

Premiéra nové generace
Hyundai i30 kombi
Premiere of the new-generation
Hyundai i30 wagon



Hyundai na Ženevském autosalonu 2012
Hyundai at the 2012 Geneva Motor Show

Novinky z automobilového průmyslu / News from the automotive industry

Zavírání továren v EU pokračuje

Sít automobilových továren na starém kontinentě čeká v následujících letech další redukce. Evropské automobilky se totiž potýkají s nadbytečnou kapacitou svých továren. Dle analytiků se nadbytečná kapacita těchto továren pohybuje okolo dvou až pěti milionů automobilů. V letošním roce se má podle předběžných odhadů prodat v Evropě méně než 13 milionů aut, zatímco v roce 2007 to bylo asi 16 milionů. V důsledku klesajícího počtu vozů, které se zde prodávají, dojde k uzavření některých továren. Tento trend bude pokračovat i v příštích letech. Automobilka Mitsubishi již potvrdila, že na konci letošního roku uzavře svůj závod v nizozemském Bornu, jehož produkce se snížila z 200.000

aut za rok na 50.000 vozů ročně. Svůj švédský závod Uddevalla zavře v příštím roce také Volvo. Stefan Jacoby, prezident a generální ředitel Volva uvedl jako důvod uzavření skutečnost, že automobilka této velikosti si nemůže dovolit provozovat závod, který vyrábí jeden model v tak nízkých počtech, jako je tomu dnes. Podle odborníků hrozí uzavření i dalších výrobních závodů. Ohroženy jsou dvě italské továrny koncernu Fiat (závod Mirafiori v Turínu a Cassino ve střední Itálii), uzavřeny mohou být rovněž továrny PSA Peugeot Citroën v Aulnay nedaleko Paříže a Valenciennes v severní Francii. General Motors zvažuje uzavření německé továrny Opelu v Bochumu a výrobního závodu Vauxhallu v anglickém Ellesmere Port.

Closure of plants in the EU to continue

European automotive plants network will be a subject of further reduction in coming years. The European carmakers deal with redundant production of their factories. According to analysts the redundant production of these plants ranges from 2 to 5 million vehicles.

According to the preliminary estimations less than 13 million cars would be sold in Europe this year, while it was some 16 million in 2007. As a consequence of decreasing number of cars sold here some automotive plants will be closed. This trend will continue in coming years as well. Mitsubishi carmaker already confirmed closure of its plant in Born, Netherlands at the end of this year. Also

Volvo is going to close its plant of Uddevalla, Sweden next year. As Stefan Jacoby, President and General Director of Volvo said, the reason for closure is a fact that such a big company cannot afford to run a factory producing just one model is such small quantities as it is today. According to experts, the closure threatens also other production plants. Two Italian factories of Fiat (Mirafiori in Turin and Cassino in Central Italy) are threatened by closure, plants of PSA Peugeot Citroën in Aulnay near Paris and Valenciennes in Northern France may be closed as well. General Motors considers closure of the German factory of Opel in Bochum and Vauxhall production plant in Ellesmere Port, England.

Z tisku / From the press

Další generace je velkou výzvou

Hyundai i30 se objevil na českém trhu před necelými pěti lety a od té doby bylo prodáno přes 13 tisíc těchto vozů, což jej řadí mezi nejúspěšnější modely své třídy. Na trh nyní přišla nová generace modelu i30, do které vkládá výrobce velké naděje a podle prvních poznatků se má konkurence na co těšit. Nová i-čtráctka je opravdu povedená. Model i30 představuje příklad globálního automobilu; hlavní část vývoje probíhala v Německu a vyrábí se v moravských Nošovicích (takže je vlastně tuzemským výrobkem), Korejci se vývojově podíleli na řadě komponentů, zejména pohonných jednotkách. Výsledkem je vůz, který v souhrnu nabízených vlastností, výbav a ceny nedává klidně spát mnohým konkurentům. U druhé generace doznaly změn nejen vnější tvary a hlavní rozměry karoserie, ale také interiér, podvozek a některé motory. V každém případě je už základem verze velmi dobře vybavena. Nechybí jí například šest airbagů. Další prvky lze objednat v rámci cenově zvýhodněných paketů. Pětidveřový hatchback Hyundai poskytuje dostatek místa pro pět cestujících a současně i prostor pro 378 až 1316 l zavazadel.

