¹⁸ Cakirpaloglu, 2012, str. 70.

¹⁹ Cakirpaloglu, 2012, str. 70.

3.4 Allportův eklekticismus

Při zpracování mé práce na téma typologie osobnosti nelze opomenout uznávaného amerického psychologa, teoretika a učitele Gordona Willarda Allporta²⁰. Během své kariéry mimořádně přispěl k výzkumu v oblastech teorie osobnosti, sociální psychologie a etiky.²¹ Jeho pojetí osobnosti však nemělo jasný základ. Allportův eklekticismus mísí různé teorie osobnosti a myšlenky, v nichž se snaží najít střední cestu. Zastával idiografický přístup, kdy „osobnost existuje jako ryze individuální fenomén; psychologie by měla zkoumat osobnost konkrétního člověka“.²² Jinými slovy řečeno usiloval o poznání lidského chování a úctu k jedinci.

Osobnost je podle G. Allporta něco co je a dělá.²³ Lidské chování je tedy něco, co se postupně vyvíjí. Nelze jej tedy jednou změřit a předpokládat, že se do konce života lidského jedince nezmění. Allport rozlišuje dvě stránky osobnosti, a to temperament a charakter.

3.4.1 Temperament

Temperament se považuje za surovinu²⁴, z níž je osobnost jako taková utvářena. Jedná se o vrozený způsob individuální reakce na daný podnět. Jinými slovy řečeno, jde o subjektivně příznačný způsob a styl vyrovnávání se změnami vnějšího a vnitřního prostředí.

3.4.2 Charakter

Oproti tomu charakter (pochází z řeckého slova charaktíras, což znamená „rytina, vryp“)²⁵ je etická hodnota člověka, jenž se postupně utváří v rámci sociálních interakcí.

„Temperament a charakter však mají být chápány jako pouhé stránky osobnosti, nikoli jako nějaké zvláštní oblasti v ní.“²⁶

²⁰ Gordon Willard Allport (11. listopadu 1897–9. října 1967) průkopník psychologie osobnosti

²¹ Drapela, 1998, str. 106.

²² Cakirpaloglu, 2012, str. 23.

²³ Drapela, 1998, str. 104.

²⁴ Drapela, 1998, str. 104

²⁵ Cakirpaloglu, 2012, str. 79.

²⁶ Drapela, 1998, str. 104.

V celé třetí kapitole bylo mým cílem v základních obrysech nastínit výchozí úvahy o typologických systémech, tak jak o nich pojednávají jednotlivé uvedené osobnosti počínaje Hippokratem a konče Gordonem Willardem Allportem. Zda se můj cíl podařilo naplnit, necht' posoudí čtenář sám.

4. Typologie osobnosti MBTI (Myers-Briggs Type Indicator)

V této části mé bakalářské práce bych se již rád zaměřil na konkrétní metodu, která je celosvětově používána pro definování typu osobnosti, zejména v útvarech lidských zdrojů od malých společností až po velké korporátní firmy.

4.1 Zrod MBTI

Abych ve své práci mohl popsat zrod metody MBTI, musím se vrátit v čase do 50. let minulého století, kdy Isabel Briggsová Myersová²⁷ a její matka Katharine Cook Briggsová, aniž o tom věděly, došly v oblasti osobnostní typologie ke stejným závěrům jako Carl G. Jung před několika desetiletími před nimi.²⁸ Základem jejich metody je předpoklad, že lidské chování není nahodilé, ale lze jej předvídat, neboť se drží určitých pravidelností. Se svými poznatky dokázaly ovšem něco, co se Jungovi nepovedlo. Vytvořily nástroj známý jako Myers-Briggs Type Indicator neboli indikátor osobnostních typů Myers a Briggs, ve zkratce MBTI.²⁹

4.2 Principy MBTI

Výchozím předpokladem teorie MBTI je tvrzení, že osobnost každého jedince odpovídá jednomu z 16 typů. Proč právě 16 typů? Typologie MBTI pomocí kombinace čtyř párů písmen, označujících polarity psychických funkcí, vymezuje celkem šestnáct osobnostních typů.

Kategorie jsou založeny na 4 rozměrech osobnosti, z nichž každý se skládá ze 2 opačných rysů. Pro bližší ilustraci a pochopení celé metody MBTI je nezbytné, abych zde všechny rysy a jejich preference relativně stručně popsal.

²⁷ Isabel Briggsová Myersová (18. října 1897 – 5. května 1980)

²⁸ Čákr, 2004, str. 18.

²⁹ Čákr, 2004, str. 18.

4.3 Rysy osobnosti

Zde si dovolím jen velmi stručně nastínit, o čem že vlastně hovořím, když zmiňuji rysy osobnosti. Jedná se o povahové vlastnosti, projevující se určitým způsobem jednání, chování a prožívání. Pro každého člověka jsou specifické a příznačné, a odlišují ho od jiných lidí. Dá se říct, že z pohledu času jsou relativně poměrně stálé. Rozměry osobnosti dle šetření MBTI mají dvě krajnosti, ke kterým jedinec inklinuje dle svých vrozených preferencí.

4.3.1 Extraverze (E) vs Introverze (I)

Mezi preference extraverta lze zahrnout vlastnosti, jako jsou iniciativnost, expresivnost, vstřícnost, participace a jsou rádi ve středu dění. Z toho vyplývají jeho pravděpodobné sklony chování, jako jsou například³⁰:

- nejdříve konat, pak přemýšlet
- dominance v rozhovorech
- potíže s nasloucháním druhým
- potřeba uznání
- povrchové vztahy s množstvím lidí

Mezi preference introverta lze zahrnout vlastnosti, jako jsou reaktivnost, rezervovanost, intimnost, nezávislost a je pro mě zajímavé že i urážlivost, která pramení dle z nepochopení mezilidské komunikace ostatních jedinců (face to face). Z uvedeného výčtu preferencí introverta mohu zde uvést jeho pravděpodobné sklony, jako jsou například³¹:

- promýšlet, co chce říct
- schopnost koncentrace
- umění naslouchat druhým
- opatrné navazování vztahů
- opatrnost v rozhodování (dvakrát měř, jednou řež)

³⁰ Čakrt, 2004, str. 26 – 27.

³¹ Čakrt, 2004, str. 27 – 28.

4.3.2 Vnímání smyslové (S) vs intuitivní (N)

Mezi další rysy osobnosti patří způsoby, jakým ve své mysli shromažďujeme data a informace. V tomto případě rozlišujeme opět dva rysy, a to vnímání smyslové a vnímání intuitivní. Mezi preference jedince se smyslovým vnímáním patří například vnímání reality, opírání se především o fakta, spoléhání se na své vlastní zkušenosti a dovednosti. K jeho sklonům lze zařadit³²:

- plynulá a soustavná práce
- zaměření na detail
- empiričnost
- nedostatek fantazie a inspirace
- konzervativnost

Oproti tomu mezi preference jedince s intuitivním vnímáním patří například abstraktnost, nápaditost, teoretická vybavenost, má rád znalosti bez nutné vazby na jejich okamžité využití. Mezi jeho sklony lze zařadit³³:

- myslet na více věcí najednou, tzv. multitasking
- důvěra ve vlastní intuici
- vzrušení z budoucnosti
- despekt k zavedeným postupům
- vnímání času jako relativní veličiny

4.3.3 Myšlení (T) vs Cítění (F)

Pro rysy myšlení a cítění je základním faktorem způsob hodnocení významu informací a pochopení, jak se věci dějí³⁴. Proto myšlení je snaha o dospění k porozumění skutečnosti vnějšího světa, je neosobní, zaměřené výhradně na výsledky. Mezi sklony jedince, který preferuje T lze zařadit³⁵:

- důležitost pravdy
- systematický postup

³² Čakrt, 2004, str. 39.

³³ Čakrt, 2004, str. 40.

³⁴ Čakrt, 2004, str. 44.

³⁵ Čakrt, 2004, str. 48 – 49.

