

nanug

PROČ STUDOVAT NA NEWTON UNIVERSITY GROUP

2026

JAK SE NAUČIT BYZNYSU

Nestačí získávat informace. Není důležité jen vědět.
Je třeba se umět rozhodovat a nést odpovědnost.



PRAHA | BRNO | BRATISLAVA

NEWTON University Group

Když chceš od studia víc



OBSAH

4 | Slovo rektorky aneb
O odvaze rozhodovat

12 | Back to future,
rozhovor s Jiřím Koleňákem

16 | NEWTON Business
Summit – naše vlajková loď

24 | Musíme pro to, co
děláme, hořet. To říká
Gedeon Drapák

28 | NEWTON Business
Accelerator: Nebudte
kapři, buďte štiky!

Vítejte na
NEWTON University
Group!



🌐 newton.university
🌐 sting.cz
🌐 psg.newton.university

📍 NEWTON University
📍 Vysoká škola Sting
📍 NEWTON University
📍 @newton.university
📍 NEWTON University

nanug

Vydává NEWTON University Group
Redakce & grafika: SATIRe
Duben 2026



PODNIKAVOST JE ZPŮSOB

Jsme ještě relevantní? V době, kdy si během pár sekund najdete návod téměř na cokoli, to není banální otázka. Al poradí, jak napsat esej, jak vybrat školu, jak rozjet projekt. Algoritmy servírují odpovědi rychleji, než si je stihneme formulovat sami. Pokud je informace dostupná všem, co vlastně zůstává? Zůstává to, co si vygooglit nelze: úsudek, odpovědnost a schopnost rozhodnout se i ve chvíli, kdy žádný návod nestačí. A právě tady začíná něco, čemu říkáme podnikavost.

Podnikavost nutně nevede k podnikání. Není to ekonomický pojem, ale způsob, jak přemýšlet a jednat. Je o lidech, kteří dokážou klást otázky, rozhodovat se v nejistotě a nést důsledky. A právě tohle žádný návod plně nenahradí.

Největší omyl je myslet si, že podnikavost vzniká z motivace. Ve skutečnosti se rodí ze zkušenosti. Z momentů, kdy něco vyjde a kdy taky nevyjde. Proto dává smysl vytvářet prostředí, kde si mladí lidé tohle všechno mohou vyzkoušet dřív, než je donutí realita. Ne proto, aby z každého byl podnikatel, ale proto, aby nikdo nemusel stát stranou a čekat, až za něj rozhodne někdo jiný.

Svět se mění rychleji než kdy dřív. Mění se technologie, trhy, mocenské struktury, způsoby práce i očekávání mladé generace. A mění se i to, co znamená být kompetentní. Relevance ve vzdělávání proto není otázkou tradice ani marketingu. Je to otázka dopadu.

Co si student odnese? Jak se změni jeho způsob uvažování?

Co dokáže jinak? Dnes se neodpouští povrchnost. Nestačí slyšet inspirativní přednášku. Nestačí „být u toho“. Nestačí být součástí značky. Skutečná změna nastává, až když si člověk sáhne na odpovědnost.

Na následujících stránkách se setkáte s řadou pojmů: podnikavost jako způsob myšlení; kompetentnost jako předpoklad partnerství; leadership jako disciplína; propojení s praxí jako zkušenost. To všechno spojuje odvaha vystavit se realitě. Pokud má být univerzita relevantní, musí být místem, kde se svět nesimuluje jen teoreticky, ale kde se testují postoje. Kde se přemýšlí o rozhodnutích dřív, než přijdou. Kde se kultivuje schopnost nést odpovědnost za své jednání. Je to neustálý proces ověřování.

Pojďme společně přemýšlet, jak má vypadat vzdělávání ve světě, který už nebude zrovna moc stabilní, předvídatelný ani pohodlný. Vítejte na NEWTON University!

Renáta Šejnová

vedoucí PR a strategické komunikace,
NEWTON University Group

O ODVAZE ROZHODOVAT

Vyhrávat jazykové olympiády ještě neznámá umět obstát v reálné debatě. V té nejde o množství informací, ale o odvahu zvolit si pozici a obhájit ji. Argumentace není agrese – je to základ leadershipu, podnikání i osobního růstu. A právě tuto schopnost by mělo moderní vzdělávání rozvíjet především.

📍 Anna Plechatá Krausová, DPhil.
📍 NEWTON University



V šestnácti letech jsem stála na letišti s kufrem a velmi silným přesvědčením, že jsem na tuto novou vzdělávací plavbu připravená. Měla jsem stipendium na Ryde School na Isle of Wight, dobré výsledky a jasný plán. Předpokládala jsem, že když jsem uspěla u přijímacích, uspěji i v realitě. První měsíce v britské škole jsem ale hlavně přikyvovala a usmívala se. Vyhrávat olympiády v angličtině v Čechách není to samé jako vplout do rychlých diskuzí s rodilými mluvčími. Uměla jsem jazyk, ale neuměla jsem ještě myslet a argumentovat způsobem, který se ode mě očekával. Tehdy jsem poprvé pochopila, že něco studovat není totéž, jako to umět uplatnit v praxi. A potvrdilo se mi to, když jsem začala učit na NEWTONu předmět Academic Writing a do výuky zavádět anglosaské pojetí argumentativní eseje.

Studenti často předpokládají, že největší překážkou je jejich angličtina. Není. Dokážou napsat gramaticky správný text, pracovat se zdroji, citovat literaturu. Problém je jinde: přimět je, aby si vybrali jednu odpověď na položenou otázku, systematicky ji rozvinuli a logicky ji obhájili.

Místo toho mají tendenci ukázat, že „obě strany mají něco do sebe„. Že realita je složitá. Že existuje více perspektiv. To je samozřejmě pravda. Ale argumentační esej není diplomatické stanovisko. Je to intelektuální závazek.

Argumentace není agresivita

V Oxfordu se říká: don't sit on the fence. Přeloženo – neváhejte mezi dvěma argumenty jen proto, že je bezpečnější nevybrat si. Na základě svého zkoumání a uvážení si zvolte pozici, která dává větší smysl, a nemilosrdně ji obhajujte. Ne proto, že

chcete mít pravdu za každou cenu, ale proto, že bez jasného stanoviska se nelze posunout.

Argumentace přitom není agresivita. Je to umění přesvědčování. Už Aristotelés popsal, že přesvědčivý argument stojí na třech pilířích: logos – tedy logická struktura a důkazy, ethos – důvěryhodnost mluvčího, pathos – schopnost oslovit hodnoty a emoce publika. Pokud chybí jeden z těchto prvků, argument ztrácí sílu. Naučit se přesvědčovat tedy znamená naučit se strukturovat myšlení, budovat vlastní integritu a zároveň rozumět tomu, koho chceme oslovit. To je dovednost, která přesahuje akademické psaní. Je to základ leadershipu, podnikání i veřejné debaty.

Tento princip je mnohem širší. Je to princip osobního růstu. Dnešní studenti mají přístup k obrovskému množství informací. Umělá inteligence dokáže během několika sekund vysvětlit teorii, navrhnout strategii nebo shrnout rozsáhlou literaturu. Pokud by vzdělávání spočívalo jen ve shromažďování a reprodukci informací, bylo by snadno nahraditelné. Skutečný rozdíl vzniká

ve chvíli, kdy musíte rozhodnout, co z toho všeho je přesvědčivější. Kdy přijmete odpovědnost za výběr. Kdy řeknete: po zvážení argumentů se přikláním k této interpretaci – a jsem připravena ji hájit.

Často vidím, že studenti jsou velmi dobře informovaní, ale zdráhají se učinit závěr. Jako by měli pocit, že správná odpověď je ta, která nikoho neurazí a zohlední všechny úhly pohledu současně. Jenže v reálném světě – ať už v podnikání, ve veřejné správě nebo ve výzkumu – se musíte rozhodovat. Neúplné informace nejsou výjimkou, ale pravidlem. Čekat na absolutní jistotu znamená zůstat stát.

Když nás v roce 2023 navštívila profesorka Amy Edmondson z Harvard Business School, mluvila o prostředí, ve kterém je bezpečné dělat chyby – ale nikoli proto, abychom se vyhýbali odpovědnosti. Naopak proto, abychom se z nich rychle učili. Jedna myšlenka mi utkvěla v paměti obzvlášť silně: nejen byznysová rozhodnutí, ale vlastně celý život lze chápat jako pracovní hypotézu. Formulujte směr na základě dostupných informací, statečně jej braňte, dokud

**Nejen byznysová rozhodnutí,
ale vlastně celý život lze chápat
jako pracovní hypotézu.
Formulujte směr, statečně jej
braňte, ale připravte se i na
změnu, bude-li nutná.**



— Anna Plechatá Krausová

Politoložka a socioložka, která od roku 2023 je rektorkou NEWTON University. Už od roku 2012 také působí jako lektorka a výzkumnice na Oxfordské univerzitě. Zabývá se sociologickým a politologickým výzkumem fenoménů, a to od protestů a řízení politických a ekonomických rizik, až po migraci a multikulturalismus v Evropě či Latinské Americe. Aktivně se věnuje mentoringu studentů v oblasti akademické, ale také profesní či osobní. V současné době zkoumá teorie autenticity a leadershipu a jejich aplikaci na jevy od protestu až po marketing.

**Nestačí se učit. Nestačí vědět.
Je třeba se naučit rozhodovat
a nést odpovědnost.**

se neobjeví nové důkazy, a buďte připraveni jej upravit, pokud vás realita přesvědčí o potřebě změny.

To je přesný opak pasivity. Hypotéza není váhavost. Je to závazek jednat na základě nejlepšího dostupného poznání – a současně otevřenost k revizi. Bez této odvahy zůstáváte „na plotě“. Pohybujete se, jen když ji máte.

Silné stránky

Růst tedy neznamena mít definitivní odpovědi. Znamená to být ochoten formulovat směr, obhájit jej a nést důsledky – a zároveň si zachovat intelektuální pokoru, která vám umožní směr korigovat. Tento způsob myšlení je dnes zásadní. V prostředí, kde se technologie i trhy mění rychleji než studijní plány, je schopnost pracovat s hypotézou důležitější než snaha dosáhnout iluze jistoty.

Stejně důležité je naučit se pracovat se svými silnými stránkami. Každý student přichází s jinou kombinací talentů: analytické myšlení, schopnost vést lidi, cit pro detail, kreativita, vytrvalost. Tyto silné stránky nejsou pevně dané. Rozvíjejí se tehdy, když je vystavíte nárokům a zpětné vazbě okolí. Když je testujete v projektech, diskusích, reálných situacích. Když vystoupíte z komfortní zóny a odvážíte se převzít iniciativu místo čekání na přesné zadání.

Prostředí, ve kterém studujete, má v tomto procesu zásadní roli. Pokud je postaveno na minimalizaci rizika a maximalizaci komfortu,

podporuje opatrnost. Pokud je postaveno na vysokých očekáváních a současně na bezpečném prostoru pro chybu, podporuje růst. Univerzita by neměla být jen místem, kde získáte diplom. Měla by být prostorem, kde se učíte zacházet s nejistotou, formulovat hypotézy a systematicky na sobě pracovat.

Trh práce v budoucnosti nebude hodnotit jen to, co víte. Bude hodnotit, jak rychle se dokážete učit, jak dobře dokážete strukturovat problém a jak odváženě dokážete převzít odpovědnost za svá rozhodnutí. Konkrétní nástroje se budou měnit. Ale vám zůstane schopnost růst.

Kde se naučím růst?

Pokud dnes stojíte na prahu další etapy vzdělávání, možná hledáte místo, kde získáte kvalitní znalosti. To je důležité. Ale zkuste si položit ještě jinou otázku: kde se naučím růst? Kde budu vedena k tomu, abych si vybrala pozici a obhájila ji? Kde mi nebude stačit shrnout, co si myslí ostatní? Kde bude očekáváno, že budu pracovat na svých silných stránkách a systematicky rozvíjet své slabiny?

Nestačí se učit. Nestačí vědět. Je třeba se naučit rozhodovat a nést odpovědnost. Je třeba se naučit vystoupit z bezpečné neutrality a zvolit směr. A poté na sobě pracovat tak dlouho, dokud se z této volby nestane skutečný osobní posun.

Nebát se znamená být ochoten zvolit si směr, i když nemáte všechny informace. Snít znamená formulovat ambiciózní hypotézu o vlastním životě – a pracovat na tom, aby obstála.

Když nás navštívila profesorka Alona Revko ze Saïd Business School v Oxfordu, obrátila se na naše studenty s větou, která vystihuje podstatu všeho výše řečeného: Don't be scared. Dream big. ■

NEWTON STORIES

Připravujeme naše studenty
pro plavbu na vlnách byznysu.

Jachting rozvíjí schopnosti lídrů

Vítr, moře, slunce, volnost, víra
ve vlastní schopnosti a nekonečný
obzor. To je jachting. Na NEWTONu
se může stát jachtařem kdokoli
a získat tím spoustu neopakovatelných
zážitků a cenných zkušeností do
osobního i profesního života.

Už 12 let funguje NEWTON Yacht
Club a každoroční regaty NEWTON
Cup v Chorvatsku se účastní nejen
studenti a zaměstnanci NEWTONu,
ale i absolventi a přátelé.



Chcete se stát
členy NEWTON
Yacht Clubu?





Na **NEWTON University** se děje spousta aktivit mimo rozvrh. Sportovní dny, studentské parties, neformální setkání a komunitní akce jsou součástí vysokoškolského života.

NEWTON Business Summit je důkazem, že vzdělání může být zábavné, praktické a především nesmírně inspirativní pro každého – nadšeného studenta až po ostříleného manažera hledajícího novou jiskru. Je to interaktivní platforma zaměřená na inovace, leadership, osobní rozvoj a networking.



PopUp market by **NEWTON Business Accelerator**, to je šance potkat se tváří v tvář se zákazníky a zjistit, co říkají na váš produkt nebo službu. Otevřete si prodejní stánek, nabídněte své zboží a vyzkoušejte si, jak se dělá marketing naživo. Nebudeme vás učit „jak podnikat“ z powerpointů. Budete prodávat, diskutovat a učit se byznysu.





NEWTON Cup vznikl pro přátele. Začátky spadají do roku 2011, tehdy si zakladatel školy Petr Kraus vysnil univerzitní závod. Od amatérských nadšenců se naše posádka vyvinula v profesionální, více než stočlennou regatu, která dokáže porazit velmi zdatné soupeře.



NEW Gen Academy spojuje komunitu aktivních středoškoláků, kteří jsou ambiciózní, zvidaví a chtějí něco změnit. Nechceš jen sedět v lavici a biflovat se? Chceš se zapojit do světa kolem tebe a udělat ho lepším? Pak jsi u nás vítán!



NEWTON Business Accelerator, tedy sedm měsíců intenzivní práce, mentoringu a praktických workshopů. Je otevřený studentům, členům NEWTON Family i veřejnosti. Stačí přijít s nápadem nebo s odhodláním začít podnikat. Kontakty, know-how i první investici najdete u nás. Je to podnikání na ostro. S podporou a drivem.



Na **PopUp marketu** se setkávají i renomované značky se začínajícími podnikateli. Možná brzy budete mít první tým, možná „fail“. Ale taky zjistíte, co ve vás je.



V rámci **NEWTON Business Summitu** se studenti setkávají s komunitou **NEWTON Family**. Tedy s inspirativními odborníky, podnikateli a lidry z různých oblastí, kteří se podílejí i na mentoringu a výuce.



V **NEWTON University** se studium byznysu prolíná s dobrovolnictvím a hranice států se mažou díky programům, jako jsou krátkodobé mobility **Erasmus +**.



Zapomeňte na biflování! Celodenní **NEW Gen Academy** je tvořena na míru současné generaci studentů, takže rovnou skočíte do praxe.



V **NEWTON Business Acceleratoru** můžete nejen podnikání nastartovat nebo posunout dál, ale máte šanci ucházet se o investici v **NEWTON University Angels**. Potřebujete první kapitál? Nejvyšší čas připravit pitchdeck neboli stručnou prezentaci a představit svůj byznys investorům.



Promoční slavnosti patří k nejsilnějším momentům vysokoškolského života. Na NEWTONu nejsou promoce jen formálním rituálem. Jsou uzavřením jedné etapy a otevřením další. Připomínkou práce, vytrvalosti a odpovědnosti, kterou studenti během studia převzali. Zároveň jsou symbolem komunity. Ti, kteří se během let potkávali v učebnách, na projektech, akcích i mimo rozvrh, tu stojí společně. Už ne jako studenti, ale jako absolventi připravení vstoupit do další kapitoly svého profesního i osobního života.

BACK TO FUTURE

Byznys, management, marketing a psychologie propojeny do jednoho vzdělávacího ekosystému. To je naše škola. Momentálně v jejích programech studuje přes 3000 mladých lidí. „Neformujeme poslušné absolventy, ale samostatné osobnosti, které se dokážou zorientovat i ve chvílích, kdy se prostředí rychle mění,“ říká Jiří Kolečák, CEO na NEWTON University Group.

📍 Renáta Šejnová 📧 Tomáš Nosil



Když byste se ohlédl zpět, na úplný začátek... Proč vznikl NEWTON?

Tehdejší vysoké školství umělo předat informace, ale méně kultivovalo způsob myšlení. Studenti často odcházeli s diplomem, ale bez hlubší zkušenosti s rozhodováním v nejistotě. Chyběl trénink odpovědnosti a práce s realitou, která není černobílá. NEWTON vznikl jako prostředí, kde se nehraje jen na znalosti, ale na schopnost obstát. Jako tréninkové pole pro samostatné myšlení.

Proč se NEWTON College přejmenovala na NEWTON University?

