|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Id | Source | Target |
| [Screen 1](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=1_C_2)  [1\_C\_2](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=1_C_2) | In today’s business environment, where people are connected globally 24/7, communication is more important than ever.  This course will explain some simple steps we can all take to communicate ethically, responsibly, and professionally. | Komunikace je v dnešním obchodním prostředí, kde jsou lidé globálně propojení 24 hodin denně, ještě důležitější než kdykoli předtím.  V tomto kurzu si vysvětlíme pár jednoduchých kroků, které my všichni můžeme podniknout, aby naše komunikace byla etická, uvážlivá a profesionální. |
| [Screen 2](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=2_C_3)  [2\_C\_3](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=2_C_3) | Upon completion of this course, you will be able to:   * Use clear, precise, unambiguous language in business communications; * Regulate your tone and emotions to avoid misunderstandings; * Select the most appropriate channel for your message; and * Know where to go for help and support.   This course will take approximately 35-40 minutes to complete. | Po absolvování tohoto kurzu budete schopni:   * vyjadřovat se v obchodní komunikaci jasně, přesně a jednoznačně; * regulovat svůj tón a emoce a vyhnout se tak nedorozuměním; * zvolit pro dané sdělení ten nejvhodnější komunikační kanál; * vědět, kde hledat pomoc a podporu.   Kurz vám zabere přibližně 35–40 minut. |
| [Screen 3](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=3_C_4)  [3\_C\_4](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=3_C_4) | The icons at the top of the screen provide one-click access to key resources:   * The Table of Contents, * Important contact information, and * Reference material.   In addition, you can use the Exit icon to close the course window. | Prostřednictvím ikon v horní části obrazovky máte na jedno kliknutí přístup k těmto hlavním zdrojům:   * obsahu, * důležitým kontaktním údajům a * referenčním materiálům.   Přes ikonu Konec můžete okno školení zavřít. |
| [Screen 4](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=4_C_5)  [4\_C\_5](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=4_C_5) | There are several features to help guide you through the course:   * The Back and Forward arrows allow you to move from screen to screen. * A horizontal slider bar at the bottom of the screen allows you to see where you are in the course. * The Table of Contents lets you navigate from section to section. | Kurz obsahuje několik funkcí, které vám pomohou s navigací:   * Pomocí šipek dozadu a dopředu můžete listovat stránku po stránce. * Vodorovný panel s posuvníkem v dolní části obrazovky zobrazuje, kde se v kurzu nacházíte.   Obsah umožňuje přecházení mezi jednotlivými oddíly. |
| [Screen 5](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=5_C_6)  [5\_C\_6](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=5_C_6) | Knowledge Check  Once you have reviewed the content of this course, you will be required to complete a 10-question Knowledge Check.  The Knowledge Check can be taken at any time by clicking the Table of Contents icon and selecting Knowledge Check. | Kontrola získaných znalostí  Až si projdete obsah kurzu, budete muset absolvovat test kontroly získaných znalostí s 10 otázkami.  Kontrolu získaných znalostí můžete absolvovat kdykoliv kliknutím na ikonu Obsah a výběrem možnosti Kontrola získaných znalostí. |
| [Screen 6](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=6_C_7)  [6\_C\_7](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=6_C_7) | In this section, we will explain why it is essential to always consider your audience when communicating.  We will demonstrate how language, tone, and emotions play a significant role in how your message is received and interpreted. | V tomto oddílu si vysvětlíme, proč je důležité vždy zohlednit pro jakou cílovou skupinu je komunikace určena.  Ukážeme si, jak výběr slov, tón a emoce hrají důležitou úlohu v tom, jak vaše sdělení ostatní přijmou a jak si je vyloží. |
| [Screen 7](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=7_C_8)  [7\_C\_8](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=7_C_8) | Communicating carefully in a business environment requires us to consider how others are likely to interpret what we are saying.  It requires us to recognize that others have different beliefs, experiences, backgrounds, and identities than our own. | Chceme-li v obchodním prostředí komunikovat obezřetně, je potřeba vzít v potaz, jak si naše sdělení ostatní pravděpodobně vyloží.  Je nutné si uvědomit, že ostatní mohou mít odlišná přesvědčení, zkušenosti a identitu než my a mohou pocházet z jiných prostředí. |
| [Screen 8](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=8_C_9)  [8\_C\_9](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=8_C_9) | Careful communication is more than simply avoiding offensive and discriminatory language or stopping yourself from making intolerant or threatening remarks.  It is recognizing that, while what you are saying may be clear to you, it may not be clear to others. | Obezřetná komunikace neznamená jen to, že se jen snažíme nemluvit urážlivě nebo způsobem, který je diskriminující, nebo že se vyvarujeme netolerantních nebo výhružných poznámek.  Znamená to uvědomovat si, že co říkáme, může být jasné nám, ale nikoliv ostatním. |
| [Screen 9](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=9_C_10)  [9\_C\_10](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=9_C_10) | A good way to think about communication is to imagine two people speaking to each other in person.  At its basic level, communication consists of a sender, a message, and a receiver. | Dobrým způsobem přemýšlení o komunikaci je představit si dva lidi, jak spolu osobně mluví.  Komunikace na své základní úrovni sestává z odesílatele, sdělení a příjemce. |
| [Screen 10](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=10_C_11)  [10\_C\_11](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=10_C_11) | When we communicate, we often assume that our message and its meaning are identical.  Unfortunately, this may not always be the case, because the meaning of a message can be open to interpretation. | Při komunikaci často předpokládáme, že sdělení a jeho význam jsou totožné.  To ale bohužel nemusí být vždy pravda. Obsah sdělení si totiž různí lidé mohou vyložit různým způsobem. |
| [Screen 11](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=11_C_12)  [11\_C\_12](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=11_C_12) | Always consider your audience before you communicate.  Imagine how others might interpret what you are saying and adjust your choice of words, tone, and body language accordingly.  CLICK EACH OF THE ICONS TO REVEAL QUESTIONS YOU SHOULD CONSIDER WHEN COMMUNICATING IN A BUSINESS ENVIRONMENT.  Is this an internal or an external audience?  Does the audience speak the same language?  Is this going to an individual or a group of people?  Is this going to a customer?  Are you communicating with your manager or a peer? | Vždy berte v potaz, komu je komunikace určena.  Představte si, jak mohou ostatní interpretovat to, co říkáte, a upravte podle toho váš výběr slov, tón a řeč těla.  KLIKNUTÍM NA JEDNOTLIVÉ IKONY SI ZOBRAZTE OTÁZKY, KTERÉ JE PŘI KOMUNIKACI V OBCHODNÍM PROSTŘEDÍ TŘEBA ZVÁŽIT.  Je moje komunikace určena pro interní nebo externí cílovou skupinu?  Mluví ostatní stejným jazykem jako já?  Je komunikace určena pro jednotlivce nebo skupinu?  Budu komunikovat se zákazníkem?  Budu komunikovat se svým nadřízeným či kolegou? |
| [Screen 12](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=12_C_13)  [12\_C\_13](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=12_C_13) | Careful communication requires the use of clear, concise, unambiguous language. | Obezřetná komunikace vyžaduje jasné, přesné a jednoznačné vyjadřování. |
| [Screen 13](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=13_C_14)  [13\_C\_14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=13_C_14) | Your message may be clear to you, but it doesn't mean it’s going to be clear to your audience.  This risk increases in written communications, where feedback isn’t always immediate, and it is difficult to gauge whether the intended message is being received. | Sdělení může být jasné vám. Neznamená to však, že bude jasné i ostatním.  Riziko je o to větší v případě písemné komunikace, kdy se vám okamžitě nedostává zpětné vazby. Je proto náročné zjistit, jak je zamýšlené sdělení přijato. |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=14_C_15)  Activity: Scenario  [14\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=14_C_15) | Imagine . . .  A country manager sends a group email to employees:  We need to get this product moving. We are way behind where we are supposed to be. So, I need you to do whatever it takes to ensure we meet our numbers this month.  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Představte si následující situaci...  Oblastní manažer pošle zaměstnancům hromadný e-mail:  Musíme tento produkt dát do pohybu. Nestíháme to, co bychom měli stíhat. Takže potřebuji, abyste podnikli, co se dá, abychom splnili naše cíle na tento měsíc.  Není to správně!  Je to správně!  Je to částečně správně! |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=16_C_15)  Activity: Questions  [16\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=16_C_15) | Do you think this message could pose a risk to the company?  [1] Yes  [2] No.  Submit | Myslíte, že by toto sdělení mohlo pro společnost představovat riziko?  [1] Ano  [2] Ne.  Odeslat |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=15_C_15)  Activity: Feedback  [15\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=15_C_15) | While it is unlikely that the country manager’s intention is to encourage anything illegal, the fact is that the phrase, “I need you to do whatever it takes to ensure we meet our numbers,” is vague and open to interpretation.  If one of the employees, for instance, secured a contract while acting against company policy, they could point to the email and claim that the manager had given the green light to do whatever it takes to win the business. | I když není pravděpodobné, že by manažer zamýšlel podporovat cokoli nezákonného, fráze „potřebuji, abyste podnikli, co se dá, abychom splnili naše cíle na tento měsíc“, je vágní a otevřená interpretacím.  Kdyby například některý ze zaměstnanců zajistil smlouvu a jednal přitom v rozporu se směrnicemi společnosti, mohl by na tento e-mail odkazovat a tvrdit, že mu manažer dal volnou ruku, aby udělal cokoli pro získání zakázky. |
| [Screen 15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=17_C_16)  [17\_C\_16](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=17_C_16) | Here is a simple technique to help ensure the meaning of your message is as clear as possible. | Chcete-li, aby byl význam vašeho sdělení co nejjasnější, využijte této jednoduché metody. |
| [Screen 16](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=18_C_17)  [18\_C\_17](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=18_C_17) | First, consider your word choice.  Make sure that the words you are using are clear, precise, and unambiguous. Simply put, choose words that are simple to understand. | Zaprvé, přemýšlejte nad výběrem slov.  Slova, která používáte, by měla být jasná, přesná a jednoznačná. Jednoduše řečeno, používejte slova, kterým lze snadno porozumět. |
