

Za studiem na UNYP je hodně píle a dřiny

Text | Michael Málek Foto | Honza Mudra

Při rozhodování mezi volbou soukromé, či státní školy je třeba vážít mnoho faktorů, cenou studia počínaje, prestiží, formou studia a přístupu k němu navazuje a možnostmi následného uplatnění konče. O vlastních zkušenostech se studiem na soukromé a státní škole i zkušenostech s výukou a prací se studenty jsme hovořili s Martinem Pavlíčkem, výkonným ředitelem Havas PR.

Proč jste se rozhodl pro studium na UNYP?

Byl jsem typickým příkladem studenta, který zanevřel na vysokoškolské vzdělání. Přijali mě na VŠE i na UNYP, ale z finančních důvodů jsem dal přednost škole státní. Tam mě však studium zklamalo, po roce a půl jsem se rozhodl ho ukončit a začít pracovat. Nelíbilo se mi studium v aule pro 600 lidí, kde častým zájmem vyučujících bylo motivovat studenty k zakoupení jejich učebnic. Nicméně rodiče mě přesvědčili, že bych vysokoškolské vzdělání mít měl, a nabídli, že mi na studium na UNYP půjčí.

Rozdíl v tamním přístupu byl natolik odlišný, že jsem si studium zamiloval a nakonec jsem tam postupně získal tři tituly.

„Stále jsou lidé, kteří privátní školství považují za méněcenné.“

Martin Pavlíček,
výkonný ředitel Havas PR

V čem spočívaly ty zásadní rozdíly?

Na UNYP panuje hodně individuální přístup, jde o multikulturní prostředí, kde studují lidé z několika desítek zemí světa. Miluji cizí jazyky a tam jsem angličtinu používal na každodenní bázi.

Škola mě chytla za srdce, studoval jsem komunikaci a masmédiu, ale prvotní curriculum je hodně široké, než se člověk zaměří na specializaci, což se mi rovněž líbilo – od antropologie po vstup do psychologie. Velmi mi to rozšířilo obzory, mimo jiné díky kamarádům z různých koutů světa. Přirovnal bych to k programům Erasmus, pouze s tím rozdílem, že nemusíte nikam jezdit.

Po studiu bakaláře jsem z finančních důvodů nemohl pokračovat, ale nakonec jsem po dvou letech přece jen navázal studiem magisterského programu v komunikaci a následně také MBA, obojí už při práci.

Hlavní rozdíl je tedy v přístupu. Nejde o tovarnu na diplomy ani o teoretické memorování. Lidé jsou spí-

še vedeni k podobným činnostem, jaké posléze uplatní v práci. Musí být proaktivní a sami si informace hledat.

Jak tedy studium konkrétně probíhá?

Od první hodiny jsme byli rozřazeni do týmů. Jednotliví členové pak společně pracovali na projektech, sháněli informace, plnili dílčí úkoly a nakonec společně projekt odprezentovali. Hodnocení následně sestávalo z toho, že nás z jedné třetiny hodnotil vyučující, z druhé třetiny celá třída a nakonec jsme se měli hodnotit navzájem v rámci týmu, podle toho, jak se kdo zapojoval, aby se nikdo jen tak nevezl s ostatními.

Tohle mi hodně dalo, protože po nástupu do práce jsem neměl přesný přehled o pracovních procesech, ale věděl jsem, jak si rychle informace najít, jak je zpracovat do prezentovatelné podoby a jak je někomu ve srozumitelné formě předat. Měl jsem tedy motivaci se tam vrátit a víkendová studia pak už byla nejenom o dalším získávání informací z oboru, ale také o potkávání se s lidmi, kteří chtěli znát problematiku detailně a zároveň přinášeli své zkušenosti z praxe. Člověk se při dalším studiu potkává s lidmi z oboru a navazuje nejen přátelství neformální, ale i ta, která se promítají do kariéry či podnikání. Vytvářejí se zde dlouhodobé a silné vazby. Myslím, že zůstáváme se spolužáky ve větším kontaktu než studenti klasických státních škol a UNYP organizuje častá setkání absolventů.

Studium magisterského titulu už bylo hodně určité partnerskou školou v USA, každý víkend sem přiletěl některý z tamních profesorů. Šlo o lidi s desítkami let zkušeností ve výuce daných předmětů, takže úroveň předmětů zaměřených na prezentační dovednosti nebo mluvení na kameru už měly srovnatelnou, ne-li lepší kvalitu v porovnání s mediatréninky, které jsem později zažil už jako profesionál.