Intenzivně jsme rozšiřovali mezinárodní spolupráci, vstoupili do partnerství se zahraničními institucemi a posílili výzkumné aktivity. A tak jsme dospěli do bodu, kdy označení college přestávalo odpovídat realitě. Česká kategorie dělení na univerzitní a neuniverzitní typ škol je navíc specifikum, kterému vyspělý svět příliš nerozumí. Chtěli jsme být srozumitelní globálně – a zároveň přesní v tom, kým jsme.

A co symbolizuje přejmenování na NEWTON University Group?

Posun od instituce k ekosystému. Už nejsme jen vysoká škola, ale propojený prostor vzdělávání, podnikání, investic a komunity, kde jednotlivé části dávají smysl v souhrně. Zásadní je i mezigenerační princip – úspěšní absolventi se vracejí jako mentoři, investoři a partneři pro další generaci. Vytváříme prostředí, kde se zkušenost nepřerušuje, ale předává a násobí.

Můžete být konkrétnější? Jak se vysoká škola mění na ekosystém?

Postupně kolem výuky začaly vznikat další entity a koncepty – osobnostní rozvoj, podnikatelské projekty, akcelerátor, síť Angel investorů, Business Club nebo Yacht Club jako prostor pro vztahy a důvěru. Studium se tak přirozeně propoji-

lo s praxí, kapitálem i komunitou. Nejde o doplňky, ale o součást jednoho systému, kde se myšlenka může rozvíjet, růst a získat podporu. Škola se tím proměnila v prostředí, které nekončí promocií.

Když už jsme u promoce... Co všechno tato škola dnes tedy mladým lidem poskytuje?

Znalosti jsou základ. Schopnost rozhodovat se v nejistotě je vyšší úroveň. Ale ani to dnes nestačí. Vysoká škola má rozvíjet celé spektrum kompetencí – kritické a systémové myšlení, práci s technologiemi, osobní odpovědnost i charakter. A především adaptabilitu – schopnost měnit přístup podle situace, aniž by člověk ztratil vlastní směr.

Dá se na škole naučit i tzv. resilience, anebo odolnost člověk získá jen v praktickém životě?

Resilience se neučí přednáškou a netestuje se až v krizi. Vzdělávání má vytvářet situace, kde si člověk bezpečně sáhne na tlak, nejistotu i vlastní limity. Ne proto, aby selhal, ale aby zjistil, že to ustojí. Praxe pak není šok, ale pokračování tréninku. Resilience je vnitřní stabilita uprostřed proměnlivých podmínek – a tu je možné kultivovat dřív, než ji svět začne zkoušet.

Může škola posilovat u studentů také přesvědčení, že to zvládnou?

Self-efficacy nevzniká z motivujících citátů na zdech. Vzniká ze zkušenosti, že jsem něco zvládl, i když to nebylo pohodlné. Vysoká škola má studentům dávat skutečné výzvy, odpovědnost a zpětnou vazbu, která je posune, ne pohladí. Když si během studia několikrát sáhnou na hranici svých možností a překročí ji, víra v sebe sama přestane být teorií. Stane se osobní zkušeností.

A jak zapadá do filozofie NEWTONU radikální sobectví?

Radikální sobectví je pro nás vědomé rozhodnutí: můj růst je moje



Zastává pozici CEO na NEWTON University Group, je profesní garant MBA a manažerského vzdělávání, úspěšný podnikatel. Působil či působí ve vedení několika vysokých škol, v odborných a vědeckých radách v ČR i v zahraničí. Jako autor odborných publikací často vystupuje na konferencích.

Je přesvědčený, že ke skvělým výsledkům v podnikání vede cesta přes naplněný život ve všech oblastech, jeho cílem je propojit svět vzdělávání a byznysu. Zabývá se osobnostním a odborným rozvojem lidí s touhou podnikat a působit v managementu velkých firem.

— doc. Ing. Jiří Kolečák, Ph.D., MBA, LL.M.

odpovědnost. Nečekám na ideální podmínky, neshovívám se za systém. Stejně jako podnikavost nezačíná v byznysu, ale ve způsobu myšlení, začíná i osobní rozvoj postojem. V okamžiku, kdy člověk převezme plnou odpovědnost za své kompetence a směr, přestává být objektem vzdělávání a stává se jeho tvůrcem.

Proč v kontextu NEWTONu nestačí výuka a je potřeba komunita, akcelérátor, investiční fond, mezinárodní programy?

Výuka vytváří znalosti, ale teprve prostředí vytváří zkušenosti. Komunita přináší vztahy a důvěru, akcelérátor dynamiku, investoři realitu kapitálu a mezinárodní programy konfrontaci s jiným měřítkem. Teprve v této kombinaci se z teorie stává praxe a z ambice konkrétní krok. Chceme, aby studenti zažili celý cyklus – od myšlenky po dopad.

Jak se tedy propojuje akademická výuka s praxí tak, aby to nebyla jen marketingová fráze?

Určitě to není o tom, že jednou za semestr přijde jeden host z praxe a tím je splněno. Propojení s praxí je u nás strukturální. Studenti v akcelérátoru pracují na vlastních projek-

tech a konfrontují je s realitou trhu, kapitálu i s mentory. Firmy nejsou kulisa, ale partneři, se kterými řeší konkrétní zadání a reálná data. A výběr vyučujících začíná jejich příběhem a zkušeností z terénu – akademické tituly jsou důležité, ale samy o sobě nestačí.

Jaké kompetence dnes považujete za klíčové?

Dnes už nestačí být odborník na jednu oblast. Klíčová je schopnost myslet v souvislostech, pracovat s daty a technologiemi včetně AI a zároveň si udržet lidskost v rozhodování. Důležitá je odvaha převzít odpovědnost, komunikovat jasně a jednat i bez stoprocentních informací. A nad tím vším stojí schopnost učit se rychleji, než se mění prostředí. To je dnes skutečná konkurenční výhoda.

Co je dnes největší odpovědností vysoké školy?

Informací je kolem nás nadbytek, ale orientace je vzácná. Škola má pomáhat studentům chápat souvislosti, nastavovat si kritéria kvality a nést důsledky svých rozhodnutí. Nemá formovat poslušné absolventy, ale samostatné osobnosti, které se dokážou opřít o hodnoty i ve chvíli, kdy se prostředí rychle mění.

Co myslíte, jak budou fungovat vysoké školy v budoucnosti?

Budoucnost vysokých škol nebude stát na budovách ani na objemu skript. Rozhodující bude schopnost vytvářet prostředí pro růst, propojit technologie s lidskostí a nabídnout skutečnou komunitu. Školy, které zůstanou distributory obsahu, budou nahrazeny platformami. Ty, které budou kultivovat myšlení, charakter a odpovědnost, si udrží význam. Vzdělávání se zrychlí – ale hodnoty budou ještě důležitější.

Jak se dnes poznají absolventi NEWTONu na pracovním trhu?

Nepoznají se podle tetování s logem školy na předloktí. I když to by marketingu možná pomohlo. Poznají se podle způsobu uvažování, komunikace a ochoty převzít odpovědnost. Jsou zvyklí myslet v souvislostech, rozhodovat se i v nejistotě a nést důsledky svých kroků. A často je najdete na významných pozicích v byznysu, protože jejich přístup přirozeně vede k leadershipu. Ne díky titulu, ale díky kompetenci.

Dovedete popsat stopu, kterou by podle vás měl NEWTON zanechat ve společnosti?

Stopu má tvořit způsob uvažování – a jeho konkrétní důsledky ve výsledcích. Odpovědnost místo alibismu, odvaha místo pohodlí, spolupráce místo ega. Pokud budou organizace vedené našimi absolventy fungovat zdravěji, rozhodovat se etičtěji a růst dlouhodobě, pak má NEWTON smysl. Ambicí není velikost, ale kvalita vlivu. Tichý, ale dlouhodobý dopad.

Co byste vzkázal čtenářům, kteří tento časopis právě čtou?

Budoucnost není něco, co přijde. Budoucnost je důsledek rozhodnutí, která uděláte dnes. ■



ZA HRANICE POSLUCHÁREN

Technologie a trh se mění rychleji než studijní osnovy, a tak se klíčovou hodnotou stává schopnost adaptace, mezinárodní networking a ochota dělat věci, které mají reálný dopad. V NEWTON University se studium byznysu prolíná s dobrovolnictvím a hranice států se mažou díky programům, jako jsou krátkodobé mobility Erasmus+.

📍 Renáta Šejnová @ NEWTON University Group



Dnešní generace studentů stojí před otázkou: jak uspět ve světě, který vyžaduje praktické zkušenosti dříve, než vysokoškolský diplom? Odpověď spočívá v aktivitách za zdmi kampusu. Ať už jde o prestižní program DofE (Cenu vévody z Edinburghu) mezinárodní stáže nebo dobrovolnické projekty, každá tato zkušenost formuje osobnost budoucího manažera či podnikatele. Na NEWTON University věříme, že právě tyto extra kroky dělají z našich studentů osobnosti, k jejichž týmům se budete chtít přidat.

Zkušenost bez kompromisů

Zapomeňte na mýtus, že Erasmus znamená půlroční výpadek ze života a práce. Moderní podoby tohoto programu, zejména tzv. krátkodobé mobility (BIP), jsou šité na míru lidem, kteří už během studia podnikají nebo pracují. Kombinují totiž intenzivní online přípravu s pěti až třicetidenními pobyty na zahraniční univerzitě.

Studenti mohou čerpat například zkušenosti ze špičkových pracovišť v Pobaltí, které je dnes chápáno jako nová Skandinávie s vysokým HDP a technologickým drivem, nebo v dalších evropských státech. Výhodou je plné uznání kreditů a finanční podpora (grant), která pokryje většinu nákladů. Pro rodiče je to jistota bezpečné investice do rozhledu jejich dětí, pro manažery důkaz, že absolvent umí fungovat v mezinárodním týmu.

Dobrovolnictví jako inkubátor

Posekání zahrady sousedovi nebo doučování spolužáka jsou prvními krůčky k veřejně prospěšným projektům. Na NEWTONu chápeme dobrovolnictví jako formu start-upu. Programy jako EU Solidarity Corps nabízejí finanční prostředky na projekty, které řeší témata sahající od ekologie až po sociální pomoc. Když student řídí kampaň pro neziskovou organizaci nebo koordinuje dobrovolníky, učí se krizovému managementu a empatii účinněji než z jakékoliv učebnice. To je přesně ta podnikavost, kterou dnešní trh práce zoufale hledá.

Škola i hub

NEWTON je místo, kde se student setkává s osobnostmi, jako je třeba Tomáš Tichý z Česko-tchajwanské komory, a přitom zjišťuje, že v moderních start-upech žádný začátečník „nevaří jen kafe a neskartuje papíry“, ale od prvního dne nese odpovědnost.

NEWTON je místo, kde program DofE není jen kolonkou v CV, ale životním stylem, který buduje vytrvalost. Ukazujeme, že být součástí NEWTONu znamená mít ambice, ale také pokoru a chuť pomáhat. Ať už jste student, který chce dobýt svět, rodič, který chce pro své dítě to nejlepší startovní pole, nebo manažer hledající talentované lídry – naše komunita je pro vás otevřena. Vítejte všechny, kteří chtějí dělat věci, co dávají smysl. ■





V SRDCCI NEWTON FAMILY

Akademická půda se během jediného odpoledne promění v pulzující byznysové centrum. Už nepropadáte nudě nad učebnicemi, ale jste na místě, kde se setkávají zkušení ředitelé nadnárodních korporací s ambiciózními studenty. NEWTON Business Summit je naše vlajková loď.

✉ Renáta Šejnová
📧 NEWTON University Group

Už roky úspěšně boří mýty o tom, že vysoká škola a drsná realita trhu jsou dva oddělené světy. NEWTON Business Summit je důkazem, že vzdělání může být zábavné, praktické a především nesmírně inspirativní pro každého – od nadšeného studenta až po ostříleného manažera hledajícího novou jiskru. Je to interaktivní platforma zaměřená na inovace, leadership, osobní rozvoj a networking.

Vzdělávací systém často čelí kritice, že nedokáže mladé lidi připravit na reálný život. NEWTON University na to má jasnou odpověď v podobě této akce, která studenty a veřejnost vrhá přímo do víru praxe.

Most mezi teorií a praxí

Základní princip, na kterém NEWTON Business Summit stojí, je jednoduchý: vzájemné obohacování. Na rozdíl od klasických školních přednášek zde neexistují žádné bariéry. Je to místo, kde se rodí budoucí lídři díky tomu, že mají možnost mluvit s těmi současnými na rovinu, otevřeně a neformálně, bez obleků a prázdných frází.

Prostředí summitu je navrženo tak, aby propojovalo různé generace a úrovně zkušeností. Potkávají se zde:

→ studenti zejména profesních programů (MBA, MSc., LL.M.), kteří při networkingu získávají cenné kontakty a zpětnou vazbu od profesionálů z praxe. Zároveň si prohlubují už své nabyté manažerské dovednosti.

- úspěšní absolventi, kteří se vrací do NEWTON „rodiny“, aby sdíleli příběhy o svém vzestupu i pádech.
- profesionálové z praxe, kteří rovněž přicházejí sdílet své příběhy a inspirovat druhé.
- manažeři a majitelé firem, kteří hledají talenty, potřebují nový pohled na byznys nebo inspiraci pro vlastní rozvoj.

NEWTON totiž není jen instituce, ale komunita (tedy NEWTON Family), která své členy podporuje i dlouho po získání diplomu. Akce probíhá v odpoledních a večerních hodinách, přičemž formální bloky plynule přecházejí v neformální networking, kde se často uzavírají ty nejzajímavější dohody.

Pokud tedy hledáte místo, kde vzdělání dostává pohon na všechna čtyři kola, pak jsou termíny a místa konání dalších NEWTON Business Summitů pro vás výzvou:

- 26. října 2026 – v Machově budově v Brně
- 10. prosince 2026 v Praze v Kongresovém centru.

Už od jedné hodiny odpolední se zde otevírají dveře do světa, kde se přednášky mění v otevřenou diskusi, kde příběhy úspěchu nejsou jen prázdnou frází.

NEWTON Business Summit 2026

→ **26. října 2026 | Brno**
Machova budova

→ **10. prosince 2026 | Praha**
Kongresové centrum

**Rádi byste se
dozvěděli víc?**



Vzdělání jako páka

Manažeři a profesionálové si na NEWTON Business Summit přicházejí pro nové impulsy a talenty. Jak tady už zaznělo na jedné z přednášek: „Vzdělání není investice, je to páka. Vytváření nových kontextů, rozšiřující kompetence, širší smysl.“ Tento přístup transformuje studium z pasivního přijímání informací v aktivní budování nástrojů pro úspěšnou budoucnost.

Když se na podium postaví třeba Ondřej Průcha, CEO a spoluzakladatel úspěšné developerské společnosti SVOBODA & PRUCHA a zároveň garant MBA specializace na NEWTONu, jeho slova rezonují celým sálem. Průcha boří mýty o tvrdém byznysu, když říká: „Firma netvoří stavby, ale lidé. Firma nevyrostla na ziscích, vyrostli s námi lidé.“ Upozorňuje na to, že rozvoj by dokázal „ukecat i beton“ a že rozvoj lidí je tou vůbec nejvyšší strategií růstu.

Pro nastupující generaci je nesmírně důležité slyšet, že udržitelnost firmy nezačíná při projektu samotném, ale v naší mysli. A právě to učí NEWTON své studenty – vidět za čísla a excelové tabulky. Značka a marketing mají také

svá jasná pravidla. Karel Novotný, vedoucí NEWTON Business Acceleratoru a expert s více než dvacetiletou praxí, to shrnuje trefně: „Brand je mrkev... Byznys není nástrojem značky, značka je nástrojem byznysu.“ Poukazuje na to, že v dnešní době se firmy často předhánějí, co je správně a špatně, ale chybí jim fundament a uvědomění, kam vlastně směřují.

Od AI po duševní zdraví

NEWTON Business Summit není jednostranně zaměřený. Propojuje široké spektrum odborníků, čímž ukazuje, že moderní byznys potřebuje přesah. Na pražském podiu vystoupila už například Sara Polak, fascinující osobnost, která propojuje archeologii s umělou inteligencí a zkoumá simulace complexity civilizací. Její cesta z Oxfordské univerzity až po výzkumnou skupinu na FIT ČVUT ukazuje středoškolákům, že se nemusí bát kombinovat zdánlivě neslučitelné obory.

Zároveň summit nezapomíná na to nejcennější – lidské zdraví a psychiku. Marian Jelínek, uznávaný hokejový trenér a mentální kouč, přinesl poznatky



z profesního programu MSc. – Mentální koučink ve sportu a businessu. Na duševní zdraví se zaměřuje i podnikatel Ondřej Nádvorník, který po osobní tragédii založil aplikaci SATI, oceňovanou platformu pro prevenci sebevražd. NEWTON tak vysílá jasný signál: správný lídr se stará nejen o výkon, ale i o duševní pohodu sebe a svého okolí.

Mladá krev a rodinné firmy

Velkou inspirací, zejména pro mladší ročníky a studenty, jsou příběhy vrstevníků a absolventů. Skvělým příkladem je Matouš Syrový, CEO společnosti Koupelny Syrový, který převzal rodinný podnik už ve 23 letech, transformoval jej a zařadil se do prestižního žebříčku Forbes 30 pod 30. Jeho motto „Když nevíš, kam pluješ, není ti žádný vítr dobrý,“ je dokonalou ukázkou cílevědomosti, kterou NEWTON ve svých studentech pěstuje.

