

*ia*  
*interní auditor*

ČTVRTLETNÍK ČESKÉHO INSTITUTU INTERNÍCH AUDITORŮ

ROČNÍK 25, ČÍSLO 2|2021 **(100)**      2|2021

DĚKUJEME VŠEM PARTNERŮM  
MEZINÁRODNÍ KONFERENCE ZA SPOLUPRÁCI  
PŘI JEJÍ REALIZACI

GENERÁLNÍ PARTNER



HLAVNÍ PARTNER



PARTNERI

Deloitte.

interexpert



MEDIÁLNÍ PARTNERI



Czech Institute of Directors



ČCA  
ČESKÁ  
COMPLIANCE  
ASOCIACE



IA  
interní auditor

Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

je potěšující, že profesní časopis Interní auditor, jehož 1. číslo vyšlo v roce 1997, dosahuje tímto vydáním v roce 2021 čísla 100. Za uplynulá léta míval různé koncepce, vzhled a řadu dopisovatelů. Vystřídala se v něm řada témat, která odrážela situaci dané doby, snažila se upozornit na budoucnost, byla výpovědí o stavu profese interního auditu u nás i ve světě. V průběhu let se u časopisu vystřídala celá řada členů redakční rady. Nemůžeme nezpomenout alespoň ty představitele redakční rady, kteří mají na tvorbě časopisu velkou zásluhu. V začátcích to byla Věra Chládová, dlouhá léta udával tón časopisu Rodan Svoboda, kterého vystřídala Andrea Schlossarek (dříve Rajmová). Časopis postupně rostl a krásněl. Byl stále sebevědomější a rozšiřoval se také okruh dopisovatelů a čtenářů. Časopis měl i nemalou roli v propagaci profese mimo okruh interních auditorů, a v neposlední řadě byl rovněž průvodcem a mediálním partnerem řady akcí ČIIA.

Časopis překročil i hranice. Výroční číslo k 20. výročí ČIIA bylo dvojjazýčné. Byly vydávány převzaté zahraniční články, uveřejňovali jsme rozhovory s významnými zahraničními osobnostmi. Léta uvádíme anotaci v angličtině a v některých letech byl časopis ilustrován, ale i produkován ze zahraničí. Na stránkách časopisu se objevily také rozhovory s několika ministry, guvernérem České národní banky a významnými představiteli našich firem a institucí, kteří vystupovali zejména v roli klientů interního auditu.

Každé nové vedení časopisu přebíralo odpovědnost za jeho úroveň a rozvoj, a samozřejmě odpovědnost vůči čtenářům.

Čeho si opravdu moc ceníme, je skutečnost, že máme velký prostor a volnou ruku při přípravě jednotlivých čísel a volbě celkové koncepce. Časopis není nijak ovlivňován, je svobodný, necenzurovaný.

Nezastavila nás ani doba covidu. Ani na chvíli jsme neuvažovali o zastavení jeho vydávání. Jenom jsme se přizpůsobili okolnostem a možnostem. Další osud časopisu je v rukách zejména vás, čtenářů. Vy nakonec určujete formu, obsah a zájem o jeho vydávání. Časopis Interní auditor je jeden z dlouhodobých a klíčových benefitů, který Institut svým členům poskytuje.

Chtěli bychom touto cestou poděkovat celému realizačnímu kolektivu, který časopisu vždy vtiskne konečný vzhled. Členům redakční rady, autorům příspěvků, editorce, grafikovi, korektorce, zaměstnancům kanceláře, tiskárně, ale i distribuci. Poděkování patří i členům Rady Institutu za trvalou podporu. A hlavně děkujeme vám, čtenářům, za dlouholetou přízeň. ■

*Jan Kovalčík  
předseda redakční rady,  
člen Rady ČIIA*

*Daniel Häusler  
ředitel kanceláře ČIIA*



# O B S A H

Slovo ke 100. vydání časopisu <b>Andrea Schlossarek</b>	6
Pětadvacet let na stránkách Interního auditora <b>Rodan Svoboda</b>	7
Úvod do světa socek <b>Jiří Čihák</b>	10
Je firma v bezpečí před útoky hackerů? <b>Karol Suchánek</b>	14
Vliv sociálních sítí na činnost veřejné správy – hrozba, nebo příležitost? <b>Veronika Vároši</b>	17
Sociální sítě – dobrý sluha, ale zlý pán <b>Ester Bezděk</b>	20
Jak se tvoří mediální obraz špičkového zdravotnického zařízení <b>Regina Rothová</b>	22
Jak nám pomáhají sociální sítě? <b>Erik Čípera</b>	27
Podvody v bankovním sektoru v covidové době <b>Tomáš Hořejší</b>	29
Tipy pro interní audit bankomatové sítě a přijímání platebních karet <b>Jana Šorfová</b>	31
Noví členové	33
English Annotation	34

---

## ROČNÍK 25, ČÍSLO 2|2021 (100)

---

Vydává:  
Český institut interních auditorů, z. s.  
Karlovo nám. 3  
120 00 Praha 2  
tel.: +420 224 920 332  
+420 224 919 361  
e-mail: casopis@interniaudit.cz  
www.interniaudit.cz

Redakce INTERNÍ AUDITOR  
Karlovo nám. 3  
120 00 Praha 2

Registrace: MK-ČR-E-12322  
ISSN 1213-8274

Redakční rada:  
Vedoucí – Jan Kovalčík  
Petr Hadrava, Daniel Häusler, Ludmila  
Jiráňová, Andrea Lukášková, Šárka Nováková,  
Ladislava Slancová, Petra Škvorová,  
Eva Štěpánková, Milena Widomská

Editorka: Kateřina Zonygová

Grafika: Viktor Beránek

Tisk: REPRO servis, s. r. o.  
Starochuchelská 15/195, 159 00 Praha 5

Náklad: 1500 kusů.

Vydavatel nese odpovědnost za údaje  
a názory autorů jednotlivých článků.

Foto: archiv ČIA, fotobanka 123RF

Neprodejně, určeno pro Český institut  
interních auditorů

---

**ia**  
interní auditor

GRATULUJI KE 100. ČÍSLU I A!



VAŠE ILUSTRÁTORKA NĚKOLIKA ROČNÍKŮ: JITKA HOLEČKOVÁ



Vážené dámy a pánové,

je mi velkou ctí moci vás oslovit v rámci 100. vydání časopisu Interní auditor. Květen 2021 byl mezinárodním měsícem povědomí o interním auditu. Na sociálních sítích jste mohli vidět auditory, kteří se pyšně hlásí k profesi interního auditu. Čiňte tak i vy – buďte na sebe i na svou profesi pyšní!

I já se hlásím k pyšným příslušníkům profese interního auditu. A to i teď, když jsem pouze auditorem pasivním, protože mě profesní život zavedl do jiných oblastí i do jiné země. Díky tomu, že už 11 let žiji trvale v Německu, dokážu porovnat úroveň interního auditu v obou zemích. A z toho srovnání ČIIA rozhodně nevychází špatně.

Moje vzpomínky na interní audit v Čechách, Radu ČIIA nebo redakční radu časopisu jsou o vytrvalé snaze dostat mezinárodním standardům, vyrovnat se celosvětovým trendům řízení společnosti a hledání slabín vnitřních řídicích kontrol v různých procesech. Je to nostalgické vzpomínání na začátek mé auditní kariéry pod velikány interního auditu Ivoše Středy a Pepy Severy, na začátky Dana Häuslera v roli ředitele Institutu a osobní podpora Institutu od Pavla Váchy – to jsou věci, na které se jen tak nezapomíná. Jsou to situace, kdy se testovaly osobní i profesní stránky osobnosti a které utvářely ČIIA do tvaru, který dnes má. Moje zkušenost s německým DIIR je o odškrtnutí kolonek, o formálních nastaveních procesu, která nemají s pravidly řádného hospodáře moc společného. Od nás z Čech to znám jinak – znám osobnosti, které se snažily proniknout do jádra procesu, které se vyvíjely v poradce managementu, které přinášely společnosti úspory i zvýšení efektivnosti. A pevně věřím, že je tomu tak i nyní. Na květnové konferenci jsem vám promluvila do duše ohledně řízení kmenových dat ☺. I ti nejlepší se musí neustále inovovat a vyvíjet se. Interní auditoři musí dnes mít digitalizaci a toky dat na svém radaru, což před 10 lety takovou prioritou nebylo.

Richard Chambers, který právě odstoupil po 12 letech z vedení IIA, vydal úžasný článek o tom, jak jsou interní auditoři agenti změny (change agents), ale nikoli tajní agenti (secret agents). S tím článkem se mohu plně zosobnit – všechno, co jsem se naučila v interním auditu, je o tom, jak být tím agentem změny – jak přesvědčit management o nutných úpravách směru, nutnosti dodatečných investic nebo o osobní statečnosti projevit kontroverzní názor. Vy, interní auditoři, kteří jste agenti změny, vy jste těmi, kteří ukazují cestu ostatním, kteří slouží jako vzory pro mladší kolegy a kteří jsou těmi správnými kandidáty na manažerské pozice.

<https://www.richardchambers.com/internal-auditors-cant-be-change-agents-if-theyre-secret-agents/>

Ten článek vám všem doporučuji, přeji vám, abyste byli pyšní na svou krásnou profesi, a aby, až ta dlouhá covidová krize skončí, abyste si užili zase nějakou nezapomenutelnou konferenci ČIIA.

A poslední věta je vyslovení respektu Honzovi Kovalčíkovi za jeho vytrvalost a kvalitu časopisu Interní auditor. Vždycky mě to zahřeje u srdce, když mi do Düsseldorfu přijde výtisk Interního auditora.

Někdy na viděnou, Andrea Schlossarek ■

# Pětadvacet let na stránkách Interního auditora



**Ing. Rodan Svoboda, CIA, CICA, CRMA**  
jednatel vzdělávací a poradenské společnosti Eurodan, s. r. o.,  
konzultant v oblasti VRKS a IA  
svoboda@eurodan.cz

**Psal jsem článek do prvního čísla našeho profesního časopisu Interní auditor, píšu teď i do tohoto dosud posledního čísla... Za dvacet pět let, které mezi tím uplynuly, jsem napsal desítky, možná více než stovku textů, kterými jsem se snažil upoutat pozornost vážených čtenářů. První třetina vydavatelské historie časopisu šla koneckonců převážně za mnou, tak mi dovoluňte si na tu dobu drobet zavzpomínat.**

**Z**ačalo to ohromným nadšením z úspěšného založení institutu auditorů v České republice. My, co jsme se kolem toho tehdy motali, jsme chtěli přilákat mezi nás co nejvíce interních auditorů. Nastupovali tehdy především do finančních institucí, velkých tuzemských i nadnárodních společností, postupně pak i do veřejné správy. Prvním cílem pro vydávání časopisu tedy bylo upoutat pozornost při vytváření profesní komunity, která by si vzájemně pomáhala a předávala si zkušenosti. Díky časopisu jsme pro členy zveřejňovali rovněž informace z Rady a kanceláře institutu, což v době téměř předinternetové hrálo nezanedbatelnou úlohu. Pamatuji si, že se na tomto startu našeho časopisu významně podíleli zejména auditoři z Komerční banky, Agrobanky a ČEZu, kteří se zapojili do první redakční rady pod vedením Věrky Chládkové.

Od počátku platilo, že časopis je členskou službou hrazenou z členských příspěvků. Toto rozhodnutí předurčilo jednak finanční stabilitu, jednak mělo i bezprostřední dopad na výši nákladu. Od stovky výtisků prvního čísla po více než tisícovku v současné době. Pochopitelně se vždy vytisklo pár čísel navíc, aby se mohl časopis využít i k marketingovým účelům. Chtěli jsme, aby institut na sebe upoutal pozornost neorganizovaných auditorů či jejich manažerů, aby je přesvědčil, v čem je možno spatřovat výhody členství v ČIIA. Nemohu zapomenout, jak jsme se navzájem v Radě ČIIA předháněli, kdo kam přinesl nové číslo časopisu, ať

už ke generálnímu řediteli, guvernérovi České národní banky nebo příslušnému ministrovi. Takže v propagaci institutu mezi veřejností vlastně vidím druhý cíl, proč jsme začali časopis vydávat.

Dalším, a to již třetím benefitem, bylo pro čtenáře z mého pohledu od počátku předávání teoretických znalostí a zkušeností z praxe. Tady si patrně každý z nás musí k odbornému časopisu najít svou cestu. Někdy se na nové číslo nedočkavě těším, jindy už z obálky vidím, že zaměření časopisu mě bude tentokrát míjet. Natolik si však vážím znalostí jiných, že si časopis prolisťuji a kupodivu většinou narazím na něco, co mě obohatí. Nečekám praktickou kuchařku, jak bych měl postupovat, stačí mi často jen myšlenka či nápad, který budu pár dní nosit v hlavě a pak jej v pravou chvíli použiji třeba úplně v jiné souvislosti. Ale pokorně u toho přiznám, že jsem byl inspirován právě v našem časopisu, ať už v autorském článku, v rozhovoru s osobností, nebo v informacích z četných akcí institutu. Rád při této příležitosti připomenu dva významné evropské auditory, se kterými mě pojí osobní vztahy, a to pány Giovanni Grossiho a Jean-Pierra Garitta. Využívali jsme jejich návštěv na konferencích a odborných seminářích, a několikrát publikovali jejich názory na profesi a její uplatňování v zahraničí.

