



GROWTH
MINDSET

JAK PROBUDIT MYŠLENÍ ŠAMPIONŮ

IG Y T CZ.BASKETBALL

 BASKETBALL













makro



GRANDOPTICAL



FORTUNA



PORSCHE
HOLDING



Orkla



albert



rexroth
A Bosch Company



ZENTIVA

LASVIT



MSD



PRO.MED.CS
Praha a. s.



DANONE

mBank



ASSA ABLOY

BDO

PENNY.

TESCO



NN

Česká pošta



ADASTRA



humancraft

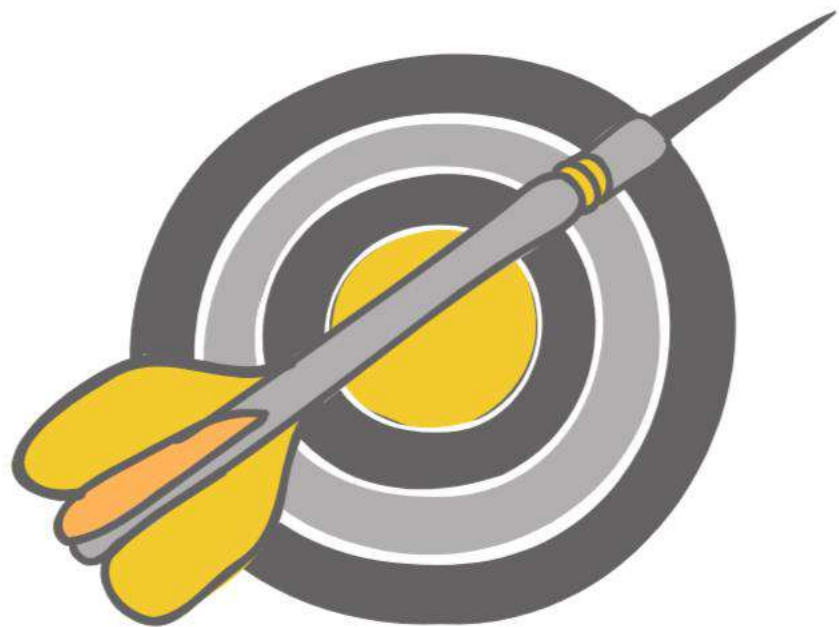






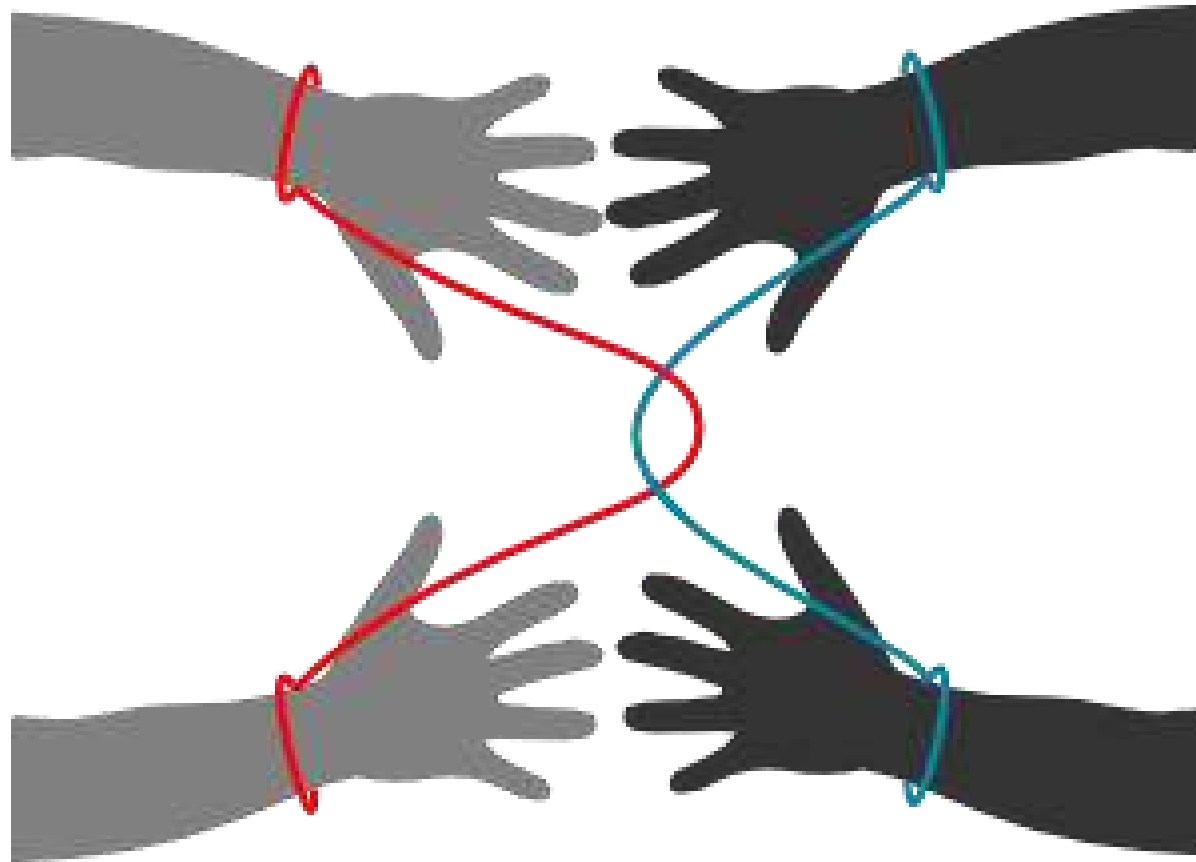