Téma generační výměny a rodinného podnikání je na summitu silně zastoupeno. Svě bohaté zkušenosti sdílejí také Magdalena a Jan Náhlukovi či Simona a Tomáš Zdražilovi z rodinné společnosti Nera Displays, kteří přinášejí praktický pohled na společné budování dlouhodobě udržitelné firmy. Ukazují, že byznys může být cestou k upevnění rodinných pout i celospolečenské odpovědnosti.

Odvaha a fuck-upy

Manažeri se na summitu také nebojí mluvit o svých selháních. Během panelové diskuse zaměřené na ženy v byznysu zazněla z úst manažerek Evy Stodůlkové a Lucie Landové třeba slova: „Autentický leadership se nerodí v časech, kdy jste si jisti, ale v dobách, kdy jste nejisti, sami, tápete.“

Diskutující se shodují, že zvládání nepříjemných situací vyžaduje přímost, upřímnost, férovost a jasná opatření bez chození kolem horké kaše. „Vztahy jsou víc než výkon. Výkon doženete, vztahy těžko,“ zdůrazňuje Eva Stodůlková. Zaznívají tu i vtipné a hluboce pravdivé manažerské postřehy: „Láska skončila, ale já zůstal v práci. Pánové, pamatujte, nelze být pořád v práci.“



Už nepropadáte nudě nad učebnicemi, ale jste na místě, kde se setkávají zkušení ředitelé nadnárodních korporací s ambiciózními studenty. Diskutuje se o vítězstvích i pádech, zkoušejí se také nejnovější technologie.

Přiznávají se otevřeně i osobní fuck-upy s tím, že neúspěch není prohra, pokud hledáme novou cestu.

Drsnou realitu byznysu přiblížil třeba také Lukáš Rudy ze společnosti Unico Modular. Vzpomínal, jak podepsal směnku na 100 milionů, jen aby udržel firmu další týden naživu. „Buď umřu, nebo to změní,“ poznamenal k tomu. Za velkými úspěchy stojí často obrovské riziko a nezdolná disciplína.

Na summitu jde také o mentorství a rozvoj nové generace. Jak říká Michal Karcol: „Mám jediné KPI: vybudovat příští generaci.“

Často syrové a velmi upřímné příběhy dělají ze summitu něco víc než jen další akademickou konferenci. Je to škola života v přímém přenosu.

NEWTON Family

Naše setkávání má jedinečnou atmosféru, která směřuje k propojování podobně naladěných lidí a budování NEWTON Family. Součástí akce je i velkolepá Afterparty & Networking. Zde padají formální bariéry a studenti si

mohou přituknout se zakladateli firem, generálními řediteli nebo vrcholovými manažery, zatímco oni mohou poznat zase mladé naděje a získat schopné kolegy do svých týmů. Atmosféru moderního a otevřeného vzdělávacího prostředí dokreslují DJ a saxofonista, kteří provázejí celý večerem.

Univerzita vychází svým studentům maximálně vstříc – studenti profesních programů (MBA, LL.M. a MSc.) mají k dispozici akci 1+1 vstupenka zdarma, aby mohli vzít s sebou kamaráda, kolegu, nebo někoho, koho profesní vzdělávání také zajímá. Studenti programu Business Leadership pak mají vstup na summit zcela zdarma.

NEWTON Business Summit je důkazem toho, že vysoká škola může být sebevědomým, moderním a vysoce funkčním ekosystémem. Ukazuje, že znalosti nabývají hodnoty teprve tehdy, když jsou sdíleny v komunitě lidí s vášní pro věc.

Přijďte načerpat inspiraci, užít si nezapomenutelnou atmosféru a přesvědčit se na vlastní oči. ■

Vystudovala obor Marketing na NEWTON University a marketingu se v praxi věnuje více než deset let. Zuzana Ševčíková vede vlastní agenturu Suzzie.cz a nedávno o profesi, kterou má stále moc ráda, vydala zajímavou knihu.

📍 Renáta Šejnová 📍 NEWTON University

MARKETING NENÍ KOUZLO, ALE SYSTÉM

Vzpomínáte někdy na své úplné začátky?

Byla jsem typický marketingový junior, zkušenosti jsem sbírala v praxi. Hodně mi pomohlo, že jsem pracovala s různorodými klienty, od e-shopů přes zdravotnická zařízení až po B2B segment. Vyzkoušela jsem si správu sociálních sítí včetně placené reklamy, e-mail marketing, copywriting i grafické práce... Díky tomu dnes mám pochopení pro lidi, kteří pro mě pracují. Zním kreativní krize, časový tlak i situace, kdy se věci nepovedou podle plánu.

Jak byste popsala svou dnešní pozici?

Teď jsem spíš strategickým partnerem pro klienty. S postupem doby jsem přirozeně sklouzla víc k administrativě, hlídání deadlineů a provozním věcem, což mi začalo připadat škoda, a to nejen pro mě, ale i pro klienty. Naštěstí teď mám skvělou

kolegyni, která převzala provozní otěže, a já mohu znovu přemýšlet nad marketingem v širším kontextu, soustředit se na realizaci jednotlivých kampaní. Realita agenturní práce je hodně různorodá. Každý klient je v jiné fázi podnikání, má jiné zkušenosti, jiný tlak na čísla, jinou míru trpělivosti a ochotu investovat. Ne vždy je možné jít ideální cestou. Často hledáme kompromis mezi tím, co by bylo správně, a tím, co je v danou chvíli reálně možné.

Co odlišuje silné marketingové osobnosti od těch, které jen plní zadání?

Schopnost říct, když něco nedává smysl, a umět si své rozhodnutí obhájit daty, zkušeností nebo kontextem. Nejde ale jen o kritiku, je třeba přijít i s lepším řešením a srozumitelně jej klientovi vysvětlit.



Jak byste popsala aktuální stav marketingu v Česku?

Je stále postavený na výkonu a rychlých výsledcích. Firmy chtějí vidět návratnost, pracovat s daty a mít jasná čísla. Tento přístup funguje hlavně na začátku nebo v růstové fázi firmy. Z praxe ale vím, že dříve nebo později při tomto modelu většina firem narazí. Výkon začne ztrácet na efektu, zvyšují se náklady na získání zákazníka a firmy šlapou na místě. Teprve tehdy si uvědomí, že jim chybí branding, práce se značkou a komunikace se zákazníky po nákupu. S klienty proto velmi často řešíme rozpočty a díváme se na marketing jako na celek, stejně tak ho i reportujeme. Ve chvíli, kdy klient nesleduje jednotlivé kanály izolovaně, ale vidí jejich společný dopad na byznys, začnou dávat rozhodnutí mnohem větší smysl. Tento způsob řízení marketingu se u našich klientů dlouhodobě projevuje meziročním růstem tržeb v průměru kolem 30 %, a to bez nutnosti navyšovat agenturní náklady. Nejde o jeden kanál, ale o systém, vlastně ekosystém.

V čem je tedy hlavní problém současného marketingu?

Do marketingu vstupuje hodně lidí, což je přirozené a zdravé. Sama jsem začínala s minimem znalostí. Problém ale nastává ve chvíli, kdy podnikatelé nerozeznají juniora od seniora a očekávají stejné výsledky. To pak často vede k frustraci a k pocitu, že marketing nefunguje. Kámen úrazu přitom spočívá v tom, že si podnikatel zvolil na začátku nejlevnější variantu a až zpětně zjistil, že angažoval juniora, který marketingu spíš uškodil. Upozorňuji, že za mě není špatně pracovat s juniorem, pokud na větší rozpočet firma nemá. Klíčové je ale mít k dispozici alespoň seniorní dohled – někoho zkušeného, kdo nastaví směr, pomůže s rozhodováním a zabráni zbytečným chybám. Marketing je totiž práce jako každá jiná a když ji chce někdo dělat dlouhodobě, musí se systé-

maticky vzdělávat, sledovat změny, řešit administrativu, platit nástroje i další náklady stejně jako každý jiný podnikatel. To všechno se přirozeně promítá do ceny spolupráce.

Změnili se za dobu, co se profesí věnujete, také klienti?

Klienti jsou dnes výrazně informovanější, ale zároveň opatrnější. Mají špatné zkušenosti, slyšeli už různé sliby a viděli různé zaručené návody. O to víc dnes hledají partnera, který jim dokáže věci vysvětlit lidsky a bez přehnaných očekávání. Zároveň jsou pod větším tlakem – ekonomickým, časovým i osobním. A to se do spolupráce přirozeně promítá.

Co tedy rozhoduje o dobré spolupráci?

Rozhoduje hlavně to, jestli se podaří sladit očekávání s realitou. Proto na úvodních schůzkách s klienty otevřeně mluvíme o rozpočtu, riziku a limitech. Díky tomu se daří předejít nepříjemným překvapením. To, co popisují, se týká hlavně firem na začátku podnikání, které teprve budují marketing. U zavedenějších firem už bývá debata jiná, ale princip je stejný – bez realistického nastavení spolupráce dlouhodobě fungovat

Na úvodních schůzkách s klienty otevřeně mluvíme o rozpočtu, riziku a limitech. Díky tomu se daří předejít nepříjemným překvapením.

nebude. Neméně důležitá je pak důvěra a otevřená komunikace, a to i ve chvílích, kdy se nedaří. A i když se o tom moc nemluví, takové situace zažívá každý marketér i každá agentura. Marketing není pořád růžový a ideální, jak to často vypadá na sociálních sítích. Funkční spolupráce se pozná právě podle toho, jak obě strany dokážou zvládnout i složitější období.

Můžete víc popsat chyby, o nichž se v agenturách moc nemluví?

Agentury často chybují v tom, že chtějí klientům vyhovět za každou cenu. Přístupují na kompromisy, které sice krátkodobě spolupráci udrží, ale dlouhodobě ji spíš poškozují. Říct klientovi nepříjemnou pravdu chce zkušenosti a odvalu. Upřímně, také s tím občas bojujeme. Další slabé místo bývá kapacita a výběr klientů. Agenturní prostředí je tlakové a udržet rovnováhu mezi vytíženým, ale nepřetíženým týmem a smysluplnými projekty není jednoduché. A v neposlední řadě agentury občas prostě rezignují a sklouzávají k pouhé exekuci zadání, místo toho, aby klientovi pomáhaly lépe se rozhodovat a chápat širší souvislosti.

Někdy ale ani klient po takové systémové spolupráci netouží, ne? Anebo na ni prostě nemá finanční prostředky.

Souhlasím, ne každému klientovi tohle vyhovuje. Někteří od agentury skutečně očekávají jen rychlé plnění úkolů. A také se pro agenturu rozhodují podle ceny. To je do určité míry pochopitelné, ale problém nastává ve chvíli, kdy se výběr zredukuje jen

na to, kdo je nejlevnější nebo kdo slíbí nejvíc. Pak se vytrácí otázka kvality. Když firmy vstupují do této spolupráce s představou, že marketing rychle vyřeší všechny jejich problémy, dostaví se záhy zklamání, i když samotná práce agentury může být odvedena kvalitně. A pak je potřeba zmínit i situace, kdy firmy zneužívají agentury v rámci výběrových řízení – zadávají rozsáhlá testovací → →



Re: E-mailing, který funguje

Zuzana Ševčíková nazvala svou knihu velmi přiznačně. Shrnuje v ní zásady a principy úspěšného e-mail marketingu. Je to vůbec první publikace tohoto druhu v České republice. Propojuje teorii a reálné zkušenosti z marketingové agentury Suzzie.cz, kterou Zuzana Ševčíková založila a v níž dlouhodobě pomáhá značkám zvyšovat výkon a efektivitu jejich online komunikace.

Její publikace vznikla pod vedením zkušených specialistů a je doplněna o rozhovory s osobnostmi českého marketingu, práva a copywritingu – mimo jiné s Ludmilou Hruban z NEWTON University. Právě tam se také zrodil nápad na samostatnou knihu, a to v momentě, kdy Zuzana Ševčíková odevzdávala svou závěrečnou práci, v níž se tématem už zabývala.

„V knize se nesnažím dát čtenáři univerzální návod. Marketing a zvláště e-mail marketing takhle ani nefungují. To, co přinese výsledky jednomu e-shopu, může u jiného úplně selhat,“ říká autorka. „Stavím na datech, konkrétních kampaních a dlouhodobém

testování v praxi. Neříkám čtenáři: Udělej A, B, C a uspěješ, ale spíš vysvětluji, proč se některé věci dělají a jak mohou dávat smysl.“

Text je určen pro marketéry, e-shopaře, freelancery i podnikatele, kteří chtějí posunout svůj e-mail marketing na vyšší úroveň, předkládá tedy praktické ukázky, rady a postupy. Například: jak psát e-maily, které lidé chtějí číst (a ne mazat), anebo jak systematicky přemýšlet o e-mailingu jako o kanálu, který vydělává.

„Napsala jsem knihu, protože si myslím, že dává čtenáři čas i prostor si věci v klidu projít, utřídit a pochopit. To je podle mě zásadní rozdíl oproti sbírání informací na sociálních sítích, kde se člověk často pohybuje spíš po střípcích než v celku,“ vysvětluje Zuzana Ševčíková. „Vycházím ze své práce a práce kolegů, ale nesnažím se naši agenturu vyzdvihovat. Cílem nebylo ukázat, kdo je nejlepší, ale nabídnout čtenáři ucelený a praktický pohled, který mu pomůže přemýšlet o marketingu systematictěji.“

→ → nebo strategická zadání, ze kterých si následně vezmou know-how a dál s ním pracují interně nebo s levnějším freelancerem. Takový přístup nepomáhá ani jedné straně a spíš narušuje důvěru v celý obor.

Marketingem samozřejmě hýbou trendy. Nejsou až přeceňované?

Teď je to honba za populárními formáty, platformami. Neměli bychom se ale ptát, zda je to teď trend, ale jestli to dává smysl pro náš byznys a zákazníky. Mezi přeceňované nástroje řadím do jisté míry i umělou inteligenci. Na sítích vzniká množství obsahu generovaného pomocí AI, ale není za tím žádná myšlenka.

Tak co tedy dnes skutečně funguje?

Marketing, který stojí na datech, zkušenostech a schopnosti vidět věci v souvislostech, ne na zkratkách a slibech.

Jaká je podle vás role médií a odborného obsahu při budování osobní značky marketéra?

Podle mě dnes média a odborný obsah pomáhají hlavně s tím, aby si lidé udělali představu, jak marketér přemýšlí a jak k práci přistupuje. Nejsou to věci, které by z někoho udělaly experta, ale spíš způsob, jak ukázat zkušenosti a pohled na obor. Skutečná osobní značka se podle mě stejně potvrdí až v praxi. Média a obsah můžou pomoci otevřít dveře, ale neudělají práci za vás.

Jak tedy chápete používání umělé inteligence a sebeprezentace třeba na LinkedIn?

Nemyslím si, že by dnes šlo poznat skutečného experta na první dobrou. Díky AI a sociálním sítím má dnes každý přístup k informacím i k možnosti se prezentovat jako odborník. To samo o sobě ale ještě nic nevyovídá o kvalitě práce. Nejde tedy o to, kolik toho člověk publikuje nebo jak dobře se umí prodat, ale jestli jeho doporučení obstojí v praxi. AI i LinkedIn vnímám hlavně

jako nástroje, které práci zrychlují a zviditelňují, ale nenahrazují zkušenosti ani odpovědnost.

Co myslíte, jak se bude marketing proměňovat v následujících letech?

Myslím, že ubude čistě exekutivních rolí. AI marketéři zvládnou výrazně víc práce najednou – od textů přes vizuály až po video obsah. Díky ChatGPT, generování fotek nebo AI videím už dnes není potřeba řešit každou dílčí roli zvlášť a my se tímto směrem také interně posouváme, protože to po nás chtějí klienti. Zároveň si ale dáváme pozor, aby se z obsahu nevytratila lidskost. Do budoucna doufám, že vývoj AI přinese hlavně zajímavější možnosti v oblasti optimalizace, cílení a vyhodnocování dat. Pokud se tohle podaří dobře uchopit, může se celý obor marketingu posunout o velký kus dál.

Myslíte, že se i tyto bariéry podaří časem prolomit?

Nechci se stavět do role někoho, kdo má odpovědi na všechno nebo chce měnit celý obor. Moje ambice je mnohem praktičtější a obyčejnější. Chci dál dělat marketing v reálném prostředí, s klienty a svým týmem. Chci ukazovat, že marketing se dá dělat poctivě, otevřeně a bez zbytečných slibů. Zároveň chci mluvit nahlas a třeba také psát o věcech, které v praxi fungují, ale i nefungují. Chtěla bych, aby se o marketingu mluvilo otevřeně, bez příkras i podceňování. Je to obor, který má obrovský potenciál, ale i svoje limity. Pokud se mi podaří přispět k tomu, že budou mít klienti realističtější očekávání a marketéři větší odvalu převzít odpovědnost, budu to považovat za smysluplný výsledek. ■

Často je to honba za populárními formáty, platformami. Neměli bychom se ale ptát, zda je to trend, ale jestli to dává smysl pro byznys a zákazníky.

Co by se muselo ještě změnit, aby byl marketing rovnocenným partnerem byznysu?

Marketing by musel převzít skutečnou odpovědnost za čísla a výsledky, za rozhodnutí, úspěchy i chyby. A tato odpovědnost by musela být férově odměněna. Pokud má marketing nést riziko, musí mít i odpovídající podíl na výsledku. V některých zemích už to takhle funguje, v českém prostředí se s tímhle modelem zatím setkávám spíš výjimečně. Tady klienti často chtějí po marketingu plnou odpovědnost za výsledky, ale už méně jsou ochotní jej odměnit v případě, že se daří. Jinými slovy, tresty za horší výsledky jsou vždy akceptovatelné, sdílení úspěchu už tolik ne.