Čtvrtým, a pro mnohé podstatným, smyslem časopisu bylo vytvoření platformy pro zaznamenání aktivit institutu. Mnohý z nás se sice objevil na jeho stránkách pouze při příležitosti vzniku svého členství, jiný v souvislosti s dosažením odborné certifikace, nebo nejčastěji pak v záznamech a na fotografiích z workshopů, konferencí či oborových nebo regionálních setkávání auditorů.

Jako pamětník nemohu opominout národní konferenci v Českém Krumlově. Podařilo se tehdy pro účastníky této akce zorganizovat navazující společenský večer v hotelu Růže v historických kostýmech, a to včetně

servírování a tance doprovázeného dobovým hudebním souborem. Díky tomu se pro další číslo časopisu pořídily hodně zajímavé fotografie, třeba na titulní stránce s odborníkem na podvody z WHO Halukem Gürselem a naším kolegou z Rady Petrem Jurákem, oba se prezentující v renesančním ustrojení. Toto číslo pak ještě dlouho kolovalo mezi členy institutu prakticky z ruky do ruky a čtenáři se při tom většinou pobaveně usmívali.

Časopis mezi členy institutu podnítl k tvorbě několik literárních talentů, kteří se zapojili do psaní textů. Ať už v rámci redakční rady, nebo v roli pravidelných dopisovatelů. Prošel jsem si tím osobně vším. Někdy vypadl článek a ze dne na den musela vzniknout náhrada. Když se nenašel nikdo vhodný, pustil jsem se do toho sám. I poté, co jsem své vazby na časopis rozvolnil, jsem rád za oslovení k tématům, ve kterých se nyní angažuji. Postupně jsem si našel vlastní cestu, méně škrobenosti a více poutavosti. Hlavně zaujmout, předat informace a pobavit. Vždy mě potěší, když se mi následně objeví v e-mailu zprávička s pozdravem a pochvalou. Pak si tak říkám, že to naplnilo svůj účel, když jsem se do psaní textu pro čtenáře časopisu pustil.

Jak dál? Určitě stávající redakční rada v této nelehké době najde tu nejlepší cestu, jak v dalších letech pokračovat. Nechci tu předkládat žádná jednoznačná stanoviska, zda je lepší papírová forma, nebo elektronická. Jsem asi konzervativním čtenářem, co miluje vůni tiskařské barvy a odborný časopis čte s barevným zvýrazňovačem. Když mi nové číslo přiletí e-mailem, tak většinou zapadne mezi padesát jiných zpráv v poště. Za týden si už ani nevzpomenu, že něco takového vůbec přišlo. A to nejhorší ze všeho mě čeká, když se musím někam přihlašovat, dávat uživatelské jméno a heslo... Zpravidla to odložím, až budu mít čas si to někde najít, což vede opět do zapomnění.

Nejen auditem žije auditor... Je doba růstu, kdy v časopise hledáme informace pro vzdělávání, je doba

budování kariéry, kdy v něm nacházíme kontakty a zkušenosti, je doba profesního zrání a hledání další náplně pro naše košaté životy. Díky časopisu Interní auditor a pravidelnému přispívání jsem získal jistotu v psaní textů. Slovo dalo slovo a s kolegou auditorem Jardou Pavlíkem jsme se společně pustili do psaní privátního blogu o auditu. O auditu vína...

Již druhý rok žijeme v zajetí košťýřovin a uplatňujeme své auditorské zkušenosti na aktivity realizované v rámci volného času. Jsou to vlastně takové fejetony na stránku a půl, snad i baví a inspirují, neboť se už našla skupina čtenářů, co nás pravidelně sleduje. Přitáhli jsme k sobě podobné fandky do vína, ať našich přátel z řad interních auditorů, tak i čtenáře, které vůbec neznáme. Spojuje nás to, že nám dělá potěšení psát o tom, co jsme prožili při ochutnávání vína, a oni si rádi přečtou naše názory a tipy na zajímavé vzorky, a současně i kontakty na vinaře u nás a ve světě.

Kdo vyhledává podobné zdroje textů, tak ten ví, že hlavním smyslem je nenudit. Autor musí skončit článek dřív, než to čtenář vzdá sám. Takže se toho budu držet a končím. Díky Interní auditore, že tu jsi, a doufám, že tě ještě pár let budu pravidelně dostávat do poštovní schránky. ■

*Rodan Svoboda*





# ÚVOD DO SVĚTA SOČEK

Prostor sociálních sítí může být vnímán jako výkladní skříň vybraných technologií, jejich komerčního nasazení a monetizace, byznysové datové analýzy a stejně tak i možností, přínosů, ale také hrozeb, vzrůstajících právě z tohoto internetového prostoru a jeho provozu.

**Ing. Mgr. Jiří Čihák**  
specialista interního auditu IT

V současné době pracuje pro jednu z největších českých bank v oblasti interního auditu. Předchozí zkušenosti získal ve společnosti tzv. velké čtyřky, kde se věnoval externímu forenznímu auditu, a v instituci veřejné správy v oblasti IT.

**J**iž dlouho neplatí, že sociální sítě jsou fenoménem dneška. I když se to stále dočítáme zejména ve studentských pracích či na lehce bulvarizujících webových serverech.

Sociální sítě jsou dnes již spíše něco, co s námi žije – jsou s námi vlastně již desítky let. Jejich obecnější boom ve světě totiž nastal už na přelomu tisíciletí (v Česku přibližně o pět let později). Některé z těch kdysi úspěšných si už stihly i projít svým sunsetem – z těch českých například Spoluzaci.cz (1999–2018) nebo Lide.cz (1997–2020).

Tento prostor může být v jeden okamžik velmi pozitivní, povzbudivý a marketingově užitečný a vzápětí přijde drtivá negativní vlna a kritika. Přítomnost organizace na sociálních sítích je dnes prakticky nezbytná, a i proto klade značné nároky na správu účtů. Tě je vhodné věnovat náležitou péči nejen z hlediska jeho bezpečnosti, ale i obsahu, a usilovat o mitigaci možného negativního reputačního rizika.

## **Některé otázky, které je vhodné si položit před vstupem na sociální sítě:**

- Chci tam být?
- Proč?
- Očekávám, že to bude pro mne užitečné, dobré a přínosné?
- Jaká mám další očekávání?
- Budou pro mne tato očekávání udržitelná i ve středně a dlouhodobém horizontu?
- Jakou roli očekávám, že bude uvažovaný profil na sociální sítí reprezentovat?
- Mám ošetřená relevantní rizika spojená s přítomností na sociální sítí? Jak?
- Mám na správu profilu dostatek prostředků, zejména časových?
- Mám co publikovat, respektive vlastním zdroj kreativity pro tvorbu vhodných a pravidelných příspěvků?

Jak pracovat s profilem na sociální síti, příspěvky a komunitou followerů, je dnes samostatná profesní disciplína a z pohledu organizace je toto předmětem zejména marketingu, PR.

## **„O bezpečnosti vaší organizace při používání sociálních sítí, z pohledu interního auditu, jsme psali v čísle 4/2020.“**

Přístupy a řízení sebe prezentace se typově liší síť od sítě a účelu, který sledujeme. Formáty sociálních sítí a jejich obsahů (ale i majoritní skupiny osob, které se na nich pohybují a hledají odpovídající obsah) se zjednodušeně řečeno rozprostírají od spíše uvolněných a marketingově vděčných (Facebook) přes koktejlové (Twitter) či pracovní (LinkedIn). Každá z nich vyžaduje pro efektivní a konceptuálně vhodný styl prezentace (a komunikace) jiný formát a styl pojetí.

## **„Přítomnost organizace na sociálních sítích je dnes prakticky nezbytná.“**

Vhodná volba typu sítě, formátu prezentace, příspěvků a formy jejich provedení pak definují míru úspěchu při dosahování stanoveného cíle, ať již je to budování osobní značky, nebo rozvoj firemního byznysu.

### **Má klasifikace smysl?**

Mnoho čtenářů se ptá i na kategorizaci sociálních sítí. Je to samozřejmě možné, nicméně kategorizace sociálních sítí má nespočet přístupů a různých definic, a je zejména výrazně proměnná v čase. Historie ukázala, že dochází k nejrůznějším transformacím projektů. Původní myšlenky sociální sítě byly s odstupem času transformovány například do prodejních platform, jiné změnilo původní principy a myšlenky, se kterými vstupovaly do světa internetu (bez reklamy, pouze textová forma aj.).

Obecně však lze vysledovat některé základní kategorie, kterými jsou zaměřeni a podoby charakteru spíše:

- komunitního – ústředním zájmem je spíše budování vztahů, seznamování;
- komunikačního – výměna informací;
- lokálně specifické – resp. rozšířené primárně ve vybraném regionu, např. Čína, postsovětské oblasti;
- sociálně-streamingově orientované platformy – kde ústřední myšlenkou je komunitní sdílení živých přenosů;
- sociální platformy sdružující členy v podobě spíše diskusního (boardového) charakteru než prezentačních profilů.

Nicméně dělení do jednotlivých kategorií je stále předmětem diskuse a na praxi nemá velký vliv.

Praktické je však znát složení uživatelů, potenciálních followerů, propagátorů, fanoušků a konzumentů našich příspěvků. Z pohledu zadavatele jsou zajímavé především nabízené údaje o potenciálních konzumentech, jako jsou věk, zájmy, a částečně i geografický původ (+ celá řada dalších indikátorů, jež sociální sítě, na základě dobrovolně uvedených údajů, o svých uživatelských poskytlují). Tyto informace totiž umožňují cíleně připravovat příspěvky, a efektivně tak vynakládat investované zdroje.

Za jádrové sítě s globálním dosahem lze stále považovat velkou pětku ve složení: Facebook.com, YouTube.com, Instagram.com, Twitter.com, LinkedIn.com. Byť Facebook (jako společnost zahrnující pod sebe služby Messenger.com a WhatsApp.com), kvůli svému přístupu k ochraně uživatelských dat a řadě nedávných úniků dat o uživatelských zažívání období obecného propadu zájmu o své služby. Jakousi novou vlnu v Q1 2021 naopak zažívají platformy jako Clubhouse (joinclubhouse.com) či TikTok.com. Dále za streamovací platformy jmenujme Twitch.tv či Discord.com a za lokálně specifické, jež se mimo svoji domovinu (a krajany) nesetkávají s rozsáhlejším zájmem, jmenujme VK.com či Weibo.com.

V Česku se do určité formy sociální sítě transformovala CSFD.cz, zanikly již zmiňované servery Lide.cz a Spoluzaci.cz, s klesající popularitou se již delší čas potýká také Libimseti.cz či Totem.cz. Naopak překvapivě stále fungující a živý je například Okoun.cz, boardově sociálně-diskusní server, těžící zejména z historie a fanouškovské komunity, která stárne společně s portálem samotným.

O bezpečnosti vaší organizace při používání sociálních sítí, z pohledu interního auditu, jsme psali v čísle 4/2020, kde byla podtrhnuta nutná obezřetnost a naznačeny cesty, jak téma bezpečnosti a sociálních sítí auditovat.

Sociální sítě bývají i leadery v oblasti praktického využití datové analytiky (marketingové využití) a její monetizace, anebo v nasazování a hledání kontextu použití technologií. LinkedIn například umožnil skrze svoji mobilní aplikaci vyhledání kontaktů v bezprostřední blízkosti skrze Bluetooth, a tím i navazování a rozšiřování sítě kontaktů například v průběhu konferencí.

## **„Vhodná volba typu sítě, formátu prezentace, příspěvků a formy jejich provedení pak definují míru úspěchu při dosahování stanoveného cíle.“**

Viditelnost vašich příspěvků a počet impaktovaných uživatelů ovlivňuje především kombinace kvality profilu (zejména příspěvků, obsahu a jejich frekvence), právě nasíťovaných kontaktů a vaší aktivity a interakcí s vašimi příspěvky.

O hodnotě vašeho profilu a efektivitě investovaného úsilí tak rozhoduje mnoho faktorů. Přidaná hodnota informačního sdělení provozovaného skrze sociální sítě jako médium, může být spatřena i v tom, že informace ze sféry sociálních sítí ve vybraných případech přebírají i tištěná média.

**Z pohledu auditora se proto na sociální sítě můžeme dívat jednak jako na zdroje rizika, ale také jako na informační kanály a datové zdroje k využití.**

Většina uživatelů sociálních sítí bývá velmi dobře identifikovatelná a dohledatelná v reálném světě. Přispívá k tomu i vícefaktorová autentizace, pro kterou bývá předpokladem minimálně sdílení e-mailové adresy a dále např. mobilního telefonního čísla. To přináší v kombinaci s pestrostí sdílených údajů (včetně obrazových materiálů) rizika a vice versa i možnosti pro datové, rizikové analýzy či inspirace k auditním činnostem.