Rozdíl mezi státní a soukromou školou spočívá také v tom, že u státní školy filtr víceméně probíhá u přijímacích zkouškách, zatímco u soukromých škol stačí na počátku splnit základní předpoklady a faktický výběr probíhá až během studia. Každý tak má šanci dokázat,

zda na to má, nebo ne. Mám pocit, že na to začíná přicházet už i mnoho státních škol.

Studium MBA už bylo zaměřené na byznys. Byly tam praktické kurzy, například jak začít start-up, jak prosadit nápady v byznysu... To učili většinou lidé z praxe, například instruktor, který byl zároveň skutečným investorem a zabýval se start-upy na profesionální úrovni.

Ukázalo se, že i věci, které se mi tehdy zdály irelevantní, nakonec v praxi uplatnění najdou. Například bývalý finanční ředitel Coca-Coly France nás učil manažerské účetnictví. Nejsem matematický typ, ale on mi to dokázal podat natolik dobře, že na něj dnes často s radostí vzpomínám, když v agentuře řešíme nějaké finanční věci. V tu chvíli mi dochází, co mě naučil, i když tenkrát jsem tomu plně nerozuměl.

Když to shrnu, líbí se mi hodně praktický přístup, případové studie, přinášející znalosti a zkušenosti, které pomáhají člověku nastartovat nebo zlepšovat své výkony v práci. A je tam velký pocit sounáležitosti, pocit, že člověk někam opravdu patří. Škola mě chytla za srdce natolik, že už tam i učím a snažím se svoje pracovní zkušenosti předávat dál.

Proč jste si zvolil obor komunikace a média?

V Čechách tenkrát tento obor prakticky neexistoval a mně se líbilo věnovat se akademicky něčemu, co tady mnoho lidí vystudováno nemělo. Široký záběr látky pak dával možnost výběru následné dráhy buď novinářské, konzultační, PR, reklamy, či marketingové... Předměty byly v tomto hodně univerzální.

Měli jsme například studentský časopis založený člověkem, který tehdy vedl anglicky psaný týdeník Prague Post. Tam si člověk mohl vyzkoušet reálnou novinářskou práci. Reklamu učil člověk, který pracoval v reklamním průmyslu, seznámil nás s tím, jaké to je pracovat s kreativními nápady, co je to vizuál, jak má vypadat reklama. V rámci vizuální estetiky nám kurátorka Leica Gallery vysvětlovala, co ve fotce funguje, a co ne, jaké jsou tam zákonitosti, jak je poznat a jak je použít.

Později mohli studenti pracovat pro malou konzultační firmu, fungující v rámci UNYP, a pracovat na reálných problémech ve skutečných firmách, kde odměnou bylo potvrzení o zkušenosti do životopisu. Měl jsem tenkrát pocit, že jinde bych takové penzum znalostí a zkušeností asi nedostal.



Martin Pavlíček

přestoupil do Havas PR na začátku roku 2015 z UPC Česká republika, kde byl ředitelem komunikace.

V předchozích deseti letech působil také jako ředitel korporátní komunikace společnosti Unipetrol a jako tiskový mluvčí společnosti ČEZ, v Havasu vede týmy pro finanční a zdravotnický sektor.

Na University of New York in Prague získal bakalářský i magisterský titul v oboru PR komunikace a následně i MBA titul v marketingu. Na své alma mater nadále učí PR.

Co vám daly jednotlivé tři stupně studia?

Bakalářské studium pro mě bylo vstupem do povědomí o tom, co je komunikace, jak se na ni dá pohlížet z různých úhlů, jak fungují média, že je za tím nějaká psychologie, jaký je význam vizuální estetiky. Učili jsme se neverbální komunikaci, to, jak kultura ovlivňuje komunikační zvyklosti mezi národy. Šlo více o teoretickou rovinu, ve srovnání s následujícími dvěma stupni. Dalo to člověku dostatečný rozhled na to, aby se mohl rozhodnout, jakému ze směrů se chce do budoucna věnovat.