| [Screen 17](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=19_C_18)  [19\_C\_18](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=19_C_18) | Second, check to make sure you have provided sufficient context.  By providing appropriate context, you can avoid confusion and ambiguity.  For example, if you are referencing someone or something, make sure you have provided enough detailed information to ensure it is clear who or what you are talking about. | Zadruhé, zkontrolujte, že jste poskytli dostatek informací.  Poskytnete-li potřebný kontext, můžete se vyhnout zmatkům a nejasnostem.  Například pokud někoho či něco zmiňujete, vždy poskytněte dostatek podrobných informací, aby bylo jasné o *kom* nebo o *čem* mluvíte. |
| [Screen 18](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=20_C_19)  [20\_C\_19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=20_C_19) | Third, avoid using legal terms.  Inadvertent use of legal language can have serious repercussions. Unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion, always avoid using legal terms, such as “negligent,” “illegal,” “reckless,” or “liable.” These terms can alter the meaning of your message. They can also be interpreted and/or used by third parties as admissions of liability in litigation. | Zatřetí, vyhněte se právním pojmům.  Bezděčné používání právnických výrazů může mít vážné následky. Nejste-li právník a nemáte-li oprávnění poskytovat právní poradenství, vyhýbejte se právním pojmům jako „nedbalost“, „nelegální“, „nezodpovědný“ nebo „odpovědný“. Tyto pojmy mohou změnit význam vašeho sdělení. Třetí strany je také mohou interpretovat/použít jako přijetí odpovědnosti v případném soudním sporu. |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=21_C_20)  Activity: Scenario  [21\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=21_C_20) | Imagine . . .  A training manager emails a colleague about a virtual workshop attended as part of new product training.  The way they train on this product is unbelievable. Nobody learns anything. It is negligent!  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Představte si následující situaci...  Manažer, který má na starosti školení, napíše kolegovi e-mail ohledně online workshopu, který byl součástí produktového školení.  Způsob, jakým proběhlo školení na tento produkt, je neuvěřitelný. Vždyť se z toho nikdo nic nenaučí. Je to nedbalost!  Není to správně!  Je to správně!  Je to částečně správně! |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=23_C_20)  Activity: Questions  [23\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=23_C_20) | What do you think the training manager is trying to say?  [1] They are trying to say that the training observed was not very good.  [2] They are trying to say that training does not comply with the minimum standards required by law.  Submit | Co se podle vás manažer snažil říct?  [1] Chtěl říct, že dané školení nebylo moc dobré.  [2] Chtěl říct, že školení nesplňuje minimální zákonné požadavky.  Odeslat |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=22_C_20)  Activity: Feedback  [22\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=22_C_20) | What the training manager is trying to say is that, in their opinion, the training observed was not very good. Using the term “negligent” could be interpreted by others as a legal opinion that the training does not comply with the minimum standards required by law. This communication could be used by third parties to argue that Abbott’s training is insufficient, and the company is violating the law. | Manažer se snažil říct, že školení, které sledoval, podle jeho názoru nebylo valné. Pojem „nedbalost“ však může být interpretován jako právní názor, že školení nesplňuje minimální zákonné požadavky. Takovou komunikaci mohou použít třetí strany a tvrdit, že školení společnosti Abbott je nedostačující a že společnost porušuje zákon. |
| [Screen 20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=24_C_21)  [24\_C\_21](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=24_C_21) | Finally, avoid the use of emojis and emoticons.  Even though emojis and emoticons are often considered harmless and playful, they can mean different things in different cultures and social settings. This can lead to serious misunderstandings in business communications. | A nakonec, nepoužívejte smajlíky a emotikony.  Ačkoliv většina z nás smajlíky a emotikony považuje za neškodné a zábavné, v různých kulturách a společnostech mohou mít odlišný význam. To může v rámci obchodní komunikace vést k závažným nedorozuměním. |
| [Screen 21](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=25_C_22)  [25\_C\_22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=25_C_22) | Careful communication also avoids assumptions and the presentation of opinions as facts.  This doesn't mean that you can't speculate on something. It means that if you do, you should be clear that you are expressing your opinion and not presenting a fact.  For example, in a personal context there may be little harm in suggesting to a friend, ". . . that Company X will be out of business in a couple of years." But in a business context, this kind of speculation could be misinterpreted as a fact or a well-informed conclusion. It could then be used as the basis for a business decision – possibly with unfortunate consequences. | Chcete-li komunikovat obezřetně, vyhýbejte se také předpokladům a neprezentujte názory jako fakta.  To neznamená, že nesmíte o ničem spekulovat. Pokud však o něčem spekulujete, měli byste vždy jasně vysvětlit, že vyjadřujete svůj názor, nikoliv fakt.  Například při komunikaci s přáteli nevadí, pokud zmíníte, že: „… společnost X určitě za pár let zkrachuje“. Při obchodní komunikaci si však ostatní podobnou spekulaci mohou vyložit jako závěr založený na dostupných faktech. Ten pak může být uplatněn v rámci obchodních rozhodnutí – s případnými nepříznivými následky. |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=26_C_23)  Activity: Scenario  [26\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=26_C_23) | Imagine . . .  A regional sales manager hears a rumor that a new product in development has run into quality issues. The manager then attends a meeting where it is announced that the launch of the new product is going to be delayed. After the meeting, the manager sends a text message to a colleague:  Just heard . . . They’ve canceled the launch for the second time. Major quality issues with the new product!  That’s partially correct!  That's correct!  That's partially correct! | Představte si následující situaci...  Regionální obchodní manažer zaslechne, že s nově vyvíjeným přípravkem došlo k problémům v oblasti kvality. Manažer se následně během jednání dozví, že představení tohoto nového přípravku na trh bude odsunuto na pozdější datum. Po jednání pošle SMS zprávu kolegovi:  Právě jsem se dozvěděl… Už podruhé to uvedení na trh zrušili. Zásadní problémy s kvalitou nového přípravku!  To je částečně správně!  Je to správně!  Je to částečně správně! |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=28_C_23)  Activity: Questions  [28\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=28_C_23) | Based on this text message, which of the following statements would you assume to be true?  [1] The launch has been canceled.  [2] There are quality issues with the new product.  [3] Both 1 and 2.  Submit | Které z následujících tvrzení by na základě této SMS zprávy bylo podle vašeho názoru pravdivé?  [1] Uvedení na trh bylo zrušeno.  [2] Nastaly problémy s novým přípravkem.  [3] Platí 1 i 2.  Odeslat |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=27_C_23)  Activity: Feedback  [27\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=27_C_23) | Most people would assume both statements were true – that the launch has been canceled and that the cancellation has been caused by “quality issues” with the new product.  The truth, however, is that the sales manager has no idea what has caused the delay. The manager has assumed the cancellation of the launch has been caused by (the rumor of) quality issues, consequently presenting that assumption as a fact. | Většina z nás by předpokládala, že platí obě tvrzení – uvedení přípravku na trh bylo zrušeno a důvodem byly „problémy s kvalitou“ nového produktu.  Pravdou však je, že obchodní manažer vůbec neví, co bylo důvodem pro odložení uvedení přípravku na trh. Předpokládá, že představení přípravku bylo odloženo kvůli (domnělým) problémům s kvalitou. Následně tento předpoklad prezentoval jako fakt. |
| [Screen 23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=29_C_24)  [29\_C\_24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=29_C_24) | How we say something is just as important as what we say.  Using the wrong tone when communicating may result in misunderstandings about the meaning of your message, affect perceptions, and suggest something we do not intend. | Způsob, jakým něco říkáme, je stejně důležitý jako samotný obsah sdělení.  Pokud při komunikaci používáme nesprávný tón, může to vést k nedorozumění týkajícímu se významu našeho sdělení. Také to může ovlivnit to, jak ostatní naše sdělení vnímají a implikovat něco, co jsme říct nechtěli. |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=30_C_25)  Activity: Scenario  [30\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=30_C_25) | Imagine . . .  A sales representative who has just completed a contract negotiation with a customer at their office posts a sarcastic comment on social media:  OMG! Customer X has just remodeled their office. It is certainly different. LOL! They must think orange is the new black!😊  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Představte si následující situaci...  Obchodní zástupce, který právě uzavřel u zákaznice jednání o smlouvě, po odchodu zveřejní na sociální síti sarkastický komentář:  Proboha! Zákaznice X si právě nechala předělat kancelář. Je to rozhodně zajímavá volba. Haha! Určitě se někde dočetla, že oranžová je vážně v módě! 😊  Není to správně!  Je to správně!  Je to částečně správně! |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=32_C_25)  Activity: Questions  [32\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=32_C_25) | Now imagine that the post goes viral. How do you think Abbott’s customers and the public would react?  [1] They would wait for an official Abbott response before jumping to any conclusions.  [2] They would give the sales representative the benefit of the doubt and understand it is a joke.  [3] They would be shocked to see an Abbott employee display such an unprofessional attitude.  Submit | Teď si představte, že se takový příspěvek rozšíří. Jak by podle vás zareagovali zákazníci společnosti Abbott a veřejnost?  [1] Počkali by na oficiální reakci společnosti Abbott, než by došli k nějakým závěrům.  [2] Dali by obchodnímu zástupci šanci a brali to jako vtip.  [3] Šokovalo by je, že se zaměstnanec společnosti Abbott vyjadřuje tak neprofesionálně.  Odeslat |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=31_C_25)  Activity: Feedback  [31\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=31_C_25) | Even though the sales representative was only joking, people who do not know this person or the situation are likely to think the customer’s taste in decor was being mocked. | Ačkoliv obchodní zástupce jen vtipkoval, ti, kdo ho neznají nebo nejsou seznámení s konkrétní situací, by si pravděpodobně mysleli, že si utahoval ze vkusu zákaznice. |