22. února 2012,
Deník

* Články mohou být s ohledem na prostor kráceny.

Second generation is a big challenge

Hyundai i30 entered the Czech market five years ago. Since that time, over 13,000 Hyundai i30 cars have been sold, which makes the i30 one of the most successful models in the segment. The i30 new generation has just entered the market. Its producer expects a lot from this model and according to the first experience, the competition should prepare for a strong rival. The new i30 is really very good. The i30 is an example of global car – major part of its development was realized in Germany and the vehicle was produced in Nošovice (thereby, Hyundai is actually domestic carmaker). Koreans took part in development of several components, namely the powertrains. The result is a car which, considering its overall characteristics, equipment and price, troubles many competitors. The i30 new generation has new inner and outer design and chassis, and there are new engines available too. The car is also bigger. Already basic version is very well equipped (e.g. six airbags). Other elements could be obtained within advantageous packages. Five-door hatchback Hyundai provides enough space for five passengers and luggage space of 378 – 1316 liters.

22nd February 2012,
Deník

Hyundai sází na design

Po dlouhém boji o kvalitu produktů se největší jihokorejská automobilka Hyundai zaměřuje na krásu. Hyundai, společně se svou sesterskou společností Kia se v roce 2010 stala čtvrtou největší automobilkou světa, částečně díky deset let trvajícímu úsilí o vylepšení dílenského zpracování svých vozů. Nyní firma vidí svou konkurenční výhodu v kvalitním designu, který je vyjádřen koncepcí „fluidic sculpture.“ „Přijíme mezi pět největších světových značek a potřebujeme produkt, který bude tuto skutečnost odrážet, produkt, který nás odlišuje od ostatních výrobců,“ popsal šéfdesigner Oh Suk Geun. Podle společnosti se prodej vozů značky ve Spojených státech zvyšoval během posledních dvou let o zhruba 20 procent ročně, přičemž prodejci přičítají polovinu tohoto nárůstu právě vylepšenému vzhledu vozů Hyundai. Nový designový koncept byl představen s modelovou řadou 2010 a nadále se více a více uplatňuje v celém portfoliu značky, přes facelifty existujících modelů po novinky. Hyundai posílá své designéry na zahraniční kurzy a pobyty do tak odlišných zemí, jako je například Patagonie či Egypt. „Neposíláme je tam s konkrétními úkoly, ale načerpat síly a inspiraci, což jim umožňuje odvádět lepší práci,“ říká pan Oh.

14. února 2012,
AFP

* With respect to space the articles may be shortened.

Hyundai backs design to drive sales

After winning a long battle for quality, South Korea's top automaker Hyundai Motor is focusing on beauty. Hyundai, together with its affiliate Kia, was ranked the world's fourth largest carmaker in 2010 thanks partly to a decade-long drive to improve workmanship. Now the firm sees its core competitive edge as good design, expressed in a "fluidic sculpture" philosophy. "We are now in the global top five and we needed a product that could reflect that, a product that could differentiate itself from other manufacturers", chief designer Oh Suk Geun described. The company says United States (US) sales rose around 20 per cent annually over the past two years, with its salesmen attributing half of that increase to the look of the cars. The new design concept was introduced in models released in 2010 and will gradually work its way through the whole line-up, through facelifts for existing models or new car launches. Hyundai sends designers on courses abroad and on refresher trips to destinations as diverse as Patagonia and Egypt. "We send them to these countries with no particular assignment, but they come back with more ideas, more refreshed and create more value", Mr. Oh said.

14th February 2012,
AFP

Hyundai na Ženevském autosalonu 2012

Automobilka Hyundai představila návštěvníkům Ženevského autosalonu (8. – 18. března 2012) tři nové modely – Hyundai i30 kombi nové generace, Hyundai i20 a koncept i-oniq.