MUSÍME PRO TO, CO DĚLÁME, HOŘET

Spolupracoval se značkami jako DHL či Microsoft, podílel se na projektech v Evropě i na Blízkém východě. Aktuálně Gedeon Drapák vede marketing a produktový rozvoj v technologickém start-upu Neuron. V praxi propojuje AI nástroje s byznysem a buduje nové standardy moderní komunikace.

📍 Renáta Šejnová @ NEWTON University

Když to vezmeme úplně od začátku. Co vás přivedlo ke studiu na NEWTON University?

Chtěl jsem poznat TOP lidi z oboru. Když jsem začínal v patnácti letech pracovat, tedy natáčet a fotit, uvědomil jsem si, že byznys není možná ani tolik o tom, jak moc jsme schopní, ale spíše koho známe a jak se dokážeme prodat. V tomto aspektu mi přišla NEWTON University jako jasná volba: kombinace profesních vztahů a známostí v oboru, který mě zajímal. Marketing.

Mířil jste už tehdy k marketingu na mezinárodní úrovni?

Mám celkem vtipný životní příběh. Sice jsem Čech, narodil jsem se



v Praze, ale od jednoho roku do sedmi let jsem vyrůstal v Americe. Byl jsem tedy zvyklý na mrakodrapy, velké auta, letadlové lodě a velkolepé sny, to si myslím, že ve mě zůstalo i po tom, co jsme se vrátili do Česka. Tady ovšem většina lidí, které jsem poznal v dětství, smýšlela jaksi v malém měřítku. A to mě nebavilo, chtěl jsem dělat velké věci a mít velké sny! Při studiu na NEWTON University jsem dostal nabídku internshipu v jednom londýnském start-upu, a tak jsem přesídlil na pár let do Anglie. Firma mě vysílala po celém světě a já tak našel nové limity.

Co bylo během studia nejtěžší?

Studoval jsem, co mě bavilo. Spoustu věcí jsem také už znal, jsem vlastně velký samouk, takže to byla radostná jízda. Jediné, co mě zlobilo, bylo účetnictví. Nechápal jsem, k čemu je dobré. Dnes už to bohužel vím.

Vzpomínáte si na konkrétní moment nebo člověka, který změnil způsob vašeho přemýšlení o marketingu nebo o kariéře?

V Anglii jsem v jednom coworku náhodně potkal Kristiána Totha. Je Slovák o dva roky starší než já, fungoval tehdy ovšem podobně: miloval systém side hustles, cestoval, nonstop se učil nové technologické trendy a vychytávky. On mě zbavil řady předsudků ohledně sales a marketingu. Vysvětlil mi, že svět je neomezený a jediné omezení, které existuje, máme v hlavě. A že ve skutečnosti neprodáváme čas, ale hodnotu, řešení.

Jak vás škola připravila na realitu?

Měl jsem výhodu, že jsem začal pracovat extrémně brzo, a tak přechod ze školy do podnikatelského světa byl přirozený sešup. Škola mě inspirovala k tomu, abych se celoživotně vzdělával a networkoval. Měla také vždy lidský přístup. To se mi asi nejvíc líbilo, že na NEWTON University každý učitel znal moji tvář i jméno, mohl jsem si kdykoliv přijít pro radu a profesoři se skutečně snažili pomoci. Nebyl jsem prostě číslo, což bylo

pro mě hodně cenné. Co mě trochu překvapilo po škole bylo, že hodně věcí, které jsem se naučil při studiu, jsem nikdy nevyužil. Lidí totiž v reálu zajímá víc, co skutečně umím a jak jsem zodpovědný. Nicméně třeba obory právo a účetnictví se mi hodily mockrát, byť na škole nebyly zrovna sexy. Vlastně díky NEWTON University jsem se nakonec i etabloval v zahraničí. Během studia jsem jel na Erasmus do Londýna, uvědomil jsem si, jak jednoduché je cestovat a pracovat pro lidi, kteří žijí úplně jinde. Od té doby je to jeden velký roller coaster.

Jaká byla první tvrdá lekce, kterou vám práce v marketingu ušetřila?

Cítím se vlastně požehnaný, moc nepříjemných zkušeností jsem zatím neměl, maximálně jsem špatně odhadl projekt a očekávání. Očekávání je zloděj radosti. Když jej správně nastavíte, máte vyhráno. Nicméně jsem vděčný za to, kde dnes jsem a co jsem zvládl, a to i díky lidem kolem mě.

V čem se liší práce pro globální firmy od práce doma?

V Česku firmy často hledají nejlepší poměr cena výkon, žádají přátelskou slevu a nechtějí investovat do cool věcí. Jenže jednou z mých silných stránek jsou právě cool věci. Firmy v zahraničí oceňují nápad, provedení a vašeň, kterou dáte do projektu. Hledají ne nejlevnější, ale nejschopnější a jsou ochotny dobře zaplatit.

Jaké dovednosti jsou podle vás klíčové, chce-li mladý člověk uspět ve světě?

Jazyk, kultura a přesah v oboru. Měl jsem štěstí, že jsem vyrůstal v USA, takže mám hodně dobrou angličtinu. Lidé často nejsou schopni poznat, odkud jsem. Kultura je také zásadní. Když někam letím, bleskově si zjistím, jakých hodnot si tam společnost cení, co je důležité. Když jednám se Singapurci, je to úplně jiné jednání, než s Američany. A přesah? Nikdo nechce pracovat s Čechem, který je našťvaný, že musí brzy vstávat, že musí někde

být, že pivo stojí devět liber... Musíte hořet. A pokud se třeba věnujete marketingu ve fitness, musíte znát nejnovější trendy v této oblasti, musíte se vyznat ve zdravém životním stylu, jídle. Zahraniční firmy si váží toho, že víte víc a máte nápady.

Co vás práce v zahraničí naučila o vás samotném?

Non stop se sám překvapuji. A myslím, že jsem objevil hranice svého strachu. Co mi jde dobře? Poznávání nových lidí, seznamování se.

V posledním roce jste se výrazně posunuli do světa AI a AI videí. Kdy jste si poprvé řekl, že nejde o trend, ale o zásadní změnu hry?

Jako kdyby to bylo včera! V Londýně jsem hodně pracoval s Venture Capital firmami, točil jsem pro ně podcasty a tehdy za mnou přišel jeden mladý podnikatel a ukázal mi ChatGPT3. Říkal, že to právě startuje a že to změní svět. Trvalo mi pár dní, než jsem pochopil, že to není jen nějaký generátor textu, ale pak jsme na to hned s kamarády naskočili. Postavili jsme tehdy největší web v Česku na AI nástroje, založili konzultační firmu AI4B (AI for business) a začali dělat školení pro firmy. Byli jsme extrémně rychlí, předběhli jsme dobu a – brzy jsme to zase zavřeli. Lidé neměli ještě takový zájem, nástroje AI nebyly ještě tak vyvinuté. Nicméně s AI jsem se natolik už zžil, že se mi vlastně podle ní i mění život. Čím déle se tomu věnuji, tím více rozumím, jak revoluční technologie to je. Tady je potřeba ale říct, že je to stále jen nástroj – třeba jako byl parní stroj.

Jak dnes tedy s AI vytváříte propagační videa?

Lidé si často myslí, že v textovém chatu vypíšeme jeden prompt a máme pětiminutové video hotové. Tak to ale úplně nefunguje. I když se s AI dá spoustu věcí zautomatizovat a zlepšit, je to hodně o systémech a procesech. Vlastně musíte přemýšlet napůl jako programátor a na půl jako kreativec.



— Gedeon Drapák

AI marketér a tvůrce digitálního obsahu, který působí v Londýně i v Praze. Na NEWTON University vystudoval obor Digitální marketing. Dnes se specializuje na využití generativní umělé inteligence v marketingu, na tvorbu AI videí, motion design a inovativní strategie.

Lidé si také neuvědomují, kolik času stojí sledování vývoje, nových trendů a nástrojů. Rychlost v době AI je dvakrát rychlejší. Je nutné neustále se posouvat dál.

dělníkem a tvůrcem PPC kampaní. A za dva až tři roky? Prosadí se určitě tak zvaný Vibemarketing. Budeme psát kódy přes AI a ta bude plánovat nástroje. Obecně se vše bude zrychlovat, cena software půjde na nulu. Nápady a kreativita budou omezeny jen námi, naší představivostí. Celý svět bude dynamický a rychlý.

Co byste poradil studentům, kteří mají z AI spíše obavy než radost?

Proč pochodovat 10 km pěšky, když se můžete svézt autem? Vnímám AI jako nástroj. Ne, ona nás nenahradí. Ale člověk využívající AI nás určitě nahradí. Za takových pět let bude marketing ještě víc dynamický, ještě více crazy. Marketéři budou řídit loď a udávat směr, AI pak bude pracant, dělník.

Na začátku roku 2026 chystáte premiéru AI filmu s názvem Mindfall Protocol. Jak tento projekt vznikl?

Loni v létě jsme se rozhodli, že zkusíme prolomit limity AI videa a udělat

Většina AI videí má jednu až dvě minuty – mám na mysli vánoční reklamy či spoty pro Coca-Colu, videoprezentace. Ty dvě minuty představují tak dva pracovní dny pro jednoho člověka. Mindfall Protocol má 33 minut a vytvářeli jsme jej kolem dva a půl měsíce. Je to tzv. SOTA (State of the Art) projekt. Nikdo nic takového ve Střední Evropě zatím neudělal.

Když se teď ohlédnete, co vám v kariéře nejvíc pomohlo? Talent, disciplína, lidé?

YouTube! Bez legrace. Většinu jsem se naučil na YouTube. A pak byli pro mě důležití správní lidé. Také zvědavost. A to, že jsem říkal ANO na všechno, a to i na to, o čem jsem neměl ani páru. To mě hodně posunulo dopředu, donutilo mě to naučit se spoustu věcí a hodně rychle. Pak byla také určující vytrvalost. Když člověk chce něco dokázat, musí se prostě soustředit a vytrvat, nevzdávat se, non stop na sobě makat.

Tak za pět let budou marketéři řídit loď a udávat směr. Umělá inteligence bude pracant, dělník.

Spolupracujete se značkami jako Allwyn nebo Microsoft. Co je při AI projektech pro vás největší výzvou?
Čas. Přijdou, řeknou, že mají naléhavý projekt nebo meeting a potřebují, abychom danou problematiku zpracovali bleskově. Tady je důležité správně pochopit klienta a jeho potřeby, popřípadě přesně vědět, komu svůj projekt bude prezentovat, kdo je cílový zákazník – a všechno tomu přizpůsobit. Je pravda, že často dělám vše tak, aby se naše práce zalíbila manažerům, kteří projekt schvalují, než těm, kterým je určen. Je to někdy dilema.

S nástupem AI se tedy zásadně mění role marketéra. Kdo je to vlastně dnes?

Marketér se stává dnes více myslitelem a malířem kampaní, než že by byl

film. Zní to šíleně, ale dneska můžete s minibudgetem vytvořit 35 minutový dobrý příběh. To nás baví, chtěli jsme to testnout. A další důvod? Parta mladých Čechů jde udělat něco, co filmový průmysl nechce přijmout. No není to super marketing?

Co to vlastně znamená AI film?

Lidé si často myslí, že AI video nemá žádné emoce, není realistické, že to prostě do filmu nepatří. Jenže při prvním promítání jsme viděli, jak se diváci smějí, jak se děsí... Prostě vstoupili do příběhu a užili si to jako jakýkoliv běžný film. Ano, není to zatím dokonalé, AI video čeká ještě dlouhá cesta, ale bude se stále zlepšovat.

To byl asi i pro vás osobně naprosto nový projekt, nové zkušenosti, ne?

Žádné pochybnosti a pocity selhání vás tedy netrápí?

Je spousta věcí, na které nemám talent, nejdou mi. Když vím, že to je ten důvod selhání, je to v pořádku. Vlastně mám i selhání rád, protože mám možnost zjistit, proč zrovna tohle mi nejde. Na druhé straně je to samozřejmě nepříjemné, člověk se pere s vlastní pýchou. Ale i tímhle musíme občas projít. Svět je odemčený pro ty, kteří se nebojí a jdou štěstí naproti. V současné době se mění zásadně technologie, bude se tedy měnit i naše okolí a my se také musíme neustále proměňovat. Vždycky ale bude platit, že musíme umět vypíchnout, v čem jsme dobří. A musíme pro to, co děláme, hořet. ■

NEWTON PROJEKT

Snažíme se urychlit cestu našich studentů k podnikání a úspěchu.



Akcelerace znamená zrychlení. V NEWTON Business Acceleratoru se snažíme urychlit cestu k podnikání a k úspěchu. Je otevřený studentům, členům NEWTON Family i veřejnosti. Stačí přijít s nápadem nebo s odhodláním začít podnikat. Kontakty, know-how i první investici najdete u nás.

📍 Renáta Šejnová
 📍 NEWTON University



NEBUĎTE KAPŘI, BUĎTE ŠTIKY!

Jak jde urychlit cestu k podnikání? Po dobu sedmi měsíců se v NEWTON Business Acceleratoru (NBA) věnujeme byznysu a přitom posouváme hranice. Jak hranice uvnitř nás, tak milníky na cestě za zelenými čísly v účetnictví. Účastníky programu neučíme, ale potkáváme se s nimi, bavíme se spolu a navzájem sdílíme vítězství i přešlapy. To proto, aby mladí lidé nemuseli dělat

ty samé chyby. Protože, co si budeme nahávat, podnikání bez škokbrnutí není podnikání.

Osmnáct mentorů – odborníků stojí po celou dobu po boku mladých lidí, rádi se s nimi dělí o zkušenosti. „Podpora a pozitivní povzbuzení, které jsme dostávaly jak od členů základního týmu, tak od všech mentorů, byly neuvěřitelné. Velmi si vážíme jejich



Zakladatelkou a hybatelkou programu je Margareta Křížová (stojící vlevo).



Obrovskou přidanou hodnotou NEWTON Business Acceleratoru je také vytváření komunity podobně smýšlejících lidí. V tom je velká síla. A samozřejmě také v široké síti kontaktů, která je s tím spojena.

V programu se rodí pestrá škála podnikatelských nápadů, a to v umělecké i gastronomické sféře, v oblasti pánské kosmetiky, anebo technologických inovací v rámci mobilních aplikací. Víťame projekty z jakéhokoliv odvětví, protože o tom to je: být nápaditý a dělat to, co na konci dne vykouzlí úsměv na tváři, přestože jsme ještě nevydělali ani kačku.

Veškerá práce je ale na účastnících, za ručičku je nevodíme. S Margaretou Křížovou, která NEWTON Business Accelerator založila, a Karlem Novotným, leaderem tohoto programu v Brně, dělíme účastníky na dva základní typy: šťiky a kapry. Kapři si hezky proplavou

O to právě jde: být nápaditý a dělat to, co na konci dne vykouzlí úsměv na tváři, přestože to nevydělalo ještě ani kačku.

otevřenosti a ochoty hledat s námi nové cesty," říkají Vanda Kofroňová a Helena Bartošová. Před časem spolu založily projekt Filharmonistě a jsou přesvědčeny, že náš program je správně nastartoval. „Díky němu jsme dokázaly vidět náš projekt jinýma očima a během uplynulých měsíců jsme udělaly obrovský krok vpřed.“

V celém NEWTON University věříme, že nejvíce naši studenti získají v praxi, díky vlastním prožitkům a zkušenostem. Proto pořádáme také Pop Up Market, při němž si mohou postavit stánek a v něm prezentovat a prodávat své výrobky, nebo nabízet služby. Díky takovým akcím přicházejí mladí lidé – budoucí podnikatelé – často úplně poprvé do kontaktu se zákazníky, učí se propagaci, prodeji a ještě hned na místě dostávají zpětnou vazbu.

celým programem bez zakolísání, chodí na workshopy, absoují online meet-upy... Prostě dělají, co je potřeba, ale tak nějak tomu něco stále schází. Šťiky si jdou od počátku za tím, čeho chtějí dosáhnout. Jsou proaktivní, nebojí se ptát a díky tomu si i odnášejí diametrálně jinou zkušenost z NBA.

Jak říká Margareta Křížová: „Jaký si to uděláš, takový to máš.“ A to platí v podnikání i v životě. ♥

Chceš se
přihlásit do
Newton Business
Acceleratoru?



3 OTÁZKY

pro **Vandu Kofroňovou**
a **Helenu Bartošovou**

Co je to Filharmonistě?

Organizujeme koncerty (nejen) vážné hudby pro dospělé a jejich úplně nejmenší děti. Vytváříme prostředí, kde si hudbu užívají společně. Sedíme na zemi na dekách, děti se mohou pohybovat, potichu si hrát nebo svačit a rodiče se nemusí stresovat. U nás neplatí, že na koncert se s dětmi nechodí.

Proč jste se rozhodly pustit do tohoto podnikání?

Byly jsme obě na rodičovské dovolené a měly potřebu něco dělat. A chyběla nám hudba. Postupně jsme zjistily, že podobnou potřebu má spousta rodin – a že se z toho dá vybudovat smysluplný projekt.

Proč jste se přihlásily do NEWTON Business Acceleratoru?

Chtěly jsme Filharmonistě posunout, mít pevnější byznysový základ a zlepšit hlavně marketing, projektové řízení a finanční plánování. Původně jsme si myslely, že taky chceme expandovat, ale na to ještě nejsme připravené. Byla pro nás důležitá podpora a vstřícnost lektorů a mentorů (díky!), kteří nám pomáhali. A na „Nebudte kapři, buďte šťiky“, heslo Margarety Křížové, si často teď vzpomínáme. Ještě jednou moc díky!