| [Screen 25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=33_C_26)  [33\_C\_26](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=33_C_26) | Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications.  This is especially true in written communications, where visual cues (such as body language) and aural cues (such as vocal inflections) are absent. | Sarkastický, ironický a humoristický tón je v obchodní komunikaci často mylně interpretován.  To platí především v písemné komunikaci, kde nejsou k dispozici vizuální vodítka (jako je řeč těla) a zvukové signály (například klesání a stoupání hlasu). |
| [Screen 26](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=34_C_27)  [34\_C\_27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=34_C_27) | Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.  For example, phrases such as “Keep this between us,” “You won’t believe this, but,” or “For your eyes only” can make a completely appropriate activity appear inappropriate or unlawful. | Nesprávnou interpretaci může způsobit také používání tajnůstkářského a konspiračního tónu a jazyka.  Například díky větám jako „Nech si to pro sebe“ nebo „Nebudeš tomu věřit, ale…“ nebo „Zajímavé novinky, jen pro tebe!“ může naprosto přijatelná činnost působit jako něco nevhodného nebo protiprávního. |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=35_C_28)  Activity: Scenario  [35\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=35_C_28) | Imagine . . .  A government official is investigating a fraud allegation against a health care company accused of concealing negative information about one of its products.  During the investigation, the official comes across an email from one of the company’s researchers to a colleague:  Regarding what I told you earlier, let’s just keep that to ourselves. It would be a nightmare if this got out.  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Představte si následující situaci...  Státní úředník vyšetřuje nařčení z podvodu zdravotnické organizace obviněné z utajení negativních informací o jednom ze svých přípravků.  Během vyšetřování tento úředník narazí na e-mail od jedné z pracovnic výzkumu společnosti adresovaný její kolegyni:  To, co jsem ti předtím říkala, je jenom mezi námi. Kdyby to vyšlo najevo, byla by to hrůza.  Není to správně!  Je to správně!  Je to částečně správně! |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=37_C_28)  Activity: Questions  [37\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=37_C_28) | Given the fraud allegations, do you think it’s likely that this individual’s activities would be investigated further?  [1] Yes.  [2] No.  Submit | Když si představíte vyšetřování podvodu, myslíte, si, že je pravděpodobné, že budou činnosti této osoby dále vyšetřovány?  [1] Ano.  [2] Ne.  Odeslat |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=36_C_28)  Activity: Feedback  [36\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=36_C_28) | Even though the researcher may not be involved in any fraudulent activity or cover-up, the secretive and conspiratorial tone of the email makes it appear so.  As it turns out, the email is about a personal matter; because of the tone and choice of words, the researcher could possibly be implicated in the allegations. | I když daná výzkumná pracovnice není přímo zapojena do podvodné činnosti ani nic nekryje, její tajnůstkářský a konspirační tón ten dojem navozuje.  Jak se ukáže, daný e-mail se týká osobní záležitosti, ale na základě tónu a volby slov by možná mohla být daná osoba do vyšetřování zahrnuta. |
| [Screen 28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=38_C_29)  [38\_C\_29](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=38_C_29) | Our ability to control our emotions when we communicate has the potential to greatly affect others’ perceptions of what we are saying, and, ultimately, how they view us. | Naše schopnost ovládat naše emoce při komunikaci může mít velký vliv na to, jak lidé vnímají to, co říkáme, a tedy i to, jak na nás nazírají. |
| [Screen 29](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=39_C_30)  [39\_C\_30](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=39_C_30) | While at times we may feel justified in venting our frustration or disappointment with a work colleague or business partner, it is important to maintain a healthy work environment.  Even if the outburst is brief, your colleagues may remember it long after your emotions have subsided. | I když se nám někdy zdá naprosto oprávněné vyjádřit svou frustraci nebo zklamání kolegovi nebo obchodnímu partnerovi, je důležité udržovat pozitivní a „zdravé“ pracovní prostředí.  I pokud „vybuchnete“ jen na chvilku, vaši kolegové si to mohou pamatovat dlouho poté, co se se uklidníte. |
| [Screen 30](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=40_C_31)  [40\_C\_31](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=40_C_31) | Always take the time to calm down before you respond to someone.  Never send a message when you are upset. Instead, save a draft of the message for a period of time, re-read and adjust it, or consider not sending it at all. | Vždy nejdříve počkejte a uklidněte se, než někomu odpovíte.  Nikdy neposílejte e-maily nebo zprávy v rozčílení. Místo toho si uložte koncept a později si ho znovu přečtěte a upravte. Případně se můžete rozhodnout zprávu vůbec neodesílat. |
| [Screen 31](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=41_C_32)  [41\_C\_32](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=41_C_32) | Here are some other ways to regulate your emotions when communicating.  Use neutral language. For example, using "issue" instead of "problem" or "challenge" rather than "disaster" keeps things more objective and less emotional.  Avoid emotionally loaded terms, for example, “stupid,” “lazy,” or “dangerous.” Such words can be easily taken out of context.  Finally, if you ever have any doubt about something you are about to communicate, consult a colleague or your manager. | Zde je pár dalších tipů, jak při komunikaci ovládat emoce.  Používejte neutrální výrazy. Například použijete-li slovo „otázka“ místo „problém“ nebo „výzva“ místo „katastrofa“, vaše sdělení bude objektivnější a méně citově zbarvené.  Vyhněte se termínům jako „hloupý“, „líný“ nebo „nebezpečné“. Podobná slova lze snadno vyjmout z kontextu.  Pokud máte jakékoliv pochybnosti o tom, co se chystáte komunikovat, poraďte se s kolegou nebo svým nadřízeným. |
| [Screen 32](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=42_C_33)  [42\_C\_33](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=42_C_33) | Communicating carefully in a business environment requires us to consider how others are likely to interpret what we are saying.  Use clear, precise, unambiguous language   * Choose words that are simple to understand. * Check to make sure you have provided sufficient context. * Avoid using legal terms - unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion. * Avoid the use of emojis and emoticons. * Avoid assumptions and the presentation of opinions as facts.   Regulate your tone  How we say something is just as important as what we say:   * Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications. * Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.   Control your emotions   * Always take the time to calm down before you respond to someone. * Use neutral language. * Avoid emotionally loaded terms. | Chceme-li v obchodním prostředí komunikovat obezřetně, je potřeba vzít v potaz, jak si naše sdělení ostatní pravděpodobně vyloží.  Vyjadřujte se jasně, přesně a jednoznačně   * Vybírejte slova, kterým lze snadno rozumět. * Zkontrolujte, že jste poskytli dostatek informací. * Vyhněte se právním pojmům, nejste-li právník a nemáte-li oprávnění poskytovat právní poradenství. * Nepoužívejte smajlíky ani emotikony. * Vyhýbejte se předpokladům a neprezentujte názory jako fakta.   Regulujte svůj tón  Jak něco říkáme, je stejně důležité jako samotné sdělení.   * Sarkastický, ironický a humoristický tón je v obchodní komunikaci často mylně interpretován. * Nesprávnou interpretaci může způsobit také používání tajnůstkářského a konspiračního tónu a jazyka.   Ovládejte své emoce   * Vždy nejdříve počkejte a uklidněte se, než někomu odpovíte. * Používejte neutrální výrazy.   Vyhněte se emocionálně zbarveným slovům. |
| [Screen 33](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=43_C_34)  [43\_C\_34](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=43_C_34) | In this section, you will learn how to select the most appropriate channel and tools to communicate your message. | V tomto oddílu se dozvíte, jak ke komunikaci sdělení vybrat ten nejvhodnější komunikační kanál a nástroje. |
| [Screen 34](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=44_C_35)  [44\_C\_35](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=44_C_35) | The channel we use to communicate can have a significant impact on how we construct and convey our messages.  This also determines how much control we have over messages once they have been created. | Komunikační kanál, který zvolíme, má velký vliv na to, jak formujeme a sdílíme dané sdělení.  Ovlivňuje také stupeň kontroly, který nad sdělením máme poté, co jsme je vytvořili. |
| [Screen 35](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=45_C_36)  [45\_C\_36](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=45_C_36) | Certain media are more effective and appropriate than others for communicating certain types of information. | Některé prostředky jsou efektivnější a vhodnější než jiné, pokud jde o sdělování určitých typů informací. |
| [Screen 36](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=46_C_37)  [46\_C\_37](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=46_C_37) | Email, for example, is a great channel for creating and transmitting day-to-day business information.  Its speed and convenience make it a great tool for answering customer queries, updating colleagues on projects, forwarding proposals and reports, etc.  Email, however, is not appropriate to use for sharing highly confidential information of a proprietary nature. | Například e-maily jsou skvělým kanálem pro vytváření a přenos každodenních obchodních informací.  Díky rychlosti a pohodlí je to skvělý nástroj pro odpovídání na dotazy zákazníků, informování kolegů o aktuálním stavu projektů, přeposílání návrhů a zpráv atd.  E-mail však není vhodný ke sdílení vysoce důvěrných informací, které jsou předmětem duševního vlastnictví. |
| [Screen 37](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=47_C_38)  [47\_C\_38](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=47_C_38) | Messages that are highly confidential in nature, or those requiring a lot of history and context, are best communicated in real time, either in person or over the phone.  Always think about the type of information you are sharing, the audience receiving this information, and the best channel to use to communicate. | Sdělení, která jsou vysoce důvěrné povahy, nebo taková, která vyžadují dlouhou historii a souvislosti, by měla být komunikována v reálném čase, a to osobně nebo telefonicky.  Vždy přemýšlejte o tom, jaký typ informací sdílíte, pro jakou cílovou skupinu jsou určeny a jaký je nejlepší kanál pro jejich komunikaci. |
| [Screen 38](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=48_C_39)  [48\_C\_39](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=48_C_39) | Instant messaging (IM) and text messaging (TM) are popular forms of communication increasingly used for business-related activities.  IM and TM are great tools that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM and TM are not, however, appropriate channels for creating or transmitting substantive business information such as sales information or performance reviews. | Oblíbenou formou komunikace stále více používanou v obchodních činnostech jsou rychlé zprávy (Instant Messaging, IM) a textové zprávy (Text Messaging, TM).  Tyto zprávy jsou skvělý nástroj, jehož prostřednictvím lze kolegům sdělovat aktualizace aktivit, pokládat otázky a upozorňovat partnery na konflikty při plánování i pořádat a plánovat schůzky. Nejsou to však vhodné kanály pro vytváření nebo přenos významných obchodních informací, jako jsou informace o prodeji nebo hodnocení výkonu. |