Z pohledu informačních kanálů a jejich možného vytěžování jsou sociální sítě pro některé společnosti vítaným zdrojem při personálních due diligence prověrkách, ať již zaměstnanců (včetně potenciálních), či obchodních kontaktů a obecného compliance prověřování důvěryhodnosti subjektů.

**Z pohledu rizika je pak samotná publikovaná informace o názvu zaměstnavatele na účtu zaměstnance vítaným vstupem pro phishing a spear phishing v případě šikovné kombinace více informací.**

Vytěžování sociálních sítí je tedy rozšířenou disciplínou. Je však třeba si uvědomit, že stejně jako využíváte informace o ostatních, ostatní pravděpodobně využívají informace o vás. A to jak ty pozitivní, tak i ty negativní. K žádoucím i nežádoucím aktivitám.

Počátkem dubna 2021 byl také široce mediálně popsán únik osobních údajů cca 533 milionů uživatelských účtů sociální sítě Facebook.com. U každého uživatelského účtu šlo o telefonní číslo, napárované na unikátní číselný identifikátor uživatelského účtu a jméno (typicky předpokládejme skutečné jméno, nebo přezdívka či fiktivní jméno). To vše dále ve vybraných případech doplněné o e-mailové adresy, data narození a další typy detailů (jména zaměstnavatelů, bydliště, rodinné stavy apod.)

Z české oblasti šlo zhruba o 1,376 milionů záznamů, respektive telefonních čísel začínajících předvolbou +420. Uniklá databáze společnosti Facebook tak může obsahovat takřka necelé dvoumístné procento telefonních čísel registrovaných s uvedenou předvolbou (záleží na zdroji hodnoty o počtu registrovaných SIM karet v ČR).

Mezi e-mailovými adresami jsme našli i menší množství firemních/korporátních adres (v případech osobních účtů), a dále řadu e-mailových adres či telefonních čísel zaměstnanců, dodavatelů či veřejných osob.

Už jste analyzovali, kolik z vašich klientů, zaměstnanců či vašich rodinných příslušníků je mezi kompromitovanými osobami z tohoto posledního úniku dat? Jak bylo uvedeno, jen za ČR se jedná o více než 1,3 milionu účtů.

## **„Sociální sítě bývají i leadery v oblasti praktického využití datové analytiky.“**

Zejména v tomto případě datového úniku se může pro vybrané typy organizací jednat o zajímavý tip na přínosnou auditní aktivitu. Například klienti zasažení tímto datovým únikem mohou být totiž potenciálními články fraudových aktivit, cílených na ně samotné nebo na vaši organizaci. Na tyto klienty je pak možné z pohledu ochrany organizace nastavit vybrané red-flagy a navýšit pozornost obranných mechanismů, pro případ eventuálního fraudového zneužití.

Jedná se o zajímavý a neotřelý podnět pro auditní aktivitu. Právě tyto zdroje v kombinaci s nakupováním dat na černém trhu mohou představovat těžko změřitelný rozsah rizika pro společnosti (a jednotlivce)

a progresivní interní audit na to může upozornit.

Lze do určité míry paušalizovat, že kyberprostor může být odrazem běžného života veřejnosti a reflektovat rizika či problémy reálného světa. Obecně proto tak může platit, že náhled a monitoring sociálních sítí může sloužit i jako jakýsi lakmusový indikátor vnímání vaší organizace vybranou veřejností.

Je však nutné mít na paměti, že tento prostor může být relativně snadno tendenčně směřovaný, viz problematiky placených příspěvků a tzv. dark postů, haterů, ale i dezinformací využívaných jako nátlakového nebo mocenského nástroje.

Kombinace uvedeného mohou, s příspěvním veřejnosti v roli diváka a hrozby v úvodu uvedené negativní reputace, vytvořit silné tlaky a páky na organizace (kupříkladu tlaky na stažení výrobku, zastavení poskytování služby, odškodnění aj.), jež nemusejí být vždy příjemné či bez negativního i finančního dopadu na zisky organizace.

A to právě i proto, že stejně jako sociální sítě už dávno nejsou fenoménem dnešní doby, ale zejména něčím, s čím žijeme, tak stejně i prostor sociálních sítí již dávno není odtrženou a izolovanou digitální platformou plnou anonymních uživatelů, separovanou od fyzického světa.

Prostor sociálních sítí se tak pro organizace stává informačním rizikem.

### Slovníček/pojmy:

- **socky** – sociální síť, označení používané zejména v marketingové a PR profesní branži;
- **hater** – osoba či účet vyjadřující nenávist či zlost v prostoru sociálních sítích. Pokud jejich přítomnost není profesionálně moderována, mohou výrazně přispívat k negativní percepci profilu společnosti na sociální síti s dopadem na celkovou negativní reputaci organizace;
- **follower** – osoba, která vyjádřila zájem sledovat vybraný profil, typicky přihlášením k odběru nových příspěvků;
- **influencer** – vlivná osoba (respektive vlivný profil) na sociální síti, mající širší dopad na cílovou komunitu. Tento vliv může být využit zejména pro marketingové a jiné účely, a odvíjí se například i od počtu followerů;
- **post/dark post** – příspěvek / příspěvek podléhající specifickému režimu zobrazování, typicky v placené sféře, například podle demografických informací o uživateli;
- **dvoufaktorová autentizace** – typicky zapojení mobilního telefonu (respektive elementu telefonního čísla) do procesu přihlašování. ■

„Už jste analyzovali, kolik z vašich klientů, zaměstnanců či vašich rodinných příslušníků je mezi kompromitovanými osobami?“





#### **Karol Suchánek**

V 16 letech vyvinul svůj první bezpečnostní software. Absolvoval cyber security program na MIT v Bostonu a je držitelem bezpečnostní prověrky NATO, jako jedna ze dvou osob v ČR. Zároveň je soudním znalcem v oblasti kybernetické bezpečnosti. Posledních 10 let se stará o soukromí a bezpečnost firem a veřejně známých osobností po celém světě. Je součástí týmu cyber security expertů [www.Shift2Cloud.eu](http://www.Shift2Cloud.eu), který vylepšuje efektivitu a bezpečnost firem.

# **JE FIRMA V BEZPEČÍ PŘED ÚTOKY HACKERŮ?**

**Technologie hýbou světem, a nejen kvůli celosvětové pandemické situaci jsme svědky masivního přesunu lidstva do online prostředí. Řada firem byla nucena se organizačně i technicky přizpůsobit práci na dálku. To často pomáhá produktivitě, ale také s sebou nese větší bezpečnostní rizika. Domácí počítače a tablety, stejně jako síť a připojení k internetu, nemusí být dobře zabezpečené. Na co si musí dát společnosti v kyberprostoru pozor, radí Karol Suchánek, expert na kybernetickou bezpečnost.**

## Zmapujte mýty

Řešit bezpečnost společnosti proaktivně je výrazně levnější než napravovat škody, které dokážou způsobit útoky hackerů. Dlouholetá zkušenost však ukazuje, že ve firmách se ohledně kybernetické bezpečnosti traduje celá řada mýtů.

Často situaci komplikuje to, že implementace řešení pro bezpečnost probíhá nepříliš efektivně, pokud se s ní „trápí“ interní IT zaměstnanci. Bezpečnost nemusí být jejich specializací a jsou vytížení zajištěním každodenního provozu technologií. Dlouho pak také trvá vzdělávací proces – než většina zaměstnanců získá povědomí o zásadách zabezpečení, dojde k dalšímu vývoji.

**„Kybernetický zločin se stal reálným byznysem, v němž se podle některých odhadů točí víc peněz než v obchodě s drogami či zbraněmi.“**

Snadno se pak stane, že lidé získají falešný pocit bezpečí na internetu. Jednoduše proto, že za dobrou ochranu považují metody, které už jsou zastaralé, nedostatečně silné nebo nekomplexní. Naopak internetoví útočníci bývají výrazně napřed. Kybernetický zločin se stal reálným byznysem, v němž se podle některých odhadů točí víc peněz než v obchodě s drogami či zbraněmi.

Proto jsou také investice do vývoje rafinovaných metod útoků astronomické.

Základním krokem, který nastartuje proces změny k lepšímu, je zmapování postojů zaměstnanců. Ať už zvolíte jakoukoliv preferovanou metodu (dotazníkové šetření, osobní pohovory atd.), cílem je získat přehled o iluzích, které panují u zaměstnanců, ale i managementu. V čem se tedy lidé mýlí nejčastěji?

### 1) Spoleh na antivirus jako jedinou ochranu

Každý den vznikne průměrně milion nových virů, s nimiž si zastaralé antiviry často neporadí. Takzvané antiviry nové generace (next-gen) už umí rozeznávat i zcela nové viry podle typických charakteristik jejich chování. Důležité je ale vědět, že ani nejmodernější antivirus nic nezmuže, pokud zaměstnanec nerozpozná podvodný e-mail a na základě něj třeba proplatí falešnou fakturu nebo poskytne údaje o firemní kreditce. Všechny mediálně známé hacknuté organizace měly antiviry a firewally, ale před selháním lidského faktoru je samozřejmě neochránily, nebo jen velmi omezeně.

### 2) Iluze, že v ohrožení jsou jen korporace

Myslet si, že internetové útočníky zajímají jen velké nadnárodní firmy s tisíci zaměstnanci, je chyba. Z našich průzkumů vyplývá, že 60 % malých a středních firem neřeší bezpečnost, a jsou tedy jednoduchým cílem. Přitom

61 % kybernetických incidentů se odehrává právě v menších a středních firmách. Drtivá většina útoků probíhá automatizovaně napříč celým internetem. Napadají například finanční a veřejný sektor s cílem získat citlivá data (rodná čísla, čísla kreditních karet apod.). U průmyslových společností se zase snaží napadnout kritickou infrastrukturu. Častou formou útoku je takzvaný ransomware, tedy vyděračský software. Jeho prostřednictvím hacker zašifruje cenná a citlivá data, za jejichž opětovné zpřístupnění požaduje výkupné. Není však žádná záruka, že jeho zaplacení situaci vyřeší, nebo že současně data nebudou ukradena.

### 3) Nevhodná očekávání od IT

Pokud má vaše společnost vlastní IT specialisty, případně celé oddělení, stále to není záruka, že máte dostatečné kybernetické zabezpečení. Stejně jako u lékařů máme specialisty na určité oblasti, i v IT je nutné mít odborníka na bezpečnost. Jaké byly poslední návrhy na zvýšení IT bezpečnosti od vašeho IT či dodavatele? Dostáváte pravidelné reporty z bezpečnostního monitoringu? Pokud ne, už jsou možná útočníci ve vaší síti. Například Hotelová síť Marriott v roce 2018 zjistila, že jí někdo přes díru v IT infrastruktuře už celé čtyři roky krade data o zákaznících. Mluvte se svým IT o představě kybernetické bezpečnosti. Vysvětlete, že nejde o kritiku, a dejte prostor k vyjádření potřeb pro zapojení experta na kybernetickou bezpečnost.

### 4) Přehnaný spoleh na zálohování

Zálohy jsou velmi důležité, ale samy o sobě nezvyšují bezpečnost. I v případě, že po útoku všechny systémy a data obnovíte ze záloh, zdaleka není vyhráno. Vy sice data získáte zpět, ale nijak neovlivníte, že už je má duplicitně i někdo jiný. Zveřejnění citlivých dat poškodí reputaci firmy, a navíc vás nemine pokuta za porušení GDPR. To s sebou nese finanční ztráty a také právní komplikace. Navíc i obnovená záloha již může obsahovat škodlivý kód, kvůli kterému útočníci ovládli vaše systémy. Je tedy důležité se na zálohy nespolehat jako na spásu a maximálně předcházet tomu, že bude nutné je využít.

### 5) Však on to někdo hlídá

Řada organizací nemá definovány jasné standardy a kontrolní mechanismy pro dodržování povinných regulací (např. GDPR). Pokud není jasné definováno, kdo je za co zodpovědný, snadno se stane, že všichni tak nějak spoléhají, že někdo jiný všechno hlídá (například již zmíněné přehnané očekávání od IT). Často je na vině to, že zaměstnanci nejsou dost dobře proškoleni, aby si uvědomovali svoji vlastní roli v bezpečnosti. Pak můžeme vidět na pracovních stolech povalovat papírky s přístupovými hesly a podobně. Pravidelné tréninky a vzdělávání pracovníků (například přes Wizer Training / Seduo nebo školení na míru) jsou nezbytné. Zabezpečení firmy je totiž jen tak silné, jako jeho nejslabší článek.

## HLEDEJTE ODPOVĚDI

Zkuste si odpovědět na následujících 5 otázek, abyste si udělali přehled o kybernetickém zabezpečení společnosti. V případě kladných odpovědí jste na dobré cestě k dostatečnému zabezpečení. Dle zkušeností však pouze 5 % firem má odpovídající zabezpečení a většina organizací tyto otázky dostatečně neřeší.