INSPIRATIVNÍ SOUNÁLEŽITOST

S NEWTON University je Ludmila Hruban spjata od roku 2013. Zaměřuje se na rozvoj vzdělávání v mezinárodním byznysu, stojí za zrodem marketingové specializace pro bakalářské, magisterské i profesní programy v českém jazyce. Ve své praxi se věnuje trendům spotřebitelského chování, kreativní reklamě a udržitelnosti nejen ve fashion průmyslu.

📍 Renáta Šejnová
📧 NEWTON University Group

V NEWTON University zastáváte pozici ředitelky mezinárodních programů a jazykového centra. Co vás na této práci nejvíc baví?

Různorodost, pestrost, to že se stále učím nové věci a překonávám překážky. A baví mě také lidé, se kterými spolupracuji, ať už z řad odborníků – lektorů nebo akademiků, z firem nebo z našeho interního prostředí. A pak jsem ráda v každodenním kontaktu se studentkami a studenty či absolventkami a absolventy.

Jak poznáme, že internacionalizace školy neexistuje jen na jejím webu?

Skutečnou internacionalizaci školy poznáte podle toho, že mezinárodní



prvek prostupuje celou její strukturou a každodenním životem, nikoliv jen občasnými výměnnými pobyty. Pro rok 2026 to tedy znamená plnou integraci zahraničních studentů a akademiků do školní komunity, běžnou administrativu ve více jazycích a existenci společných studijních programů typu Joint Degree. Na tom všem ještě dnes pracujeme... Klíčovým důkazem je pak internacionalizace doma, kdy naši studenti, kteří nevycestují, běžně spolupracují na mezinárodních projektech a navštěvují předměty, které v cizích jazycích vedou experti z celého světa. Funkční systém se projevuje i v tom, že škola je aktivním členem evropských univerzitních aliancí a strategicky investuje do mezinárodního výzkumu a mobility svých zaměstnanců, což z ní činí přirozeně multikulturní prostředí. V tomto ohledu jsme už nyní daleko.

Je něco, co si přenášíte z praktického marketingu do akademického prostředí a naopak?

To je skvělá otázka. Je vlastně jedno, co děláte. Nicméně to musíte dělat konzistentně, kvalitně, musíte umět o tom mluvit, šířit osvětu a vyvolat vášně u druhých. Tak to funguje u všeho. Zároveň musíte držet vysokou laťku v kvalitě, držet slovo a být sám sebou.

Udržitelnost patří mezi vaše odborná témata. Jak se dá smysluplně učit na byznysové škole?

Vlastně moc hezky, protože ta pravá udržitelnost prostupuje opravdu celým chodem firmy a naši studenti na to slyší. Doba, kdy firmy jen třídily odpad, je dávno pryč. V současné době reportují ESG kritéria (Environmental Social Governance) především proto, že se v roce 2026 stala nezbytnou podmínkou pro jejich ekonomické přežití a konkurenceschopnost. Vedle zákonné povinnosti vyplývající ze směrnice CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) je k tomu nutí zejména banky, které podmiňují výhodnější financování dobrými udržitelnými výsledky, a také velcí obchodní partneři, kteří ESG data vyžadují

od celého svého dodavatelského řetězce. Důsledné sledování těchto kritérií navíc firmám pomáhá snižovat provozní náklady skrze energetické úspory, lépe řídit klimatická i reputační rizika.

Jak souvisí udržitelnost s budoucí kariérou vašich studentů?

Udržitelnost se pro studenty v roce 2026 stala jedním z hlavních rozhodovacích faktorů, neboť ji vnímají jako základní měřítko stability a smysluplnosti své budoucí kariéry. Podle aktuálních trendů si generace Z a Alfa vybírají studijní obory a zaměstnavatele nikoliv jen podle prestiže či platu, ale především podle jejich reálného dopadu na svět, což potvrzuje i rostoucí poptávka po tzv. zelených dovednostech (green skills) napříč všemi sektory. Studenti si uvědomují, že firmy s vysokým ESG skóre jsou odolnější vůči krizím a nabízejí dlouhodobou perspektivu, zatímco práce v neudržitelných odvětvích představuje kariérní riziko. Udržitelnost tedy již není volitelným bonusem, ale je klíčovým kritériem, podle kterého si budoucí experti vybírají instituce a firmy. Ty jsou v souladu s jejich hodnotami a umožňují jim podílet se na řešení klimatických a sociálních výzev.


Pracujete se studenty z různých zemí a kultur. Čemu se sama učíte?

Za každou kulturní odlišnost se skrývá příležitost k rozšíření vlastních

obzorů. To si ověřuji takřka neustále. A také už chápu, že efektivní komunikace vyžaduje mnohem více než jen znalost cizího jazyka. Vyžaduje empatii, trpělivost a schopnost naslouchat bez předsudků. Každodenní interakce se studenty z různých koutů světa mi ukázala, že existuje mnoho správných způsobů, jak přistupovat k řešení problémů nebo k týmové spolupráci. To mě neustále nutí kriticky přemýšlet o zažitých vzorcích chování, učí mě kulturní pokoře a potvrzuje, že diverzita není překážkou, ale klíčovým zdrojem kreativity a inovací, které jsou v dnešním propojeném světě nezbytné.

Dá si říct, že co kultura, to rozdílný přístup, anebo u svých studentů rozeznáváte mnoho stejného, podobného? Co konkrétně je spojuje a co odlišuje?

Studenty spojuje především digitální nátura, silná orientace na udržitelnost a pragmatická snaha o uplatnění na globálním trhu práce, což stírá hranice mezi kontinenty. Rozdíly však přetrvávají v přístupu k hierarchii a autoritám. Lidé z Asie bývají zdrženlivější, zatímco západní studenti preferují přímou kritickou diskusi. Odlišnosti se projevují také ve stylu komunikace, od věcné přímosti po vysokou míru zdvořilostního kontextu.



Generace Z a Alfa si vybírají studijní obory a zaměstnavatele nikoliv jen podle prestiže či výše platů, ale především podle jejich reálného dopadu na svět.



— Ing. Ludmila Hruban,
Ph.D., MSc.

Na NEWTON University působí na pozici Academic Director for International Programmes & Language Centre. Vedle svého doktorského studia absolvovala řadu akademických a profesních stáží v evropských metropolích. Ráda rozvíjí profesní potenciál mladých talentů v marketingu i byznysu. Věnuje se mentoringu, jak odbornému, tak pro děti z dětských domovů. Inspiraci hledá v hudbě, francouzské a portugalské kultuře, evropském filmu, umění, architektuře, designu a středomořské kuchyni.

Mezinárodní programy na NEWTONU často vnímají lidé jako jasnou volbu pro zahraniční studenty. Proč by o nich měli vážně uvažovat i čeští studenti?

Studium v mezinárodních programech na NEWTONu je především o získání globálního mindsetu, který i pro české studenty znamená klíč k nejlépe placeným pozicím v nadnárodních týmech. Namísto teoretického biflování slovíček se zde studenti učí v angličtině přímo vyjednávat, prezentovat projekty a spolupracovat s kolegy z celého světa, což jim dává obrovský náskok před absolventy standardních českých programů. Tento typ studia funguje jako efektivní zkratka k mezinárodní kariéře v moderním byznysu.

Jak důležité je, aby škola řešila nejen výkon, ale i well-being studentů?

Péče o well-being našich studentů je stejně zásadní jako samotný akademický a profesní výkon, protože dlouhodobý úspěch a schopnost učit se jsou přímo podmíněny duševním zdravím a pocitem bezpečí. Moderní vzdělávací instituce chápou, že extrémní tlak na výsledky bez odpovídající podpory vede k vyhoření a vysoké fluktuaci. Studentům otevřeně říkám, že jsme tady pro ně a budeme aktivně řešit to, co jim není příjemné. Tedy – pokud o tom budeme vědět. Neznamená to, že bychom slevovali z nároků na vzdělávání, ale hledáme cestu, která vyhovuje.

Je pro vás důležité mít v týmu lidi, kteří mají osobní zkušenost se studiem na NEWTON University?

Naše absolventky a absolventy vítáme rádi, a to v různých rolích. Je to pro mě zásadní potvrzení NEWTON Family. Znáte to, rodina je tady pro vás v dobrém i zlém. A i kdybyste se celá léta neviděli, pomůžete si. Myslím, že naši absolventi mají často také potřebu něco své alma mater vrátit. A bezesporu platí, že takoví vyučující, kteří jsou v praxi za expertky a experty, mají co nabídnout i generaci současných studentek a studentů.

Váš manžel je umělec. Jak jeho svět ovlivňuje váš byznysový svět a naopak?

Můj muž by s tímto poetickým označením nejspíš hlasitě nesouhlasil. On se totiž umění věnuje jen ve svém volném čase, zatímco jeho skutečná profese je práce s lidmi a projektováním dopravních staveb.

Na NEWTONU funguje i NEWTON Band, jehož členem však je i právě váš manžel.

To, že v NEWTON Bandu hrají kolegové z managementu společně s mým manželem, dává naší univerzitě neocenitelný lidský rozměr a ukazuje, že NEWTON není jen institucí, ale otevřeným ekosystémem, kde se přirozeně propojují pracovní role, rodina a osobní radost. NEWTON Band

a podobné aktivity, jež škola podporuje, mají z mého pohledu hluboký smysl pro budování autentické komunity. Pro naše studenty, zejména ty zahraniční, je pak existence kapely jasným vzkladem, že úspěšná byznysová kariéra se nemusí vylučovat s osobní vášní a že na NEWTONu si ceníme lidskosti, kreativity a odvahy žít naplno.

Kdybyste měla vyjádřit atmosféru v NEWTON University jedním slovem, souslovím?

Inspirativní sounáležitost. Chceme, aby zahraniční studenti odcházeli odtud s vědomím, že se stali součástí dynamické a ambiciózní komunity, která jim nejen poskytla špičkové byznysové zázemí, ale v níž se díky osobnímu přístupu a podpoře well-beingu cítili skutečně doma. Je to povzbuzující pocit, kdy víte, že máte v zádech silnou síť přátel a mentorů z celého světa, která vás motivuje k tomu, abyste své sny a projekty začali realizovat hned, nikoliv až po škole. Mezinárodní ambice školy se tady spojují s rodinnou atmosférou, což je kombinace, která v mladých lidech zanechává celoživotní pocit jistoty a profesního nadšení.

A co byste si přála, aby si vaši studenti z NEWTONU odnesli?

Přála bych si, aby si odnášeli především odvalu být autentickými lidmi, kteří chápou, že skutečný úspěch v byznysu stojí na empatii a lidské integritě. Chtěla bych, aby v sobě objevili schopnost naslouchat odlišným kulturám, vnímali diverzitu jako dar a odcházeli s vnitřním přesvědčením, že jejich podnikání může být ziskové a zároveň etické a ohleduplné k okolí. ■

Majitelka agentury Magnus Academia vyučuje na NEWTON University český jazyk. Zároveň provází vietnamské studenty adaptačním procesem. My Ngoc Truongová působí jako most mezi českou a vietnamskou kulturou a vlastně i mezi generacemi.

📍 Renáta Šejnová 📍 NEWTON University

VIETNAMSKÝ STUDENT? LẠC QUAN

Na NEWTON University jste nejprve studovala, dnes tady vyučujete. Váš pohled na školu se tedy v průběhu let proměňoval, ne?

Když jsem studovala, škola ještě nenabízela tolik projektů a příležitostí jako dnes, přesto jsem do ní chodila ráda, a to i při velmi nabitém pracovním programu. Po zhruba třech letech, když jsem se vrátila jako vyučující, bylo vidět, jak škola vyrostla. Změna byla znát v atmosféře i každodenním provozu. Osobně to pro mě bylo silné, vrátit se a dívat se na vše z jiné perspektivy. Sedět na stejném místě, ve stejné učebně, kde jsem kdysi skládala státnice, a uvědomovat si, že teď jedním o spolupráci s vedením univerzity. Ten kontrast ukazuje, jak přirozeně se mohou role vyvíjet, když člověk roste spolu se školou.

Jak se to vlastně přihodilo, že jste se školou začala spolupracovat?

Když jsem zvažovala, jak dál rozšířit Magnus Academia, přišlo mi přirozené obrátit se nejprve na svou alma mater. Nejen z profesního hlediska, ale i lidsky. Školu znám zevnitř, rozumím jejím hodnotám a dlouhodobě vnímám její směřování. Zásadní roli v tom pak sehrála otevřenost ze strany vedení. Kdyby mě tehdy paní profesorka Ludmila Hruban nepřijala, nenašla si čas vyslechnout mé nápady a celkovou strategii, pravděpodobně by ke spolupráci vůbec nedošlo. Právě ten prostor pro dialog a důvěru považuji za klíčový. Z původního





Klademe důraz na srozumitelnost a bezpečné prostředí, kde se studenti nebojí ani ptát, ani dělat chyby.

záměru se tak postupně vyvinula profesní spolupráce, která dává smysl oběma stranám. Pro mě osobně to bylo potvrzení, že vztah mezi absolventem a univerzitou může přirozeně přerůst v partnerství, pokud je postavené na respektu, kvalitě a společné vizi.

Co vám studium na NEWTONU dalo nad rámec odborných znalostí?

Těžko se to popisuje jednou větou, ale důležitý byl cit pro management, schopnost vnímat souvislosti, pracovat s lidmi a rozhodovat se s respektem k různým perspektivám. Velkou přidanou hodnotou pro mě byly také prezentační a komunikační dovednosti. Jako introvert jsem oceňila bezpečný a podporující prostor,

kde jsem si mohla tyto dovednosti postupně zkoušet, rozvíjet a pilovat vlastním tempem. Tato kombinace odbornosti, praxe a osobního rozvoje pro mě byla zásadní a ovlivňuje mě dodnes v tom, jak přistupuji k vedení lidí i k práci obecně.

Jaké bylo studovat na české vysoké škole, když vaším mateřským jazykem je vietnamština? Co vás to naučilo o sobě?

V mém případě nebylo studium na české vysoké škole obtížné, protože jsem se v České republice narodila a prostředí mi bylo blízké. Právě díky tomu si ale dnes velmi silně uvědomuji, jak náročná tato zkušenost může být pro studenty, kteří do Česka přicházejí

až později a musejí se vyrovnávat nejen s jazykovou bariérou, ale i s odlišným akademickým a kulturním kontextem. Tato zkušenost mě naučila především vděčnosti a větší citlivosti vůči druhým.

Jak vám tohle všechno dnes pomáhá při výuce češtiny?

Snažím se stále dívat na studium očima zahraničních studentů a lépe chápat, čemu všemu musí čelit. Ve výuce češtiny proto s našim lektorským týmem klademe důraz na srozumitelnost, strukturu a bezpečné prostředí, kde se studenti nebojí ptát ani dělat chyby. Zároveň cítíme odpovědnost vytvářet férové a podporující podmínky pro ty, pro které je jazyk i celé akademické prostředí nové.

Co podle vás zahraniční studenti potřebují nejvíc slyšet na začátku studia v Česku?

Je třeba jim říct, že pokud chtějí v České republice žít, studovat nebo pracovat, znalost českého jazyka a snaha porozumět české kultuře jsou klíčové. Nejde ale o tlak, spíše o otevřenou pozvánku k pochopení prostředí, ve

kterém se pohybují. Zároveň považují za zásadní studenty na začátku motivovat a inspirovat – ujistit je, že chyby jsou přirozenou součástí učení a že každý malý pokrok má smysl. Když mají pocit jistoty, podpory a bezpečí, dokážou se učit rychleji a s větší sebedůvěrou.

Vietnamská komunita klade na vzdělání velký důraz. Jak se to podle vás projevuje u studentů na NEWTONU?

Vietnamští studenti jsou pracovití a berou studium vážně. Mnozí ale přicházejí ze systému, který je více založený na drilu a memorování. Právě proto chápou NEWTON University jako velkou přidanou hodnotu – studenti jsou zde vedeni ke kritickému myšlení, argumentaci a vyjadřování svého názoru, což pro ně znamená vystoupení z komfortní zóny a důležitý posun.

Jakou roli hraje v jejich studijní cestě rodina? A jak s ní škola může spolupracovat?

U některých studentů představuje rodina zdravou motivaci, u jiných je situace složitější. Mladí Vietnamci nezdědili cítí odpovědnost za své rodiny, chtějí je finančně či jinak podporovat už během studia. Právě proto je podle mě důležité, aby školy tyto rozdílné životní scénáře měly na zřeteli. Když instituce chápe širší kontext, dokáže lépe reagovat – ať už větší flexibilitou, otevřenou komunikací nebo podporujícím přístupem. To může mít zásadní vliv na to, zda student dokáže studium úspěšně dokončit.

Co vás na vietnamských studentech nejvíc inspiruje?

Pracovitost a vnitřní optimismus. Je to takový přirozený rys – veselá povaha, schopnost zůstat pozitivní i v náročných situacích. Právě tato kombinace vytrvalosti a lehkosti, kterou ve vietnamské kultuře vystihuje výraz „lac quan“, jim často pomáhá překonávat překážky.

V Magnus Academia se také zaměřujete na mladé Vietnamce. Jak se filozofie vaší firmy potkává s přístupem NEWTON University?

Filozofie Magnus Academia i NEWTON University stojí na lidském přístupu a propojení teorie s praxí. Studenti nejsou jen pasivními příjemci informací, ale partnery, kteří jsou vedeni k samostatnosti a odpovědnosti.

V čem vidíte největší přínos propojení jazykové výuky s vysokoškolským studiem?