| [Screen 39](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=49_C_40)  [49\_C\_40](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=49_C_40) | Virtual meetings such as conference calls and video conferences are being used more frequently.  They provide us with an ideal way to manage remote teams, conduct interactive demonstrations, etc. While virtual meetings offer multiple benefits, they also present challenges and risks. For example, virtual meetings are not as secure as face-to-face communications, which are often conducted behind closed doors. Thus, they are not suitable for discussing or sharing sensitive or confidential information. | Stále častěji se používají online schůzky, jako jsou konferenční hovory nebo videohovory.  Představují ideální způsob, jak řídit týmy v jiných kancelářích, vést interaktivní prezentace atd. Online schůzky nabízejí různé výhody, ale mají také své nevýhody a obnášejí určitá rizika. Nejsou například tak bezpečná jako osobní komunikace, která často probíhá v soukromí. Nejsou tedy vhodné k probírání citlivých nebo důvěrných informací. |
| [Screen 40](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=50_C_41)  [50\_C\_41](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=50_C_41) | Social media, is perhaps, the most dynamic of all communication channels.  It offers us a unique opportunity for direct online interactions, collaboration, and information-sharing with customers, consumers, patients, other Abbott employees, and the public. This opportunity also presents a major challenge. Since interactions on social media are quick and dynamic and have the potential to go viral, information, views, and opinions can quickly become elevated, divulged, or misconstrued. As a result, improper use of social media can represent a significant risk to Abbott’s reputation. | Sociální sítě představují snad nejdynamičtější komunikační kanál.  Poskytují jedinečnou příležitost k přímé interakci, spolupráci a sdílení informací online se zákazníky, spotřebiteli, pacienty, dalšími zaměstnanci společnosti Abbott a veřejností. Tato příležitost s sebou ale nese také velkou nevýhodu. Jelikož jsou interakce na sociálních sítích rychlé a dynamické a mají potenciál se stát virálními, informace, perspektivy a názory lze snadno a rychle „nafouknout“, prozradit nebo jim nesprávně porozumět. Nesprávné používání sociálních sítí proto představuje velké riziko pro dobrou pověst společnosti Abbott. |
| [Screen 41](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=51_C_42)  [51\_C\_42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=51_C_42) | It is important to recognize that the channel we use to communicate can have an impact on how we construct and convey our messages.  This is particularly true in the case of electronic communications, where we tend to:   * Respond to messages very quickly, * Use a less formal tone, and * Take less care in our word choice. | Je důležité si uvědomit, že kanál, který ke komunikaci používáme, může mít vliv na to, jak dané sdělení formujeme a sdílíme.  To platí zejména v případě elektronické komunikace, kdy máme tendenci:   * reagovat na zprávy velmi rychle; * používat méně formální tón; a * být méně opatrní při výběru slov. |
| [Screen 42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=52_C_43)  [52\_C\_43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=52_C_43) | Using electronic media can sometimes result in us saying things we don’t intend, sharing information with people we shouldn’t, or expressing views that might offend others.  This doesn’t mean that we shouldn’t use email, instant messaging, virtual meetings, or social media if they are the most appropriate or effective channels, but rather that we need to exercise care when using these media.  CLICK THE CAREFUL COMMUNICATION BUTTON TO LEARN MORE. | Používání elektronických médií může někdy vyústit v to, že mluvíme o věcech, které nezamýšlíme, sdělujeme informace lidem, kteří by je neměli znát, nebo vyjadřujeme názory, které by mohly někoho urazit.  To neznamená, že bychom neměli používat e-maily, rychlé zprávy, online schůzky nebo sociální sítě, pokud jsou pro nás nejvhodnějším nebo nejúčinnějším kanálem, ale spíše musíme při používání těchto prostředků být opatrní.  VÍCE SE DOZVÍTE KLIKNUTÍM NA TLAČÍTKO OBEZŘETNÁ KOMUNIKACE. |
| [Screen 42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=53_C_43)  [53\_C\_43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=53_C_43) | CAREFUL COMMUNICATION  Before sending an email, you should always re-read what you have written and ask yourself:   * Am I using an appropriate choice of words? * Am I maintaining a professional tone? * Is everything clear and unambiguous? * Is the information I am planning on sharing relevant to every person I am planning on sharing it with? | OBEZŘETNÁ KOMUNIKACE  Před odesláním e-mailu byste si měli vždy znovu přečíst to, co jsme napsali, a položit si otázky:   * Vybírám vhodná slova? * Je můj tón profesionální? * Je všechno jasné a jednoznačné?   Jsou informace, které se chystám sdílet, relevantní pro každého, s kým je budu sdílet? |
| [Screen 43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=54_C_44)  [54\_C\_44](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=54_C_44) | Before selecting a channel, we also need to think about how much control we are likely to have over our message once it is created. | Než vybereme vhodný komunikační kanál, měli bychom také přemýšlet, jak velkou kontrolu budeme nad vytvořeným sdělením mít. |
| [Screen 44](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=55_C_45)  [55\_C\_45](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=55_C_45) | Many of us underestimate the potential scope of public disclosure when it comes to communicating electronically.  Emails can be mistakenly sent or copied to the wrong recipient.  Messages can be forwarded to others.  Online posts can easily go viral. | Spousta z nás podceňuje potenciální dopad veřejného zpřístupnění, když jde o elektronickou komunikaci.  E-maily mohou být omylem zasílány nebo kopírovány nesprávnému příjemci.  Zprávy mohou být přeposílány ostatním.  Online příspěvky se mohou snadno stát virální. |
| [Screen 45](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=56_C_46)  [56\_C\_46](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=56_C_46) | We forget that there are essentially no boundaries online, and that, once we press the send button, what happens to our message is largely out of our control.  This can result in information, views and opinions quickly becoming elevated, co-opted, or misconstrued. | Zapomínáme, že v online prostoru neexistují téměř žádné hranice a že jakmile stiskneme tlačítko pro odeslání, je to, co se s naší zprávou stane, do velké míry mimo naši kontrolu.  To může způsobit, že se informace, názory a pohledy často rozšíří, může o nich být společně rozhodováno nebo mohou být nesprávně interpretovány. |
| [Screen 46](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=57_C_47)  [57\_C\_47](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=57_C_47) | We also forget that electronic communications can last a lifetime.  While Abbott has very strict rules regarding document retention and destruction, others may not. That means that the comments you once posted on an obscure website while still in college could still be with you today. | Zapomínáme také, že elektronická komunikace může být věčná.  I když má společnost Abbott velmi přísná pravidla týkající se uchovávání a likvidace dokumentů, nemusí je mít jiní. To znamená, že komentáře, které jste jednou publikovali na obskurním webu, když jste ještě studovali, vás mohou dostihnout i dnes. |
| [Screen 47](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=58_C_48)  [58\_C\_48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=58_C_48) | Finally, we need to remember that personal views and information shared, especially on social media, may have a negative effect on our professional lives, our company, our customers, our stakeholders, and our patients.  For example, we need to be aware that when using social media, our personal and business identities are likely to overlap. Content and related comments we originally intended only for family and friends may be viewed by others, even if privacy settings are enabled. | A nakonec si musíme pamatovat, že naše osobní názory a informace, které sdílíme, zejména na sociálních sítích, mohou mít negativní vliv na náš profesní život, naši společnost, zákazníky, akcionáře a pacienty.  Musíme mít například na paměti, že při používání sociálních sítí se mohou naše osobní a pracovní identity překrývat. Komentáře a obsah, které jsme původně zamýšleli poslat rodině a přátelům, mohou vidět jiní, a to i když máte aktivní nastavení soukromí. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=59_C_49)  [59\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=59_C_49) | Because of the heightened risk that social media poses to Abbott and its stakeholders, there are Social Media Guidelines that apply to all users of social media both inside and outside the Company.  CLICK THE PANELS TO LEARN MORE. | Z důvodu vyššího rizika, které sociální sítě pro společnost Abbott a její akcionáře představují, jsou k dispozici Pokyny k používání sociálních sítí. Ty se vztahují na všechny uživatele sociálních sítí v kancelářích společnosti i mimo ně.  KLIKNUTÍM NA JEDNOTLIVÉ PANELY SE DOZVÍTE VÍCE. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=60_C_49)  [60\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=60_C_49) | [1] Understand the Medium  Understand the Medium  Follow each platform’s terms of use, and make sure you keep up with changes, which can happen at any time. Also, understand the culture of the online communities with which you interact and how your intended audience communicates. | [1] Buďte se sociální sítí dobře seznámeni  Buďte se sociální sítí dobře seznámeni  Přečtěte si podmínky používání dané platformy a snažte se informovat o změnách, ke kterým může docházet kdykoliv. Snažte se také porozumět kultuře online komunit, se kterými jste v kontaktu, a jakým stylem vaše cílená skupina komunikuje. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=61_C_49)  [61\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=61_C_49) | [2] Be Transparent  Be Transparent  When talking about Abbott, its brands, or its products, be sure to clearly disclose your connection to Abbott in your posts. This helps ensure that everyone in your social network understands that you have a vested interest in Abbott.  To disclose your Abbott connection, use statements such as:  “Check out my company’s new …!”  “ I work for Abbott and am excited about our new campaign.”  “Love my company’s new ....”  You can also use a hashtag at the end of your post to disclose your connection to Abbott, for example:  #IWorkAtAbbott  #ProudToBeAbbott | [2] Buďte transparentní  Buďte transparentní  Zmiňujete-li společnost Abbott, její značky nebo produkty, vždy ve svých příspěvcích jasně uveďte svůj vztah ke společnosti Abbott. Díky tomu všichni, se kterými jste na sociálních sítích v kontaktu, pochopí váš zájem o společnost Abbott.  Chcete-li uvést svůj vztah ke společnosti Abbott, můžete použít tvrzení jako:  „Společnost, pro kterou pracuji, právě uvedla…!