1. Řídí ve vaší firmě někdo bezpečnost a je za ni zodpovědný? Existuje nějaká strategie a plán dalšího rozvoje?
2. Lze se přihlásit k vašim e-mailům, systémům nebo datům z nefiremního počítače či telefonu? Pokud ano, využíváte alespoň vícefaktorové ověřování (například pomocí kódu zasláného v sms nebo speciální aplikaci?)
3. Máte na firemních počítačích zakázáno, aby si uživatelé mohli instalovat aplikace či měnit systémové konfigurace?
4. Řídíte centrálně bezpečnost mobilních telefonů, které přistupují k firemním prostředkům?
5. Používáte nějaký nástroj na ochranu před únikem dat? Detekujete kybernetické útoky na vašich klientských zařízeních?

## Využijte pomoc odborníků

Je mylný dojem, že zabezpečení pro malé a střední firmy je moc drahé. Riskovat se přitom nevyplácí, protože únik dat po hackerském útoku stojí jednu firmu průměrně 80 milionů korun. Přitom cena kvalitního zabezpečení začíná už na 1500 korunách měsíčně za jednoho uživatele. Najděte si špičkového dodavatele bezpečnostních služeb s certifikací jednotlivých expertů od různých autorit (například bezpečnostní prověrky na úrovni států nebo mezinárodních organizací, jako je NATO). Zajímejte se o reference a o to, zda se expertní tým skládá z více odborníků s různými specializacemi.

**„Myslet si, že internetové útočníky zajímají jen velké nadnárodní firmy s tisíci zaměstnanci, je chyba.“**

Ptejte se, jaký bude postup. Expert na kybernetickou bezpečnost by měl vždy začít bezpečnostní analýzou neboli auditem. Jen tak je možné získat jasný obraz současného stavu, od kterého se odvíjí strategický plán a návrh optimální bezpečnostní architektury, včetně procesů. Zcela zásadní je nonstop podpora a okamžitá pomoc s řešením bezpečnostních incidentů.

## Cloudové služby – nejlepší poměr ceny a výkonu

S profesionálními cloudovými službami vám odpadne značná část nákladů na IT infrastrukturu. Automaticky tak vyřešíte více než 50 % stávajících bezpečnostních problémů týkajících se serverů. Uživatelé získají větší komfort při využívání technologií a zvýší se jejich produktivita a efektivita, která se promítá do revenue. Díky cloudovým službám (ano, správně nastavené cloudové prostředí je bezpečné) není nutné na špičkové zabezpečení vynakládat mnoho staniců, či dokonce milionů korun. Získáte moderní bezpečnostní funkce a umělou inteligenci za zlomek ceny.

**„Pokud má vaše společnost vlastní IT specialisty, případně celé oddělení, stále to není záruka, že máte dostatečné kybernetické zabezpečení.“**

Datová centra cloudových služeb se staví v oblastech s nízkým rizikem přírodních katastrof. Jsou také zabezpečena proti požárům, výpadkům proudu a jsou fyzicky strážena. To vše na takové úrovni, jaké byste sami ve svém sídle těžko dosáhli. Data bývají ukládána ve více kopiích umístěných v geograficky vzdálených datových centrech. Ve velmi vzácném případě poruchy jednoho centra nedojde k celkové ztrátě dat, jejich kopie

jsou uloženy i jinde. Také má firma díky cloudové záloze kopie dat pro obnovu v případě zašifrování originálních souborů v počítačích ransomwarem, tedy vyděračským softwarem.

Skrze cloud jsou automaticky aktualizována a neustále kontrolována také všechna koncová zařízení – firemní počítače a další technika připojená online. To je obzvláště důležité s rostoucím podílem práce v režimu home office. O tom, že kromě vyšší kvality přináší profesionální cloud také úspory, se můžete koneckonců přesvědčit sami. Každý dobrý dodavatel cloudových služeb na míru by vám měl předem vyčíslit jejich cenu. ■



# VLIV SOCIÁLNÍCH SÍTÍ NA ČINNOST VEŘEJNÉ SPRÁVY – HROZBA, NEBO PŘÍLEŽITOST?



S příchodem nových digitálních médií se nenápadně, ale osudově proměnil způsob, jakým fungují orgány veřejné správy. Zatímco v minulosti komunikovaly úřady především mezi sebou a s žadateli měly jednostranný styk, s příchodem moderních technologií byly postaveny do nové role, kdy musí mnohem častěji a intenzivněji komunikovat s širokou veřejností. To velmi posílilo strategie a potřeby Public Relations. Namísto doposud dominantních tiskových zpráv a věstníků se významná část komunikace přesunula do virtuálního prostoru na sociálních sítích. Je to dobré, nebo zlé? Je to především výzva. A je správné, že ji úřady berou vážně.

**Ing. Veronika Vároši**  
ředitelka Odboru komunikace  
Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

**P**řístup společnosti k veřejné službě během posledních několika dekád prošel výraznou proměnou. Veřejnost už k úřadům nepřistupuje jako ke správním orgánům, nutným pro chod státu (od veřejnosti ovšem oddělených přepážkami), nýbrž jako k institucím, které jim mají ulehčit kontakt se státem. K tomu je ale zapotřebí elementární důvěry, a ta se rodí vždy až tehdy, když si strany vzájemně rozumí, chápou, oč druhé straně jde a proč požaduje právě to či ono.

Úřady s občany samozřejmě komunikovaly vždy. Podíváme-li se do historie, najdeme tam pestré spektrum nástrojů, jako byly vývěskové tabule, úřední desky, letáky, doporučené dopisy nebo až po některé z dnešního pohledu úsměvné metody, jako bylo bubnování na návsích a čtení důležitých

zpráv obecním posluhou. S průmyslovou revolucí na konci 19. století nabyly na důležitosti klasická média, především časopisy, noviny a občasníky. Takřka všechny tyto nástroje byly ale jednocestné; lidé se je mohli přečíst, ale reagovat na ně příliš nemohli.

Jakýmsi mezičlánkem k dnešku se stala audiovizuální média, která sice i nadále byla komunikačně jednocestná, ale strohost a faktičnost informace se postupně obalovala „masou“ doprovodných sdělení. Nejprve proto, aby nezapadly, a později i proto, aby byly snáze a přesněji vstřebávány. Emoce, barvy, symboly, psychologické motivy a typičtí představitelé cílových skupin, kteří se na veřejnost z obrazovky či reproduktoru obraceli, naučili veřejnost, že informace může být podávána docela barvitě a zajímavě. Že už to není černobílá vývěska s vykřičníky, ale že je možné informovat veřejnost i jemnějšími prostředky. A účinněji.

### **„Namísto doposud dominantních tiskových zpráv a věstníků se významná část komunikace přesunula do virtuálního prostoru na sociálních sítích.“**

Změnu narativu využila jako první reklama, a později firemní a politický marketing, jehož vznik a šíření na konci 20. století byl velkou změnou veřejné komunikace. Najednou bylo jediné sdělení multiplikováno v mnoha podobách a mnoha kanály. Tlak na veřejnost se stal setrvalým a nově vzniklé komunikační metody si razily logicky cestu i mimo reklamní byznys. Z hlediska technologií přišla další velká revoluce v 90. letech. A to s příchodem webových stránek (u nás v roce 1994), vyhledávači (Yahoo), mailingem či interaktivními formuláři. Další

technologickou revolucí o necelých dvacet let později byl vznik a rozšíření sociálních sítí a jejich agregace pomocí vsudypřítomné celosvětové mobilní sítě.

Pravdou je, že veřejná služba se neměnila tak rychle a pružně. Neměla ale na vybranou. Nové technologie se proboujaly nejprve do samotného vylepšení a zrychlení práce úředníků – osobní počítače s kancelářskými aplikacemi a mailovým připojením následovaly kancelářské stroje – tiskárny, scannery, skartovačky atd. Kdo ví, co by se stalo, kdyby se kancelářské aplikace uzavřely jen pro úřady, firmy a korporace... Historie by neucinila velký skok a vše by zůstalo podobné tomu, jaké to tu bylo po staletí.

K tomu to ostatně nějaký čas i směřovalo. IBM produkovala takřka výhradně velké sálové počítače. Ekonomická data, jako byly mzdy, statistiky nebo technické výpočty, se dělaly jen na vzdálených a vydělených strojích, kolem kterých pobíhali noví „čarodějové“, ovládající tajemné jazyky, jako byl Fortran, Algol, Cobol a další. Vzhledem k nesmírné drahotě hardwaru a vysokým nákladům na počítačový čas se předpokládalo, že vše zůstane v rukou státu a bohatých firem. Pak však přišel Bill Gates s osobním počítačem (personal computer = PC), a podobně jako před sto lety změnil navždy dopravu na silnicích Ford se svým lidovým autem, změnil Gates navždy oblast komunikace. To, co mohli dříve jen bohatí a úřady, mohl najednou každý. Jako první se toho chopily tzv. garážové firmy, a později i ty zavedené. Náhle tu byl Microsoft, Apple, Oracle, Dell, Linux, u nás se objevil AutoCont či Software T602.

Úřady samozřejmě tak rychle nezareagovaly. Nůžky mezi novými a dravými způsoby komunikace s veřejností ze strany soukromého sektoru a veřejnými institucemi se začaly rozevírat. Administrativa bojovala o svá komunikační privilegia, ale musela nezbytně prohrát. Veřejnost vyžadovala stejně rychlou komunikaci s úřady

jako s firmami. Vznikly první představy digitální státní správy. Hodně dobrého v tomto ohledu udělala i Evropská unie, která velkými investicemi (a později i svými právními předpisy) podpořila zavádění digitální komunikace do všech zemí Schengenského prostoru.

Úřady, ať už státní, nebo municipální, se za posledních 5–10 let hodně naučily a hodně proměnily. Naučily se s novými nástroji zacházet a akceptovaly nakonec nutnost je využívat i v jednání s veřejností. Zmiňme mezníky, jimiž bylo například spouštění a provázání registrů, uveďme si alespoň ARES (1999), Czech POINT (2007) nebo datové schránky (2009), které zcela proměnily způsob získávání, předávání a verifikace informací a komunikaci se státní správou.

### **„Sociální sítě vytváří široký prostor k participaci občanů, a tím i k jejich podílení se na samotném rozhodovacím procesu.“**

Stejně tak se ale proměňoval přístup úřadů v oblasti public relations, tedy ve vztazích a jednání s veřejností. Sociální sítě se staly nositeli rychlých informací (Facebook, Twitter), a mnoho lidí je začalo dokonce používat pro první kontakt s veřejnou správou (Confino, 2018). Sociální sítě také proměnily informační flow – očekává se, že nejenom výrobky, ale i informace dorazí k cíli just-in-time, tedy ve správný okamžik a co nejdříve. Už nestačí důležité sdělení napsat, je třeba je také včas odeslat (Teitgen a Confino, 2017). Na rozdíl od dřívější jednocestné a obvykle vertikální komunikace od úřadu směrem dolů zesílila interaktivní horizontální komunikace. Občan nečeká, občan se aktivně zajímá a ptá. To mění informační politiku. Sociální sítě vytvářejí široký prostor k participaci občanů, a tím i k jejich podílení se na samotném rozhodovacím procesu.

Samozřejmě to platí i pro dokumenty, lidé mají možnost komunikovat s úřady přes datové schránky, mají k dispozici digitální razítka, certifikáty, mohou svá sdělení šifrovat atd.

To samozřejmě přináší i některé nevýhody. Při nesprávném postupu hrozí například riziko zneužití informací a možné nežádoucí manipulace s daty – tedy problémy, které úřady do té doby musely řešit jen omezeně. Další nevýhodou sociálních médií je to, že je nejde kontrolovat (jsou v soukromých rukou), obtížně se vyvrací snadno šířitelné dezinformace atd.

**„Při nesprávném postupu hrozí například riziko zneužití informací a možné nežádoucí manipulace s daty – tedy problémy, které úřady do té doby musely řešit jen omezeně.“**

V České republice využívá nové komunikační kanály stále více státních i nestátních institucí. Výzkumy, jako například vědců Songa a Leehe v roce 2016 na všech úrovních samosprávy v USA, ukázaly, že intenzivní využívání sítí souvisí s růstem důvěry v danou instituci.

Dobrým příkladem české státní instituce využívající naplno sociální sítě může být Ministerstvo pro místní rozvoj, které používá ke komunikaci Facebook, Twitter a YouTube. K dnešnímu dni má na všech sítích už více než sedmáct tisíc sledujících. Zajímavé je, že občané formou těchto kanálů stále častěji řeší i konkrétní problémy a výtky. Jestliže se ale instituce dokáže na kritiku připravit, má to pozitivní vliv na růst důvěry, a tím i na rychlejší odbavování agendy. ■

# interexpert

VÁŠ PARTNER PRO AUDIT, MZDY A ÚČETNICTVÍ



**LiDok**  
bezpapírová firma

## LiDok – Inteligentní digitalizace dokumentů

- **Nové prostředí pro účtování a správu dokumentů**
- **Automatický sběr a online oběh dokumentů**
- **Online schvalování, GDPR a eIDAS archivace**
- **Dohledání dokumentů v řádu sekund**
- **Vytěžování dat z dokladů pomocí umělé inteligence**
- **Propojení na Vaše účetní systémy**

# SOCIÁLNÍ SÍTĚ – dobrý sluha, ale zlý pán

To, co před patnácti lety vzniklo jako prostý nápad jednoho podnapilého mladíka, je dnes celosvětovým fenoménem. Sociální sítě. Zřejmě ani samotný Mark Zuckerberg tehdy netušil, co svou primitivní aplikací na porovnávání fotek ženského pohlaví z prostředí harvardské univerzity způsobí. Dokonalou sociální revoluci. O necelé dvě desítky let později existuje nespočet sociálních sítí, Facebook každý měsíc využívá dva a půl miliardy lidí, a už jen málokdo se může chlubit tím, že na žádné sociální síti není.