Ve světové premiéře byl v Ženevě uveden zcela nový model Hyundai i20. Oblíbenému malému vozu se dostalo modernizace vnějšího a vnitřního designu, aby oslovil novou, mladší skupinu zákazníků po celé Evropě. Nový model navazující na úspěch původního pětidveřového hatchbacku i20 urychluje vývoj produktové řady osobních vozů Hyundai a využívá nejnovějšího pokroku dosaženého na poli poháněcího ústrojí a designu. Mezi čtyři alternativy poháněcího ústrojí pro novou i20 se zařadí nový tříválcový naftový motor „U-II“ 1,1 litru o výkonu 55 kW (75 k). V kombinaci s technologiemi vyvinutými společností Hyundai v rámci programu Blue Drive má tato verze hodnotu emisí CO₂ pouhých 84 g/km, což je mezi vozy s konvenčním pohonem bezkonkurenční výsledek. Vnější design nového Hyundai i20 je inspirován filozofií fluidních tvarů uplatňovanou na vozech Hyundai a přechází k šestiúhelníkové masce chladiče, která je společná pro všechny nové modely Hyundai. Nová i20 je nepatrně delší a interiér vylepšují kvalitnější materiály. Rovněž výbava ze světa high-tech představuje výrazný pokrok v porovnání s předcházející generací.

Hyundai představil v Ženevě také nejnovější evropský koncepční vůz s názvem i-oniq, který demonstruje novou technologii a nový design, v nichž se zrcadlí myšlení společnosti Hyundai zaměřené na budoucnost. Koncept i-oniq s karosérií dlouhou 4,4 metru je elektricky poháněný sportovní hatchback s benzinovým motorem, který prodlužuje dojezd vozidla. V čistě elektrickém režimu má i-oniq dojezd 120 km, zatímco

za asistence benzinového motoru dokáže ujet až 700 km s hodnotou emisí CO₂ pouhých 45 g/km. Koncept dokáže dosáhnout nejvyšší rychlosti 145 km/h. Modely Hyundai i20 a i-oniq vám blíže představíme

v dalších číslech HMMC News. Podrobnější informace o nové generaci Hyundai i30 kombi najdete na straně 4.



Hyundai at the 2012 Geneva Motor Show

Automaker Hyundai unveiled its three new models at the 2012 Geneva Motor Show (8th – 18th march 2012) – the new-generation Hyundai i30 wagon, Hyundai i20 and the i-oniq concept car.

Hyundai's all-new model, the i20, made its world premiere at the show. The popular supermini has been revised and refreshed both inside and out, and is intended to appeal to a new, younger group of car buyers across the continent. Building on the success of the original i20 five-door hatchback, the all-new model progresses the development of Hyundai's passenger vehicle range, which continues to benefit from recent advances in powertrain and design. Among the four powertrain options available to buyers of the all-new i20 will be the new 1.1-liter, 3-cylinder

“U-II” diesel engine that generates 75 ps. When mated to technologies from Hyundai's Blue Drive sub-brand, this derivative emits just 84 g/km of CO₂, a figure lower than any other car powered by a conventional powertrain on sale today. Outwardly, the new i20 takes its design cues from Hyundai's fluidic sculpture design language, including the hexagonal grille common to all new Hyundai models. All-new i20 has slightly increased length and the cabin benefits from upgraded materials and high-tech specification that represent a significant improvement over the original.

Hyundai has also unveiled its latest European concept car, named i-oniq, in Geneva, showcasing new technology and design which present an impression of the company's future thinking. The 4.4 meters long i-oniq is an electric sports hatchback with a range-extending petrol engine. In electric-only mode, i-oniq can travel 120 km and up to 700 km with the assistance of the petrol engine, emitting only 45 g/km of CO₂ emissions. The concept can reach a top speed of 145 km/h. All-new Hyundai i20 and the i-oniq concept car will be presented in detail in following issues of HMMC News. Detailed information on the new-generation Hyundai i30 wagon is available on page 4.