- kontrola nad situací
- vítězí rozhodnost nad ohleduplností
- v paměti fakta více než obličej

Naopak F se soustřeďuje na lidské hodnoty, harmonii, vazba na již proběhlé události a v neposlední řadě na emoce. Mezi sklony jedince, který preferuje F, lze zařadit³⁶:

- společenskou odpovědnost
- rozhodování dle emocí jiných
- obava z negace okolí
- vysoká míra empatie

4.3.4 Usuzování (J) vs Vnímání (P)

Pro usuzování a vnímání je charakteristický způsob k přístupu řešení situací, tzn. zda jedinec dává přednost věcem jednou uzavřeným či definitivním (J), nebo dává přednost spíše raději věcem v pohybu a neukončeným (P).³⁷

J preferuje systematicčnost, plánovitost a metodický přístup k řešení problémů. Mezi jeho sklony lze zařadit³⁸:

- přesný časový denní rozvrh
- práce dle To Do listu
- pořádkumilovnost
- dochvilnost

Oproti tomu mezi preference P patří otevřenost, práce pod tlakem, spontánnost a bezstarostnost.³⁹ Mezi jeho sklony lze zařadit⁴⁰:

- zkoušet nové věci
- neplánovat
- práce jako zábava
- prokrastinaci

³⁶ Čákr, 2004, str. 47.

³⁷ Čákr, 2004, str. 70.

³⁸ Čákr, 2004, str. 70 – 71.

³⁹ Čákr, 2004, str. 72.

⁴⁰ Čákr, 2004, str. 73 - 75.

4.4 Osobnostní typy

V kapitole 4.3 bylo mojí snahou popsat relativně detailně jednotlivé rysy osobnosti včetně jejich preferencí a sklonů. V další části mé bakalářské práce bych se nyní rád zaměřil již na jednotlivé konkrétní osobnostní typy, které autoři teorie MBTI získali složením rysů, popsaných v bodech 4.3.1 až 4.3.4.

V tabulce č. 2 je rozepsáno všech 16 typů osobností s uvedením jejich jednotlivých charakteristik. Tabulku jsem sestavil na základě poznatků z díla Typologie osobnosti od Michala Čakrta.⁴¹

Typ	Stručná charakteristika	Procento populace
INTP	(silné stránky) Tento osobnostní typ se řadí mezi ty vzácné, v populaci se vyskytuje pouze 1 % INTP z celku. Svoje plány a úkoly mají rozpracované do posledního detailu a nic neopouštějí náhodě. Jsou posedlí analytikou a pravdou. Logické uvažování neomezují pravidly morálky a etiky.	1 %
	(slabé stránky) Je to spíše typ samotářský, společnost příliš nevyhledává. Baví se hlavně se sobě intelektuálně rovnými.	
INTJ	(silné stránky) INTJ jsou nezávislý individualisté se značnou dávkou sebedůvěry. Jejich přesné myšlení a vyjadřování a taktické plánování jim umožňuje tvořit si realitu podle svých vlastních představ a jen náčrty myšlenek jim stačí k jejich realizaci.	1 %
	(slabé stránky) Při svém taktickém plánování za splnění svých cílů ovšem nevidí ostatní a jejich případné názory a připomínky ignorují. Stejně jako neřeší emoce ostatních, ty své poctivě skrývají a nenechávají na oddiv. Ve společnosti působí chladně a povýšeně.	
ENTP	(silné stránky) Jejich analytické vlastnosti a zvládnutí náročných úloh můžeme považovat za jednu z nejsilnějších stránek ENTP. Šíří ve svém okolí také inspiraci a entuziasmus, jenž bývá často dosti těkavý.	5 %
	(slabé stránky) Jsou schopni se do své práce natolik ponořit, až zanedbávají své fyzické potřeby, základní hygienu nebo přátele. Pokud nemají zrovna svůj den, dokážou být paličatí a urážliví.	
ENTJ	(silné stránky) Osobnost tohoto typu má potřebu mít vše pod kontrolou a být v čele procesů a činností, které řeší. Jeho intuice mu umožňuje vidět za obzor událostí, ale jeho vnímání reality ho nechává stát nohama na pevné zemi.	5 %

⁴¹ Čakrt, 2004, str. 274-353

Typ	Stručná charakteristika	Procento populace
	(slabé stránky) Mezi slabé stránky tohoto jedince lze zahrnout potlačení vlastního citění, které vede k zanedbávání sebe sama či svého blízkého okolí.	
INFP	(silné stránky) Profil typu INFP má hluboký smysl pro pravdu a čest, za své ideály je ochoten se obětovat. Jejich víra pro životní energie přírody a vesmíru jim dokáže vnést harmonii do života	1 %
	(slabé stránky) Jejich smysl pro pravdu a čest na druhou stranu špatně snáší odchylky a úchytky vnějšího světa. Jejich rozhodování nemá základy v logice, ale většinou na základě černobílé intuice.	
INFJ	(silné stránky) Vzácný druh osobnosti INFJ, který se vyskytuje v populaci výjimečně se vyznačuje silnou empatií a nezištným zájmem o druhé. Pochopení psychických jevů ve svém vlastní světě a jeho nejbližším okolí mu dává schopnost odhadnout povahu druhých.	1 %
	(slabé stránky) Tendence osobnosti INFJ brát si věci osobně z nich dělá zranitelné cíle. Vyhořelé situace a konflikty snášejí jen velmi těžce, na jejich svět to může mít až destruktivní dopad. Mimo to jejich sklon k perfekcionismu a dotahování věcí do detailu je často zdržuje od jejich hlavních cílů.	
ENFP	(silné stránky) Osobností typ, jenž šíří optimismus, inspiraci a nadšení ve svém okolí. Typ, který bere pracovní výzvy jako možnost rozvoje vlastního a svého týmu.	5 %
	(slabé stránky) Naproti tomu velmi špatně snáší, když jsou jejich nejlepší úmysly chápány špatně nebo naprosto ignorovány. Propadají sebelítosti a těžko zapomínají způsobené křivdy.	
ENFJ	(silné stránky) Silné stránky osobnostního profilu ENFJ se vyznačují přirozenou vůdčí povahou, jehož charismatu se ostatní dobrovolně podřizují. Milují život, lidi svém okolí a jejich soukromé i pracovní prostředí je vždy dobře organizované.	5 %
	(slabé stránky) Jestliže nejsou jejich sympatie a nápady přijímány, berou to jako útok na svou osobu. Stahují se do sebe, mají pocit ublížení. Pakliže se spor s typem ENFJ vyhroťte, může to vést ke slepému nepřátelství až totální válce.	
ESFP	(silné stránky) Profil osobnosti, jenž se považuje za nejvelkorysejšího ze všech. Díky jejich silnému vnímání duševních stavů, nakažlivou chutí k životu a již zmíněnou velkorysostí jsou vyhledávanými společníky.	13 %