NEWTON University tím studentům dává jasný signál, že je v osvojování jazyka podporuje, protože bez něj se jen velmi těžko zapojí do akademického i běžného života. Čeština pro ně není abstraktní dovednost do budoucna, ale nástroj, který mohou využívat okamžitě – ve škole, v práci i v každodenních situacích. Právě to jim výrazně usnadňuje život v Česku, posiluje jejich samostatnost a zvyšuje šanci, že se zde budou cítit jistě a dlouhodobě dobře.

Jak důležité je podle vás, aby student měl možnost učit se česky i tehdy, když studuje v angličtině?

Možnost učit se česky i při studiu v angličtině považují za zásadní. Škola tím studentům dává nástroj, který výrazně zvyšuje jejich šance na integraci, pracovní uplatnění i všeobecnou spokojenost v Česku. Zároveň tím posiluje svou roli jako instituce, která myslí na studenta komplexně.

A co podle vás rozhoduje o tom, zda se zahraniční student v Česku nakonec i usadí?

Řekla bych, že rozhoduje kombinace několika faktorů: pobytová legislativa, možnost uplatnění se v oboru i to, zda si zde dokáže vybudovat zázemí. Často se ale ukazuje, že tichým, a přesto zásadním faktorem je znalost jazyka. Právě čeština studentům umožňuje lépe se orientovat v systému, navazovat vztahy a cítit se jistěji. Když se dokážou domluvit a porozumět prostředí, výrazně to zvyšuje šanci, že v Česku nezůstanou jen dočasně, ale začnou ho vnímat jako svůj domov.

Jak si představujete svou spolupráci s NEWTON University třeba za pět let?

Bylo by ideální, kdyby Magnus Academia stále působila jako přirozený most mezi jazykovou výukou a akademickým a profesním životem zahraničních studentů. Cílem je, aby studenti díky této podpoře dokázali v Česku fungovat sebevědomě, samostatně a dlouhodobě. Zároveň bych si přála, aby spolupráce mezi jazykovou školou a univerzitou byla standardem, který podporuje kvalitu vzdělávání a reálnou integraci studentů do společnosti.

A kdybyste smysl svého snažení měla shrnout do jednoho souvětí, jež by si studenti měli zapamatovat?

Věřím, že skutečné vzdělávání nezačíná u znalostí, ale u porozumění – sobě, druhým i světu kolem nás. Když studentům dáme jazyk, prostor a důvěru, dokážou si v nové zemi vybudovat nejen kariéru, ale i domov. ■



— My Ngoc Truongová

Je zakladatelkou a ředitelkou vzdělávací organizace Magnus Academia, která se zaměřuje na výuku češtiny a podporu integrace vietnamské komunity v České republice. Společně s týmem českých i vietnamských lektorů vede kurzy češtiny pro děti, dospělé, univerzitní studenty i uchazeče o jazykové zkoušky. Je také hrdou absolventkou bakalářského i magisterského programu NEWTON University.

Letní podnikatelský kemp pracuje s mladými lidmi z dětských domovů a ze složitějších rodinných podmínek. V čele projektu stojí Olga Girstlová, která tak navazuje na úsilí profesora Milana Zeleného. Je nám ctí, že NEWTON University může být u toho a pomáhat.

📍 Renáta Šejnová 📁 archiv LPK

VZDĚLÁNÍ MĚNÍ TRAJEKTORII ŽIVOTA

Ne všichni máme stejnou startovací pozici. To si uvědomujeme. A proto také posláním letních kempů je, aby sociální nebo ekonomické zázemí v rodině neomezovalo potenciál mladých lidí. Nikdo je ale u nás nevodí za ruku, nikdo je do ničeho netlačí. Ať už se rozhodnou vydat se cestou podnikatele, zaměstnance nebo profesionála v určitém oboru, Letní podnikatelský kemp (LPK) jim nabízí pomocnou ruku. Ve spolupráci s NEWTON University boří zdi a ukazuje, že podnikavost není jen o zakládání firem, ale o odvaze převzít odpovědnost za vlastní osud. Poznejte komunitu, kde se z pasivních příjemců pomoci stávají lídři vlastních životů.

Startovní čára

V České republice žijí stále v ústavech tisíce dětí, každý rok jejich brány opouští zhruba desetina z nich. Mladí lidé, kteří se v osmnácti či devatenácti letech ocitají bez přirozené záchranné sítě rodiny. Podle dostupných dat z Ministerstva práce a sociálních věcí ČR a neziskových organizací (např. Mimo domov) má až 70 % mladých lidí po odchodu z dětského domova potíže se zákonem, financemi nebo sociální izolací.

„Díky vyspělosti naší společnosti dnes děti z dětských domovů netrpí primárně hmotným nedostatkem,“ → →





— Ladislav Rostaš

Jak jste se na kemp dostal?

Díky Yourchance o.p.s., kde jsem působil. A hned na úvod mě nakoplo vidět ostatní Žluťásky, jak jsou zapálení pro své nápady. Došlo mi, že když to zvládnou oni, můžu to zvládnout i já. Kemp mi dal odvahu tu myšlenku vůbec vyslovit nahlas.

Co bylo pro vás osobně nejtěžší?

Závěrečný „pitch“ před porotou. Mít jen pár minut na to, abych představil a prodal nápad, byl adrenalin i stres. Zpětně to ale byla jedna z nejlepších lekcí. Musel jsem se také naučit nebrat si kritiku mentorů, ale vnímat ji jako příležitost. Kemp mi ukázal, že mám větší potenciál, než jsem si do té doby myslel. Zároveň jsem pochopil, že je potřeba ho podpořit systematickou prací. Začal jsem si nastavovat ambicióznější cíle a vyhledávat příležitosti místo toho, abych čekal, až přijdou samy.

Čemu se věnujete dnes?

Fotografii, a to na plný úvazek. Můj projekt je o zachycování emocí a okamžiků tak, aby je lidé mohli znovu prožívat. Aktuálně připravuji svou druhou charitativní výstavu v Praze.

— Nikola Grošaftová

Co pro vás na kempu bylo nejdůležitější?

Nejdříve jsem se účastnila regionálních kempů v Ostravě, pak jsem byla vybrána na celorepublikový a tam jsem se seznámila s mentorkou Ludmilou Hruban. Ta je pro mě velmi důležitá, jsme stále v kontaktu. Kemp ve mně zažehl plamínek touhy umět prodat své schopnosti a stát si za svými nápady.

Jak vypadá váš život po kempu?

Studuji poslední ročník bakalářského oboru sociální práce na UPOL v Olomouci a hlásím se na adiktologii na 1. LF UK, protože v práci s lidmi trpícími závislostí vidím smysl. V rámci bakalářské práce právě teď vytvářím metodické karty pro usnadnění práce s dětmi s poruchou attachmentu.

Co byste vzkázala těm, kteří o kempu uvažují?

Aby se do toho vrhli po hlavě. I kdyby se z vás nestali přímo podnikatelé, získáte mnoho dovedností. Já jsem díky kempu pochopila, že v mém životním příběhu je síla a může být inspirací pro jiné děti. Dokázala jsem těžké události přeměnit na něco pozitivního.

OTÁZKA PRO EXPERTY

Proč by se lidé z byznysu měli zapojit do projektů jako je Letní podnikatelský klub?

Není to jen dobročinnost. Firmy přinášejí realitu trhu, nároky na výkon a autentickou zpětnou vazbu. Zároveň získávají možnost poznat generaci mladých lidí ještě před vstupem na trh práce.

— **Olga Girstlová**

Je to investice do kvality prostředí, ve kterém budeme za několik let fungovat. Podnikavost se nedá předat prezentací, vzniká v konfrontaci s praxí. Firmy pomáhají vytvářet kompetentní partnery místo pasivních příjemců.

— **Jiří Koleňák**

Role lídra je o službě druhým a o vytváření prostoru, který je bezpečný i náročný zároveň. Lidé dokážou mnohem víc, než si na začátku připouštějí.

— **Veronika Koleňáková**

Sdílet svoje chyby, vyprávět, jak jsme sami po krůčcích překonávali překážky, je pro Žluťáky obrovská inspirace. My mentoři jim ukazujeme, že cesta k úspěchu není lineární.

— **Ludmila Hruban**



→→ vysvětluje Jiří Koleňák, CEO NEWTON University. „Často jim ale chybí něco méně viditelného – formativní zážitky, které budují skutečné kompetence. Zkušenost, kdy za něco nesou odpovědnost.“ Bez těchto zážitků se mladí lidé stávají pasivními příjemci pomoci, což je stav, který Letní podnikatelský kemp cíleně nabourává.

Metamorfóza jako most

„Dát mladým lidem poznat něco, co běžně nezažijí. Zkušenost, že mohou přemýšlet o své budoucnosti aktivně, že jejich názor má váhu a že dokážou obstát před ostatními.“ Tak Olga Girstlová vysvětluje, pro tento kemp založila. Funguje na principu vzdělávacího programu Metamorfóza, který stojí na myšlenkách profesora Milana Zeleného a batovských principech 4S – spolupráci, spoluzodpovědnosti, spoluúčasti a spolupodnikání.

„Princip 4S není historickým odkazem. Je to moderní přístup k leadershipu i vzdělávání. Učí, že odpovědnost se sdílí, že učení vzniká aktivní účastí a že podnikavost je schopnost převzít odpovědnost za celek, jehož jsme součástí,“ dodává Olga Girstlová. Během uplynulých deseti let prošlo letním kempem na 230 mladých lidí. Nejsou to jen čísla, jsou to osudy těch, kteří dostali šanci plánovat.

Boření mýtů

Partnerství s NEWTON University trvá již šest let a pro účastníky kempu má zásadní psychologický význam. Mnohé děti z domovů vnímají vysokou školu jako něco pro ty druhé. Tady však se jim doslova otevírají nedostupné dveře. „Zapojení pedagogů a studentů jako mentořů umožňuje těmto mladým lidem vstoupit do světa, který pro ně často působí vzdáleně nebo nedosažitelně,“ říká Olga Girstlová.

A Jiří Koleňák, CEO NEWTON University Group, doplňuje, že „moderní škola má odpovědnost formovat člověka v celé jeho šíři. Vyrovňávání příležitostí neznamená vyrovnávat výsledky. Znamená umožnit přístup k prostředí,



kde se budují skutečné kompetence. K prostředí, kde se očekává výkon, ale zároveň se nabízí podpora růstu.“ Pro NEWTON je toto partnerství hodnotovým vyjádřením – škola chce jít příkladem v tom, že podpora talentu nesmí být limitována a zaměřena jen na ty, kteří měli ideální start.

Mít na cestě parťáka

Ludmila Hruban vnáší do kempu téma otevřenosti. Pro mladé lidi, kteří často neopustili hranice svého regionu či dětského domova, je mezinárodní perspektiva klíčová. „Věřím, že je pro účastníky kempu naprosto zásadní vidět svět jako pestrý prostor, protože to v jejich myslích boří neviditelné zdi, které si často přinášejí z ústavní péče,“ vysvětluje Hruban.

Jejím cílem je, aby Žluťásci (jak se účastníkům kempu říká) pochopili, že nejsou definováni svou minulostí, ale svou schopností uspět v náročných podmínkách. Ludmila Hruban vidí u mladých lidí přitom fascinující vývoj: „Původní touha prostě jen obstát se mění v ambici svět aktivně měnit. Většina absolventů kempu vidí svoji budoucnost právě tam, kde jsou potřební. Chtějí hodně dobra a lásky vracet, jsou nesčetně empatictí. Zůstávám se Žluťásky v kontaktu i po skončení kempu. Mít na cestě parťáka, na kterého se můžete obrátit, když nevíte, je prostě fajn.“

Autenticita pod tlakem

Veronika Kolečáková se na kempu zaměřuje na autentický leadership. U dětí bez silného rodinného zázemí je proces hledání sebe sama o to složitější, že si s sebou nesou nánosy pochybností. „O to větší sílu mají ty momenty, kdy si uvědomí, že sobě ani ostatním nemusí nic předstírat,“ vysvětluje.

Kemp vytváří situace, kde se nelze někde schovat. Mladí lidé musejí prezentovat, obhajovat nápady a čelit přímé zpětné vazbě. Tehdy se rodí skutečná odvaha. „Odvážné je také dovolit si snít. Uvěřit, že existují i jiné možnosti, než které člověk dosud viděl kolem sebe,“ říká Veronika Kolečáková. Paradoxně právě ti, kteří zažili složitý start, mají často nejsilnější vnitřní motor, pokud se jim podaří najít směr. Partnerství

mezi NEWTON University a Letním podnikatelským kempem není jen o logu na plakátě. Je to o vytváření komunity, kde se potkává ambice s pokorou. Pro středoškoláky a jejich rodiče je to vzkaz: NEWTON není jen škola pro ty bohatší, je to škola pro ty, kteří chtějí něco dokázat a jsou ochotni na sobě pracovat, bez ohledu na to, odkud pocházejí.

„Vzdělávání má smysl jen tehdy, když mění trajektorii života. A tady ji mění viditelně,“ uzavírá Jiří Kolečák. „Úspěch v životě totiž není o tom, kde začnete, ale o tom, s kým se na té cestě potkáte a jakou odvahu v sobě najdete.“

Chtěli byste se stát součástí NEWTON Family nebo podpořit Žluťásky na jejich cestě? Zjistěte víc o našich studijních programech a partnerských projektech. Pomozte nám měnit startovní pozice těm, kteří mají talent, ale chybí jim zázemí. ■

**Kempem prošlo už
na 230 Žluťásků.
Partnerství s NEWTON
University má pro ně
zásadní psychologický
význam. Pootevírají se jim
dveře k vyššímu vzdělání.**

FIRMA MÁ SLOUŽIT RODINĚ, NE NAOPAK

Rodinné firmy stojí před generační obměnou. Zakladatelé, kteří začali podnikat v 90. letech, předávají žezlo. Aby nedošlo přitom k destrukci, ale následovala evoluce, musí nastoupit nová forma řízení. Jde o zásadní proměnu vztahu mezi generacemi. A na konci tohoto procesu pak nezůstane opečovávané dítě, ale kompetentní dospělý, který je pro zakladatele rovnocenným partnerem.

↳ Renáta Šejnová

Rodinné firmy jsou klíčovým stabilizačním prvkem české ekonomiky. Podle dat Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) tvoří rodinné firmy podstatnou část soukromého sektoru a zaměstnávají statisíce lidí. Jejich síla tkví v unikátním uvažování. Na rozdíl od nadnárodních korporací, které často žijí v zajetí kvartálních výsledků a tlaku akcionářů, rodinné podniky investují energii, čas i peníze v horizontu generací. Budují stabilní týmy a re-investují zisky také zpět do regionu, čímž vytvářejí sociální a ekonomický ekosystém.

Tato dlouhodobá odpovědnost vytváří v ekonomice tolik potřebnou odolnost, neboli resilienci, což v tomto kontextu znamená schopnost zůstat funkční pod tlakem, nepropadnout panice, ale ani nepopírat realitu. Rodinná firma se neřídí jen tabulkovými výsledky, ale především svou reputací a kontinuitou. V dobách krizí to jsou právě tyto podniky, které se snaží udržet zaměstnance i za cenu dočasných osobních ztrát. Lidé v rodinných firmách sledují svého lídra víc,

než kdy jindy. Pokud je čitelný, klidný a rozhodný, firma se stabilizuje. Pokud není, chaos se násobí.

Osobní odpovědnost

Jednou z největších dnešních výzev není nedostatek talentu nebo technologií, ale paradoxně nedostatek odpovědnosti za vlastní život. Jiří Kolečák, CEO NEWTON University Group, upozorňuje, že mladí lidé jsou často zvyklí, že za ně všechno řeší někdo jiný – ať už je to školský systém, okolnosti, nebo rodina. S tím však samozřejmě nemožnou vystačit.

Program Business Leadership na NEWTON University je proto postaven jako prostředí, ve kterém není možné před odpovědností uhybat. Nejde v něm o splnění zadání nebo získání titulu, ale o schopnost rozhodnout se, svou volbu obhájit, unést případné důsledky a poučit se z chyb. Tak se postupně mění způsob uvažování studentů, začínají přemýšlet strategicky a v souvislostech. Cílem programu je – slovy Jiřího Kolečáka – „zbavit zakladatele firem jejich děti a vrátit jim partáky,“ tedy samostatné a vnitř-

ně pevné osobnosti, se kterými lze jednat na rovinu a ne je pouze a stále zachraňovat.

Psychologie moci

Identita a hodnoty, které firmu stmelují, mohou být i důvodem její zranitelnosti. Propojení rodiny a byznysu je totiž vysoce hořlavá směs. Pokud nejsou jasně nastavené role a hranice, emoce mohou nekontrolovaně řídit strategická rozhodnutí, což může být pro firmu fatální. Leadership zde znamená umění oddělit osobní vazby od profesionální odpovědnosti.

Předávání moci je proto momentem nejvyšší nejistoty. Zakladatel opouští to, co budoval celý život, a nástupce přebírá nejen majetek, ale i tíhu očekávání. Pokud není tento proces profesionálně řízen, vzniká vakuum, které oslabuje firmu. Právě proto je důležité, aby se leadership učil systematicky jako kompetence, nikoliv jen jako intuitivní soubor návyků. Intuice ve složitém prostředí 21. století zkrátka nestačí. Leadership není pouhé „měkké téma“ nebo vrozené charisma; je to klíčová kompetence, která rozhoduje

o tom, zda strategie firmy ožije, nebo zůstane jen mrtvým dokumentem. Bez silného vedení se i ty nejlepší vize mění v prázdné proklamace a finance v pouhý kontrolingový dohled, který sice hlídá náklady, ale brzdí odvahu k inovacím. Firma pak optimalizuje minulost místo toho, aby investovala do budoucnosti.