Modely Hyundai / Hyundai models

Premiéra nové generace Hyundai i30 kombi

Nová generace Hyundai i30 v karosářském provedení kombi byla na Ženevském autosalonu představena 6. března 2012. Kombi je druhým členem druhé generace modelové řady i30 a doplňuje pětidveřový hatchback s cílem ještě více zvětšit přitažlivost nabídky značky Hyundai v segmentu C.

liva a nabízejících rozpětí výkonů od 66 kW (90 k) do 99 kW (135 k). Majitelé nové generace kombi i30 budou také těžit z výhod programu komplexní záruky Hyundai, která zahrnuje 5 let záruky bez omezení ujetých kilometrů, 5 let asistenční služby a kondičních prohlídek zdarma. Allan Rushforth, viceprezident a výkonný ředitel Hyundai Motor



Elegantní kombi sdílí motory a konstrukci podvozku s výborně přijatou pětidveřovou verzí nové i30. Má však delší karoserii, která přináší výrazné zvětšení zavazadlového prostoru bez negativního vlivu na dynamický design modelu. V porovnání s hatchbackem byla celková délka kombi prodloužena o 185 mm na 4485 mm, což je o 10 mm víc než v případě původního kombi i30. Novinka se tak řadí mezi nejprostornější vozy v evropském segmentu C. Objem zavazadlového prostoru vzrostl u kombi na 528 litrů z 378 litrů u pětidveřového hatchbacku. Se sklopenými zadními sedadly vzroste objem zavazadlového prostoru na více než trojnásobek, konkrétně na 1642 litrů.

Podobně jako hatchback byla i nová generace kombi i30 navržena a zkonstruována v evropském výzkumném a vývojovém středisku Hyundai v německém Rüsselsheimu. Kombi bylo vyvíjeno již od začátku společně s hatchbackem, což designérům umožnilo navrhnout harmonické tvary se silnou vazbou na ostatní členy rodiny Hyundai, jejichž design je inspirován elegantními fluidními tvary. Nová generace kombi i30 se bude stejně jako pětidveřová verze dodávat se stejnými trojicemi zážehových a vznětových motorů, vybavených v některých případech přímým vstřikováním pa-

Europe, prohlásil: „Nová generace i30 získala velmi pozitivní ohlasy díky svému designu, kvalitě a výhodnému poměru cena/výkon. Naše nové kombi nabízí veškeré zmíněné atributy, a k tomu přidává navíc ještě výrazně větší kapacitu pro přepravu nákladu. Očekáváme, že svým designem a praktičností zaujme zejména aktivní rodiny a fleetové zákazníky.“ Nový Hyundai i30 kombi se v závodě HMMC v Nošovicích začne vyrábět 15. června 2012.

Premiere of the new-generation Hyundai i30 wagon

The new-generation Hyundai i30 wagon was unveiled at the 2012 Geneva Motor Show on 6th March 2012. The wagon is the second member of the new i30 family and joins the five-door hatchback to broaden the appeal of Hyundai's C-segment range.

The stylish wagon shares engines

and with the rear passenger seats folded down, cargo volume increases more than three-fold, to 1,642 liters.

Like its hatchback sibling, the new i30 wagon was designed and engineered at Hyundai's European R&D Center in Rüsselsheim, Germany. The wagon was developed alongside the hatchback form from the earliest stages, enabling the stylists to fashion a coherent design that bears a strong family resemblance inspired by Hyundai's fluidic sculpture form language. The new-generation i30 wagon will be available with the same three gasoline engines and three diesel engines as the five-door, producing 90 to 135 horsepower. Buyers of the new-generation i30 wagon will benefit from Five Year Triple Care, comprising a five-year unlimited warranty, five years' roadside assistance, and five years of vehicle health checks. Allan Rushforth, Senior Vice President and Chief Operating Officer of Hyundai Motor Europe, said: "The new-generation i30 has been widely praised for its style, quality, and value. Our new wagon offers all of those attributes plus even greater load-carrying capacity. We expect it to appeal strongly to those looking for stylish and flexible practicality, especially active families and fleet customers". Mass production of the new-generation Hyundai i30 wagon will start in HMMC plant in Nošovice on 15th June 2012.



Souhrnná provozní porada – březen 2012

Nejvyšší vedení našeho závodu a zástupci všech oddělení od specialistů výše se sešli na souhrnné provozní poradě, která se konala 9. března v auditoriu v administrativní budově HMMC.

cenu Auto roku 2013. Pan prezident Kim Jun-ha rovněž zdůraznil nutnost dodržování zásad bezpečnosti práce na všech provozech s cílem snižovat počet pracovních úrazů v HMMC.

Business review meeting – March 2012

Company's top management and representatives of all departments (specialists and above) participated in the Business review meeting which was held in HMMC Auditorium on 9th March.