Typ	Stručná charakteristika	Procento populace
	(slabé stránky) Své soukromé problémy si často drží pod povrchem, aby na nich okolí nic nepoznalo. Pakliže se dostanou do stresové situace, ze které není cesta, snaží se změnit prostředí. Nejsou příliš odolní vůči úzkostem.	
ESTP	(silné stránky) Tento typ osobnosti je příznačný tím, že mají dobře vyvinuté vnímání situací. Dokážou plánovat na několik tahů dopředu. Jejich rozhodnutí se zakládají na faktech a datových údajích. Problémy řeší napřímo a nechodí kolem horké kaše.	13 %
	(slabé stránky) Jeho největší slabinou je jejich podřadné N, které způsobuje pocity promarněného času a slibných příležitostí. Problém začnou vidět ve svém vnějším světě, aniž by se zamysleli nad svým vnitřním stavem.	
ISFP	(silné stránky) Umělecky směřovaný typ ISFP se vyznačuje realistickým pojetím světa, zvládají skvěle odhadovat situace a adekvátně na ni zareagovat. Jejich touha žít a tvořit je nenechává nečině přihlížet a čekat. Jdou a věc prostě udělají.	5 %
	(slabé stránky) Jejich nelibost v plánování, impulzivnost a zanícení pro věc jim zamezuje soustředit se na své potřeby. Mají sklony žít alternativně jako únik od většinové společnosti.	
ISTP	(silné stránky) Typ ISTP se vyznačuje neohrožeností, díky které jsou ochotni riskovat více než jejich okolí. Ve firemní kultuře dokážou pracovat naprosto samostatně, sami sebe namotivovat a inspirovat. Jejich adaptibilita jim umožňuje řešit nesčetné množství problémů.	7 %
	(slabé stránky) Naopak jejich vlastnost rozpoznávat nejprve problémy jim zamezuje vnímat věci také pozitivně. Lidské hodnoty jsou pro ně jen další statistická data, která ukazují jejich výkon.	
ESFJ	(silné stránky) Tento typ patří mezi nejspolečenštější povahy z celého spektra 16 osobností. Jejich jemná a pečující povaha upřednostňuje potřeby svých blízkých před svými vlastními. Jejich smysl pro povinnost jim nedopřává mnoho odpočinku a snaží se dohnat věci, které v jejich očích zanedbali.	13 %
	(slabé stránky) Kvůli své věčné starosti a péči o své okolí může nastat situace, že ztrácejí své vlastní hodnoty a postoje vůči vnějšimu světu. Čím více se spoléhají na své cítění, tím méně řeší stavy své vlastní duše, která nerada přiznává problémy se svým okolím.	
ESTJ	(silné stránky) Mezi silné stránky tohoto typu osobnosti patří úzký kontakt s realitou, dobrá znalost svého domácího i pracovního prostředí,	13 %

Typ	Stručná charakteristika	Procento populace
	<p>pohled na svět jako na skládačku s předem definovanými pracovními postupy. Upřednostňování hierarchického myšlení. Tyto osobnosti bývají zpravidla rození manažeři a schopní organizátoři.</p> <p>(slabé stránky) Není síly bez slabosti. Proto i tento typ osobnosti nějaké má. Patří mezi ně odmítání jiných řešení než vlastních, neřešení svých vlastních vnitřních rozporů a jejich svádění na vnější okolí.</p>	
ISFJ	<p>(silné stránky) Smysl pro povinnost a touha být užiteční je základním kamenem tohoto profilu osobnosti. Nenechávají věci nedokončené a svému zaměstnání jsou plně oddáni. Jakmile dojde na pomoc druhému, neznají meze a snaží se pomoci za každou cenu</p> <p>(slabé stránky) ISFJ je typ, který nezapomíná chyby druhých. Své negativní emoce dlouho dusí pod povrchem, až za delší dobu vybuchnou. V tu chvíli jsou schopni vyčíst druhému i ty nejstarší prohřešky, jenž nemusí být ani relevantní.</p>	5 %
ISTJ	<p>(silné stránky) Rozumný racionalistický typ osobnosti, jenž dokáže jasně nastavit pracovní podmínky pro své podřízené. Smysl pro hierarchii a důslednost z nich dělá pečlivé a odpovědné zaměstnance.</p> <p>(slabé stránky) Vnímání reality u ISTJ probíhá pouze přes data, schémata, postupy a grafy. Realitu přímo neprožívají. Mají tendenci neuvědomovat si rozsah dopadu z jejich rozhodnutí na lidi a okolí.</p>	6 %

Tabulka č. 2

V této chvíli jsem se dostal až na samotný závěr svého teoretického bádání ve své bakalářské práci na téma typologie. Nyní bych měl být schopný s pomocí osobnostního dotazníku přejít na praktickou část své práce.

Mým předmětem zkoumání bude můj aktuální marketingový tým, jejich pozice a jejich osobnosti. Cílem bude zjistit, jak moc se hodí pro svou pracovní pozici, čím případně vylepšit určité nedostatky, které by zajistily větší efektivnost vykonávané práce. V žádném případě nechci doporučovat změnu práce nebo jiná drastická řešení. Stojím si za tím, že každý člověk se může zlepšit, pokud dostane dostatek prostoru pro osobní růst na své pracovní pozici.

5. Osobnostní dotazník MBTI

5.1 Metodologie

Metodologie byla zvolena na základě specifičnosti mého výzkumu. Provedl jsem kvalitativní primární výzkum mezi mými kolegy v marketingovém týmu Queens Store, kterých je momentálně dvanáct. Tento typ výzkumu poskytuje informace o počtu zastoupených osobnostních typů v mém pracovním prostředí a tím mi může pomoci proniknout do doposud neprozkoumané oblasti psychologických procesů mých spolupracovníků.

Při kvalitativním výzkumu se zaměřuji na to, jak skupiny, či v mém případě jednotlivci, nahlízejí, chápou a interpretují svět vnitřní a vnější. Zjišťuji, proč a jak se chovají, co je k tomu nabádá, vede, inspiruje.

Použitý dotazník se skládá z 56 otázek, na které respondent odpovídá přiřazením bodů mezi dvě nabízené možnosti. Vždy ho jedna z možností donutí přiřadit větší počet bodů z maximálních 5 na základě svých preferencí. S pomocí tohoto dotazníku mohu od respondenta zjistit, jaká je jeho osobnost ze všech 16 osobnostních typů dle metodologie MBTI.

Pro lepší pochopení systému zvolené dotazovací metody přikládám ukázkou na obrázku číslo 2.

17		Když někam telefonujete:
a)		a) nebojíte se, že na něco zapomenete
b)		b) připravíte si, co budete říkat

Obr. č. 2

5.2 Výzkumná otázka

Předmětem výzkumu tohoto dotazníku je zjištění jednotlivých osobnostních typů MBTI zaměstnanců marketingové subjektu Queens Store. Výzkumný dotazník je zformulován s ohledem na následné uplatnění výsledku v návrhu zlepšení výkonu každého jednoho člena týmu.

V kapitole 5.5 představím pro lepší detail samotnou firmu Queens Store, aby bylo jasné, s jakým produktem se v marketingovém týmu pracuje.

5.3 Hypotéza

Cílem dotazníku je potvrdit či vyvrátit stanovenou hypotézu, že se osobnostní profily zaměstnanců marketingové týmu Queens Store budou shodovat s jejich náplní vykonávané práce, ale s tím, že tam pravděpodobně budou určité nedostatky. Pokud vycházím z rozdělení osobností na 16 jednotlivých typů dle MBTI (vysvětleno podrobněji v praktické části této práce).

K této hypotéze mě vede přesvědčení, že produkt Queens Store je natolik specifický, že se s ním budou pracovat hlavně lidé, kteří mají vztah k módnímu průmyslu a vědí, jakou práci chtějí dělat.

5.4 Výběr respondentů

Výběrový soubor byl zvolen relevantně k povaze mé bakalářské práce a snadný přístup k dotazovaným jedincům. Výhodou je také to, že když se budou výsledky dotazníku ztotožňovat se zastupovanou pozicí mého kolegy, mohu s ním snadno a bez větších složitostí provést rozhovor, kde můžu detailněji nahlédnout na výstupy z vykonávané práce právě proto, že jeho osobnostní typ je pro to přímo určený.

Dotazník byl zaslán mým kolegům prostřednictvím pracovní e-mailové schránky. Věkové rozmezí respondentů se pohybuje od 23 let do 35 let žijící na území hlavního města Prahy. Genderové rozložení bylo 58 % žen a 42 % mužů.

5.5 Představení Queens Store

Již od roku 2003 patří Queens mezi největší obchody se sneakers a street módou v České republice a na Slovensku. Tuto firmu sama založila a vybudovala Lenka Ondruchová alias Sime. Během 17 let se jí podařilo vybudovat síť maloobchodních prodejen, zaměřených na prodej módního zboží. Mezi hlavní prodejní artikl patří dámská a pánská streetwearové oblečení, obuv a doplňky. Kromě toho se snaží podporovat samotnou streetwearovou kulturu a mladé umělce na české scéně.