Ester Bezděk  
instagram bloggerka  
[www.instagram.com/esterbezdek](http://www.instagram.com/esterbezdek)

O brovského potenciálu Facebooku si samozřejmě brzy všimli další kreativci, a tak na sebe nové sociální sítě nenechaly dlouho čekat. Instagram, TikTok, Twitter. Postupně se začal tento trh rozrůstat. Až na výjimky se nové projekty snažily cílit na konkrétní skupinu lidí, případně zaměření. Twitter se stal místem sdílení politických názorů, novinek ze světa, aktualit, a používají ho i úřady, státní činitelé, média, známé osobnosti, sportovci... TikTok je doménou teenagerů. Na Instagramu se zase usídlili bloggeři různého typu. Stejně jako všechno v dnešním dynamicky měnícím se světě i toto odvětví se však neustále proměňuje. Před deseti, možná ještě před pěti, lety byl Facebook doménou především lidí do 30 let, kteří na něm sdíleli své životy, používali ho ke komunikaci, k seznamování. S příchodem nových, konkrétně zaměřených sítí se ale velká část z nich přesunula jinam. Facebook sice stále mají, nic moc už na něj však nedávají. A tak se postupně průměrný věk jeho nejaktivnějších uživatelů zvyšoval, až se stal místem, kde si lidé ve středních

letech stěžují na politiku a sdílejí návody na vzory pletených čepic.

**„Pokud podlehneme dojmu, že to, co se na nich ukazuje, je realita, je to cesta do pekel.“**

Je zajímavé tyto změny pozorovat. Kromě Facebooku je to nejvíce patrné třeba na již zmíněném Instagramu. Co začalo jako prostá galerie fotek – momentek, se během několika let proměnilo v čistě reklamní platformu. Stačí krátké brouzdání a člověk nabývá dojmu, že jeho život za nic nestojí, pokud – nemá značkové oblečení, nechodí každý den do luxusních restaurací, necestuje do atraktivních destinací nebo nebydlí v přepychové vile. Influenceri se předhánějí v tom, kdo ukáže lepší a zajímavější obsah. Ať už jde o módu, cestování, mateřství, nebo třeba vaření. Stačí vše dokonale naaranžovat na fotku, sdílet, a představa o bezchybném životě je na světě. „Obvyčejný“ člověk pak rychle nabývá dojmu, že influenceri jsou na tom

lépe než oni. Zvlášť když to podle fotek vypadá, že je to jejich opravdový život. To, že to tak není, že je to jen část určité reality, a ještě k tomu většinou pracně naaranžovaná a upravená, už si uvědomí málokdo. I to je jedna z věcí, které jsou Instagramu (a sociálním sítím obecně) dost vytýkány. Že neukazují realitu. Je to ale chyba Instagramu, nebo nás všech? Každá sociální síť je dobrý sluha, ale zlý pán. Pokud podlehneme dojmům, že to, co se na nich ukazuje, je realita, je to cesta do pekel. Pokud si však z každé sociální sítě vybereme něco, co nás inspiruje, pohání dopředu, pomáhá... můžou nám sloužit jako skvělý komunikační kanál. Obzvlášť v dnešní, kvůli covidu izolované, době.

## **„Celá budoucí generace, bude muset čelit problémům spojeným s nadbytečnou produkcí všeho.“**

Pro některé jsou to třeba zdravé recepty, motivace ke cvičení nebo určitému životnímu stylu. Pro mě osobně je to především téma udržitelnosti. Na svém Instagramu se snažím ukazovat, jak i v dnešní konzumní době myslet na planetu. Jak žít, aby po nás nezůstávala tak velká stopa. Tohle téma ve mně rezonovalo vždy, od té doby, co mám děti, ho ale vnímám ještě intenzivněji. To oni, celá budoucí generace, bude muset čelit problémům spojeným s nadbytečnou produkcí všeho. Se stále přibývajícím odpadem, s ubývajícím vodou, s nedostatečně vyživenou půdou a dalšími palčivými problémy, na které se teprve pomalu začíná upozorňovat a které bohužel stále spousta lidí nebere vážně.

V tomto ohledu jsou právě sociální sítě skvělé. Když začnou lidé, kteří mají velký dosah, jsou slyšet a na jejichž názor lidé dávají, na tato témata

upozorňovat, jsou schopni něco změnit. Protože změna v tomto případě musí začít odspodu. Od nás, jednotlivců. I to se snažím na svém Instagramu šířit.

## **„Když začnou lidé, kteří mají velký dosah, na tato témata upozorňovat, jsou schopni něco změnit.“**

Nemusíme žít stoprocentně zero-waste, nemusíme se hned všeho vzdát. Důležité je o tom přemýšlet, dělat malé krůčky. Uvědomit si to, že je potřeba dělat něco jinak. A že jsme to právě my, kdo má tu moc to změnit. ■



# Jak se tvoří mediální obraz špičkového zdravotnického zařízení



Vhodně směřovaná komunikační strategie a spolupráce s médii, volba témat, formáty, které zdůrazňují obsah sdělení, a s tím korespondující obsah sociálních sítí (Facebook, Instagram), to vše může výrazně pomoci v edukaci široké veřejnosti a v prezentování dobrého jména a skvělých výsledků práce. Všeobecná fakultní nemocnice je toho příkladem.

PhDr. Regina Rothová  
referentka odboru PR a marketingu VFN  
regina.rothova@vfn.cz

**V**liv a role médií a sociálních sítí ve společnosti neustále posilují. **Bez medializace v nejrůznějších komunikačních kanálech se dnes neobejde žádná společenská, politická ani kulturní událost.** Tuto skutečnost a potenciál médií je dobré využívat k prezentaci práce, úspěchů, ke zvýšení povědomí, ale také k informovanosti veřejnosti, vzdělávání a v případě zdravotnického zařízení k orientaci ve zdravotní tematice. **Uvádět informace na pravou míru, korigovat či přímo negovat paniku mezi laickou veřejností, ukazovat cestu, jak pečovat o vlastní zdraví, jaké preventivní programy je vhodné využívat, jaké možnosti a převratné novinky v léčbě má naše zdravotnictví k dispozici.** O to se Všeobecná fakultní nemocnice v Praze systematicky snaží a náročný rok 2020 to prověděl a potvrdil správnost této komunikační strategie.

**„V době pandemie jsme ukazovali světlo na konci tunelu.“**

Loňský rok jasně ukázal zásadní roli médií a spolupráce všech informačních kanálů se zdravotnickými zařízeními. Nervozitu, nejistotu a obavy lidí z neznámého se dařilo díky neustálému, srozumitelnému a podrobnému podávání informací zásadně mírnit. **Díky našim řízeným brífinkům jsme obsadili**

**titulní strany novin a hlavní televizní zprávy.** Počty výstupů ve všech zásadních médiích (televizích, rádiích, tištěných i online) se znásobily. **Například v době zahájení léčby nemoci covid-19 lékem remdesivir nebylo výjimkou, že týdenní mediální výstupy přesahovaly 700 článků, zpráv, reportáží a rozhovorů, zatímco průměrný počet v „necovidové“ době se pohybuje kolem 100 až 200 mediálních výstupů týdně.**

**„Průběžný monitoring počtu výstupů a ohlasy uživatelů potvrzují smysl a sílu informačních kanálů.“**

**Vrcholem mediálního zásahu byl příspěvek týkající se prvního vyléčeného pacienta, taxikáře Roberta.** Natočili jsme s ním rozhovor a umístili ho na Facebook VFN. Poté ho zveřejnily všechny televizní stanice v hlavním vysílacím čase i všechna tištěná a online média. Příspěvek na FCB získal rychle téměř 10 tisíc lajků, přes

1300 komentářů a dočkal se více než 5 tisíc sdílení. Náš KARIM a TRN se staly mediálním symbolem záchrany životů. V průběhu první vlny pandemie se proměnily v „covid house“, kterým prošly desítky pacientů. O atmosféře na uzavřených odděleních, každodenní náročné práci lékařů, sester a ostatního personálu natočila Česká televize dokumentární cyklus Nemocnice v první linii. Štáb měl původně točit i v jiných nemocnicích, nakonec zůstal jen ve VFN. První díl sledovalo 300 tisíc diváků a po tomto úspěchu přesunula Česká televize cyklus do hlavního vysílacího času. Pozitivní ohlasy přinesly recenze v renomovaných magazínech, například v Reflex.cz (Mirka Spáčilová). Ve stejném titulu vycházel cyklus reportáží, které zachycovaly dění na covidových odděleních a osudy jednotlivých zdravotníků, pacientů, setkání s nákazou i smrti doslova v přímém přenosu. Tým reportérů strávil v naší nemocnici řadu dní a přinesl další nové informace z míst, která si veřejnost vůbec nedokázala představit. Vše přispívalo k odtabuizování nemoci i přístupu k ní.



## **Propojení interních toků informací, Facebooku a médií: body pro VFN od vlastních zaměstnanců**

Příkladem, jak fungují sociální sítě, může být úvodník ředitele VFN prof. Davida Feltla, kterým pravidelně přispívá do interního online magazínu pro zaměstnance naší nemocnice. Říjnový úvodník z roku 2020 měl takový ohlas mezi čtenáři, že ho zaměstnanci VFN sdíleli na Facebooku a některé citace následně přebrala i média.

**„Body pro VFN od vlastních zaměstnanců.“**

## **Díky sociálním sítím a médiím získáváme nové dárce krve, účastníky klinických studií, fanoušky a podporovatele**

Fakultní transfuzní stanice má svou stálou základnu dobrovolných dárců krve, ale je třeba ji neustále doplňovat, obnovovat a omlazovat. K tomu skvěle slouží sociální sítě. Stačí napsat výzvu na nemocniční FCB a prvodárci se téměř obratem hlásí. Totéž platilo ve druhé vlně pandemie na podzim 2020 s rekonvalescentní plazmou u lidí, kteří prodělali onemocnění covid-19 a mohli svými protilátkami pomoci pacientům se závažným průběhem onemocnění. Na výzvy reagují jednotlivci i celé pracovní týmy či sportovní kluby (již tradiční je akce Spartanská krev). Ohlasy uživatelů sociálních sítí potvrzují nejen

smysl a sílu těchto informačních kanálů, ale i to, že jejich uživatelé chápou sociální sítě jako zdroj informací, možnost pomáhat a zapojovat se do smysluplných projektů.

## **Přispíváme k informovanosti veřejnosti o zdravotních tématech, podporujeme zájem o osvětové kampaně, preventivní léčebné programy či nové možnosti v léčbě**

Aktuálně lze tyto aktivity ukázat na případu 400. operace pacienta s chronickou tromboembolickou plicní hypertenzí. **Žádné jiné pracoviště v ČR tento unikátní výkon neposkytuje, pouze kardiochirurgové z naší nemocnice.** K tomuto významnému úspěchu VFN jsme uspořádali tiskovou konferenci, které se zúčastnila i pacientka po operaci. S ní jsme před samotným výkonem pro vybraná média připravili rozhovor (natáčely jej všechny televize, Novinky.cz a Seznam.cz), novináři se mohli účastnit i samotné operace. Tisková konference zaznamenala velký úspěch a informace o tomto tématu přinesla všechna média, včetně televizí, které je uveřejnily v hlavním vysílacím čase.

**„Dodali jsme odvahu bojovat nejen nemocným, ale i jejich rodinám.“**

Podobně jsme pro veřejnost zpracovali téma důležitosti preventivních screeningů

zhoubných onemocnění v souvislosti se Světovým dnem boje proti rakovině vaječníků (8. květen) a chování žen v době pandemie. Na tiskové konferenci, které se zúčastnil i ministr zdravotnictví prof. Petr Arenberger a naši přední specialisté na zhoubná onemocnění žen (rakovina prsu, rakovina vaječníků, děložního čípku...), se hovořilo o nových možnostech léčby, ale především o důsledné prevenci. Tisková konference se opět setkala s velkým ohlasem médií a prof. David Cibula a prof. Petra Tesařová se objevili ve výstupech hlavních zpravodajských pořadů na všech televizních stanicích.