Speech of HMMC President, Mr. Kim Jun-ha, inaugurated the meeting. Mr. President appreciated a fact that we managed to exceed our production plan for February. At the same time, he pointed out that current sales order status is below the business plan due to the unfavorable economic conditions hit by the European financial crisis and we should find all possible ways to overcome this severe crisis. We can take this crisis as a new opportunity and try to gain the 2013 European Car of the Year Award with the new-generation Hyundai i30. Mr. President Kim Jun-ha also stressed a necessity to follow work safety rules in all workplaces in order to decrease a number of work injuries in HMMC.

Afterwards managers of selected departments came to the speaker's desk and informed participants about detailed data regarding production, quality, sales results and automotive industry news. HMMC produced over 26,800 cars (Hyundai i30



Úvod už tradičně patřil projevu prezidenta společnosti, pana Kim Jun-ha. Prezident kladně ocenil skutečnost, že se nám v únoru podařilo překonat výrobní plán. Zároveň ale upozornil, že aktuální počet objednávek je oproti obchodnímu plánu nižší. Důvodem je současná nepříznivá ekonomická situace v Evropě, proto musíme udělat vše, abychom tuto krizi překonali. Můžeme ji také vnímat jako novou příležitost a pokusit se s novou generací modelu Hyundai i30 vyhrát prestižní evropskou

Po prezidentově projevu u řečnického pultu vystoupili zaměstnanci, kteří účastníky seznámili mj. s informacemi o výrobě, kvalitě, s prodejními výsledky a také novinkami z autoprůmyslu. Naše společnost v únoru letošního roku vyrobila přes 26 800 vozů Hyundai i30 ve verzích hatchback a kombi, Hyundai ix20 a ix35. Automobily z Nošovic měly minulý měsíc největší odbyv v Německu, Velké Británii, Španělsku, Itálii a Francii. Bližší informace najdete v tabulce.



Období / Period	Únor 2012 / February 2012	
VÝROBA PRODUCTION	i30	10 754
	ix20	2 326
	ix35	13 722
	Celkem / Total	26 802
PRODEJ SALES	i30	10 788
	ix20	2 400
	ix35	13 421
	Celkem / Total	26 609

hatchback and cw models, Hyundai ix20 and ix35) in February. During last month vehicles from Nošovice were mostly demanded in Germany, United Kingdom, Spain, Italy and France. Detailed information is available in a chart.

Výsledky výroby a prodeje: únor 2012 / Production and sales results: February 2012

Zajímavosti / Interesting news

Projekt „COTY“ – Auto roku 2013

Jak jste již pravděpodobně zaznamenali, hlavní prioritou naší společnosti pro letošní rok je získat s modelem Hyundai i30 nové generace titul Auto roku 2013. Ačkoliv je nová i30 na trhu jen velmi krátce, dle hlasů ozývajících se z řad odborné i laické veřejnosti můžeme usuzovat, že tento náš vůz má rozhodně šanci na úspěch.



*Manažeři HMMC na semináři Auto roku 2013
HMMC managers during the 2013 COTY Workshop*

Cena Auto roku je udělena již od roku 1964 několika evropskými automobilovými magazíny. V současné době jsou organizátory této soutěže následující periodika: Auto (Itálie), Autocar (VB), Autopista (Španělsko), Autovisie (Nizozemsko), L'Automobile Magazine (Francie), Stern (Německo) a Vi Bilägare (Švédsko). Vítěze odborné ankety Auto roku vybírá 59 novinářů z 23 evropských zemí, proporčně zastoupených dle významu dané země pro automobilový průmysl. Českou republiku v porotě zastupuje šéfredaktor časopisu Automobil revue Tomáš Hyan. Držitelem celoevropského titulu Auto roku 2012 byl 5. března na autosalonu v Ženevě vyhlášen elektromobil Opel Ampera/Chevrolet Volt, který na pomyslném trůnu vystřídal loňského vítěze, rovněž elektromobil Nissan Leaf.