Aktuálně proběhlá akvizice pomohla Queens se stát součástí Footshop rodiny. Díky tomu získává potřebné zázemí pro expanzi na zahraniční trhy a posilnění stávající pozice na tuzemském trhu.

6. Vyhodnocení výsledků osobnostních dotazníků

Pro celkový přehled získaných odpovědí od respondentů jsem vytvořil stručnou tabulku č. 3, kde je uvedena:

- pracovní pozice zaměstnance
- jeho osobnostní typ
- můj osobní procentuální odhad, jak moc se na uvedenou pozici hodí.

K lepšímu přirovnání pracovní pozice k osobnostnímu typu jsem využil terminologii z webové stránky 16 personalities.com⁴²

Osobnostní typ	Název typu	Pracovní pozice	Odhad (v %)
INFJ	Advokát	Art director	80
ISTJ	Logistik	PR & Media specialista	100
ISFJ	Obhájce	Office manager	70
ENTP	Diskutér	Social media manager	100
ISTJ	Logistik	Grafik	80
INTJ	Architekt	Brand manager	90
ENTP	Diskutér	Content specialista	85
INTJ	Architekt	Grafik	100
ENFJ	Protagonista	Produkční	70
ISTJ	Logistik	Project manager	90
ESTJ	Vedoucí	E-commerce specialista	80
ISTJ	Logistik	Campaing manager	100

Tabulka č. 3

⁴² 16 personalities [online] [21.4.2021] dostupné z: <https://www.16personalities.com/cs/osobnostni-typy>

Tato tabulka mi pomůže udržet přehled o mých respondentech a jejich pozicích. Je zde patrné, že dle mého odhadu jsou to lidé na správném místě, což si doopravdy myslím. Nicméně jen v málo případech je to stoprocentní jistota. Tyto respondenty chci oslovit na osobní rozhovor, kde bych rád zjistil jejich dojmy z dotazníku a jak moc výsledky souzní s jejich vykonávanou prací. Nečekám, že se mi povede každého člena týmu získat k osobnímu rozhovoru, nicméně se budu snažit jich získat co nejvíce. Alespoň ty, jejich shoda osobnosti s pozicí je vysoká.

6.1 Art director

Art director a zároveň fotograf, který je u nás v týmu muž, patří mezi jeden z nejvýznamnějších typů osobnosti v marketingovém týmu Queens Store. Je to konkrétně typ INFJ. Do jeho náplně práce spadá:

- focení lookbooků a editoriálů
- vytváří koncepty pro reklamní kampaně spolu s brand managerem
- scénografie setů
- komunikace s uměleckými modely
- režisérský dohled nad kampaněmi

Jak o něm prozrazuje jeho osobnostní profil, má tendenci si vytvářet pár pevných vztahů, což pro něj platí i v práci. Pracuje v užším kruhu lidí, se kterými sdílí nejen pracovní povinnosti, ale i osobní vztahy. Podle mě je to člověk na svém místě. Umělecké typy mají sklony být introverzní, více orientováni na svůj vnitřní svět, kde se mohou věnovat svým ideálům krásy. Mezi jeho silné stránky patří důvěra ve své umělecké koncepty, přístup k druhým a nezištná laskavost, která mu pomohla vybudovat silné pracovní vztahy

Naopak jeho největší slabá stránka je disharmonie v osobním životě, kterou si pak přenáší do svých pracovních záležitostí. Tyto konflikty v něm vytvářejí nepohodu a není poté schopen vydávat ve své práci svůj minimální nejlepší výkon. Zamlžuje to jeho umělecké vnímání a celkové nadšení do práce.

Lidé tohoto typu potřebují porozumění a důvěru. Pro zlepšení jeho pracovních výkonů by mohlo oddělení HR navrhnout sezení terapeutického typu, kde by se mohl svěřit a dostat adekvátní odpovědi na své osobní pocity.

6.2 PR & Media specialista

Pozici PR & Media specialisty u nás v týmu zastává žena. Její výsledný profil ISTJ z ní dělá člověka, který se pro svou pozici s nadsázkou řečeno narodil. Do její náplně práce spadá:

- PR komunikace firmy v odborné veřejnosti
- vedení redakční rady
- příprava edukačních materiálů o sortimentu
- editor textové komunikace firmy

Podle definice osobnostního profilu ISTJ preferuje hierarchii a pečlivost, což zapadá do osobnosti naší PR specialistiky. Redakční plán je schopna navrhnout na půl roku dopředu s detaily, kdy se má co stát a kdo má co napsat, editovat či připravit. Svou práci má pečlivě pod kontrolou a nevynechá jediný stanovený termín odevzdání. Je na ní spoleh při zadávání pracovních úloh

Ne nadarmo byl můj odhad na maximálních sto procent přesný. Její silné stránky jsou opravdu stabilní a špatné sklony, které jsou definované právě pro profil ISTJ, u ní nejsou postřehnutelné. Osobní vztahy s kolegy si vede velmi dobře, nicméně ví, kde jsou nastavené hranice, a proto slovní spojení work-life balance dává v jejím případě naprostý smysl.

Prisuzuji to nejen získaným životním zkušenostem, ale také těm pracovním. Člověk, který už má ve svém CV pár zkušeností, se jistě umí ovládat a dobře fungovat ve svém pracovním prostředí. Oddělení lidských zdrojů by mohlo navrhnout školení manažerského a projektového typu pro umožnění kariérního růstu.

6.3 Office manager

Kancelář marketingové týmu spravuje osobnostní profil ISFJ, jehož zástupcem je u nás v týmu, jak se možná může stereotypně zdát, žena. Náplní její práce je:

- zajišťovat chod kanceláře
- starat se o potřeby členů týmu
- kontrola finančního budgetu kanceláře

- příprava smluvních podkladů

Specifikem pro osobnostní typ ISFJ je jednoznačně smysl pro povinnost, který naší office managerce určitě nechybí. Svědomitě a pečlivě plní svou práci a nikdy jí nic neunikne. Kromě toho je také laskavá a připravena pomoci každému, kdo ji poprosí.

Mezi její silné stránky patří rychlé přizpůsobení se a pochopení složitých zadání, které nejsou přímo v pracovní kompetenci. Jestliže není schopna napřímo pomoci druhému, snaží se najít způsob, jak jeho problém případně vyřešit jinou cestou.

Její silná stránka je pro ni zároveň tou slabou, alespoň co se pracovních vztahů týče. Smysl pro povinnost a pravdu ji znemožňuje udržet svěřené tajemství. Kolegové si to mnohdy vyčítají jako její zradu, nechápou ovšem, že je přirozeností ISFJ dodržovat morálku ve firmě.

Pro zlepšení pracovních vztahů navrhuji kurzy rétoriky a vystupování, které by mohlo zlepšit komunikační schopnosti office managerky a její přesvědčovací techniky druhých při atmosféře v kanceláři.

6.4 Social media manager

Pozici social media managera zastává žena, jejíž osobnostní profil je ENTP. Dle mého hodnocení je to člověk na svém místě s odhadem 100 %. Náplň její práce činí:

- kontrola a správa Instagramu
- vyhodnocování metrik
- příprava lookbooků, editoriálů
- správa influencerů

Kdyby měl osobnostní typ ENTP jen jednu specifickou vlastnost, a to šířit dobrou náladu ve svém okolí, tak to plní social media managerka na jedničku. Tento profil se také vyznačuje dobrou analytickou výbavou, která rozhodně naší managerce pomáhá při zvládnání technických úloh spojených se správou sociálních sítí.

Silnou stránkou je jí rozhodně nadšení a verva, se kterou se pouští do nových projektů. Ať už jsou její, nebo s nějakým zrovna pomáhá někomu jinému. Díky své přátelské povaze dokáže vyjít s každým členem týmu v pracovní rovině.