VEED.IO



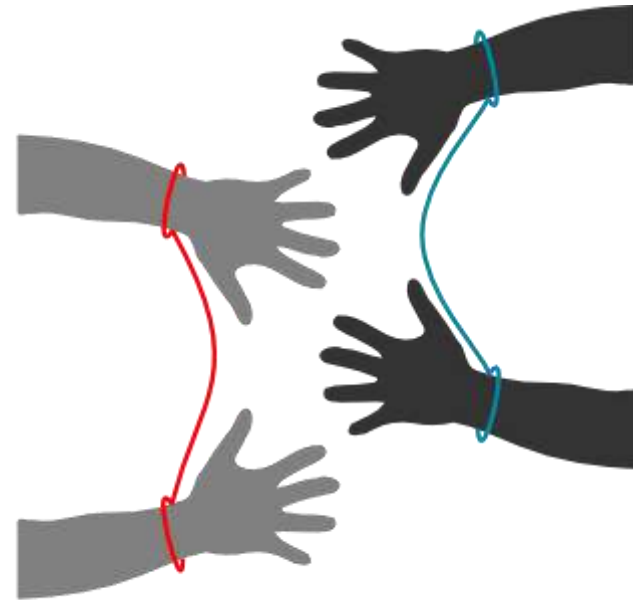
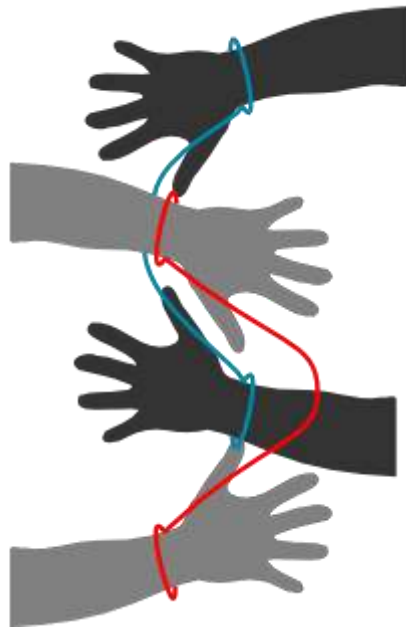
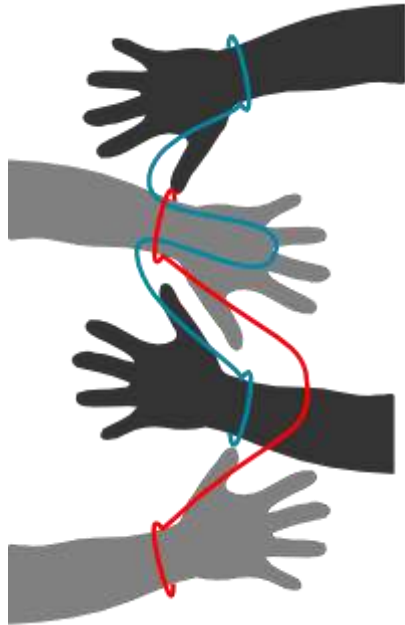


**ZAŽÍT SI, JAK JÁ
MOHU VYSTOUPIT ZE
ZAJETÝCH VZORCŮ
A PODPOŘIT V TOM
SAMÉM SVÉ
SVĚŘENCE.**

ZADÁNÍ



ŘEŠENÍ







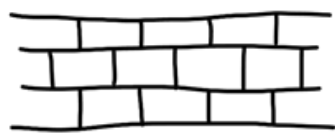
*Musíš se
odnaučit to,
co jsi se
naučil.*



*Bud' to udělej,
nebo ne.
Neexistuje
žádné „zkusím
to“.*

Každý sám zapište
3 své vlastní
úspěchy.