“  „Pracuji pro Abbott a nadchla mě naše nová kampaň.“  „Vážně se mi líbí tento nový produkt naší společnosti…“  Na konci příspěvku také můžete použít hashtag, vyjadřující váš vztah ke společnosti Abbott. Například:  #IWorkAtAbbott  #ProudToBeAbbott |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=62_C_49)  [62\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=62_C_49) | [3] Respect Others and Use Sound Judgment  Respect Others and Use Sound Judgment  Be respectful of your intended (and unintended) audiences and their perspectives. Remember that there are no geographic boundaries online. Local posts and comments may have global significance and vice versa.  Avoid using ethnic slurs, obscenities, or any language or activity that would violate Abbott’s policies. Also avoid making disparaging or false statements about anyone or anything, including our competitors or their products.  Consult Public Affairs when considering whether to respond to a negative comment posted on an Abbott external social media channel. | [3] Respektujte ostatní a používejte zdravý úsudek  Respektujte ostatní a používejte zdravý úsudek  Respektujte zamýšlené (i nezamýšlené) příjemce vaší komunikace a jejich názory. Pamatujte, že v online prostoru neexistují žádné hranice. Příspěvky a komentáře na místní úrovni mohou mít globální dopad, a naopak.  Vyhněte se urážkám jiných etnik, obscénním komentářům nebo sdělením či aktivitám, které porušují zásady společnosti Abbott. Vyhněte se také urážlivým nebo nepravdivým tvrzením o komkoli či čemkoliv, včetně našich konkurentů a jejich produktů.  Pokud si nejste jisti, zda reagovat na negativní komentář na externí sociální síti společnosti Abbott, poraďte se s oddělením pro veřejné záležitosti. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=63_C_49)  [63\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=63_C_49) | [4] Pause Before You Post  Pause Before You Post  Speak truthfully and follow all local laws and regulations on what we can say about our businesses and products. Don’t make false or misleading statements or off-label claims about our products, and don’t comment on or share content for products that aren’t available for sale in your country. | [4] Než něco zveřejníte, zamyslete se  Než něco zveřejníte, zamyslete se  V souvislosti s naší obchodní činností a produkty mluvte pravdu a řiďte se místními zákony a předpisy. Vyvarujte se nepravdivých nebo zavádějících prohlášení nebo tvrzení o jiném než doporučeném použití našich přípravků. Nekomentujte ani nesdílejte obsah týkající se produktů, které nejsou ve vaší zemi dostupné. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=64_C_49)  [64\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=64_C_49) | [5] Let the Experts Respond  Let the Experts Respond  If you are not an official Abbott spokesperson, do not respond to comments or media inquiries related to Abbott’s company position. Abbott responds to comments or media inquiries only through designated spokespersons. When in doubt, seek further guidance and pass the comments on to Public Affairs.  Don’t forget that, even when you are using social media in a personal capacity, people may perceive you to be speaking on behalf of Abbott. So always clarify which comments are your own. Avoid giving the impression that you are an official Abbott spokesperson when sharing official Abbott content. | [5] Nechte odpovědět odborníky  Nechte odpovědět odborníky  Nejste-li pověřený mluvčí společnosti Abbott, neodpovídejte na komentáře nebo dotazy médií týkající se pozice společnosti Abbott. Na komentáře nebo dotazy médií odpovídají pouze určení mluvčí společnosti Abbott. Pokud si nejste jisti, poraďte se nebo komentář předejte Oddělení pro veřejné záležitosti.  Nezapomínejte, že pokud sociální sítě používáte na osobní bázi, ostatní si mohou myslet, že se vyjadřujete jménem společnosti Abbott. Vždy proto objasněte, které komentáře jsou vaše vlastní. Při sdílení oficiálního obsahu společnosti Abbott se snažte nevyvolávat dojem, že jste pověřeným mluvčím společnosti Abbott. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=65_C_49)  [65\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=65_C_49) | [6] Protect Privacy and Confidential Information  Protect Privacy and Confidential Information  Never share personal information, for example, another person’s name, address, phone number, government ID, email address, or credit card information without permission.  Never share sensitive and confidential information, like trade secrets, personally identifiable information, and intellectual property.  Never use or post copyrighted, trademarked, rights of publicity, and other information that belongs to Abbott or other parties without permission.  Remember that, even if a site has privacy settings, information can often be viewed and shared by others.  If you create or control an Abbott-sponsored social media forum, consult Legal to make sure you’re following laws regarding cookies and online tracking. | [6] Chraňte osobní údaje a důvěrné informace  Chraňte osobní údaje a důvěrné informace  Nikdy nesdílejte osobní údaje, jako například jméno, adresu, telefonní číslo, číslo průkazu totožnosti, e-mailovou adresu nebo údaje o platební kartě jiné osoby bez jejího svolení.  Nikdy nesdílejte citlivé nebo důvěrné informace, jako obchodní tajemství, osobně identifikovatelné údaje a informace, na které se váže duševní vlastnictví.  Nikdy nepoužívejte informace, na které se vztahují autorská práva, ochranné známky, právo na zveřejnění a jiné informace společnosti Abbott nebo jiných stran bez svolení.  Pamatujte, že i pokud lze na daném webu nastavit soukromí, informace často mohou zobrazit a sdílet ostatní.  Pokud vytvoříte nebo spravujete fórum na sociální síti, které se týká společnosti Abbott, poraďte se s právním oddělením ohledně právních předpisů týkajících se souborů cookie a sledování aktivity online. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=66_C_49)  [66\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=66_C_49) | [7] Use Care with What You Share  Use Care with What You Share  Guard your passwords, don’t post your personally identifiable information, and learn to use privacy settings.  Do not use your Abbott email address and password on social media sites. Attackers may steal your login information and use it to access Abbott systems.  Never post your personally identifiable information (including birth date, home address, or phone number), as it can be used to steal your identity or socially engineer attacks targeted against you and your contacts.  Learn to configure the social media platform’s privacy settings and read its privacy statement to understand how the company will share your information.  Only befriend people whom you personally know. | [7] Sdílejte údaje obezřetně  Sdílejte údaje obezřetně  Chraňte svá hesla, nezveřejňujte online osobně identifikovatelné údaje a naučte se používat nastavení soukromí.  Na stránkách sociálních sítí nepoužívejte svou pracovní e-mailovou adresu Abbott. Kyberzločinci mohou získat vaše přihlašovací údaje a použít je k přístupu do systémů společnosti Abbott.  Nikdy nezveřejňujte své osobně identifikovatelné údaje online (včetně data narození, adresy nebo telefonního čísla). Mohou být použity ke krádeži identity nebo útokům v rámci sociálního inženýrství proti vám a vašim kontaktům.  Zjistěte, jak na dané platformě nakonfigurovat nastavení soukromí, a přečtěte si její prohlášení o ochraně osobních údajů. Dozvíte se tak, jakým způsobem daná společnost vaše údaje sdílí.  Do přátel si přidávejte pouze osoby, které znáte osobně. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=67_C_49)  [67\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=67_C_49) | [8] Always Follow Company Policies and Local Laws  Always Follow Company Policies and Local Laws  When talking about Abbott on social media – in both your job and personally – follow Abbott’s Code of Business Conduct, Abbott policies, and all applicable local laws.  For social media governance, refer to External Social Media Policy (MKT05) and the Brand Resource Center.  The links to these and other resources can be found in the Resources section of this course. | [8] Vždy dodržujte firemní zásady a místní zákony  Vždy dodržujte firemní zásady a místní zákony  Mluvíte-li o společnosti Abbott na sociálních sítích – ať už profesně nebo soukromě – řiďte se Kodexem obchodního chování a zásadami společnosti Abbott a také všemi platnými místními zákony.  Pokyny týkající se používání sociálních sítí najdete v Zásadách pro používání externích sociálních sítí (MKT05) a v Knihovně zdrojů značky.  Odkazy na tyto a jiné zdroje informací najdete v oddílu Zdroje informací v tomto kurzu. |
| [Screen 49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=68_C_50)  [68\_C\_50](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=68_C_50) | Finally, always be aware that any time you communicate on any media, whether it is writing an email, answering a text message, or posting on social media, you are creating a record.  Before you communicate, stop, reflect, and ask yourself: Is this really what I want to say, and is this the best way to say it? Be sure that what you are saying and the way you are saying it are in line with Abbott’s policies. | A na závěr, vždy si buďte vědomi, že kdykoliv komunikujete jakoukoliv formou – ať už píšete e-mail, odpovídáte na SMS zprávu nebo zveřejňujete příspěvek na sociálních sítích – vytváříte tím záznam.  Než s komunikací začnete, zastavte se, popřemýšlejte a zeptejte se sami sebe: Je tohle opravdu to, co chci říct? A je tohle ten nejlepší způsob, jak to říct? Ujistěte se, že co říkáte a jak to říkáte je v souladu se zásadami společnosti Abbott. |
| [Screen 50](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=69_C_51)  [69\_C\_51](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=69_C_51) | Using Abbott-approved tools and software when communicating is another important aspect of properly managing your communications. | Dalším důležitým aspektem správného řízení komunikace je používání nástrojů a softwaru schváleného společností Abbott. |
| [Screen 51](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=70_C_52)  [70\_C\_52](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=70_C_52) | These tools and software should always be used in a responsible manner, and in accordance with applicable laws, Abbott’s Code of Business Conduct, and Abbott policies.  For more information on how to safeguard your communications, visit the Information Security and Risk Management (ISRM) site on Abbott World. | Tyto nástroje a software je třeba vždy používat zodpovědným způsobem a v souladu s platnými zákony, Kodexem obchodního chování a zásadami společnosti Abbott.  Pro další informace, jak komunikaci zabezpečit, navštivte stránku Zabezpečení informací a správa rizik (Information Security and Risk Management, ISRM) na portálu Abbott World. |
| [Screen 52](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=71_C_53)  [71\_C\_53](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=71_C_53) | If you have a question or concern about a communication you receive from another Abbott employee, a business partner, a customer, or anyone else connected with Abbott, it is usually best to speak to your manager first.  Your manager knows you, the work environment and is closest to the issue.  You can also contact the Office of Ethics and Compliance (OEC), Legal, Human Resources, or Public Affairs, or call our multilingual Ethics and Compliance Helpline available globally 24/7. | Pokud máte nějaké otázky nebo pochybnosti o komunikaci, kterou obdržíte od jiného zaměstnance společnosti Abbott, obchodního partnera, zákazníka nebo kohokoli jiného ve spojitosti se společností Abbott, je obvykle nejlepší poradit se nejprve se svým nadřízeným.  Váš nadřízený zná vás i vaše pracovní prostředí a je nejblíž firemním problémům.  Můžete se také obrátit na Oddělení pro etiku a dodržování předpisů (OEC) nebo právní, personální oddělení či oddělení pro veřejní záležitosti, případně zavolat na naši vícejazyčnou Linku pomoci pro etiku a dodržování předpisů, která je po celém světě k dispozici 24 hodin denně. |