Během magisterského studia se řešily už konkrétní případové studie, kampaně na produkty, jak je dostat do novin... Teprve tehdy jsem si naplno začal uvědomovat, jak fungují média, jak novináři získávají inspiraci a nápady, co je pro ně zajímavé, jak je zaujmout, že je třeba se přizpůsobit médiu, jeho cílové skupině, jak danou informaci novináři podat, aby pro něj byla relevantní, v jakém čase s ním komunikovat, kdy ho nerušit, protože se musí soustředit na uzávěrky. Šlo tedy už o praktické tipy a triky, které mohl člověk používat v praxi. ▶



Na MBA jsem studoval marketing, což bylo trochu mimo mou profesi, ale hodně mi to pomohlo. Dnes už jsou kampaně velmi integrované. Dělán v komunikačním průmyslu a často propojujeme digitální a sociální média, velké marketingové kampaně i PR, a pokud člověk porozumí sousedním oborům, lépe se pak domluví. Učili jsme se např. principy virálních kampaní, měli jsme tam člověka, který nám vysvětloval, jak fungují sociální média, která tehdy teprve začínala a nikdo pořádně nevěděl, jak je využít jako nástroj pro firemní využití. Vlastně nás učili integrovaný pohled na komunikaci.

Řada lidí ovšem význam MBA studií zpochybňuje.

V té době jsem měl poměrně úzký profesní pohled na komunikaci, naštěstí jsem během studia měl možnost spolupracovat s lidmi z různých oborů a zemí, pracujícími i na velmi vysokých postech v mezinárodních společnostech. Tedy s lidmi, se kterými bych se možná neměl možnost vůbec setkat, natož s nimi trávit dva roky studijních víkendů a poznávat jejich pohledy, čerpat z jejich zkušeností, přemýšlet o tom, jaké principy fungují v jejich oblastech jako například automotive, medical... To všechno mi pak v praxi pomáhá lépe fungovat pro klienty z oborů, které bych jinak neznal. Navíc vím, kde se mohu zeptat, pokud hledám specifickou informaci nebo kontakt.

Zvažoval jste možnost pokračovat ve studiích na jiné škole?

Nezvažoval. Měl jsem prověřeno, že mi tato škola kvalitativně vyhovuje. Studium jsem měl finančně podpořené ze strany zaměstnavatele, takže jsem neměl důvod uvažovat o studiu jinde.

Ještě se ale vrátím k vaší předešlé otázce. Stále jsou lidé, kteří privátní školství považují za méněcenné a hází všechny soukromé školy do jednoho pytle. Nejsou schopni připustit, že tu je i několik soukromých univerzit, které jsou na pozitivním konci kvalitativního spektra. Takové, které poskytují kvalitní studium a jsou respektované.

Je to hodně také o zkušenosti. Lidé odchovaní státním školstvím mívají pocit, že jde o jedinou správnou

cestu, a MBA považují za synonymum zkratky mladý, blbý, asertivní.

Je to dané také tím, že se soukromé školy doposud neprofilovaly v médiích jinak než reklamou. Lidé tak nabývají dojmu, že zaplatí a na konci vypadne diplom. V reklamní zkratce pak nevnímají, že člověk roky studuje, musí na sobě pracovat, musí to zvládat třeba v cizím jazyce a dělá to o víkendech, protože se snaží zdokonalovat během náročné práce. A že studuje na profesionální instituci, kde už jenom studium v cizím jazyce je poměrně náročnou výzvou, natož fakt, že zahraniční lektori jsou zvyklí na vysoký standard studentů a vyžadují ho i zde. Tedy alespoň v případě UNYP.

Je pro vás výhodou učit na škole, kde jste studoval?

Ano, zvláště v prvních letech jsem to hodně používal k motivaci studentů. Hlavní výhodou však je, že má člověk navnímanou filozofii školy a ví, jak má daný standard vypadat, o co se snažit.

Zároveň je ovšem potřeba se přizpůsobovat nastupující generaci, která je ovlivněna příchodem digitálních médií a mobilních platforem, přinášejících jiný způsob vnímání. Tomu musí člověk přizpůsobovat i způsob výuky. Dnes už není možné připravovat 1,5hodinové přednášky. Výuku je potřeba rozčlenit do více bloků, zadávat týmové úkoly a snažit se studenty zaujmout a udržet jejich pozornost, například kladením provokativních otázek.

Takže ano, je to výhodou, ale člověk se musí vyvíjet spolu se studenty.

A jak tedy získáváte potřebnou zpětnou vazbu?