Mezi slabé stránky patří snad jen to, že nedokáže vydržet u dlouhodobých projektů a její nadšení do práce nevydrží natolik dlouho, jak si to někdy situace vyžadují. Bývá často netrpělivá a někdy se vrhá do věci bez hlavě.

Pro zlepšení pracovních výkonů je na místě využití školení od mentorů, kteří dokážou správně nasměrovat její energii.

Abych zjistil, jak moc je vlastně můj odhad správný, provedl jsem s kolegyní rozhovor, kde jsem se dozvěděl, jak svou práci v týmu na základě své osobnosti vnímá ona.

6.4.1 Osobní rozhovor

Jaký osobnostní profil Ti vyšel z mého dotazníku?

ENTP – diskutér.

Zjišťovala jsi, co se skrývá pod významem těch 4 písmen?

Ano, hned z několika zdrojů.

Ztotožňuješ se s výsledkem, nebo je to pro tebe čistě informativní záležitost, která na Tebe nemá žádný dopad?

Podle webu 16personalities.com se neztotožňuji hned se sekci “Introduction” - nejsem typ, co by se rád hádal, právě naopak, nemám ráda konfrontace – napjatou atmosféru a z těchto situací se snažím vždy elegantně vybruslit. Nicméně se ztotožňuji s kategoriemi, které následují: strenghts, weaknesses, career paths, parenthood, relationships. Definice ENTP na jiných webech na mě seděla od A-Z.

Myslíš, že Ti tvá osobnost pomáhá při tvé práci?

Zjištění mé osobnosti mi pomáhá se dál rozvíjet a pochopit některé mé pracovní pochody. Dřív mě na sobě štválo, že mám problém dokončit věci do konce, nemám ráda dlouhodobé úkoly a stereotyp. Pochopila jsem, že to je moje osobnost a jsem naopak dobrá v něčem jiném. Pomohlo mi to se začít soustředit na rozvoj mých silných stránek a postupně zlepšovat mé slabiny.

Měla bys zájem podstoupit případné školení pro zlepšení tvých slabých stránek a posílení silných?

Určitě ano!

6.5 Grafik

V marketingovém týmu Queens pracují dva grafici. První z nich, zástupce osobnostního profilu ISTJ, je ženského pohlaví. Do její náplně práce patří:

- zpracování vizuálů pro sociální sítě
- příprava grafického materiálu pro PR firmy
- zpracování grafických zadání od klientů

Stejně jako PR & media specialistka, i první z našich grafiků zastává osobnostní typ ISTJ. I pro ni platí, že svou práci má perfektně rozloženou a stíhá všechny úkoly, které se na ni valí ze stran kolegů. Ovšem její introvertní část je poměrně silná, není příliš komunikativní v pracovním kolektivu a spíše přemýšlí o svém vlastním světě.

Mezi silné stránky patří určitě spolehlivost, přesnost zpracování grafických zadání a soběstačnost. Na první pohled nepůsobí příliš výrazně, to ji ovšem nebrání v tom mít o všem v kanceláři přehled o situaci.

Ke slabým stránkám bych přiřadil snad jen její malou snahu o otevřenější komunikaci v týmu, příkládám to ovšem jejímu „I“, které ji drží zpátky.

Lidské zdroje by mohli navrhnout školení rétoriky, které by mohlo pomoci otevření vnitřního světa tomu vnějšímu.

6.6 Brand Manager

Jedna z důležitých pozic v pracovním týmu je zastávána mužským typem INTJ. Dalo by se říct, že je takovým marketingovým srdcem celé značky. Jeho pracovní povinnosti jsou:

- řízení směru, kterým se marketingová komunikace ubírá
- zpracování klientských briefů
- dohled nad kreativními výstupy
- finální slovo nad reklamními kampaněmi

Kreativní lídr v marketingovém týmu Queens je na svém místě oprávněně. Jeho osobnostní typ INTJ, zvaný také jako „architekt“, je pro jeho pozici téměř ideální. Jeho schopnost rozplánovat celý rok na brandové kampaně, reklamní kampaně pro klienty, propagace umělců a influencerů a ostatní marketingové aktivity je pozoruhodná.

Z klientského briefu udělá skvělou prezentaci rovnou v anglickém jazyce jako lusknutím prstu. Má vždy jasnou myšlenku a ví, čeho chce dosáhnout. Nicméně náš brand manager ukázkově splňuje slabé a silné stránky svojí povahy.

Mezi silné stránky našeho kreativního lídra patří rozhodně jeho schopnost strategicky uvažovat a plánovat dopředu, což je vlastně typické pro jeho osobnostní profil. Dokáže pracovat samostatně a má přehled o aktuálních trendech jak v reklamní, tak módním prostředí.

Ačkoli dokáže pracovat a plánovat samostatně, ne vždy to je k užítku. Jeho slabá stránka, při plánování vynechávat názory, nápady a pocity ostatních, mu často láme vaz při společných poradách. Ostatní mají pocit, že je ze všeho vynechává, a proto s ním neradi spolupracují. Jeho „I“ ho drží více ve svém vlastním světě a nemá potřebu řešit ostatní. Naštěstí si je svých slabin vědom a snaží se na sobě pracovat.

Pakliže má oddělení lidských zdrojů v zájmu zlepšovat pracovní výkon brand manažera, je na místě mu doporučit dlouhodobý mentoring od zkušenějšího a staršího člověka.

6.6.1 Osobní rozhovor

Jaký osobnostní profil Ti vyšel z mého dotazníku?

INTJ – Architekt.

Zjišťoval jsi, co se skrývá pod významem těch 4 písmen?

Ano, byl jsem zvědavý a neváhal odhalit tajemství mé výsledné osobnosti.

Ztotožňuješ se s výsledkem, nebo je to pro tebe čistě informativní záležitost, která na Tebe nemá žádný dopad?

Ne, nemůžu říct, že bych se s výsledkem ztotožňoval. Je to pro mě stejné, jako když se narodí nový člověk a je mu přiděleno astrologické znamení. Je to předem daná náhoda, která ovšem o našem životě nerozhoduje.

Myslíš, že Ti tvá osobnost pomáhá při tvé práci?

Určitě ano, moje práce mě naplňuje.

Měl bys zájem podstoupit případné školení pro zlepšení tvých slabých stránek a posílení silných?

Ano!

6.7 Content specialista

Pozici specialisty na vytváření contentu u nás v týmu zastává muž s osobnostním typem ENTP. Je to stejný typ, jako social media managerka. Do náplně content specialisty patří:

- vytváření hudebních smyček
- příprava a natáčení podcastů
- řešení prodejních výloh
- příprava eventů

Osobnostní typ ENTP je definován analytickým myšlením a šířením entuziasmu v kolektivu. Náš takzvaný „content’ák“ tyto definice naplňuje. Když přijde nějaký problém, který by normálnímu člověku v práci překážel, content’ákovi u nás v týmu rozhodně ne. Je vybaven na řešení spousta technických problémů a stíhá u toho ještě bavit své kolegy.

Jeho silnými stránkami je určitě znalost technologií, které dokážou ušetřit manuální práci, inovativní přístup k řešení problémů a jeho celková zručnost, díky které je univerzálně zdatný pro každý zadaný úkol.

Dle mého názoru je jeho největší slabá stránka dochvilnost. Jestli se mu něco nedaří, tak je to právě chození na předem domluvený čas. Jinak má svou osobnost pod kontrolou a nedostává se do situací, které neumí řešit. Přisuzuji to, stejně jako u PR & media specialistky, jeho dlouholetým pracovním zkušenostem. V jeho případě by si tedy mohl sám vybrat, v jaké oblasti by se rád zlepšil a jakých kurzů by se rád zúčastnil.

6.7.1 Osobní rozhovor

Jaký osobnostní profil Ti vyšel z mého dotazníku?

ENTP – Diskutér

Zjišťoval jsi, co se skrývá pod významem těch 4 písmen?

Ano, podíval jsem se hned na internet, abych to zjistil.

Ztotožňuješ se s výsledkem, nebo je to pro tebe čistě informativní záležitost, která na Tebe nemá žádný dopad?