**„Prostřednictvím médií ukazujeme i na nezastupitelnou roli zdravotních sester.“**

O nutné prevenci a ochraně žen před zhoubnými nemocemi se diskutovalo i v dalších formátech, například ve Snídani s Novou. K většímu pochopení problematiky a širšímu zásahu do povědomí veřejnosti přispěly příběhy pacientek, které se s nemocí setkaly na vlastní kůži a které byly ochotné se o své zkušenosti podělit „projekt Nemocnice příběhů“.

## **Dodali jsme odvahu bojovat nejen nemocným, ale i jejich rodinám**

Cílem a smyslem projektu Nemocnice příběhů, který v naší nemocnici vznikl v letech 2018–2019, bylo představit jednu z největších nemocnic v ČR prostřednictvím osobních příběhů pacientů. Lidí, kteří vlastní statečností, odvahou, ale i těžkým osudem mohou dodat odvahu těm, kteří se potýkají se závažnou nemocí. Více než 40 pacientů z jednotlivých klinik VFN, kteří se do naší nemocnice dostali s nejrůznějšími diagnózami, bylo ochotno podělit se o svůj životní příběh, který doplnili naši lékaři, již těmto pacientům pomohli s návratem do běžného života. **Obyčejné lidské sdílení dodalo mnoha dalším odvahu, přivedlo nové pacienty do naší nemocnice a ukázalo špičkové pracoviště očima obyčejných lidí.** Jednotlivé příběhy se objevily například v celoročním seriálu časopisu *Moje zdraví*, v deníku *Blesk.cz*, zveřejnil je *Denik.cz* a další média.

Prostřednictvím médií ukazujeme nezastupitelnou roli zdravotních sester.



**Covidový rok 2020 přispěl k tomu, že si veřejnost uvědomila, jak důležitá a nenahraditelná je profese zdravotních sester. Při příležitosti Světového dne zdravotních sester a ošetřovatelek (12. května) jsme se rozhodli prostřednictvím médií tuto skutečnost ještě posílit a ukázat, jak zodpovědná a nezastupitelná role sestry v nemocnici je. Deník Blesk uspořádal sbírku dětských kreseb, kterých se sešlo neuvěřitelných 1200. Všechny měly jediné sdělení: poděkování sestřičkám a lékařům za obrovské každodenní nasazení v boji s nemocí covid-19.**

**„Potenciál médií využíváme také k poděkování zaměstnancům VFN a k připomenutí nezastupitelné role zdravotníků.“**

Zástupci deníku Blesk osobně poděkovali našim zdravotním sestřím, redaktorka z Novinky.cz přijela natočit reportáž (2,19 mil. uživatelů/den) a v Rádiu Blaník pro zdravotní sestřičky připravili hodinový pořad písniček na přání a povídání o naší

nemocnici. Ve videu, které jsme umístili na FCB VFN poděkovali zdravotním sestřím ministr zdravotnictví, ředitel VFN a řada přednostů klinik naší nemocnice.

Video mělo během několika hodin téměř 8000 zhlédnutí. Jde jen o další z řady příkladů, jak se dá prostřednictvím médií poděkovat zaměstnancům a zároveň připomenout nezastupitelnou roli zdravotníků. ■



## AKADEMIE MEDIACE PRO INTERNÍ AUDITORY

### DŮSTOJNÉ ŘEŠENÍ SPORNÝCH SITUACÍ

Akademie mediace vám přinese nový pohled na konflikty a jejich řešení. Vybaví vás základními komunikačními technikami, kterými budete moci nahlédnout pod pokličku sporu a přenést ho z roviny „kdo s koho“ do roviny „win – win“.

Mediace vás naučí rozpoznat skryté skutečné potřeby všech stran sporu a vyjednat takové výsledné řešení, které bude v dané situaci nejlepší možné pro všechny, kterých se důsledky řešené věci dotýkají.

**TERMÍN KONÁNÍ: 6.–8. října 2021**

**CENA:**  
Člen ČIIA 12 900 (s DPH 15 609)  
Člen ČIIA BENEFIT 8 600 (s DPH 10 406)  
Nečlen ČIIA 14 900 (s DPH 18 029)

**SLEVA:**  
Časová:  
registrace do 15. září 2021 15 %

„Spor vás neohrožuje. Spor vám ukazuje, že je potřeba se na něco podívat tak, aby vás to neohrozilo do budoucna.“

JUDr. Radka Medková, odborná garantka

**Množstevní:**  
každý 2. a další účastník z jedné organizace 10 %



## AKADEMIE RISK MANAGEMENTU

### Ucelený vzdělávací program v oblasti řízení rizik

Akademie risk managementu je šestidenní vzdělávací cyklus vzájemně provázaných samostatných seminářů, jejichž cílem je předat účastníkům praktické znalosti řízení jednotlivých typů rizik (operační, finanční, pojistné, ...), přehled stěžejních rámců risk managementu a v neposlední řadě i dovednosti nezbytné při prosazování rizikově zaměřené kultury v dané organizaci.

„Je současná koronavirová krize příkladem správně zvládnutého rizika? Mohli jsme toto riziko předvídat a připravit se na něj? Odpovědi na tyto otázky a ještě mnoho dalšího o rizicích a postupech jejich řízení se dozvíte v ARM, která představuje unikátní program komplexního vzdělávání v oblasti řízení rizik.“

Dr. Antonín Šenfeld, CIA, odborný garant

**TERMÍN KONÁNÍ:**  
**1. blok: 18.–21. října 2021**  
**2. blok: 1.–2. listopadu 2021**

**CENA:**  
Člen ČIIA 23 500 (s DPH 28 435)  
Člen ČIIA BENEFIT 19 583 (s DPH 23 695)  
Nečlen ČIIA 25 500 (s DPH 30 855)

**SLEVA:**  
Časová:  
registrace do 15. září 2021 15 %

**Množstevní:**  
každý 2. a další účastník z jedné organizace 10 %



**KONTAKT / REGISTRACE**  
Mgr. Vendula Bezoušková

telefon: 222 263 761  
mobil: 731 157 250  
e-mail: bezouskova@interniaudit.cz

Více informací na [www.interniaudit.cz](http://www.interniaudit.cz)





ČESKÝ INSTITUT INTERNÍCH AUDITORŮ NABÍZÍ

## SEMINÁŘE PRO VEŘEJNOU SPRÁVU

Všechny kurzy jsou akreditovány Ministerstvem vnitra.

### → ZÁKLADNÍ KURZ PRO FINANČNÍ KONTROLU A INTERNÍ AUDIT

77. běh – I. blok 20.–23. září 2021, II. blok 8.–11. listopadu 2021

cena: člen ČIA 11 900 (s DPH 14 399); nečlen ČIA 14 900 (s DPH 18 029)

#### URČENO PRO

Začínající interní auditory ve veřejné správě. Základní kurz je organizován v rozsahu 64 vyučovacích hodin ve dvou na sobě navazujících cyklech, každý cyklus je ukončený testem.

Zařazení v systému odborné certifikace na úrovni – **Interní auditor ve veřejné správě – asistent.**

#### CÍL KURZU

Posluchači získají základní znalosti nezbytné pro orientaci a provádění interního auditu v orgánech veřejné správy. Součástí jednotlivých témat budou rovněž případové studie a praktické zkušenosti z veřejné správy.

Realizováno ve spolupráci s Ministerstvem financí.

### A T E S T A Č N Í K U R Z Y

### → ÚČETNICTVÍ VÝKAZNICTVÍ ORGANIZACÍ VEŘEJNÉHO SEKTORU – SOUVISLOSTI S ŘÍDÍCÍMI A KONTROLNÍMI SYSTÉMY

9. a 16. září 2021

Stupeň certifikace – senior    cena: člen ČIA 4 500 (s DPH 5 445); nečlen ČIA 5 625 (s DPH 6 806)

### → PRAKTICKÉ DOVEDNOSTI PRO VÝKON INTERNÍHO AUDITU

20.–22. září 2021

Stupeň certifikace – junior    cena: člen ČIA 5 000 (s DPH 6 050); nečlen ČIA 6 250 (s DPH 7 563)

### → INTERNÍ AUDIT A KONTROLA U MĚST A OBCÍ

20.–22. října 2021

Stupeň certifikace – junior    cena: člen ČIA 5 000 (s DPH 6 050); nečlen ČIA 6 250 (s DPH 7 563)

k dispozici on-line na:  
[www.interniaudit.cz](http://www.interniaudit.cz)

## KATALOG AKCÍ, seminářů a přednášek pořádaných ČESKÝM INSTITUTEM INTERNÍCH AUDITORŮ září—prosinec 2021



# JAK NÁM POMÁHAJÍ SOCIÁLNÍ SÍTĚ?



## Erik Čípera

Erik Čípera je ředitel Asistence, o.p.s., kde působí již bezmála 20 let. Začínal jako dobrovolník, osobní asistent, později dobrovolníky koordinoval a vedl službu osobní asistence. Pod jeho vedením se Asistence intenzivně začala věnovat prosazování potřebných systémových změn sociálního systému.

## Weby:

[www.asistence.org](http://www.asistence.org) / [www.svobodnezit.cz](http://www.svobodnezit.cz) /  
[www.patystupen.cz](http://www.patystupen.cz) / [www.bezbarabyty.cz](http://www.bezbarabyty.cz) /  
[www.asistujeme.cz](http://www.asistujeme.cz)

Když jsme před lety zakládali facebookovou stránku Asistence, moc jsme ani nevěděli, k čemu by nám tak mohla sloužit. Nebude nám jenom brát čas a finance?



**D**nes už si skoro nedovedeme svou činnost bez podpory hlavně Facebooku představit. Přitom se ale působení Asistence zase tak radikálně nezměnilo. Dál poskytujeme sociální služby lidem s postižením v Praze. Konkrétně osobní asistenci a podporu při hledání bydlení a zabydlování, při hledání míst a lidí, kam patřit, při zajišťování potřebných financí pro svobodný život. V čem nám tedy sociální sítě slouží?

Lidé pracující na pozici sociálních pracovníků nemají úplně ve své DNA vytváření příspěvků na sociální sítě, fotografování, širší komunikaci o tom, co dělají. Jsou samozřejmě vázáni mlčenlivostí a každý takový krok musí vykomunikovat s klienty služeb, na což často není ani čas.

Když se to ale podaří, tak to stojí za to. Navíc je patrné, že sdílení osobních fotografií, úspěchů a potřeb není cizí ani lidem s postižením. Právě sociální sítě jsou bezbariérovým prostorem, ve kterém o úspěchu rozhoduje spíše zajímavost, atraktivita a zájem druhých.

**„Sami lidé s postižením si díky sociálním sítím mohou vytvářet a posilovat nová spojení.“**

Príspevky popisující úspěchy lidí s postižením, kterým se podaří něčeho zajímavého dosáhnout, mohou na sociálních sítích patřit k těm

atraktivnějším. Sami lidé s postižením si díky sociálním sítím mohou vytvářet a posilovat nová spojení. V Asistenci k tomu hojně naši stránku využíváme a všechny v tom podporujeme. Kromě sdílení úspěchů jsme přikročili i k vytvoření galerie „Naši klienti hledají“, ve které zveřejňujeme konkrétní potřeby konkrétních lidí a kontakt, kam se mohou případní zájemci ozvat. Často je tam kontakt na naše sociální pracovníky, kteří pak komunikaci podporují a dotahují, pokud je to potřeba. Některé příspěvky se šíří ve velkém, když jsou něčím atraktivnější, ale ani stovky sdílení neznamenají, že se najde ten, koho hledáme. Třeba řidič pro cesty do posilovny nebo osobní asistent na doprovod ráno do práce. Jindy se najde pomoc do pár minut od zveřejnění, jako když se například hledal někdo, kdo akutně opraví odpad u vany, nebo když se vybavoval byt člověku s postižením, který do té doby žil na ulici.

Všechny tyto příspěvky kromě samotného naplnění aktuální potřeby pomáhají i tomu, aby si byla širší veřejnost vědoma potřeb lidí, kteří chtějí žít v přirozeném prostředí a potřebují k tomu vzhledem ke svému zdravotnímu postižení pomoc. Dávají současně určitou informaci potenciálním zájemcům o práci v Asistenci, ale i dárcům a dalším podporovatelům.

Právě při hledání nových zaměstnanců využíváme sociální sítě ve velkém. Na pozici osobních asistentů je to v podstatě neúčinnější cesta, jak se dostat k potenciálním zaměstnancům, kterými jsou nejčastěji studenti vysokých škol v Praze a další lidé, kteří chtějí pracovat v této pomáhající profesi. Obsah musí odpovídat cílové skupině, kterou chceme oslovit a současně reprezentovat hodnoty, které v Asistenci žijeme. Vždy vyzdvihujeme skutečnost, že právě asistenti umožňují lidem s postižením svobodně žít. Po letech se nebojíme jít ani do experimentu, když jsme v našem neúspěšnějším náborovém videu natáčeli skrytými kamerami, jak reagují kolemjdoucí na prosbu o pomoc od člověka s postižením. Pomohli všichni,

a navíc se nám ozvalo velké množství lidí, kteří chtějí asistovat a my je potřebujeme. Tvorbu videí necháváme na spřátelených profesionálech. I prostřednictvím náborového videa se může podařit rozpouštět určité bariéry v myšlení lidí.