Lídr v rodinné firmě musí být tím, kdo dává financím směr a strategii tah. Musí umět rozhodnout, kde má smysl riskovat, kde investovat do budoucího růstu a kde naopak přestat dělat věci, které už nedávají smysl. Program na NEWTONu proto učí leadership jako řemeslo – od rozhodování pod tlakem přes práci s odporem až po strategické plánování v horizontu pěti až deseti let.

Jít vlastní cestou

Dědicové či pokračovatelé firmy často bojují s pocitem, že musí být správci tradice. Koncepte Business Leadershipu však zavádí termín radikální sobectví. Nejde o bezohlednost vůči rodině, ale o odvahu převzít plnou odpovědnost za vlastní směr, nebýt vězněm minulosti. Znamená to schopnost říct: „Vážím si toho, co vzniklo, ale přijímám odpovědnost za změny, které považuji za nezbytné pro přežití v moderním světě.“

Každá generace musí do firmy přidat vlastní hodnotu, ne ji jen kopírovat. Propojení tradice a současného světa znamená rozlišit, co je podstata (hodnoty a vztah k lidem) a co je jen zvyk, který je třeba v digitální éře změnit. Rodinná firma, která si udrží identitu a zároveň modernizuje způsob, jak ji naplňuje, získává konkurenční výhodu.

Budování self-efficacy

Jedním z nejdůležitějších výstupů moderního vzdělávání lídrů je rozvoj zdravé self-efficacy, což je vnitřní přesvědčení, že člověk dokáže zvládat náročnou situaci, umí se poučit z chyb a má reálný vliv na směr svého života. Tato sebedůvěra nevzniká z titulu na vizitce, ale ze zvládnutých krizových momentů. Kvalitní vzdělávání vytváří bezpečný, ale velmi realistický →→

BOJ O VLASTNÍ IDENTITU



Teorie leadershipu dostává jasné obrysy v příběhu Magdalény Náhlukové, naší čerstvé absolventky. Vede rodinný developerský projekt.

Kdy jste začala s rodiči podnikat?

Otec nás, děti, od malička zapojoval. Moje první brigáda byla v našem hotelu – dělala jsem číšnici, recepční, prostě cokoliv bylo potřeba. Pak mě táta poslal do archivu procházet smlouvy, aby mi ukázal podstatu podnikání. Zlom přišel ve 21 letech, kdy se prodávaly hotely a zbyl nám jeden pozemek se starou továrnou, ke kterému jsem měla osobní vztah. „Když do toho chceš jít, najdeme cestu,“ řekl táta. A tak jsem začala.

Oddělit roli otce a šéfa není jednoduché. Jak jste to zvládali?

V pubertě to bylo těžké. Táta hodně pracoval a já nechápala, že to dělá pro nás; viděla jsem jen to, že není doma. Pak ale vážně onemocněl, uvědomil si, co může ztratit, víc se věnoval rodině. Hodně jsme spolu mluvili – byly to dlouhé večery, někdy i pláč. Snažili jsme se pochopit jeden druhého. A dnes to vidím jinak.

Chtěla jste studovat psychologii. Proč vyhrál byznys?

Psychologie mě fascinovala, ale táta jednou napůl v žertu řekl, že mě vydědí, když nepůjdu jeho cestou. Na NEWTONu jsem našla program Psychologie pro manažery, což je ideální kompromis. Studium mi dalo odvahu vystoupit z komfortní zóny a třeba kurz prezentačních dovedností mi pomohl zbavit se strachu mluvit před lidmi.

Co pro vás byl zatím největší reality check v roli ředitelky?

Někteří zaměstnanci mě ze začátku nepřijali a já si musela vybudovat vlastní identitu, ne být jen „tou dcerou“. Postupně jsem se naučila stát si za svým, i když to někdy znamená osamělost.

Jakou radu byste dala mladým lidem v rodinných firmách?

Naslouchejte srdci. Pokud máte obavy, ale chcete to zkusit, jděte do toho – strach motivuje. Ale nenuťte se, pokud víte, že by vám to ublížilo. Rodina a vztahy jsou důležitější než majetek. Každá generace musí do firmy přinést něco svého a být silnější než kdokoli jiný v místnosti.

→→ prostor pro trénink rozhodování, kde si student může zažít tlak i odpovědnost. Teprve když si na vlastní kůži vyzkouší, že dokáže unést tíhu strategického rozhodnutí nebo konfliktu, vzniká skutečné vnitřní přesvědčení: „Já to unesu.“ To je jedna z nejcennějších věcí, které lze mladému člověku do života dát.

NEWTON University funguje jako ekosystém, ambice se tady setkávají s podporou. Student Vojtěch Bartoň, který začal budovat své první podnikatelské projekty už ve 12 letech, vidí největší hodnotu v lidech.

„Ambiciózní spolužáci, kteří budují firmy a myslí ve velkém, mě posouvají rychleji, než bych to dokázal sám,“ říká. Leadership zde není biflování definic, ale intenzivní výcvik v reálném prostředí, který učí vést a pojmenovávat své silné i slabé stránky. Studium poskytuje prostor pro trénink sebereflexe a strategického uvažování.

Celoživotní závazek

Role v rodinné firmě není nárok, je to závazek. Příjmení vám sice může otevřít dveře, ale neudrží vás v místnosti. Skutečný lídr musí být připraven nést tlak i osamělost rozhodnutí, která ne vždy najdou pochopení. Rodinný byznys je nejtvrďší forma leadershipu, protože testuje nejen vaše dovednosti, ale především váš charakter a schopnost stát se pro rodiče partnerem.

Program Business Leadership na NEWTON University nevyrobí instantní manažery, ale pomáhá vychovávat dospělé, kteří dokážou převzít vedení nad vlastním životem a díky tomu i nad firmami, které budou tvořit budoucnost české ekonomiky. ■

Chcete zažít
program Business
Leadership
na NEWTON
University?



Desatero pro podnikatele

Jak předat žezlo mladší generaci

1 Dovolte dětem vyrůst v partáky. Přestaňte své nástupce zachraňovat a kontrolovat; dejte jim prostor převzít odpovědnost za vlastní projekt.

2 Definujte jasné hranice. Nastavte pravidla, kde končí rodina a kde začíná firma, aby emoce neničily strategická rozhodnutí.

3 Nepředávejte jen funkci, ale i moc. Skutečné předání znamená nechat nástupce udělat i chyby, ze kterých se může poučit.

4 Respektujte odlišné představy nástupce. Přijměte, že nová generace vidí svět jinak a má právo firmu transformovat pro moderní éru.

5 Netrvejte na nostalgii. Tradice je zdroj identity, ale nesmí se stát brzdou digitalizace a rozvoje.

6 Buďte mentorem, nikoliv dozorcem. Vaše role se mění z exekutivy na strategickou podporu a sdílení zkušeností.

7 Komunikujte o nástupnictví včas. Nejasnost v předávání moci vytváří v týmu nejistotu, která firmu oslabuje víc než konkurence.

8 Umožněte nástupci získat ostruhy jinde. Praxe mimo rodinnou firmu pomáhá budoucímu lídrovi získat sebedůvěru.

9 Důvěřujte vzdělávacímu procesu. Systematický rozvoj leadershipu dává nástupci nástroje, které intuice zakladatele z 90. let už nemusí pokrýt.

10 Majetek je druhotný, vztahy jsou primární. Pamatujte, že firma má sloužit rodině, nikoliv rodina firmě. Vztahy nesmí být obětí byznysu.

Profesionální audiovizuální studio NEWTON TV propojuje moderní videotvorbu, vzdělávání a praxi. Naším cílem není jen vytvářet kvalitní videoobsah, ale zároveň studentům nabídnout reálné pracovní prostředí.

David Zjevik
NEWTON University



S MIKROFONEM, ZA KAMEROU

Hlavní studio NEWTON TV se nachází v Praze, kde vznikají podcasty, výuková videa, přednášky, záznamy akcí i další audiovizuální formáty určené jak pro interní potřeby vysoké školy, tak pro externí spolupráce. Studio je technicky vybavené tak, aby odpovídalo současným profesionálním standardům a umožňovalo flexibilní práci s různými typy obsahu – od jednoduchých výukových videí až po komplexnější produkce.

NEWTON TV disponuje také novým studiem v Brně, které je v současnosti zaměřené především na natáčení výukových materiálů pro lektory NEWTON University. Toto

studio podporuje rozvoj digitální výuky a umožňuje efektivně vytvářet obsah, který je dostupný studentům napříč studijními programy.

Významnou součástí fungování NEWTON TV je spolupráce se studenty. Aktivně se zapojují do chodu studia, vykonávají odbornou praxi, pracují na konkrétních zakázkách a osvojují si proces tvorby. Získávají zkušenosti s technikou, produkcí i postprodukcí a zároveň se vzdělávají v oblasti digitálních kompetencí, týmové spolupráce a odpovědnosti za výsledek. NEWTON TV tak není jen místem produkce, ale i prostorem pro růst, experimentování a přípravu na reálný profesní život. ♥



— David Zjevik

Jako ředitel NEWTON TV se věnuje audiovizuální tvorbě, digitalizaci výuky, rozvoji videoobsahu a vedení týmu. Má zkušenosti s natáčením podcastů, výukových videí, přednášek i živých akcí, pohybuje se na pomezí vzdělávání, médií a technologií.



TAM, KDE

ROSTOU LÍDŘI

Na půdě NEWTON University vyrostl projekt, který inspiruje studenty, provokuje učitele a dává manažerům naději, že nastupující generace má vše pevně v rukou. Nahlédněte pod pokličku NEW Gen Academy.

📍 Renáta Šejnová 📍 NEWTON University

Svět se mění rychleji, než stihnou uschnout razítka na maturitních vysvědčeních. NEW Gen Academy je série přednášek a také katalyzátor ambicí i bezpečný prostor pro chyby. Neříká studentům, co si mají myslet, ale jak mají žít. Je to komunita, kde se z šedých myšek stávají lídři vlastní budoucnosti.

„Když jsem byl na střední, spousta mých spolužáků nevěděla o tom, že můžou letět na Erasmus a školy jim to také nenabízely,“ vzpomíná Zdeněk Řeháček, jeden z klíčových speakerů na NEW Gen Academy a také absolvent NEWTONu. „Dnes je situace naprosto odlišná. Právě naše akademie pro středoškoláky

bourá bariéry mezi etapami zvanými ‚teď se učím a potom budu pracovat‘. Ukazuje, že budoucnost nezačíná po škole, ale už během ní“.

Při NEW Gen Academy se na pódiih nestřídají teoretici, ale lidé z masa a kostí, kteří uspěli dřív, než jim bylo třicet. Jako Zdeněk Řeháček, který stíhá vést vlastní kavárnu, dělat marketing pro univerzitu a u toho státnicovat. Pro středoškoláky je tato možnost setkání s úspěšnými lidmi, kteří jsou jim věkově stále blízko, naprosto klíčová. Vidí před sebou reálné vzory a ty jim vzkazují: „Nebojte se být aktivní a dělejte věci, kterým věříte, i když ostatní je zpochybňují!“



Pozor na NPC syndrom

Jedním z nejvýraznějších témat loňského ročníku akademie byl boj proti tzv. NPC syndromu (Non-Player Character, postava v počítačové hře, která jen plní naprogramované úkoly). Vojta Toman, absolvent NEWTONu a autor projektu Game of Life, při své přednášce nabádal studenty, aby nebyli jen pasivními pozorovateli. On sám byl loni nominován na prestižní Cenu Jana Opletala pro inspirativní mladé lidi Česka a říká: „Důležité je formovat si vlastní myšlenky a mít odvahu dělat věci, co nás baví“.

Tento přístup rezonuje i u Metoděje Svobody, sedmnáctiletého středoškoláka a dalšího finalisty Ceny Jana Opletala. Metoděj se věnuje propojování aktivních studentů skrze neziskovku Prostředoškolák. „Aktivní studenti si s běžným kolektivem nemusí vždy rozumět, často jsou označováni za šprty kvůli své ambici,“ popisuje Metoděj realitu českých tříd. NEW Gen Academy pro něj představuje prostor pro lidi, kteří hledají komunitu, ke které by mohli náležet.

Umění nevyhořet

Za aktivitu se také musí platit. Většinou stresem a vyhořením. Metoděj Svoboda přiznává, že někdy nestíhá a radí mladým lidem pozorně sledovat své pocity: „Při prvním náznaku vyhoření je třeba

zastavit, držet stávající aktivity, určitě si nenabírat další.“ Zdeněk Řeháček zase sdílí svůj recept na psychickou hygienu: jednou ročně si sbalí batoh a bez jasného cíle vyrazí do světa vyčistit si hlavu. Zdůrazňuje, že diverzita aktivit – střídání práce u počítače, obsluhy v kavárně a studia – je to, co ho drží v chodu. Tento lidský přístup a forma, kdy se mluví o slabostech i nutnosti odpočinku, je pro mladé lidi, na které je vyvíjen obrovský tlak, nesmírně osvobozující.

Častým mýtem je pak pojetí kreativity. Lukáš Novák a Ondřej Vošmera, kteří budují marketingovou agenturu, se shodují: „Kreativní neznámá jen sypané nápady pro obsah, ale být kreativní i přístupem k řešení problémů.“ Podle nich je marketing týmový sport, v němž své místo najde analytik milující čísla i grafik s hlavou v oblacích. Jejich rada pro studenty je prostá: „Zkoušet, zkoušet, zkoušet. Každým měsícem se cesta vyjasňuje... A nebát se autorit. I začátečník může mít super nápad a předčí pak kolegy-seniors,“ říkají s tím, že moderní firmy také mladým hlasům naslouchají. „Naše motto? Dělat věci jinak, na všechno říkat ano. Fake it, or you might get it.“

Podpora, nebo strašení?

Diskuse se při akademii nevyhýbají ani tématu umělé inteligence.





Lukáš Novák a Ondřej Vošmera v ní vidí „absolutní game changer. Kdo nebude umět ovládat AI nástroje, bude na trhu práce nepoužitelný. Bereme to jako protaženou ruku pro šikovné lidi.“ Právě schopnost adaptovat se na technologie, aniž by člověk ztratil svou lidskou podstatu a empatii, je dovednost, kterou při akademii aktivně pěstujeme.

NEW Gen Academy není jen pro studenty. Je to zpráva pro rodiče a pedagogy, že podpora ambicí je nejdůležitější. Mnoho řečníků přitom právě vzpomíná na školní léta jako na dobu strašení maturitou a zabíjení talentu v zajetých kolejích.

Příběh Nikoly Katolické, která loňskou akademickou tour modelovala, ukazuje sílu samostatnosti. I když její rodiče zažili šok, když se rozhodla studovat v Rakousku a Thajsku, nakonec ji podpořili. „V Thajsku jsem zjistila, že když si ve 2:00 ráno vytopím byt vodou, tatka nedorazí a neopraví mi to,“ směje se Nikola. Pro rodiče je to lekce v důvěře – musí nechat děti natlouct si nos, aby se mohly něco naučit.

Chuť měnit k lepšímu

NEW Gen Academy je vizitkou celé komunity NEWTON University. Jak říká Zdeněk Řeháček, největší přidanou hodnotou nejsou definice z učebnic, ale kontakty. „Vím, komu zavolat, když potřebuji moderátora, speakera nebo zkonzultovat strategii,“ vysvětluje. Škola propojuje studenty s lidmi z byznysu už od prvního

ročníku. A jak uzavírá Adrian Fajfr: „Podnikat může každý. Důležité je vyzkoušet co nejvíce věcí, abyste zjistili, co vás doopravdy baví a čemu se chcete vyhnout.“

NEW Gen Academy dokazuje, že mladá generace má ambice, hodnoty a chuť měnit svět k lepšímu. ■

NEW Gen Tour 2026

13. 10. 2026 | Ostrava
Start podzimní tour
v centru ocelového města

14. 10. 2026 | Brno
Srdce moravského
byznysu a inovací

3. 11. 2026 | Plzeň
Kreativita, marketing
a domov pohodových hlav

**1. 12. 2026 | České
Budějovice**
Setkání s hosty
z TOP firem

3. 12. 2026 | Praha
Tečka za úspěšným
ročníkem

Chcete se
připojit
k nejlepší akci
pro středo-
školáky?



V první čtvrtině 21. století se zásadně mění role školy. Už nejde jen o předání učiva, ale o schopnost připravit mladé lidi na realitu, která bude jiná, než jakou známe. V NEWTON University Group jsme se proto rozhodli být pro střední školy partnerem, praktickou oporou a propojujícím prvkem.

📧 Sandra Keyzlarová 📧 NEWTON University



POJĎTE S NÁMI NA SNÍDANI!

Networkingové snídane pro ředitele a další členy managementu středních škol – to je první pilíř naší spolupráce. Je to formát, který vytváří bezpečný prostor pro sdílení i toho, co se v běžném provozu neřeší. Ředitelé mezi sebou otevírají konkrétní témata a odnášejí si reálné postupy, ne obecné fráze.

Řešíme například, jak zvládat změny v týmu, nebo to, „o čem ředitelé běžně nemluví“, pak také vizuální smog a jeho dopady na stres, pozornost a školní klima. Vedle inspirace vzniká i spolupráce mezi jednotlivými školami – výměna zkušeností, společné projekty, sdílení expertů. Jinými slovy: výuka a výchova přestává být osamělou disciplínou.

Druhým pilířem je MBA Leadership ve vzdělávání – nadstavba pro ty, kdo chtějí řídit školu moderně a s nadhledem. Leadership je kompetence, která rozhoduje o stabilitě týmu, kvalitě výuky i důvěře rodičů. Program stavíme tak, aby byl praktický a použitelný: strategie, vedení lidí, komunikace, změnové řízení, práce s kulturou a kvalitou.