FIXNÍ



RŮSTOVÉ

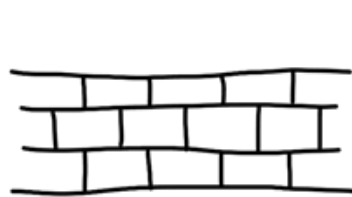
výzvy

překážky

úsilí

kritika

úspěch
ostatních



FIXNÍ

Vnímá je jako problémy a vyhýbá se jim

Považuje je za výmluvu a vzdává se

Úsilí je zbytečné a dělá jen to, co je povinné

Vnímá je jako útok a pochybuje o ní

Vidí je jako hrozbu

výzvy

překážky

úsilí

kritika

úspěch ostatních



RŮSTOVÉ

Vnímá je jako příležitosti a rádo je využívá

Vnímá je jako úkoly k řešení a nevzdává se, pokud něco nejde

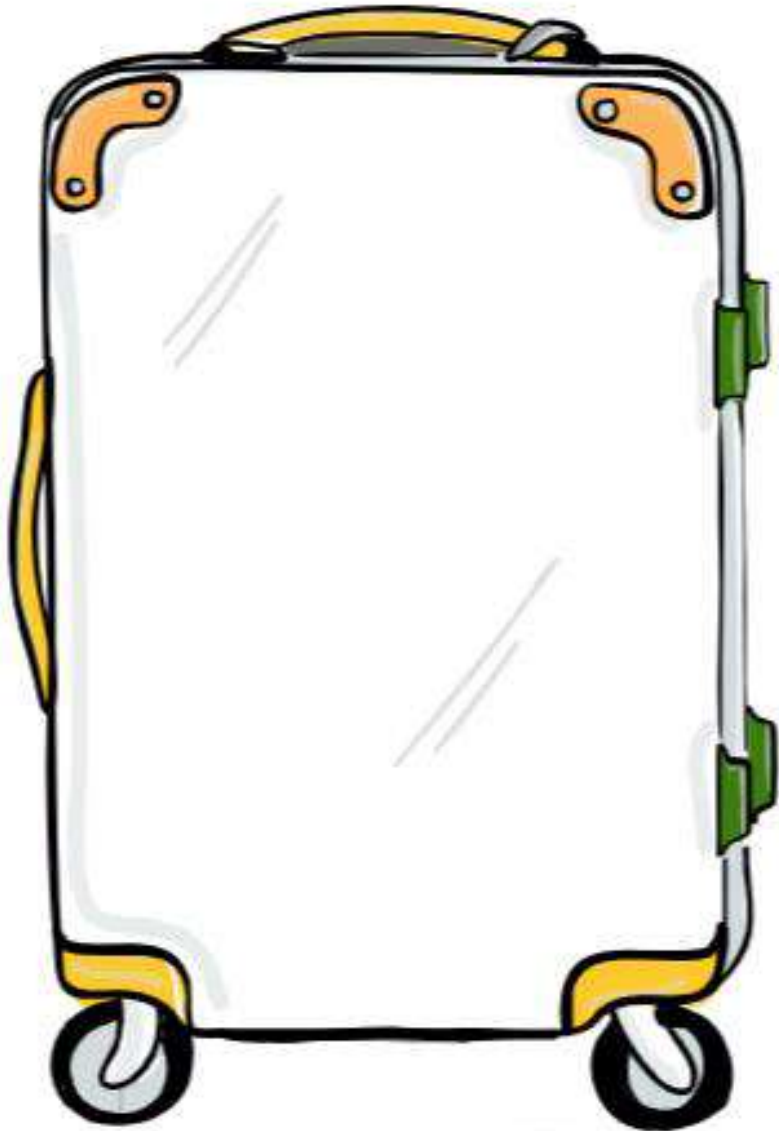
Úsilí je cesta k úspěchu a převyšuje tak očekávání

Učí se z ní a mění se na jejím základě

Bere je jako inspiraci a motivuje je

1. **Self-serving zkreslení** – za neúspěchy externí vlivy, za úspěchy my
2. **Zkreslení potvrzování** – upřednostňujeme informace potvrzující náš dosavadní názor
3. **Negativní zkreslení** – jsme výrazně vnímavější k negativním informacím
4. **Zkreslení ukotvení** – informace získaná jako první výrazně ovlivňuje náš další úsudek
5. **Efekt následování většiny**– spíše přistupujeme na názory, které jsme viděli u ostatních
6. **Kognitivní slepá skvrna** – neschopnost rozpoznat vliv kognitivních zkreslení na sebe – lépe ho vidíme u ostatních

KOGNITIVNÍ ZKRESLENÍ



**Co je můj závazek,
který si splním?**