### **„Sociální sítě nám pomáhají informovat o tématu velký počet lidí, vtahovat je do aktivní podpory a vyvíjet tlak směrem k politikům.“**

Významnou oblastí, ve které dlouhodobě využíváme sociální sítě, jsou advokační aktivity. Systém podpory lidí s postižením se v České republice vyvíjí. Ani dnes ale ještě nejsou zejména lidé s vyšší potřebou pomoci v situaci, kdy by bylo jednoduché se rozhodnout pro samostatný život se vším všudy. Není tedy divu, že Česká republika patří v rámci EU k zemím s nejvyšším počtem lidí žijících ve velkokapacitních pobytových zařízeních sociálních služeb, kam ale ve skutečnosti chce jít jen málokdo. Asistence dlouhodobě iniciuje a prosazuje potřebné změny. Začali jsme ještě bez Facebooku kampaněmi za bezbariérovost veřejné dopravy a byli jsme v ní úspěšní, což nás povzbudilo k tomu věnovat se i dalším tématům. Tím nejdůležitějším tématem je dostupnost pomoci pro lidi s postižením. Sociální sítě nám pomáhají informovat o tématu velký počet lidí, vtahovat je do aktivní podpory a vyvíjet tlak směrem k politikům. Vytváříme k tomu krátká videa, fotografie, ale i akce v ulicích, které pak nesou naše sdělení dál. Prostřednictvím událostí zveme veřejnost na naše akce a v rámci těchto událostí pak cíleně edukujeme. Velký úspěch měla například série 25 portrétů lidí s postižením, které vytvořil náš kolega z Asistence, fotograf. Současně jsme s těmito lidmi vedli rozhovory, a to vše zveřejnili jednak na webové stránce [www.svobodnezit.cz](http://www.svobodnezit.cz), a pak i jeden po druhém na sociálních sítích s velkým dosahem.

V momentě, kdy dlouhodobě tímto způsobem vytváříme okolo Asistence okruh lidí, kteří vědí, co děláme, a příležitostně se mohou i zapojit, vytváří se prostor i pro oslovení drobných dárců. Zejména se tak děje v závěru každého roku. Počet jednorázových i pravidelných dárců postupně narůstá a umožňuje nám služby zkvalitňovat a zajišťovat například i dobrovolnický program, který má jen mizivou podporu ze státních zdrojů, a přitom dobrovolníci dělají velice důležitou práci, když pomáhají lidem s postižením realizovat aktivity pro volný čas. Aktivity, které by si nemohli uskutečnit s placenými asistenty, protože jim na ně nezbyvají finance. Přitom se nejedná o nic jiného, než o možnost jít občas do kina, na koncert či na výstavu.

Ohromnou výhodou Facebooku je kromě naprosté přístupnosti pro všechny i to, že je pro uživatele zdarma. Za Asistenci jsme se naučili využívat i placené podpory příspěvků. A to hlavně u těch, u kterých je dosah podstatný. Počítáme s tím již při domlouvání rozpočtů s našimi partnery, kteří financují tvorbu video obsahu. Placené příspěvky generují vyšší dosah, a tím na stránku nabalují další podporovatele.

To hlavní v činnosti Asistence je přímá práce s klienty služeb. Každodenní podpora a pomoc přímo v prostředích, ve kterých lidé s postižením žijí. Sociální sítě jsou pro nás funkčním nástrojem sloužícím tomu, abychom uměli využívat přirozených zdrojů, které metropole Praha nabízí.

Nejúspěšnějším příspěvkem na facebooku Asistence je krátký film režisérky Olgy Špátové s názvem Emma a Kuba. Příběh matky Emmy pečující o svého dospělého syna s postižením Jakuba s přibližným dosahem 1,2 milionu lidí. Podívejte se sami: <https://www.facebook.com/Asistence/videos/3691784890904296> ■

# Podvody v bankovním sektoru v covidové době



Tomáš Hořejší

Tomáš Hořejší je absolventem Policejní akademie ČR a Provozně ekonomické fakulty České zemědělské univerzity v Praze, dále je držitelem certifikace CFÉ udělované Asociací certifikovaných vyšetřovatelů podvodů (ACFE). Tomáš v minulosti řadu let pracoval jako vyšetřovatel u specializovaných složek Policie ČR. Od roku 2012 pracuje pro skupinu MONETA, v současné době působí jako Senior manažer AML & Anti-fraud v oddělení Compliance.

**V následujícím článku se zaměřím na vývoj v oblasti bankovních podvodů v souvislosti s covidovou krizí a obvyklé reakce bank na podvodná jednání.**

**P**robíhající pandemická krize měla, a jistě i v budoucnu bude mít, dopad na fungování firem napříč všemi ekonomickými odvětvími.

Krize přišla v podstatě nečekaně, naprosto změnila zažitý modely byznysového života a dovoluji si tvrdit, že žádná firma či státní instituce nebyla na všechny její dopady dokonale připravena.

V rámci bankovního sektoru lze při nastavení účinného anti-fraud management modelu předpokládat, že při nastavování strategie proti podvodům a interního hodnocení rizik navázaného na hrozby podvodného

jednání (tzv. fraud risk self-assessment) byla analyzována i rizika spojená s náhlým výpadkem obvyklých prodejních kanálů (např. pobočková síť) či s náhlou nefunkčností procesů a aplikací, které detekují hrozby podvodného jednání, a nastavena opatření, která tato rizika mitigují. Zajištění adekvátního kontrolního prostředí v době různých karanténních opatření a platnosti nouzového stavu bylo však pro mnohé pořádnou výzvou. Kontrolní prostředí má totiž jeden důležitý předpoklad, a to lidský faktor, v tomto případě tedy zdravé a práceschopné zaměstnance, jejichž úkolem je detekovat a vyšetřovat podvodné jednání. Bez nich to prostě nejde ani v době covidu.

## **Naplnila se prvotní očekávání?**

Naštěstí se nenaplnily katastrofické prognózy o „konci světa“ a bankovní sektor v krizi obstál se ctí. Nenastala situace, kdy by se škody způsobené podvodným jednáním v roce 2020 a 2021 vymykaly očekávaným trendům vypočteným na základě dat za předkrizová období. Nezaznamenal jsem ani žádnou informaci „z trhu“, že by se některá česká banka potýkala

s podvodným jednáním, které by mělo vážnější dopad na její fungování. Tím ale rozhodně nechci říct, že by bankovní sektor měl od podvodníků po dobu covid krize úplný klid. I pro tuto skupinu populace byl covid výzvou, jelikož i oni museli rychle zareagovat na nové uspořádání chodu celé společnosti.

## **Nejvýraznější změny v jednání podvodníků (ne-covid vs. covid).**

Bankovní sektor v zásadě čelí dvěma typům podvodných jednání. První skupinou jsou externí podvody, tedy podvody páchané ze strany externích entit – např. ze strany klientů, druhou skupinou jsou podvody páchané uvnitř firmy, tedy podvody interní – nejčastěji zaměstnanecké. U externích podvodů z hlediska výše způsobené škody dlouhodobě hrají prim úvěrové podvody. Dalším typem externích podvodů jsou podvody transakční – např. podvodné karetní transakce či podvodné transakce realizované cestou tzv. phishingu či jiných manipulativních technik sociálního inženýrství. Podvody interní přinášejí vždy nejen riziko finanční ztráty, ale i riziko reputační, které může mít i konkvence v podobě trestního stíhání pro danou firmu.

V době covidu jsme zaznamenali signifikantní přesun podvodných aktivit do online prostředí. Primárním terčem podvodníků se nestaly samotné banky, ale přímo klienti bank. Podvodníci se z nich pod různými legendami snažili vylákat přístupové údaje k jejich internetovému bankovníctví, a pokud byli úspěšní, tak následně prováděli platby s cílem „vysát“ klientům z účtu peníze, případně jejich jménem s bankou sjednat úvěr online kanálem a takový úvěr následně využít pro vlastní prospěch. Zaznamenali jsme, že podvodníci např. telefonicky kontaktovali klienty bank a vydávali se za zaměstnance bank vyšetřující podvodné platby na účtech dotčených klientů a nabízeli „službu převodu prostředků na bezpečný účet“, kdy se pochopitelně jednalo o jimi ovládaný účet nebo prostřednictvím technologií vzdálené podpory (např. přes aplikaci TeamViewer) nabízeli klientům „služby zabezpečení jejich počítače“, ale namísto toho opět klientům vybrali účty. V rámci jedné vlny takového podvodného jednání (tzv. vishing) se podvodníci dokonce vydávali za pracovníky kriminální policie.

## **„V době covidu jsme zaznamenali signifikantní přesun podvodných aktivit do online prostředí. Primárním terčem podvodníků se nestaly samotné banky, ale přímo klienti bank.“**

Banky na takováto jednání pochopitelně reagují jednak v oblasti prevence, kdy se snaží své klienty různými způsoby více edukovat, aby podobným figlům nenaletěli, dále banky informace k aktuálním trendům podvodného jednání sdílejí např. na půdě České bankovní asociace a rovněž i proaktivně spolupracují s orgány činnými v trestním řízení. V oblasti detekce podvodů banky obvykle disponují sofistikovanými nástroji, které dokážou

včas detekovat podezřelé transakce a takové následně zablokovat. Určitou nadstavbou jsou pak nástroje, které dokážou v oblasti tzv. darknetu vyhledávat např. odcizené karetní údaje nebo údaje nutné pro vstup do internetového bankovníctví. Tyto nástroje představují efektivní formu včasné detekce podvodného jednání, a proto je do nich třeba investovat.

Další novinkou, kterou přinesla covid doba, byly pokusy organizované skupiny pachatelů o podvodné výběry z účtů klientů přímo na pobočkách bank. Podvodníci v tomto případě využili covidové doby, kdy v rámci jednání ve vnitřních prostorech je třeba mít nasazený respirátor. V tomto případě však respirátor posloužil jako maskovací prostředek zhoršující proces identifikace klienta ze strany zaměstnance banky. Uvedená skupina pachatelů měla k dispozici i vcelku vydařeně padělky občanských průkazů dotčených klientů a při jednání se zaměstnanci poboček vystupovala velmi suverénně. Není proto překvapením, že v některých případech skutečně uspěla. V necovidové době by podobné jednání bylo spíše neúspěšné.

Co naopak v době covidu v podstatě vymizelo, byla napadení bankomatů v podobě tzv. blackbox útoků nebo skimmingu. V daném případě k prevenci takového podvodného jednání přispěly i lockdowny a s nimi spojená malá mobilita obyvatel.

Z hlediska rizika úvěrových podvodů v době covidu zatím na trhu nevnímám zhoršující se situaci. Do budoucna lze očekávat větší počet úvěrových podvodů v oblasti retailového hypotečního portfolia, a to v kontextu kontinuálně narůstajících cen nemovitostí. Dále pak i v oblasti úvěrů sjednávaných online kanály.

## **Být připraven se vyplatí**

Jak už bylo naznačeno výše, tak pokud firma bere boj s podvodným jednáním vážně (např. má nastavenou strategii a na ni navazující interní procesy), nepředstavoval pro ni covid katastrofu v oblasti rizika podvodů. Ustnout na vavřínech se však nevyplácí, jelikož nárůst podvodného jednání je experty očekáván i v době po odeznění covidové krize<sup>1</sup> a je třeba připomenout, že řízení rizika podvodů je nikdy nekončící proces.

Covidová krize a její ekonomické dopady mnohým firmám možná otevřely oči v tom smyslu, že si samy zrevidují/zaauditují interní procesy spojené s řízením rizik podvodného jednání a začnou investovat více prostředků do procesů spojených s identifikací a obsluhou klienta v online prostředí.

Nelze rovněž opominout, že jedním z předpokladů pro bezproblémový chod každé větší firmy, tedy i banky, je z pohledu řízení rizika podvodného jednání i dobrá znalost profilu zaměstnanců, kteří zde pracují, a dále i prověrka třetích stran (dodavatelé, zprostředkovatelé, kontraktori atp.) obchodně navázaných na danou firmu. Služby spojené s prověřením budoucích zaměstnanců, a i třetích stran (např. směrem k rizikům představujícím střet zájmů), lze nastavit jak interně, tak je lze popsat a získat na trhu od firem specializujících se na tyto služby.

Cílem správně nastaveného anti-fraud managementu je vytvoření situace, kdy máme k dispozici interní procesy zacílené na každý z vrcholů tzv. trojúhelníku podvodu, konkrétně na Příležitost spáchat podvod, Motivaci spáchat podvod a Racionalizaci podvodného jednání.

Pokud firma v takové situaci je nebo se k ní výrazně přibližuje, neměla by mít s podvody závažnější problém i v postcovidové době. ■

<sup>1</sup> Fraud in the Wake of COVID-19: Benchmarking Report – dostupné zde: [www.acfe.com/covidreport.aspx](http://www.acfe.com/covidreport.aspx)

# TIPY PRO INTERNÍ AUDIT BANKOMATOVÉ SÍTĚ A PŘIJÍMÁNÍ PLATEBNÍCH KARET



Ing. Jana Šorfová, FCCA

Interní auditorka, mentorka v mentoringových programech ČIIA a Equilibrium (Britská obchodní komora), lektorka finanční gramotnosti dětí a dospělých, zahradní designérka.