Ano, ztotožňuji. Podle definic a výsledků, kterých jsem se dopátral, je moje osobnost celkem přesná tomu, co o sobě sám vím a myslím si. Je legrační, když si to člověk uvědomí až potom, co si něco musí přečíst.

Myslíš, že Ti tvá osobnost pomáhá při tvé práci?

Nevím, jestli je to přímo a jen má osobnost, ale řekl bych že ano. Určitě by mě nebavilo pracovat celý den s číselnou analytikou Facebooku nebo Googlu. Je to na mě až moc čísel.

Měla bys zájem podstoupit případné školení pro zlepšení tvých slabých stránek a posílení silných?

Tak to je přece jasná věc!

6.8 Grafik

Druhým grafikem v marketingovém týmu Queens je zkušenější a služebně starším muž s osobnostním typem INTJ, stejně jako brand manager. Do náplně práce hlavního grafika spadá následující:

- příprava vizuálních výstupů pro brandové kampaně
- vytváření grafických manuálů a šablon
- konzultování klientských kampaní s brand managerem
- vytváření 3D obrázků a animace

Definice osobnostní profilu INTJ neboli „architekt“ pro hlavního grafika reálně odpovídá skutečnosti. Jeho grafické návody a postupy jsou vždy přesné a jejich zdůvodnění dává jasný smysl. Nestalo se, že by výsledky vytvořené práce nedávaly smysl. Má smysl pro pořádek a jeho práce nezůstává nedokončená.

Mezi silné stránky rozhodně patří schopnost rozvržení a naplánování složitých úkolů, jimiž je zasypan od kolegů. Pomáhá mu vše stíhat včas a dotahovat projekty do konce. Nikdy nezapomněl na jediné zadání, které by mohlo dostat druhého do problému. Kolegiálnost a spolehlivost jsou u něj k nezaplacení.

Na rozdíl od brand managera umí mnohem lépe pracovat se svým introvertním světem, a proto lépe zvládá týmovou komunikaci. Svě slabé stránky zvládl posílit díky své chuti učit se novým věcem. Proto by se měl zúčastňovat kurzů, které vysvětlují nejnovější grafické trendy a postupy. Stane se z něj nepostradatelný týmový hráč a hodnotný zaměstnanec Queens.

6.9 Produkční

Produkční týmu Queens zastává muž s profilem osobnosti ENFJ zvaným také jako „protagonista“. Do náplně práce produkčního spadají tyto úkoly:

- styling lookbooků a editoriálů
- převoz zboží na eventy, focení, natáčení
- správa a tvoření obsahu na sociální síť TikTok
- příprava eventů
- dohled nad menšími projekty

Za profilem ENFJ se skrývá člověk, jenž je přirozený vůdce díky svému charismatu. Okolí ho dobrovolně následuje, jelikož věří jeho úsudku. I tak to platí pro produkčního v mém pracovním týmu. Ačkoli nezastává vysokou funkci ve svém týmu, nedělá mu problém vzít otěže do svých rukou. Když se připravují akce, kolegové se dobrovolně nabízejí jako výpomoc a jeho příkazy plní bez problémů.

Jeho silnou stránku je pečlivá připravenost a dobrá organizace, která se projevuje například při týmových pracovních setkáních. Vše má rozvržené a předem stanovené, kdo má co udělat, aniž by to ještě on sám věděl. Také funguje jako stmelovací prvek celého kolektivu, protože se rád setkává s kolegy i mimo pracovní prostředí.

Rozhodně mezi jeho slabé stránky patří impulzivní povaha. Při pocitu křivdy se ve většině času brání útočným způsobem, který ne vždy je na místě. Nerozumí také tomu, že ne každý v týmu chápe jeho myšlenkové pochody hned na poprvé a vnímá to jako ofenzivní akt, vůči kterému se musí bránit.

Pro jeho lepší začlenění do kolektivu bych doporučil kurzy komunikace, kde se naučí, jak správně ventilovat své emoce, aniž by to působilo jako útok na druhé.

6.10 Project manager

Další z důležitých pozic v marketingovém týmu zastává žena, jejíž osobnostní profil je ISTJ. Jestliže brand manager je srdcem značky, tak projekt manažerka je jejím mozkem. Do její náplně práce patří:

- rozložení marketingové budgetu na celý rok
- správa a kontrola všech projektů
- vyhodnocování splněných cílů
- komunikace s externími agenturami

Profil ISTJ je jeden z ideálních pro práci projekt manažera. Smysl pro morální standarty, dodržování postupů a tradic firemní kultury je přesně to pravé pro Logistiku. Stejně tak to má i projekt manažerka v Queens týmu. Dodržování finančního pořádku a dobře odvedené práce je její druhou přirozeností. Při představování finančních dispozic a projektů dávají všichni pozor, aniž by se musela předem ptát.

Její silnou stránku je přirozená autorita, která nedává příliš prostoru pro nechtěné nebo předem prohrané diskuse. Na druhou stranu umí být také milá a nápomocná v případech, kdy si dotyčný neví rady a přijde si pro pomoc. Dokáže vyjít s každým na pracovní rovině, osobní vztahy ponechává stranou.

Slabá stránka její osobnosti se skrývá ve špatném taktizování mezi kolegy. S každým jedná narovinu a musí mít nutně poslední slovo, což je pro některé ponižující, zbytečné a otravné.

Je tedy na místě zvolit kurzy, které se zabývají mezilidskou komunikací. Pomůže to lépe si získat důvěru ostatních a nebude třeba prosazovat autoritu.

6.10.1 Osobní rozhovor

Jaký osobnostní profil Ti vyšel z mého dotazníku?

ISTJ – Logistik

Zjišťovala jsi, co se skrývá pod významem těch 4 písmen?

Z mých vysokoškolských studií mám ještě drobný přehled, ale pro jistotu jsem si to znovu našla, abych své dřívější znalosti utvrdila.

Ztotožňuješ se s výsledkem, nebo je to pro tebe čistě informativní záležitost, která na Tebe nemá žádný dopad?

Ano i ne. Na mojí škole nám vysvětlovali, že test osobnosti podle MBTI je velice kritizovaný a nemáme ho brát příliš vážně.

Myslíš, že Ti tvá osobnost pomáhá při tvé práci?

Moje práce mě neskutečně naplňuje. Kdyby k tomu nebyla přizpůsobena moje povaha, myslím, že by to zase taková sláva nebyla. Naštěstí ale je.

Měla bys zájem podstoupit případné školení pro zlepšení tvých slabých stránek a posílení silných?

Ano, ráda se zlepšuji a vzdělávám!

6.11 E-commerce specialista

E-commerce specialista je u nás v týmu zastoupen extravertním typem ESTJ. Nositelem tohoto typu je žena. Jedna ze dvou pozic, která má na starosti vydělávání peněz. Náplň práce je:

- kontrola a správa webu
- hlídání analytický dat
- komunikace s performance agenturou

Specialistka přes e-commerce má na svých bedrech zodpovědnost za správný chod webu a neustálá kontrola čísel. Její profil „Vedoucího“ už jen podle názvu nasvědčuje, že to bude člověk na správném místě. Její přehled v analytických výsledcích z metrik od Googlu a Facebooku je fascinující. Ke každému číslu má odpověď, proč je zrovna takové, jaké je. Je nohama na zemi, a proto ji nedělá problém vysvětlit nadřízenému, proč nastal propad čísel, když bylo vše připraveno.

Její hlavní silná stránka je mít veškerou svou práci pod kontrolou a nenechat nic náhodě. Prodejní web zůstává stále aktuální díky jejímu dozoru a málokdy se někde najde chyba.

Slabou stránkou pro mě v jejím případě znamená distancování se od kreativního kolektivu. Zůstává ráda při svých statistikách a číslech. Ovšem se všemi jinak vychází velice dobře.

