



Rozvojová potřeba a příležitost	Vazba na související položky SWOT analýzy
<p>RP11 – soustavné dosahování vysoké kvality vnitřní komunikace ČŠI (pokračování)</p>	<p>W – existence příležitostí pro další rozvíjení využití elektronických nástrojů komunikace (např. online komunikační platformy, sociální sítě, vizuální vzhled)</p> <p>W – rozdílná úroveň komunikačních a ICT kompetencí zaměstnanců</p> <p>O – kvalitní komunikace a spolupráce se zástupci odborových organizací</p> <p>O – zavádění online nástrojů komunikace v souladu s technologickým vývojem v této oblasti</p> <p>T – ztráta vnější reputace způsobena nižší kvalitou vnitřní komunikace a spolupráce</p>
<p>RP12 – soustavné dosahování vysoké kvality vnější komunikace ČŠI</p>	<p>S – nastavení funkčního, formalizovaného systému vnitřní a vnější jednosměrné i dvousměrné komunikace na různých úrovních a s využitím mixu tradičních a elektronických nástrojů komunikace</p> <p>S – kultivovanost komunikace a vstřícnost zaměstnanců při jednáních</p> <p>S – sledování principu otevřenosti a transparentnosti ČŠI při zveřejňování informací a dat</p> <p>S – vytvořená pravidla jednotného vizuálního stylu výstupů ČŠI a jejich využívání</p> <p>W – existence příležitostí pro zkvalitňování vnitřní i vnější komunikace a posilování vzájemné důvěry, a to především v případě dvousměrné komunikace (např. zvyšování kvality výměny informací; sdílení zkušeností a inspirativní praxe; komunikace a spolupráce zaměstnanců v rámci celého průběhu řešení úkolů; metodická podpora)</p> <p>W – existence příležitostí pro další rozvíjení využití elektronických nástrojů komunikace (např. online komunikační platformy, sociální sítě, vizuální vzhled)</p> <p>W – rozdílná úroveň komunikačních a ICT kompetencí zaměstnanců</p> <p>W – existence příležitostí pro lepší oslovení cílových skupin komunikace mimo odborné kruhy</p> <p>O – zavádění online nástrojů komunikace v souladu s technologickým vývojem v této oblasti</p> <p>O – důsledné budování obrazu ČŠI v souladu s její vizí a hodnotami v odborných kruzích i vůči veřejnosti</p> <p>O – posilování vnější komunikace s cílovými skupinami i mimo odborné kruhy</p>