Kontakt: jsorfova@centrum.cz

**Milí kolegové, dovoluji vám, abych navázala na svůj článek v minulém čísle, ve kterém jsem vám nabídla několik tipů na to, jak provést interní audit procesu vydávání platebních karet. Byly zahrnuty jak otázky na smluvní ujednání s asociacemi a dalšími dodavateli, na správnost metodiky účtování karetých transakcí, na distribuci klientům a v neposlední řadě reporting.**

Seriál jsem rozdělila na následující okruhy:

- Proces vydávání platebních karet
- **Přijímání platebních karet, včetně provozu bankomatové sítě**
- Finance a daně
- Data, marketing a externí komunikace

Všechny minule uvedené tipy vám pomohou i při auditu bankomatové sítě a přijímání platebních karet. Jako auditor opět budete potřebovat pochopit celý proces, jaké útvary v něm hrají klíčovou roli a jaké dokumentované kontroly provádějí. O nedokumentovaných kontrolách neuvažují, jako auditorka si je ráda vyslechnu, ale v celkovém hodnocení auditu je nezohledňuji, respektive fakt, že je nelze zpětně rekonstruovat, je pro auditované spíš na škodu.

U bankomatů se zajímejte zejména o způsob jejich nákupu, a to například:

- Jak probíhá výběrové řízení na dodavatele bankomatů?
- Mají bankomaty potřebné certifikace a zkoušky?
- Kdo, kdy a za jakých podmínek je schopen je efektivně opravit?
- Kolik jich můžete celkem nakoupit letos a v dalších letech a za kolik?

Jakmile je bankomat nakoupen, je potřeba ho nejen zaúčtovat jako majetek a správně účteně a daňově odpisovat, ale také nastavit monitoring hotovosti v něm. V této souvislosti by vám měli auditovaní vysvětlit:

- Jak banka ví, kolik hotovosti v bankomatu přesně nyní je?
- Je číslo, které vidíte v hlavní knize pod položkou „hotovost v bankomatech“, opravdu realita, zejména na konci měsíce a roku?
- Jak se účtuje bankomatem poškozená hotovost a z jakého důvodu k poškození dochází? Kdo toto sleduje a existuje statistika?

Klíčovou roli budou hrát případná smluvní ujednání s těmi, kteří hotovost v bankomatu doplňují, převážejí, dodávají. Zkuste se zeptat například na kontroly, které hlídají tyto skutečnosti:

- Ví auditovaní, kolik hotovosti je právě nyní ve vozidlech z důvodu převozu z/do bankomatu?
- Kdo za ni ručí?
- Je možné, že hotovost je i mimo vozidla, například v sefech společnosti?
- Jak to v nich vypadá, jak funguje zabezpečení?
- Kdo, jak a s jakými důsledky na reporting a dodržování interních postupů banky posoudil, zda se jedná o outsourcing?

Všimli jste si, že v Čechách mají bankomaty kameru? Není tomu tak po celém světě. Zajímejte se, jak a kde jsou údaje z kamer uchovávány, jak dlouho a kdo k nim má přístup.

U manažerského reportingu je důležité pochopit, jakým způsobem se management rozhoduje o nákupu nebo odstranění bankomatu z určitého místa a jak je počítána výnosnost bankomatové sítě atp.

Ze své praxe se s vámi ráda podělím i o několik tipů pro přijímání platebních karet, tzv. acquiring. Jde o velmi slibně se rozvíjející obor, ověřte tedy jako interní auditor kontrolní mechanismy zajišťující, že:

- tyto procesy disponují dostatečnými kapacitami zkušených pracovníků,
- je zajištěna jejich dostatečná zastupitelnost,
- používané systémy a aplikace nejsou zastaralé, mají odpovídající kapacitu a je zajištěn jejich dlouhodobý servis.

Zohledněte regulační předpisy a ptejte se auditovaných například na následující otázky:

- Jaké typy smluv jsou s obchodníky uzavírány a jakou odměnu si banka za acquiring účtuje?
- U kterých obchodníků banka umožnila tzv. MOTO (mobile order, telephone order) transakce a je to stále efektivní?
- Jak přesně se počítá výnosnost acquiringu, jsou opravdu zahrnuty všechny náklady a výnosy?
- Kdo a jak nastavuje PoS (point of sale) terminály a jak fungují procesy s nimi spojené?

Jistě vás napadne mnoho dalších otázek, budu ráda, když se o vaše nápady se mnou podělíte ☺. V dalším čísle časopisu Interní auditor se můžete těšit na několik praktických tipů pro interní audit financí a daní. ■





# Noví členové

- Bc. Karel Burda, Individuální člen
- Ing. Natalie Daňková, Zebra Technologies CZ s.r.o.
- Ing. Hana Ernstová, Fakultní nemocnice Bulovka
- Ing. Alina Gvritshvili, Zebra Technologies CZ s.r.o.
- Ing. Martina Hervayová, Individuální členka
- Ing. Jaroslava Chaloupková, Individuální členka
- Anna Imrichová, Komerční banka, a.s.
- Mgr. Pavlína Jandová, Fakultní nemocnice Bulovka
- Ing. Kristína Keserüová, Individuální členka
- Bc. Milan Klas, Individuální člen
- Ing. Lucie Kliková, CIA, Individuální členka
- Ing. Zdeňka Kovářová, Ministerstvo zdravotnictví ČR
- Mgr. Veronika Kruželáková, Východoslovenská energetika Holding a.s.
- Mgr. Jan Kubů, Fakultní nemocnice Bulovka
- Bc. Albert Magadeev, Deloitte Audit s.r.o.
- Bc. Kateřina Nekovářová, Deloitte Audit s.r.o.
- Ing. Veronika Nepšinská, Zebra Technologies CZ s.r.o.
- Ing. Marek Pazdera, Západoslovenská energetika, a.s.
- Ing. Tomáš Petrák, Komerční banka, a.s.
- Ing. Michal Řehula, Zebra Technologies CZ s.r.o.
- Ing. Tereza Svítlová, Zebra Technologies CZ s.r.o.
- Bc. Vladimíra Šimová, Státní zemědělský intervenční fond
- Ing. Přemysl Šrámek, Ph.D., Správa železnic, státní organizace
- Ing. Erika Štěpánková, DiS., Zařízení služeb pro Ministerstvo vnitra
- Ing. Libuše Uherková, Uherskohradištská nemocnice a.s.
- Mgr. Petra Valentová, ACII, VIG RE zajišťovna, a.s.
- Ing. Libuše Velichová, Individuální členka
- Mgr. Katarína Zapletajová, Bratislavská teplotárska, a.s.



**AKADEMIE  
AUDITU  
KYBERNETICKÉ  
BEZPEČNOSTI**

## AKADEMIE AUDITU KYBERNETICKÉ BEZPEČNOSTI

Ucelený vzdělávací program  
v oblasti kybernetické bezpečnosti

Akademie auditu kybernetické bezpečnosti je šestidenní vzdělávací cyklus vzájemně provázaných samostatných seminářů, jejichž cílem je předat účastníkům praktické znalosti v oblasti kybernetické bezpečnosti a jejího auditu. Účastníkům umožní poznat nejčastější hrozby a zranitelnosti, jímž jsou organizace v ČR vystaveny a základní způsoby obrany proti nim. Zároveň jim předá informace o způsobech auditování kybernetické bezpečnosti, v praxi používaných postupech i některých úskalích, jež jsou s auditem kybernetické bezpečnosti spojena.

Kromě výukových materiálů účastníci získají také několik dalších pomůcek:

- Vzorový program několika nejčastějších auditů, prováděných v oblasti kybernetické bezpečnosti.
- Materiály k procvičení získaných vědomostí.

Program je rozdělen do dvou bloků:

- I. Základy kybernetické bezpečnosti podle obecně závazných norem a potřebné základní znalosti.
- II. Provedení auditu kybernetické bezpečnosti.

„Důležitým prvkem programu je demonstrování a procvičování získaných vědomostí na příkladech. K vypracovaným příkladům je poté účastníkům poskytnuta individuální zpětná vazba.“

Ing. Jan Bukovský, odborný garant

**TERMÍN KONÁNÍ:**

- 1. blok**
- 2. blok**

**10.–12. listopadu 2021**  
**6.–8. prosince 2021**

**CENA:**

Člen ČIIA	31 000 Kč (s DPH 37 510)
Člen ČIIA BENEFIT	25 833 Kč (s DPH 31 258)
Nečlen ČIIA	34 000 Kč (s DPH 41 140)

**SLEVA:**

Časová:  
registrace do **11. října 2021** 20%

Množstevní:  
každý 2. a další účastník z jedné organizace 20%



## AKADEMIE ÚSPĚŠNÉHO VEDENÍ INTERNÍHO AUDITU.

Co je klíčem k úspěchu interního auditu?

Práce s lidmi.

Klíčem k výkonu interního auditu jsou lidé. Vedoucí IA již méně dělají sami práci interního auditora, jejich rolí je doručovat výsledky prostřednictvím svých lidí a zajišťovat dobré jméno interního auditu, a jeho propojení s organizací tak, aby přinášel užitečné výsledky.

„Chceme sdílet praktické zkušenosti, diskutovat případové studie, přinášet tipy pro spolupráci s jednotlivými skupinami a propojovat s koncepty a modely, které osvětlí principy, co a proč funguje a nefunguje.“

Mgr. Pavla Pavlíková, PCC a Ing. Ivo Středa, odborní garanti

**TERMÍN KONÁNÍ: 30. listopadu – 2. prosince 2021**

**CENA:**

Člen ČIIA	12 900 (s DPH 15 609)
Člen ČIIA BENEFIT	8 600 (s DPH 10 406)
Nečlen ČIIA	14 900 (s DPH 18 029)

**SLEVA:**

Časová:  
registrace do **29. října 2021** 15%

Množstevní:  
každý 2. a další účastník z jedné organizace 10%



**KONTAKT / REGISTRACE**  
Mgr. Vendula Bezoušková

telefon: 222 263 761  
mobil: 731 157 250  
e-mail: [bezouškova@interniaudit.cz](mailto:bezouškova@interniaudit.cz)

Více informací na [www.interniaudit.cz](http://www.interniaudit.cz)



Naplníže požadavek 2h CPE  
v oblasti etiky.



# English Annotation

**Andrea Schlossarek:** A brief to the 100th issue of the magazine

The author, former head of the Editorial Board and former member of the Board of the ČIIA recalls her memories on internal audit in the Czech Republic and the professional magazine.

**Rodan Svoboda:** 25 Years on the Pages of the Internal Auditor

Former member of the ČIIA Board, several years the director of the ČIIA office and the leading personality of the magazine recalls his memories on the years he had actively spent with the magazine.

**Jiří Čihák:** Introduction to the World of the SocMedia

The author introduces the world of the social media. Their history, use, importance, classification, risks. He tackles the questions which need to be asked before entering the world of social media. He follows-up on his article in the issue 4/2020.

**Karol Suchánek:** Is the Company Safe from the Hackers' Attacks?

The author identifies the risks of the work in the cyberspace which the users might meet during their work.

**Veronika Vároši:** The Influence of the Social Networks on the Public Sector Activity – Threat or Opportunity?

The author discusses the change of the functioning of the public sector bodies in the context of the digital media use.

**Ester Bezděk:** Social Networks – Good Servant but Bad Master

The author shares her view on the social networks and her personal experience with their use.

**Regina Rothová:** How Is the Media Picture of a Top Healthcare Facility Created?

Suitably focused communication strategy and cooperation with media might significantly help to educate broad public and present good name and excellent results. The General University Hospital is a good example.

**Erik Čipera:** How Do the Social Networks Help Us?

The author describes how the social networks help in the non-profit sector and shows examples.

**Tomáš Hořejší:** Frauds in the Banking Sector in the Covid Period

The author focused on the development in the banking frauds in relation to the covid crisis and usual reaction of the banks on fraudulent behavior.

# DOPORUČUJEME



[www.alescenek.cz](http://www.alescenek.cz)



Spolehlivost  
Úspora  
Inovativnost  
Přístup

# Chytrá řešení pro firmy, města a obce

**ČEZ ESCO poskytuje komplexní a inovativní energetická řešení.**

Našim zákazníkům umíme poskytnout ucelené portfolio produktů a služeb **od energetického poradenství a managementu, výstavby a provozování energetických zařízení, až k jejich servisu a údržbě.**

Dále nabízíme instalaci **firemního a veřejného osvětlení** a zajištění **energetických úspor se zárukou (EPC)**. V rámci **elektromobility** poskytujeme služby od **dodávky elektromobilů po správu a výstavbu dobíjecích stanic.**

[www.cezesco.cz](http://www.cezesco.cz)



ČEZ ESCO

ENERGY  
SERVICE  
COMPANY