| [Screen 53](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=72_C_54)  [72\_C\_54](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=72_C_54) | If you have questions or concerns about protecting yourself and Abbott from potential cybersecurity risks, contact Information Security and Risk Management (ISRM).  Please refer to the Resources section of this course for links to the above resources. | Máte-li obavy nebo dotazy, jak chránit sebe i společnost Abbott před případnými riziky s ohledem na kybernetickou bezpečnost, kontaktujte prosím tým pro zabezpečení informací a správu rizik (ISRM).  Odkazy na výše uvedené zdroje najdete v oddílu Zdroje informací v tomto kurzu. |
| [Screen 54](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=73_C_55)  [73\_C\_55](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=73_C_55) | Certain media are more effective and appropriate than others for communicating certain types of information.  Email communications  Email is a great channel for creating and transmitting day-to-day business information. Email is not appropriate to use for sharing highly confidential information of a proprietary nature.  In person communications  Messages that are highly confidential in nature, or those requiring a lot of history and context, are best communicated in real time, either in person or over the phone.  Instant messaging (IM) and text messaging (TM)  IM and TM are great tools that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM and TM are not appropriate channels for creating or transmitting substantive business information.  Conference calls and video conferences  Virtual meetings offer multiple benefits, but they are not suitable for discussing or sharing sensitive or confidential information.  Social media  Social media offers us a unique opportunity for direct online interactions, collaboration, and information-sharing. However, since interactions on social media are quick and dynamic and have the potential to go viral, information, views, and opinions can quickly become elevated, divulged, or misconstrued.  Abbott-approved tools  Always use Abbott-approved tools and software.  Getting support  If you have a question or concern about a communication, talk to your manager, or someone in the Office of Ethics and Compliance (OEC), Legal, Human Resources, or Public Affairs. If you have questions or concerns about protecting yourself and Abbott from potential cybersecurity risks, contact Information Security and Risk Management (ISRM). | Některé prostředky jsou efektivnější a vhodnější než jiné, pokud jde o sdělování určitých typů informací.  E-mailová komunikace  E-maily jsou skvělým kanálem pro vytváření a přenos každodenních obchodních informací. E-mail není vhodným prostředkem pro sdílení vysoce důvěrných informací podléhajících duševnímu vlastnictví.  Osobní komunikace  Sdělení, která jsou vysoce důvěrné povahy, nebo taková, která vyžadují dlouhou historii a souvislosti, by měla být komunikována v reálném čase, a to osobně nebo telefonicky.  Rychlé zprávy a textové zprávy  Tyto zprávy jsou skvělé nástroje, jejichž prostřednictvím lze kolegům sdělovat aktualizace aktivit, pokládat otázky a upozorňovat partnery na konflikty při plánování i pořádat a plánovat schůzky. Rychlé zprávy a textové zprávy nejsou vhodným kanálem pro vytváření nebo přenos významných obchodních informací.  Konferenční hovory a videohovory  Online schůzky nabízejí řadu výhod, ale nejsou vhodné k probírání nebo sdílení citlivých či důvěrných informací.  Sociální sítě  Sociální sítě nabízejí jedinečnou příležitost přímé interakce, spolupráce a sdílení informací online. Jelikož jsou však interakce na sociálních sítích rychlé a dynamické a mají potenciál se stát virálními. Informace, perspektivy a názory lze snadno a rychle nafouknut, prozradit nebo jim nesprávně porozumět.  Nástroje schválené společností Abbott  Vždy používejte software a nástroje schválené společností Abbott.  Kam se obrátit o pomoc  Máte-li otázky nebo pochybnosti týkající se komunikace, obraťte se na svého nadřízeného nebo na Oddělení pro etiku a dodržování předpisů (OEC), právní či personální oddělení nebo oddělení pro veřejné záležitosti. Máte-li otázky nebo pochybnosti o tom, jako chránit sebe i společnost Abbott před případnými riziky s ohledem na kybernetickou bezpečnost, kontaktujte prosím tým pro zabezpečení informací a správu rizik (ISRM). |
| [Screen 55](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=74_C_56)  [74\_C\_56](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=74_C_56) | Manager  If you have a question or concern about your own communication, or a communication you receive from another Abbott employee, a business partner, a customer, or anyone else connected with Abbott, the best place to start is with your manager.  Public Affairs  Contact a Public Affairs representative if you have questions about Abbott’s expectations for communicating both internally and externally while working at Abbott.  Public Affairs Website   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) to access the Public Affairs website on Abbott World.   Public Affairs Policies and Procedures   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) to access communication related policies and procedures on the Global Policy Portal on Abbott World.   Social Media Resource Center   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/crp-irpa/smrc) to access the Social Media Resource Center on Abbott World for tools to help guide you while using social media at Abbott. The External Social Media Policy (MKT05) can be found in the Social Media Resource Center.   Human Resources (HR)  Contact a Human Resources representative for employee-related issues, including your concerns about interactions with other Abbott employees or anyone else connected with Abbott.  Human Resources Website   * Click [here](http://myhr.abbott.com/) to access the myHR Portal on Abbott World.   Human Resources Policies and Procedures – The following global HR policies describe conduct prohibited in the workplace: Workplace Harassment (C-111) and Violence (C-113).   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/myhr/US-EN/pages/global-hr-policies.aspx) to access the above policies on Abbott World.   Legal  Contact the Legal Division with questions or concerns about legal implications of careless communication.  Legal Website   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal) to access the Legal website on Abbott World. The [Legal Hold Information](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal/LHO/Pages/default.aspx) page on the Legal website provides important information about employee compliance with Legal Hold Orders (LHOs).   Legal Policies and Procedures – Refer to Legal policies and procedures for requirements related to confidential information, antitrust, and other legal matters.   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/GlobalPolicy/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_RES_GlobalPolicies) to access Legal policies and procedures on the Global Policy Portal on Abbott World.   Information Governance Resources   * For important policies, procedures, and resources on information and records management, Abbott employees should visit the [Information Governance](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/infogov) website on Abbott World.   Office of Ethics and Compliance (OEC)  The OEC is a global resource available to address your questions or concerns about our company’s values and standards of conduct.  OEC Website – Refer to the OEC website for answers to a variety of compliance questions.   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/Pages/Home.aspx) to access the OEC website on Abbott World.   OEC Policies and Procedures – For our company’s global and country-specific OEC policies and procedures:   * Abbott employees should visit [iComply](https://icomply.abbott.com/Default.aspx).   OEC Contacts – You are encouraged to contact the OEC at any time with any ethics and compliance questions, or to discuss concerns about possible violations of our written standards, laws, or regulations.   * Visit the [Contact OEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/About/Pages/Contacts.aspx) page on the [OEC website](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance) on Abbott World.   Ethics and Compliance Helpline – Visit our multilingual Ethics and Compliance [“Speak Up” Helpline](http://speakup.abbott.com/) to voice your concerns about a potential violation of our company’s values and standards of conduct. The Helpline is available 24 hours a day, 7 days a week and allows you to submit concerns online or by calling an operator who speaks your language. You can also email [investigations@abbott.com](mailto:investigations@abbott.com) to report a potential violation. | Nadřízený  Pokud máte nějaké otázky nebo pochybnosti o vlastní komunikaci nebo komunikaci, kterou obdržíte od jiného zaměstnance společnosti Abbott, obchodního partnera, zákazníka nebo kohokoli jiného ve spojitosti se společností Abbott, je nejlepší poradit se nejprve se svým nadřízeným.  Veřejné záležitosti  Kontaktujte oddělení pro veřejné záležitosti, pokud máte otázky týkající se očekávání společnosti Abbott v záležitostech interní a externí komunikace při práci ve společnosti Abbott.  Stránka pro veřejné záležitosti   * Kliknutím [sem](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) navštívíte stránku Veřejné záležitosti na portálu Abbott World.   Zásady a postupy týkající se veřejných záležitostí   * Kliknutím [sem](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) navštívíte stránku Globální zásady na portálu Abbott World, kde najdete zásady a postupy týkající se komunikace.   Knihovna zdrojů pro sociální sítě   * Kliknutím [sem](https://abbott.sharepoint.com/sites/crp-irpa/smrc) navštívíte Knihovnu zdrojů pro sociální sítě na portálu Abbott World, kde najdete nástroje, které vám pomohou při používání sociálních sítí během zaměstnání ve společnosti Abbott. V knihovně zdrojů pro sociální sítě také najdete *Zásady pro používání externích sociálních sítí (MKT05)*.   Personální oddělení (Human Resources, HR)  Personální oddělení můžete kontaktovat v případě jakýchkoliv problémů či otázek týkajících se zaměstnání, včetně otázek ohledně interakce s ostatními zaměstnanci Abbott nebo kýmkoliv dalším, kdo je se společností Abbott spojený.  Stránka personálního oddělení   * Stránku myHR na portálu Abbott World otevřete kliknutím [sem](http://myhr.abbott.com/).   Zásady a postupy týkající se lidských zdrojů – následující globální HR postupy popisují zakázané chování na pracovišti: *obtěžování na pracovišti (C-111)* a *násilí na pracovišti (C-113)*.   * Výše uvedené zásady najdete na portálu Abbott World kliknutím [sem](https://abbott.sharepoint.com/sites/myhr/US-EN/pages/global-hr-policies.aspx).   Právní oddělení  Právní oddělení kontaktujte s dotazy nebo pochybnostmi ohledně právních důsledků neobezřetné komunikace.  