Doporučení pro zlepšení pracovní pozice může být formou teambuildingu pro sblížení s ostatními. Pro posílení jejích silných stránek by mohlo HR oddělení navrhnout školení na projektová řízení pro zvládání zahraničních webů, které bude potřeba kontrolovat při expanzi na zahraniční trhy.

6.12 Campaign manager

Posledním z členů marketingového týmu je žena, jejíž osobnostní profil se rovná ISTJ. Nebýt její pozice, přísun peněz z konverzí přes FB by byl podstatně menší. Náplň práce je pro ni následující:

- vytváření kampaní na FB a IG
- reporting pro klienty
- správa a kontrola FB

Osobnost ISTJ, nebo také „Logistik“ je vhodná pro práci vykonávanou kampaň manažerkou. Jejím hlavním cílem je nastavování zásahů kampaní na sociálních sítích pod hlavičkou Marka Zuckerberga. Díky ní získává Queens velký počet konverzí právě z reklamních kampaní. Je její přirozeností mít přehled a pořádek v číslech, která má téměř vždy zelená. Je soběstačná jednotka, která se vše dokáže naučit sama. Stačí video tutoriál a se zbytkem si již poradí.

Silnou stránku její osobnosti je právě soběstačnost, která ji umožňuje být svým vlastním pánem, který jen dodává dobré výsledky. K tomu je také nápomocná při různých úkolech, na které jeden člen týmu zkrátka nestačí.

Slabých stránek příliš nemá, její osobnost je vyrovnaná. Svým možným slabinám, které se definují při typu ISTJ, nedává prostor při svém pracovním životě. Bude to nejspíše tím, že má za sebou také delší pracovní zkušenost jako pár kolegů výše zmíněných. Školící kurzy si nachází sama na internetu, prospěl by ji ovšem teambuilding pro utužení pracovního kolektivu.

7. Jak se má teorie k praxi

7.1 Analýza týmu jako celek

Pojďme si v krátkosti zopakovat data a informace, které byly použity pro můj výzkum v praxi, tzn. bylo oslovených dvanáct respondentů z profese marketingu a z oblasti retailové módy. Data o našeho týmu se mi podařilo získat během jednoho týden a téměř jeden týden jsem se získané informace studoval a vyhodnocoval. K čemu jsem došel?

Výsledky mi ukázali, že náš marketingový tým jako celek je zcela homogenní, a to i přesto, že je převážně složen z introvertních typů osobností, které svou energií a entuziasmem vyvažuje zbytek extravertně laděného týmu.

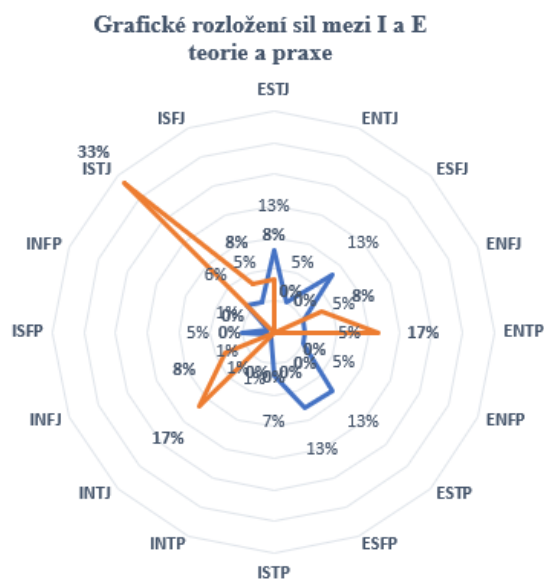
Není pro mě nikterak překvapující, že podle výsledků týmu v rámci dotazníku a podle mé osobní zkušenosti s každým z respondentů, je toto skupina lidí, která je poměrně dobře vyvážená a dokáže spolu kooperovat bez větších obtíží. Ne vždy je všechno perfektní a bezproblémové, tyto situace by ovšem mohli vylepšit kurzy a teambuildingy, které budu doporučovat v další kapitole 7.3.

7.2 Náš tým ve srovnání s běžnou populací

Michal Čakrt ve své knize popisuje procentuální výskyt každého osobnostního typu na světě. Z jeho výsledků je patrné, že v běžné populaci je větší a běžný výskyt extravertních typů osobnosti. V mém pracovním týmu je to spíše výjimka, že většinový počet pracovních pozic zastávají introvertní typy a zbylý čtyři členové týmu jsou extraverti. Dle mého názoru za to může převyšující počet pracovních pozic, které vyžadují spíše technologické znalosti a analytický přístup k vnímání věci.

Zbytek týmu s extravertním typem osobnosti zastává pracovní pozice, které se řídí svou intuicí. Neplatí to akorát pro e-commerce specialistku, jejíž extravertní osobnost ESTJ zastává technologicky náročnou pozici,

Zde bych si dovilil graficky znázornit, jak dopadly výsledky osobností marketingové týmu Queens ve srovnání s populací osobnostních profilů na světě podle pana Čakrta:



Legenda:

- Oranžová čára grafu značí náš tým
- Modrá čára svět podle Čakrta

Graf č. 1

7.3 Školící a teambuildingové programy

Pro celkové posílení vztahů v pracovním týmu je jako jedním z nejužitečnějších nástrojů teambuilding. V momentě, kdy je celý kolektiv vytržen se svého standartního prostředí, chová se mnohdy jinak. I v případě zkoumaného týmu je to silný nástroj. Nestačí ovšem vyjet mimo svou zónu jen jednou za rok, nýbrž je lepší udělat aspoň jednou za kvartální období víkendový výjezd za utužením kolektivu.

Nejjednodušší a nejefektivnější by pro začátek mohl být čistě víkendový pobyt ve sportovním areálu někde mimo základní civilizaci. Čím více účastníky odříznete od okolního světa, tím více mají času se soustředit na pracovní kolegy a své pocity v rámci kolektivu. Našel jsem na internetu teambuildingy, které by byly vhodné jako prvotní začátek stmelování kolektivu.

7.3.1 Víkendový teambuilding s kurzem první pomoci

Tuto nabídku jsem našel na webových stránkách educity.cz⁴³. Jedná se o víkendový teambuilding s výukou první pomoci. Myslím si, že by byl tento víkendový pobyt ideálním začátkem budování kvalitního a sehraného kolektivu. Jednalo by se hlavně o praktickou část kurzu, kdy účastníci praktikují základní techniky pomoci na svých kolezích. Fyzický kontakt

⁴³ Educity, kurzy na míru [online] [25.4.2021] dostupné z: <https://www.educity.cz/kurzy-na-miru/personalistika-a-osobnostni-rozvoj-id-3498/vikendovy-teambuilding-s-vyukou-prvni-pomoci-id-1184422>

nemusí být každému příjemný, stejně tak ale i v práci není každému příjemná komunikace s druhými. Tato zkušenost by mohla jisté zábrany a předsudky odstranit.

Program víkendu je následující:

- 1. den – příjezd na místo konání, ubytování, teoretická část kurzu, skupinové spolupráce
- 2. den – praktické příklady využití první pomoci, skupinové práce, závěrečný test
- 3. den – odjezd z areálu

7.3.2 Víkendový wellness teambuilding

Jestliže nechceme členy týmu na první víkendové setkání nutit do fyzického kontaktu s ostatními kolegy, je na místě relaxující wellness pobyt s teambuildingovými aktivitami dle vlastního výběru. Tuto možnost nabízí například Resort Svatá Kateřina⁴⁴. Nachází se na samotě na jihu Česka, kousek od hranic s Rakouskem. Ideální lokace, která umožňuje zamezení styku s civilizací. Kromě toho se zde také specializují na udržitelné chování k přírodě a vlastnímu tělu i duši. Týmový kolegové se zde tedy mohou zrelaxovat, pochopit pocity ostatních a zároveň se naučit lepšímu chování k přírodě.