Třetí oblastí jsou přednášky a workshopy přímo pro školy – krátké, energické a maximálně praktické. Studentům dávají konkrétní nástroje do každodenního života a zároveň rozšiřují obzory pro další studium i kariéru. Nejčastěji otevíráme témata jako zvládnání stresu a tlaku před maturitou či přijímačkami, sebepoznání a rozhodování o směru (silné stránky, hodnoty, motivace), finanční gramotnost v praxi (mzdy, odvody, rozpočet, daně), základy investování a práce s rizikem, jak uspět v prvním roce na vysoké škole (samostatnost, návyky, odolnost), matematika v reálném světě a její využití v technologiích i byznysu a také motivace a mindset (jak proměnit nejistotu ve výkon a dotahovat cíle).

Také budujeme komunitu progresivních ředitelů a zástupců vedení škol, tedy lidí, kteří chtějí školství posouvat, sdílet a učit se navzájem. Pokud chcete přijít na snídani, zorganizovat u vás na škole inspirativní přednášku, nebo probrat MBA jako další krok pro váš management, stačí se na nás obrátit. ♥



— Sandra Keyzlarová

Věnuje se vzdělávání a spolupráci se středními školami v rámci NEWTON University Group. Má osm let pedagogické praxe a pětileté zkušenosti s řízením soukromé školy, takže rozumí realitě učitelských týmů. Propojuje praktický pohled z provozu školy s aktuálními trendy a důrazem na funkční leadership, well-being a připravenost studentů na další studium i život.

sandra.keyzlarova@newton.university
+ 420 773 776 884

**Na ranní
kávu zve
všechny členy
managementu
středních škol**



ŠKOLA, KDE SE PODNIKÁ

Když jsem se začal zajímat o podnikání a management, myslel jsem si, že to znamená učit se, jak to jednou budu dělat. Teorie, modely, případové studie. Správné odpovědi na správné otázky. Až na NEWTON University mi došlo, že to funguje jinak. Tady se podnikání neprobírá. Tady si jej hned vyzkoušíte.

👤 Kryštof Hanzal

Rozdíl mezi učit se o byznysu a dělat byznys je obrovský. V prvním případě si zapamatujete pojmy, v tom druhém zjistíte, jaké to je, když vaše rozhodnutí mají důsledky. Když nejde o známku, ale o výsledek. Když nejde o to odpovědět správně, ale rozhodnout se, i když jistota neexistuje.

Právě z téhle myšlenky vznikl projekt NEWTON University Angels (NUA). Není to jen investiční platforma, ale přirozené pokračování otázky: jak udělat byznysovou školu praktičtější? Odpověď je jednoduchá – byznys se nejlépe učí tím, že byznys skutečně děláte. A že u toho nejste sami.

Nejdřív byl akcelerátor

Při projektu NEWTON Business Accelerator (NBA) si studenti berou nápady a informace z výuky a mění je v byznys plány, testování trhu a pitchdeck. Akcelerátor je místo, kde dostanete přímou zpětnou vazbu – od ostatních účastníků i mentorů, kteří vás vedou a připravují na realitu mimo školu. Tady rychle zjistíte, že prezentace může vypadat skvěle, ale trh říká něco jiného. A že právě tenhle střet je to nejcennější.

Nejtěžší část akcelerátoru není napsat byznys plán. Je to moment, kdy zjistíte, že realita nefunguje podle prezentace. Že musíte změnit směr. Přehodnotit představy. A začít znovu. Právě tady se ze studenta stává někdo, kdo se umí zvednout, i když chyboval. A když už víte, co chcete prodávat a jak to chcete prodávat, přichází další

otázka: kde vzít peníze na rozjezd? A tady navazujeme my, NEWTON University Angels.

Kapitál je jen část rovnice

Rád říkám, že patříme do skupiny takzvaných 3 F: Family, Friends and Fools. Nejprve spočítáte vlastní úspory, zvážíte pomoc rodiny a když to nestačí, jdete za přáteli. A jestliže je potřeba další kapitál a někdo, kdo vám pomůže i s rozvojem projektu, přicházejí lidé jako my. Nejen s penězi, ale i s pohledem zvenčí, zkušeností a podporou. Kapitál je jen část rovnice. Ta druhá je přemýšlení, struktura a schopnost vidět věci v širším kontextu.

Proto naše portfolio není jen o jednom typu projektů. Studenti nepřicházejí jen s B2B softwarem, který obvykle zajímá klasické Venture Capital fondy, ale s nápady, které řeší reálné potřeby lidí – a právě na tom je vidět, jak široce se dá podnikání uchopit.

Jedním z takových příkladů je firma Bogroti. Kluci začínali jako e-shop, v němž prodávali produkty jiných značek, a přitom v NEWTON Business Acceleratoru pracovali na tom, jak se posunout. Postupně došli k tomu, že mohli vyměnit cizí produkty za vlastní a tím odstartovali svou značku. Už nešlo jen o marži, ale o identitu, komunikaci.

Minulé Vánoce běžela jejich kampaň ve stylu filmu Pelíšky – digitálně, ale i interně mezi studenty, díky škole i na sociálních sítích. A to je přesně ten moment, kdy školní prostředí funguje jako reálný trh a testovací prostor zároveň.

Úplně jiný směr má projekt Loveguard. S Kubou Formanem neřešíme jen samotný vývoj aplikace, ale celý byznys kolem ní. Od způsobu monetizace, přes to, jak co neefektivněji přivádět lidi do aplikace, až po to, jak z uživatelů dělat platící zákazníky. Tady se teorie o zákaznické cestě a konverzních poměrech mění v každodenní rozhodování: co otestovat, co změnit, co zjednodušit. Momentálně se připravují podklady pro nové investiční kolo, což je další úroveň reality – najednou už nejde jen o produkt, ale i o důvěru investorů a schopnost svůj projekt obhájit.

A pak je tu NerveCor. Projekt na pomezí technologie a zdraví, zaměřený na potlačování panických atak. S týmem jsme dotáhli prototyp a dnes ho testuje zhruba dvacítku uživatelů. Zpětná vazba se netýká jen samotného zařízení, ale i komunikace a způsobu, jak uživatele celým procesem provést. Právě tady vznikl nápad na koncept online kurzu – sérii sedmi videí, která uživatele postupně seznamují s projektem i produktem. I to je podnikání: nejen vyrobit věc, ale naučit lidi, jak ji používat a jak z ní získat hodnotu.

Realita nebere ohledy

Když se student poprvé setká s tím, že jeho nápad nefunguje, většinou to bolí. Ne proto, že by byl špatný, ale proto, že realita nebere ohled na snahu. Jenže právě tady se mění přemýšlení. Chyba přestává být selháním a stává se informací. Nejistota přestává být hrozbou a stává se prostředím, ve

kterém se učíte fungovat. Postupně si začnete víc věřit, ale jinak než dřív. Víte, že když to nevyjde, dokážete se už zorientovat. Naučíte se rozhodovat i bez dokonalých dat, přijmout odpovědnost za výsledek.

Mění se také váš vztah ke studiu. Na výuku se už nedíváte jako na povinnost, ale jako na nástroj. To, co se probírá na přednáškách, přestává být teorie do zásoby, souvislosti vidíte v praxi, ne jen na slidech. A právě díky tomu si věci nespojujete jen s testem, ale s realitou, kterou už sami zažíváte. To je možná největší rozdíl oproti běžné škole. Jinde studujete, abyste jednou byli připraveni. Tady si realitu zkoušíte nanečisto – v prostředí, kde chyba není konec, ale lekce.

Už nedává smysl učit se jen proto, abyste zvládli test. Učíte se proto, že to potřebujete pro projekt, na kterém pracujete. Příklady nejsou z učebnice, ale z vašich zkušeností. A věci, které se jinde zdají abstraktní, tady dávají konkrétní smysl.

Být připravený

Pro studenty to znamená náskok. Nejen v tom, co vědí, ale v tom, co už si vyzkoušeli. Pro rodiče to znamená jistotu, že jejich dítě nezíská jen titul, ale zkušenost, kterou jiní nemají. Že se naučí rozhodovat, nést odpovědnost a pracovat s realitou dřív, než ho k tomu donutí první zaměstnání nebo vlastní podnikání.

Realita totiž přijde tak jako tak. Otázka je jen, kdy. Tady ji studenti zažívají dřív, mají však podporu, vedení a prostor na chyby. To není riziko. To je řízená zkušenost.

Ne každý chce od studia víc. Ne každý chce nést odpovědnost už během školy. Ale ti, kteří po tom touží, by měli vědět, že existuje místo, kde se budoucnost jen neplánuje, ale už ji lze vyzkoušet. A možná je to nakonec to nejdůležitější. Ne že si ze školy odnesete odpovědi. Ale, že si odnesete schopnost hledat je. A právě v tom spočívá rozdíl mezi tím být připravený na test – a být připravený na život. ■

JAK TO VIDÍ ÚČASTNÍCI

Vánoční kampaň Bogroti byla postavená na motivech filmu Pelíšky: pohoda, rodina, nostalgie, humor. Nechtěli jsme z toho udělat klasickou slevovou masáž, ale kampaň, která je o atmosféře a malých rituálech. Běželo to interně na NEWTON University, sdílelo na NU sociálních sítích, takže jsme měli prostor otestovat, jak koncept funguje. Díky!

— **Michael Gründler, Bogroti**

NEWTON University Angels není klasický fond, jehož zástupcům stačí pročíst si report a o samotné fungování projektu se nezajímají. Za NerveCor oceňujeme aktivní pomoc – od vymyšlení marketingové strategie, testování prototypu s dobrovolníky až po využití zázemí školy při natáčení online kurzů. Pokud na začátku hledáte partnera, NUA je jasná volba. A to vše se děje během studia.

— **Michael Křivý, NerveCor**

Na NEWTON University Angels nejvíc oceňuju, že spolupráce neskončila vložním peněz na firemní účet, ale dál mi průběžně pomáhají při strategickém plánování v marketingu a produktu, analýzou dat a jejich optimalizací. Velkou výhodou je síť kontaktů na lidi, kteří dokážou poradit, když je potřeba jiný úhel pohledu a když zrovna founder zažívá autorskou slepotu. Aktuálně se chystáme na nové investiční kolo...

— **Jakub Forman, Loveguard**

Kryštof Hanzal



Student NEWTON University a člen investiční platformy NEWTON University Angels. Pohybuje se na pomezí podnikání, marketingu a managementu, kde ho zajímá hlavně to, jak vznikají start-upy, které mají reálný potenciál. Sleduje, jak se odvaha, disciplína a správné rozhodování promítají do úspěchu.

K ODOLNOSTI

VZDĚLÁNÍM

Žijeme v době, kdy informace nejsou problém. Problémem je orientace. Můžeme vědět téměř cokoli – během několika sekund. Přesto si stále častěji nejsme jisti, kam jdeme a proč. Směr dnes není samozřejmost. Je to volba.

Možná proto přestává být vzdělání o množství znalostí a začíná být o vnitřní stabilitě. O schopnosti obstát, když se podmínky mění rychleji než plány. Znamky mohou měřit výkon v konkrétním okamžiku. Charakter se ale ukazuje až v čase. A právě dlouhodobá odolnost – resilience – je tím, co rozhoduje.

Dnešní lídr nemá komfort jistoty. Nemá dokonalé informace ani pevné mantinely. Má hodnoty, úsudek a odpovědnost. Musí být schopen měnit strategii, aniž by ztratil směr. A právě tuto schopnost je třeba kultivovat dříve, než si ji vyžádá realita.

Víra ve vlastní schopnosti nevzniká z povzbuzení, ale ze zkušenosti. Z okamžiků, kdy člověk zvládne víc, než si původně myslel. Proto má vzdělávání vytvářet prostředí, kde je možné bezpečně riskovat, chybovat a znovu se rozhodnout. Self-efficacy není fráze. Je to důsledek opakovaně zvládnuté výzvy. A pak je tu jednoduchý princip: růst je osobní odpovědnost. Když tohle přijmeme, vzdělávání přestává být službou, kterou konzumujeme. Stává se prostorem, který aktivně využíváme.

Role vysoké školy v tom není malá. Má vytvářet prostředí, kde se potenciál mění v kompetenci. Kde se nejistota nestává paralýzou, ale impulzem k rozhodnutí. A kde se jednotlivci učí být partnery – sobě navzájem i společnosti.

Pokud se nám podaří přispět právě k tomuto posunu, pak má naše práce hlubší smysl než jakýkoli titul.

— **doc. Ing. Jiří Koleňák, Ph.D., MBA, LL.M.**
CEO na NEWTON University Group



DIÁŘ

NEWTON University Group 2026

1

LEDEN

- Zkouškové období a státní závěrečné zkoušky
- Gaudeamus Praha
- Dny otevřených dveří

2

ÚNOR

- Zápisy do letního semestru
- Dny otevřených dveří
- International week
- Konference Evropské fórum podnikání
- Erasmus Info Day
- Erasmus Staff Week
- Jeden den studentem

3

BŘEZEN

- Jeden den studentem
- Sebezkušenostní výcvik (Lísek)

4

DUBEN

- Jeden den studentem
- Authentic Leadership Bootcamp
- Mentální lázně
- Writing Retreat
- NEWTON Business Accelerator
- Demoday
- Závěrečná party

5

KVĚTEN

- Příprava studentů před zkouškami
- Obhajoby nanečisto

6

ČERVEN

- Státní závěrečné zkoušky
- Promoce
- NEWTON YACHT CUP
- Dny otevřených dveří

7

ČERVENEC

- Výuka AJ
- NEWTON Global Academy

8

SRPEN

- Výuka AJ
- NEWTON Global Leaders Academy

9

ZÁŘÍ

- NEWTON in Oxford
- Státní závěrečné zkoušky
- Zápis do zimního semestru
- Adaptační kurzy NEWTON University
- Nultý den Praha / Brno / Bratislava / online
- Welcome party

10

ŘÍJEN

- Zahájení NEWTON Business Acceleratoru
- Gaudeamus Brno

11

LISTOPAD

- NEW Gen Academy
- NEWTON Business Summit
- International Open Day
- Výcvik prezentačních dovedností

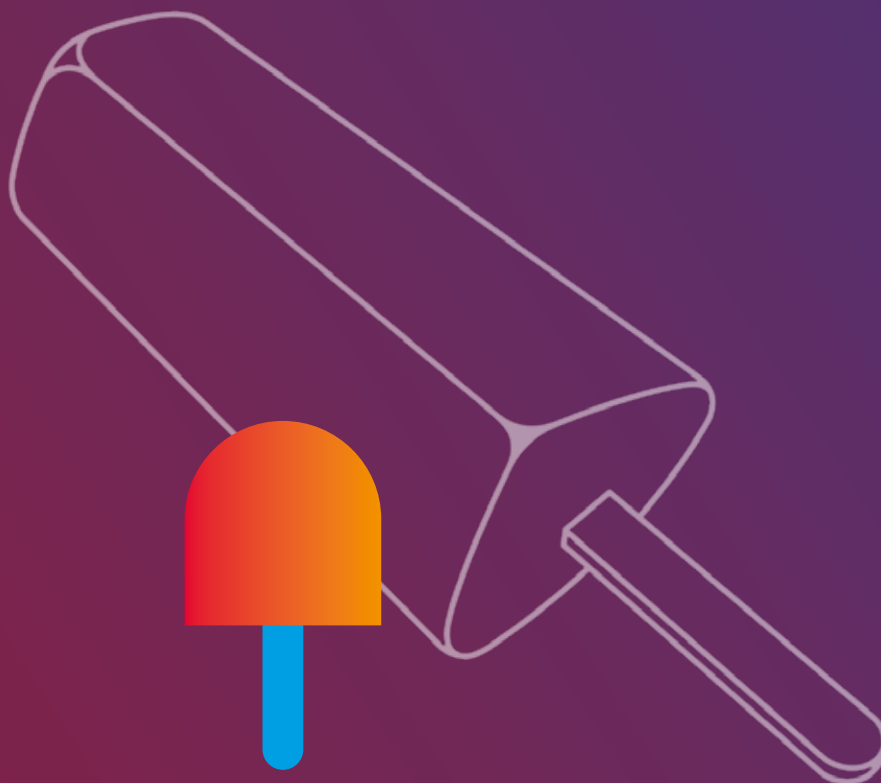
12

PROSINEC

- NEW Gen Academy
- NEWTON Business Summit
- Vánoční posezení
- International evening
- Prosecco s mentory NEWTON Business Acceleratoru

Podívejte se do našeho diáře, přidejte se k nám!





Píše se rok 1922 a diváci v kinech s napětím sledují černobílý film *Nanook of the North*, který dokumentuje život inuitského lovce Nanuka. Nikdo v tu chvíli netuší, že jméno z dalekého severu jednou zlidoví v srdci Evropy.

O deset let později, v horkém létě roku 1938, přichází na scénu český podnikatel Jaroslav Vašata. Je kreativní, má vizi a nebojí se riskovat. Inspiruje se americkou zmrzlinou a příběhem slavného inuitského lovce a uvádí na trh čokoládou polévaný mražený krém. Zrodí se Nanuk. Zmrzlina se stane hitem, přežije válku i socialismus. A zatímco zakladatel o svou firmu po převratu v roce 1948 přijde, jeho nápad se stane nesmrtelným. Nanuky zná dnes každý.

Takhle vypadá byznys, který nás v NEWTONu baví. Je to schopnost vidět příležitost tam, kde ji jiní přehlížejí, a dát jí tak solidní tvar, že odolá času i nepřízni okolí. Chceme, aby přesně tohle byl rukopis lidí, kteří projdou branami NEWTON University Group. Vítejte na NUG!

**Všechno, co se ještě potřebujete
o NEWTON University Group dozvědět,
než vyplníte přihlášku ke studiu...**