Stránka právního oddělení   * Kliknutím [sem](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal) získáte přístup na stránku právního oddělení na portálu Abbott World. Na stránce [Informace o soudním blokování](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal/LHO/Pages/default.aspx) na webu právního oddělení jsou uvedeny důležité informace o tom, jak mají zaměstnanci dodržovat pravidla týkající se příkazů k soudnímu blokování (Legal Hold Orders, LHO).   Právní zásady a postupy – přečtěte si právní zásady a postupy, kde najdete požadavky týkající se důvěrných informací, antimonopolní zásady a jiné právní záležitosti.   * Právní zásady a postupy najdete na stránce Globální zásady na portálu Abbott World kliknutím [sem](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/GlobalPolicy/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_RES_GlobalPolicies).   Zdroje týkající se správy informací   * Důležité zásady, postupy a zdroje týkající se správy informací a záznamů naleznou zaměstnanci společnosti Abbott na stránce [Správa informací](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/infogov) na portálu Abbott World.   Oddělení pro etiku a dodržování předpisů (OEC)  OEC je globální zdroj, který je k dispozici pro řešení vašich dotazů nebo nejasností týkajících se hodnot společnosti a norem chování.  Web OEC – na stránce OEC najdete odpovědi na množství otázek týkajících se dodržování předpisů.   * Kliknutím [sem](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/Pages/Home.aspx) získáte přístup k webu oddělení OEC na portálu Abbott World.   Zásady a postupy OEC – naše firemní globální a místní zásady a postupy OEC:   * Zaměstnanci společnosti Abbott by měli použít [nástroj iComply](https://icomply.abbott.com/Default.aspx).   Kontakty na oddělení pro etiku a dodržování předpisů (OEC) – s dotazy týkajícími se etiky a dodržování předpisů se neváhejte kdykoli obrátit na OEC; totéž platí v případě, že budete potřebovat probrat pochybnosti o možném porušení našich psaných norem, zákonů či předpisů.   * Navštivte stránku [Kontaktujte OEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/About/Pages/Contacts.aspx) na [webu OEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance) na portálu Abbott World.   Linka pomoci pro etiku a dodržování předpisů – navštivte naši vícejazyčnou linku [„Speak Up“ pro hlášení obav](http://speakup.abbott.com/" \t "_blank), kde můžete nahlásit pochybnosti týkající se možného porušení hodnot a standardů chování v naší společnosti. Linka pomoci je dostupná 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Své obavy zde můžete vyjádřit online nebo je telefonicky sdělit operátorovi hovořícímu vaším jazykem. Možné porušení předpisů také můžete nahlásit zasláním e-mailu na adresu [investigations@abbott.com](mailto:investigations@abbott.com). |
| [Screen 56](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=75_C_57)  [75\_C\_57](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=75_C_57) | Quick Reference Cards  Click [here](file:///C:\Users\metelkx\AppData\Roaming\Microsoft\Word\reference\Quick_Reference.pdf) to review summaries of each section of this course.  Course Transcript  Click [here](file:///C:\Users\metelkx\AppData\Roaming\Microsoft\Word\reference\Transcript.pdf) for a full transcript of the course. | Stručné referenční karty  Kliknutím [sem](file:///C:\Users\metelkx\AppData\Roaming\Microsoft\Word\reference\Quick_Reference.pdf) zobrazíte souhrn jednotlivých oddílů tohoto kurzu.  Přepis kurzu  Úplný přepis kurzu zobrazíte kliknutím [sem](file:///C:\Users\metelkx\AppData\Roaming\Microsoft\Word\reference\Transcript.pdf). |
| Screen 57  Activity: Introduction  76\_C\_58 | The Knowledge Check that follows consists of 10 questions. You must score 80% or higher to successfully complete this course. If you haven’t done so already, take a few minutes to review the Quick Reference Cards for each section. When you are ready, click the Knowledge Check button. | Kontrola získaných znalostí, která následuje, se skládá z 10 otázek. Úspěšné dokončení tohoto kurzu vyžaduje skóre minimálně 80 %. Pokud jste tak ještě neučinili, věnujte několik minut přečtení stručných referenčních karet v každém oddílu. Až budete připravení, klikněte na tlačítko **Kontrola získaných znalostí**. |
| Screen 58  Question 1: Scenario  77\_C\_59 | When talking about Abbott, its brands, or its products on social media, you should clearly disclose your connection to Abbott. | Zmiňujete-li společnost Abbott, její značky nebo produkty, vždy ve svých příspěvcích jasně uveďte svůj vztah ke společnosti Abbott. |
| Screen 58  Question 1: Options  78\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] To je pravda.  [2] To není pravda. |
| Screen 58  Question 1: Feedback  79\_C\_59 | When talking about Abbott, its brands, or its products on social media, be sure to clearly disclose your connection to Abbott. This helps ensure that everyone in your social network understands that you have a vested interest in Abbott.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Zmiňujete-li společnost Abbott, její značky nebo produkty, vždy ve svých příspěvcích jasně uveďte svůj vztah ke společnosti Abbott. Díky tomu všichni, se kterými jste na sociálních sítích v kontaktu, pochopí váš zájem o společnost Abbott.  Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 3.2, Vyberte vhodný komunikační kanál*. |
| Screen 58  Question 2: Scenario  80\_C\_59 | In order to help ensure the meaning of your message is as clear as possible, you should:  Check all that apply. | Aby byl význam vašeho sdělení co nejjasnější, měli byste:  Označte všechny platné odpovědi. |
| Screen 58  Question 2: Options  81\_C\_59 | [1] Use clear, precise, and unambiguous language.  [2] Check to make sure you have provided sufficient context.  [3] Avoid using legal terms unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion.  [4] Avoid the use of emojis and emoticons. | [1] Se vyjadřovat jasně, přesně a jednoznačně.  [2] Zkontrolovat, zda jste poskytli dostatek informací.  [3] Vyhnout se právním pojmům, nejste-li právník a nemáte-li oprávnění poskytovat právní poradenství.  [4] Nepoužívat smajlíky a emotikony. |
| Screen 58  Question 2: Feedback  82\_C\_59 | To help ensure the meaning of your message is as clear as possible, you should:   * Use clear, precise, and unambiguous language; * Check to make sure you have provided sufficient context; * Avoid using legal terms unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion; and * Avoid the use of emojis and emoticons.   For more information about the correct answer, see Section 2.3, Using Clear, Precise Language | Chcete-li aby byl význam vašeho sdělení co nejjasnější, měli byste:   * se vyjadřovat jasně, přesně a jednoznačně; * zkontrolovat, zda jste poskytli dostatek informací; * vyhnout se právním pojmům, nejste-li právník a nemáte-li oprávnění poskytovat právní poradenství; a * nepoužívat smajlíky a emotikony.   Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 2.3, Vyjadřujte se jasně a přesně*. |
| Screen 58  Question 3: Scenario  83\_C\_59 | When is it appropriate to include personal opinions in business communications? | Kdy je vhodné ve firemní komunikaci prezentovat své osobní názory? |
| Screen 58  Question 3: Options  84\_C\_59 | [1] Never. There is never a place for personal opinions in business communications.  [2] Only when communicating face-to-face or via phone.  [3] Anytime, as long as you make it clear that you are stating an opinion and not presenting a fact.  [4] Only when communicating with close work colleagues. | [1] Nikdy. V obchodní komunikaci není nikdy prostor pro osobní názory.  [2] Jenom při osobní nebo telefonické komunikaci.  [3] Kdykoliv, je však potřeba vyjasnit, že vyjadřujete svůj názor, spíš než fakt.  [4] Pouze pokud komunikujete s kolegy, se kterými jste si blízko. |
| Screen 58  Question 3: Feedback  85\_C\_59 | It is okay to express personal opinions in business communications, as long as you make it clear that you are expressing your opinion and not presenting a fact.  For more information about the correct answer, see Section 2.4, Avoiding Presenting Opinions as Facts. | Je v pořádku vyjádřit ve firemní komunikaci své osobní názory, je však třeba potřeba vyjasnit, že vyjadřujete svůj názor, spíš než fakt.  Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 2.4, Nevyjadřujte názory, jako by to byla fakta.* |
| Screen 58  Question 4: Scenario  86\_C\_59 | Messages requiring a lot of history and context are best communicated via electronic channels. | Sdělení, která vyžadují dlouhou historii a kontext, se nejlépe komunikují v elektronické formě. |
| Screen 58  Question 4: Options  87\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] To je pravda.  [2] To není pravda. |
| Screen 58  Question 4: Feedback  88\_C\_59 | Messages requiring a lot of history and context are best communicated in real time, either in person or over the phone.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Sdělení, která vyžadují dlouhou historii a kontext, se nejlépe komunikují v reálném čase, a to osobně nebo telefonicky.  Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 3.2, Vyberte vhodný komunikační kanál*. |
| Screen 58  Question 5: Scenario  89\_C\_59 | Which of the following are pitfalls you should avoid in your business communications?  Check all that apply. | Čemu byste se při obchodní komunikaci měli vyhnout?  Označte všechny platné odpovědi. |
| Screen 58  Question 5: Options  90\_C\_59 | [1] Imagining how others are likely to interpret what you are saying.  [2] Using secretive and conspiratorial tones.  [3] Adjusting your choice of words, tone, and body language to your audience.  [4] Using jokes and sarcasm to insert some fun in your communications. | [1] Představování si, jak si vaše sdělení vyloží ostatní.  [2] Používání tajnůstkářského a konspiračního tónu.  [3] Přizpůsobování výběru slov, tónu a řeči těla příjemcům sdělení.  [4] Vtipkování, mluvení sarkasticky nebo v komunikaci zahrnování něčeho pro pobavení. |
| Screen 58  Question 5: Feedback  91\_C\_59 | Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications.  This is especially true in written communications, where visual cues (such as body language) and aural cues (such as vocal inflections) are absent. Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.  For more information about the correct answer, see 2.5, Regulating Your Tone. | Sarkastický, ironický a humoristický tón je v obchodní komunikaci často mylně interpretován.  To platí především v písemné komunikaci, kde nejsou k dispozici vizuální vodítka (jako je řeč těla) a zvukové signály (například klesání a stoupání hlasu). Nesprávnou interpretaci může způsobit také používání tajnůstkářského a konspiračního tónu a jazyka.  Další informace o správné odpovědi získáte v *části 2.5, Regulujte svůj tón*. |
| Screen 58  Question 6: Scenario  92\_C\_59 | As long as you enable the privacy settings on a social media site, your comments and content will never be viewed by others. | Dokud máte aktivní nastavení soukromí na webu sociálních sítí, neuvidí vaše komentáře a obsah nikdy nikdo jiný. |
| Screen 58  Question 6: Options  93\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] To je pravda.  [2] To není pravda. |
| Screen 58  Question 6: Feedback  94\_C\_59 | Comments and content originally intended for only family and friends can often be viewed by others on social media, even if your privacy settings are enabled.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Komentáře a obsah, které jsme na sociálních médiích původně zamýšleli poslat rodině a přátelům, mohou často vidět jiní, a to i když je povoleno nastavení soukromí.  Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 3.2, Vyberte vhodný komunikační kanál*. |