Program wellness víkendu může být následující:

- 1. den – příjezd, seznámení s areálem, večerní wellness
- 2. den – týmové hry, udržitelné workshopy s místními správci, večerní wellness
- 3. den – zhodnocení teambuildingu, přínos pro jedince, odjezd

7.3.3 Sportovní teambuilding pro prodloužený víkend

Jako poslední možnost po edukačním a wellness víkendu jsem zvolil sportovní variantu prodlouženého teambuildingového víkendu. Tvrdí se, že sport utužuje kolektiv a já s touto myšlenkou souhlasím. Pokud se člověk dostane do určitého vyčerpání či nekomfortních situací, častokrát se povede odhalit jeho osobní stránka přístupu ke kolegům. Například webová stránka Frčíme.cz⁴⁵ nabízí spoustu možností, jak strávit víkend v pohybu. Nejvíce mě zaujal cyklo přejezd z Vídně až do Budapešti, který trvá pět dnů. Zvolil jsem

⁴⁴ Kateřina Resort, firemní akce [online] [25.4.2021] dostupné z: <https://www.katerinaresort.cz/firemni-akce/teambuilding/>

⁴⁵ Frčíme, teambuilding [online] [25.4.2021] dostupné z: <https://www.frcime.cz/cykloturistika-dovolena-na-kole/dunajska-cyklostezka-viden-budapest?term=800>

cyklistickou variantu víkendu, protože si myslím, že je to jedna z méně náročných, a naopak dobře dostupných aktivit pro širší spektrum lidí, ne jenom fyzicky zdatných.

Plán cyklo přejezdu je následující:

- 1. den – odjezd na jih Vídně a následný přejezd do Hainburgu (60–70 km)
- 2. den – přejezd do Bratislavy, krátká prohlídka města, následný přesun do Komárna kolem Dunaje (120 km)
- 3. den – prohlídka města Komárno, přejezd přes slovenské vesnice a Dunaj do města Štúrovo (60 km)
- 4. den – prohlídka Štúrova, cesta podél meandrů Dunaje, dojezd do Budapeště (80 km)
- 5. den – prohlídka města Budapešť a okolí (30 km), odpolední odjezd do Prahy

7.3.4 Školící kurzy

Školící kurzy pro jednotlivé členy týmu jsou potom dalším rozvojem jejich osobností. Širokou škálu kurzů, které by odpovídali potřebám mé bakalářské práce jsem našel například na stránkách EduCity⁴⁶, která umožňuje zobrazení nabídky od různých zadavatelů školení.

U jednotlivých kurzů je samotný popis firmy, která konkrétní školení nabízí a také jak jej hodnotili uživatelé. Pakliže si oddělení lidských zdrojů vyhradí jednoho člověka, který nabízeným programům věnuje čas na roztřídění podle potřeb zaměstnanců, dokáže vybrat ty nejideálnější. Pro ukázkou v tabulce č. 4 jsem vybral několik kurzů, které se mi zdály vhodné pro členy týmu.

Školící firma	Kurz	Vhodné pro
Top Vision s. r. o.	Efektivní komunikace: Jak zvládnout i obtížné situace s grácií	brand manager, office manager
Top Vision s. r. o.	7 nejobtížnějších situací manažera: Řešení s nadhledem a rozmyslem	project manager
humancraft	Mentoring na míru	social media manager
Shine Leadership	Management distribuovaných týmů	e-commerce specialist

tabulka č.4

⁴⁶ Educity, firmy, [online] [25.4.2021] dostupné z: <https://www.educity.cz/firmy>

7.4 Doporučení pro útvar lidských zdrojů

Z výsledků mé práce týkající se vyhodnocení dotazníků a získání jednotlivých osobnostních profilů mých kolegů a kolegyn jsem došel k závěru, že i přes to, že složení týmu se jeví jako optimální, lze nalézt u jednotlivých členů prostor pro odborný růst a ponížení slabých stránek.

Pro inspiraci se může útvar lidských zdrojů podívat na tabulku č.4, kde jsem pro příklad uvedl pár kurzů, které by měli absolvovat lidé k tomu přiřazení. Můj výčet je spíše inspirativní, pro správně zvolenou kvalitu programu by bylo potřeba provést důkladnější výzkum v rámci nabízených možností školících kurzů.

Dle mého názoru je největší prostor pro zlepšení následujících dovedností:

- komunikační dovednosti uvnitř týmu
- lepší týmová spolupráce
- empatie v rámci týmu

Zlepšení může začít malými krůčky, například využívat možnosti teambuildingu, kde v rámci neformální komunikace může dojít k lepšímu vzájemnému poznání týmu, a to nejen v profesní oblasti ale i na osobní rovině, což může vést ke zkvalitnění pracovního prostředí a týmové spolupráce. U některých klíčových členů týmu bylo vhodné, aby pro další odborný růst využili služeb mentora nebo coache.

8. Závěr

Moje bakalářská práce se v teoretické části zabývá problematikou osobnostní typologie a jejího vývoje v průběhu času. Mým hlavním úkolem bylo přiblížit čtenáři typologie MBTI, se kterou pak nadále pracuji i v praktické části. Praktická část obsahuje kvalitativní výzkum, který mi měl odhalit osobnosti jednotlivých členů týmu a jak moc odpovídá jejich pracovní pozici. Všichni členové se mnou spolupracovali rádi, také je v podstatě zajímalo, jaký typ osobnosti jim z dotazníku vyjde. Většina z nich se s výsledkem ztotožnila. Nedá se říct, že by někdo s výsledkem výrazně nesouhlasil a očekával zcela odlišný výsledek. V praktické části jsem kladl důraz zejména na to, aby veškeré mé kroky, které jsem učinil, mě dovedly ke zdárnému cíli, který jsem si vytyčil v úvodu práce

Zcela zodpovědně mohu prohlásit, že když se podívám a znovu si přečtu celou svou práci, mohu konstatovat, že jsem svůj stanovený cíl, doporučení školících kurzů pro posílení slabých a silných stránek, naplnil. Dále mohu s plným vědomím napsat, že i mě samotnému práce odhalila řadu nových informací z oblasti typologie osobnosti, u kterých si myslím, že jsem schopen je využít ve své praxi jako platný člen marketingového týmu. Myslím si, že čas strávený tvorbou této bakalářské práce se mi bohatě vrátí v mém profesním ale i osobním životě.

9. Terminologický slovník

ART DIRECTOR	Tvůrce kreativních konceptů
BRAND MANAGER	Manažer firemní značky
BRIEF	Zadání od klienta
CAMPAIGN MANAGER	Správce kampaní
COACH	Kouč
CONTENT SPECIALISTA	Tvůrce obsahu
E-COMMERCE SPECIALISTA	Specialista elektronické komunikace
EDITORIÁL	Koncepční focení
FB	Facebook
HR	Lidské zdroje
IG	Instagram
INFLUENCER	Osobnost sociální sítě
LOOKBOOK	Série nenavazujících fotografií
MBTI	Myers-Briggs Type Indicator
MENTOR	Průvodce tématem
OFFICE MANAGER	Správce kanceláře
PR MEDIA SPECIALISTA	Specialista na vnější komunikaci
PROJECT MANAGER	Projektový manažer
SNEAKERS	Tenisky
SOCIAL MEDIA MANAGER	Manažer sociálních sítí
STREETWEAR	Pouliční móda
TO DO LIST	Seznam úkolů

10. Použitá literatura

10.1 Primární literatura

CAKIRPALOGLU, Panajotis. Úvod do psychologie osobnosti. Praha: Grada, 2012. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-4033-1

ČAKRT, Michal. Typologie osobnosti: přátelé, milenci, manželé, dospělí a děti. Praha: Management Press, 2004. ISBN 80-7261-112-7

DRAPELA, Victor J. Přehled teorií osobnosti. 2. opr. vyd. Praha: Portál, 1998. ISBN 80-7178-251-3.

16 personalities [online] [cit. 21.4.2021] dostupné z:
<https://www.16personalities.com/cs/osobnostni-typy>

10.2 Sekundární literatura

VYSEKALOVÁ, Jitka. Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky". Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.