Nás na magisterském studiu učili lidé z La Salle University ve Filadelfii, což jsou salesiáni. Řád založil v 19. století italský mnich Don Bosco, který měl tenkrát nápad vzdělávat děti z ulice a ochraňovat je před dopady průmyslové revoluce. Říkal, že učitel a žák se musí potkat na půl cesty, a že když se o to snaží jen jedna strana, výsledek nikdy není dobrý. Dále říkal, že učení musí probíhat navzájem, tedy že žák se učí od učitele, ale zároveň se žák učí od žáka, učitel se učí od žáka a případně se učitel učí od dalšího učitele. Svým studentům říkám, že jde o model, kde v závislosti na tom, kolik úsilí a vůle každá ze stran vloží, tolik si každá strana odnese v podobě předaných zkušeností, zážitků a vztahů.

Pak ještě běžně dělám to, že na začátku semestru sepiši očekávání každého studenta, tedy co si o PR myslí, jestli je nějaká část více zajímavá, jestli je něco, co nesnáší, jaký styl výuky jim vyhovuje, jaké typy testů jim vyhovují. No a během semestru i na jeho konci sahám pro ten samý soubor a ptám se, zda se mi povedlo splnit jednotlivá očekávání.

Na konci semestru také vedoucí katedry s vyučujícími srovnává jeho hodnocení s průměrem celé školy a s dlouhodobým průměrem v rámci předmětu. Pokud se vyučující dostane pod tyto průměry, musí výuku zlepšit nebo stav vysvětlit, a pokud to nedokáže dva-

krát za sebou, nastoupí jiný učitel. To mi přijde celkem drsné, ale nutí to člověka na sobě pracovat.

Co tedy vyučujete?

PR principals, tedy základy public relations, a advanced PR. V základech se zabýváme historií PR, tedy od doby, kdy Rockefellerové na železnicích poprvé přestali v případě nehody dvou vlaků zametat informace pod koberec a začali informovat o skutečnosti včetně toho, jaké vyplatili kompenzace, až po dnešní média a PR nástroje, které máme k dispozici, a jak to funguje. Student tedy zjistí, co PR vlastně je, a následně v advanced kurzu začíná nabyté znalosti aplikovat a vymýšlet řešení konkrétních případových studií.

Jaké hlavní sdělení se snažíte studentům předat?

Snažím se evangelizovat, že PR není chudým příbuzným v komunikačním mixu. Většina studentů přichází s tím, že chtějí dělat v marketingu nebo v sociálních médiích, a já jim říkám, že práce v PR je v mnohém zajímavější a komplexnější. Už se mi stalo, že někteří svoje směřování přehodnotili, někteří začali i pracovat u nás v Havasu. Obecně se jim snažím vštípit, že když jsem studoval, měl jsem občas pocit, že úspěch v práci přichází trochu sám, že ale faktorů ovlivňujících výsledek v práci je daleko více, a že se musí připravit na mnohem náročnější výzvy než doposud.

INZERCE

**MILUJEME TECHNIKU
A ROZUMÍME JÍ**

SIDAT
AUTOMATION-INFORMATICS

Jsmo ryze českou firmou, ve které se můžete stát špičkovým profesionálem v oboru průmyslové automatizace a výrobní informatiky a také členem týmu, který vás podrží.

Nejčastěji u nás najdou uplatnění:

- Zkušení kandidáti z oboru průmyslové automatizace a informatiky a průmyslu 4.0
- Studenti technických oborů se zájmem a chutí na sobě pracovat

Saňte se i Vy součástí zajímavých projektů a nastartujte či rozvíňte svou kariéru u nás.

Nahlédnout do našeho firemního prostředí můžete na www.sidat.cz/kariera.

INZERCE

**ZNÁME CESTU
KE SPOKOJENÝM
ZAMĚSTNANCŮM**

Chcete nabídnout zajímavý benefit pro zájemce o pracovní místo ve Vaší firmě? Nebo odměnit své věrné spolupracovníky za jejich loajalitu a dobře odvedenou práci něčím mimořádným?

**ODMĚŇTE JE
dm DÁRKOVOU KARTOU!**

- Přebaly karet v případě zájmu opatříme textem i logem vaší společnosti.
- Karta je platná ve všech 228 prodejnách dm Česká republika na celý sortiment, od nabití minimálně 10 let.
- Karta může být nabita libovolnou částkou od 50 Kč do 5 000 Kč.
- Akceptujeme úhradu fakturou.
- Slevy při větších objednávkách.

KONTAKTUJTE NÁS:
Michaela Mikšová
@michaela.miksova@dm.cz
+420 387 748 202
www.dm.cz/karty

Za úspěchem firmy nestojí jeden člověk, ale stabilní tým. Když ho máte, je nutné o něj pečovat!

dm

ZDE ISEM ČLOVĚKEM
ZDE NAKUPUJI