| Screen 58  Question 7: Scenario  95\_C\_59 | Which of the following are effective ways of controlling your emotions when communicating?  Check all that apply. | Která z následujících možností představuje vhodný způsob, jak při komunikaci ovládat své emoce?  Označte všechny platné odpovědi. |
| Screen 58  Question 7: Options  96\_C\_59 | [1] Using neutral language.  [2] Avoiding the use of emotionally loaded terms.  [3] Never sending a message when you are upset. | [1] Používejte neutrální výrazy.  [2] Vyhněte se citově zbarveným slovům.  [3] Nikdy neposílejte e-mail či zprávu v rozčilení. |
| Screen 58  Question 7: Feedback  97\_C\_59 | It is important to control your emotions when communicating in a business environment:   * Always use neutral language. * Avoid emotionally loaded terms. * Never send a message when you are upset.   For more information about the correct answer, see Section 2.6, Controlling Your Emotions. | Při komunikaci v obchodním prostředí je důležité kontrolovat své emoce:   * vždy používat neutrální výrazy; * vyhnout se citově zbarveným slovům; * nikdy neposílat e-mail či zprávu v rozčilení.   Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 2.6, Jak kontrolovat své emoce*. |
| Screen 58  Question 8: Scenario  98\_C\_59 | Which of the following would be appropriate to send via instant messaging? | Co z následujícího by bylo vhodné pro odesílání pomocí rychlé zprávy? |
| Screen 58  Question 8: Options  99\_C\_59 | [1] Sales information.  [2] An alert of a scheduling conflict.  [3] A performance evaluation.  [4] Potentially hiring a doctor for an educational event. | [1] prodejní informace  [2] upozornění na dvě souběžné schůzky  [3] hodnocení pracovního výkonu  [4] přizvání lékaře na vzdělávací akci |
| Screen 58  Question 8: Feedback  100\_C\_59 | Instant messaging (IM) is a great tool that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM is not, however, an appropriate channel for creating or transmitting substantive business information, such as sales information, performance reviews, or discussions about whether HCPs should be engaged for services/events.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Rychlé zprávy jsou skvělý nástroj, jehož prostřednictvím lze kolegům sdělovat aktualizace aktivit, pokládat otázky a upozorňovat partnery na konflikty při plánování i pořádat a plánovat schůzky. Rychlé zprávy však nejsou vhodný kanál pro vytváření nebo sdílení obsáhlejších obchodních informací, jako jsou prodejní informace, hodnocení pracovního výkonu nebo diskuze o tom, zda by zdravotničtí odborníci měli být zapojeni do služeb či akcí.  Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 3.2, Vyberte vhodný komunikační kanál*. |
| Screen 58  Question 9: Scenario  101\_C\_59 | Communications related to Abbott business may be conducted using home computers and personal email addresses, provided you are careful not to disclose confidential or proprietary information. | Komunikace související se společností Abbott může být vedena pomocí domácích počítačů a osobních e-mailových adres za předpokladu, že dáváte pozor, abyste nesdělovali důvěrné informace nebo informace podléhající duševnímu vlastnictví. |
| Screen 58  Question 9: Options  102\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] To je pravda.  [2] To není pravda. |
| Screen 58  Question 9: Feedback  103\_C\_59 | Communications related to Abbott business should only be done via the devices, software, and tools approved by Abbott.  For more information about the correct answer, see Section 3. 3, Using the Right Tools. | Komunikace související se společností Abbott by měla probíhat pouze prostřednictvím zařízení, softwaru a nástrojů schválených společností Abbott.  Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 3.3, Používejte ty správné nástroje*. |
| Screen 58  Question 10: Scenario  104\_C\_59 | Which of the following messages are examples of careful communications:  Check all that apply. | Které z následujících zpráv jsou příklady obezřetné komunikace:  Označte všechny platné odpovědi. |
| Screen 58  Question 10: Options  105\_C\_59 | [1] We need to do whatever it takes to get Dr. Smith’s business.  [2] Dr. Smith is a key opinion leader in the therapy area and a great communicator. We should make sure he is on our call plans and knows about the benefits of our products.  [3] We need to block our competitors.  [4] We need to plan for the competition. | [1] Musíme udělat všechno pro to, abychom získali zakázku se společností MUDr. Smith.  [2] MUDr. Smith je klíčový názorový vůdce v oboru terapie a dokáže skvěle komunikovat. Ujistěme se, že ho budeme kontaktovat a informovat o výhodách našich přípravků.  [3] Musíme zablokovat naše konkurenty.  [4] Musíme mít plán pro jednání s konkurenty. |
| Screen 58  Question 10: Feedback  106\_C\_59 | Careful communication requires the use of clear, concise, unambiguous language. The statement, “We need to do whatever it takes to get Dr. Smith’s business,” is vague and open to potential negative interpretations. You should consider rephrasing using clear, unambiguous language: “Dr. Smith is a key opinion leader in the therapy area and a great communicator. We should make sure he is on our call plans and knows about the benefits of our products.” Likewise, the statement, “We need to block our competitors,” could be misconstrued as a restriction of trade. A more precise, less ambiguous statement is, “We need to plan for the competition.”  For more information about the correct answer, see Section 2.3, Using Clear, Precise Language. | Obezřetná komunikace vyžaduje jasné, přesné a jednoznačné vyjadřování. Tvrzení jako: „musíme udělat všechno pro to, abychom získali zakázku se společností MUDr. Smith“ může působit neurčitě a ostatní si je mohou vyložit negativním způsobem. Měli byste proto zvážit, jak tvrzení formulovat jasně a jednoznačně: „MUDr. Smith je klíčový názorový vůdce v oboru terapie a dokáže skvěle komunikovat. Ujistěme se, že ho budeme kontaktovat a informovat o výhodách našich přípravků.“ Stejně tak vyjádření „musíme zablokovat naše konkurenty“ může být nesprávně interpretováno jako snaha o omezení obchodování. Přesnější a jednoznačnější tvrzení by bylo: „musíme mít plán pro jednání s konkurenty“.  Další informace o správné odpovědi získáte v *oddílu 2.3, Vyjadřujte se jasně a přesně*. |
| Screen 58  107\_C\_59 | All questions remain unanswered | Všechny otázky zůstaly bez odpovědi. |
| Screen 59  Activity: Overall Feedback  108\_C\_60 | No results are available, as you have not completed the Knowledge Check.  Congratulations! You have successfully passed the Knowledge Check and completed the course.  Please review your results below by clicking on each question.  Once you are done, you must click the Exit [X] button in the course title bar before closing your browser window or browser tab.  Sorry, you did not pass the Knowledge Check. Take a few minutes to review your results below by clicking on each question.  When you are done, click the Retake Knowledge Check button. | Nejsou k dispozici žádné výsledky, protože jste nedokončili Kontrolu získaných znalostí.  Blahopřejeme! Úspěšně jste absolvovali Kontrolu získaných znalostí a dokončili kurz.  Níže si prosím zkontrolujte své výsledky kliknutím na jednotlivé otázky.  Po dokončení kurzu musíte kliknout na tlačítko **Konec [X]** na liště nadpisů kurzu a teprve potom zavřít okno prohlížeče.  Je nám líto, v Kontrole získaných znalostí jste neuspěli. Věnujte pár minut překontrolování výsledků kliknutím na jednotlivé otázky.  Po dokončení klikněte na tlačítko **Znovu zkusit kontrolu získaných znalostí**. |
| 109\_toc\_1 | Introduction | Úvod |
| 110\_toc\_2 | Welcome | Vítejte |
| 111\_toc\_3 | Objectives | Cíle |
| 112\_toc\_4 | Tutorial | Výukový materiál |
| 113\_toc\_5 | Crafting Your Message Carefully | Jak sdělení připravit obezřetně |
| 114\_toc\_6 | Overview | Přehled |
| 115\_toc\_7 | Considering Your Audience | Zvažte cílovou skupinu |
| 116\_toc\_8 | Using Clear, Precise Language | Vyjadřujte se jasně a přesně |
| 117\_toc\_9 | Avoiding Presenting Opinions as Facts | Nevyjadřujte názory, jako by to byla fakta |
| 118\_toc\_10 | Regulating Your Tone | Regulujte svůj tón |
| 119\_toc\_11 | Controlling Your Emotions | Ovládejte své emoce |
| 120\_toc\_12 | Crafting Your Message Carefully: Quick Reference | Jak sdělení připravit obezřetně: stručný přehled |
| 121\_toc\_13 | Managing Communications Responsibly | Jak komunikovat odpovědně |
| 122\_toc\_14 | Overview | Přehled |
| 123\_toc\_15 | Selecting the Right Channel | Vyberte vhodný komunikační kanál |
| 124\_toc\_16 | Using the Right Tools | Používejte ty správné nástroje |
| 125\_toc\_17 | Where to Go for Support | Kam se obrátit pro pomoc |
| 126\_toc\_18 | Managing Communications Responsibly: Quick reference | Jak komunikovat odpovědně: stručný přehled |
| 127\_toc\_19 | Resources | Zdroje |
| 128\_toc\_20 | Where to Get Help | Kde získat pomoc |
| 129\_toc\_21 | Reference Material | Referenční materiály |
| 130\_toc\_22 | Knowledge Check | Kontrola získaných znalostí |
| 131\_toc\_23 | Introduction | Úvod |
| 132\_toc\_24 | Knowledge Check | Kontrola získaných znalostí |
| 133\_toc\_25 | Question 1 | Otázka 1 |
| 134\_toc\_26 | Question 2 | Otázka 2 |
| 135\_toc\_27 | Question 3 | Otázka 3 |
| 136\_toc\_28 | Question 4 | Otázka 4 |
| 137\_toc\_29 | Question 5 | Otázka 5 |
| 138\_toc\_30 | Question 6 | Otázka 6 |
| 139\_toc\_31 | Question 7 | Otázka 7 |
| 140\_toc\_32 | Question 8 | Otázka 8 |
| 141\_toc\_33 | Question 9 | Otázka 9 |
| 142\_toc\_34 | Question 10 | Otázka 10 |
| 143\_toc\_35 | Feedback | Zpětná vazba |
| 144\_string\_1 | The Course cannot contact the LMS. Click 'OK' to continue and review the course. Note, Course Certification may not be available. Click 'Cancel' to exit | Kurz nemůže kontaktovat LMS. Pokračujte kliknutím na tlačítko OK a projděte si kurz. Certifikace kurzu nemusí být k dispozici. Kurz ukončete kliknutím na tlačítko Konec. |
| 145\_string\_2 | All questions remain unanswered | Všechny otázky zůstaly bez odpovědi. |
| 146\_string\_3 | Questions | Otázky |
| 147\_string\_4 | Question | Otázka |
| 148\_string\_5 | not answered | bez odpovědi |
| 149\_string\_6 | That's correct! | Je to správně! |
| 150\_string\_7 | That's not correct! | Není to správně! |
| 151\_string\_8 | Feedback: | Zpětná vazba: |
| 152\_string\_9 | Careful Communication | Obezřetná komunikace |
| 153\_string\_10 | Knowledge Check | Kontrola získaných znalostí |
| 154\_string\_11 | Submit | Odeslat |
| 155\_string\_12 | Retake Knowledge Check | Znovu zkusit Kontrolu získaných znalostí |
| 156\_string\_13 | Course Description: Careful communication is key to building, maintaining, and protecting Abbott’s reputation. The aim of this course is to demonstrate how language, tone, and emotion play a significant role in how business communications are received and interpreted, and to provide guidance on how to select the most appropriate channel and tools to communicate your message. This course will take approximately 35-40 minutes to complete. | Popis kurzu: Obezřetná komunikace je zásadní pro budování, udržování a ochranu dobré pověsti společnosti Abbott. Cílem kurzu je ukázat, jak výběr slov, tón a emoce hrají důležitou úlohu v tom, jak je obchodní komunikace přijata a interpretována. Dále vám kurz poskytne užitečné pokyny, jak vybrat ten nejvhodnější komunikační kanál a nástroje ke komunikaci vašeho sdělení. Kurz vám zabere přibližně 35–40 minut. |
| 157\_string\_14 | Table of Contents | Obsah |
| 158\_string\_15 | Where to Get Help | Kde získat pomoc |
| 159\_string\_16 | Reference Material | Referenční materiály |
| 160\_string\_17 | Audio | Audio |
| 161\_string\_18 | Exit | Konec |
| 162\_string\_19 | Close | Zavřít |