V Evropě se dosud žádnému vozu Hyundai nepodařilo tuto cenu získat. Nová generace Hyundai i30 má všechny předpoklady pro úspěch v příštím ročníku této prestižní ankety. Z tohoto důvodu se 21. února ve Frýdku-Místku konal seminář, kterého se zúčastnili zástupci vedení HMMC a manažeři výrobních i administrativních oddělení. Společně zahájili přípravu strategie, jak v této nejprestižnější evropské motoristické anketě uspět. Tohoto cíle bychom

chtěli dosáhnout neustálým zlepšováním úrovně našich výrobků a také zvyšováním povědomí o jejich kvalitě v očích laické i odborné veřejnosti. „Evropské Auto roku je prestižní cena, o kterou usilují všechny automobilky v Evropě. Zisk tohoto ocenění pro nás znamená skvělou reklamu, která má pozitivní vliv na nárůst prodeje, což my v době současné krize, která hrozí celé Evropě, velmi po-



třebujeme,“ uvedl k projektu COTY (Car of the Year) Martin Klíčník, manažer Odd. kontroly kvality a dodal: „Každý z nás by se měl nad sebou zamyslet a začít u sebe, protože každý zaměstnanec má nějaký vliv na výstupní kvalitu vozu a může ovlivnit, jestli tuto cenu s i30 získáme.“ Kvůli zvýšení povědomí o významu ceny Auto roku připravilo Oddělení lidských zdrojů speciální školení. V březnu se ho zúčastní přibližně 500 zaměstnanců HMMC.



Účastníci školení Auto roku 2013 v HMMC / Participants of the 2013 COTY Training in HMMC

The COTY Project – Car of the Year 2013

As you have probably noticed, the top priority of HMMC for this year is to obtain the 2013 Car of the Year Award for the new-generation Hyundai i30. Although the new i30 is just shortly in the market, we may assume, considering the reaction of both professional and general public, that this car surely has a chance to succeed.

The Car of the Year title has been awarded by several European automotive magazines since 1964. Current organizers of the competition are the following magazines: Auto (Italy), Autocar (GB), Autopista (Spain), Autovisie (Netherlands), L'Automobile Magazine (France), Stern (Germany) a Vi Bilägare (Sweden). The winner of the professionals' survey is chosen by 59 journalists from 23 European countries, proportionally represented according to the particular country's importance for automotive industry. For the Czech Republic, Tomáš Hyan, editor in chief of the Automobil Revue magazine, is a member of the jury. On 5th March, the electric car Opel Ampera/Chevrolet Volt was awarded the Car of the Year 2012 Award at Geneva Motor show and this way replaced the last year's winner, another electric car Nissan Leaf.

No Hyundai car has been awarded this title in Europe yet.

The new-generation Hyundai i30 has all prerequisites for success in the next year of this prestigious survey. For this reason a workshop attended by HMMC top-management representatives and managers of all production and administration departments was held in Frýdek-Místek on 21st February. They all together started preparation of strategy on how to succeed in the most prestigious European automotive survey. We would like to achieve this goal by continual improvement of our products' standard as well as by rising awareness about their quality in the eyes of both general and professional public. "The European Car of the Year is a prestigious award which all European carmakers strive for. Achieving this appreciation means great advert with positive impact on the sales increase, which is what we need in the time of current crisis that threatens entire Europe", Martin Klíčník, manager of Quality Assurance Dept. said about the COTY project and added: "Everyone of us should think about it, as every employee somehow influences final quality of the car and can thereby affect whether we get the price or not". In order to increase awareness of the Car of the Year Award's importance, HR Department organized a special training. Approx. 500 HMMC employees will attend it in March.

Výbava nové generace Hyundai i30

Nový Hyundai i30 je typickou ukázkou konceptu moderní přemiovosti, jehož cílem je nabídnout i zákazníkům v segmentu C (tzv. nižší střední třídy) prvky, které dosud byly typické pro mnohem vyšší segmenty: například řízení „Flex Steer,” start pomocí tlačítka a tzv. chytrého klíče nebo elektronickou parkovací brzdu.

V tomto čísle HMMC News se zaměříme na funkci „Flex Steer.” Bližší informace nám poskytl Martin Remeš, manažer Oddělení nákupu a vývoje dílů: „Smyslem této technologie je zvýšení komfortu řidiče – nabízí nám 3 na sobě nezávislé režimy řízení. Můžeme volit mezi Normal, Comfort a Sport. Režim Comfort se používá v městském provozu, Normal při běžné jízdě a režim Sport je určen spíše na dálnice a rychlostní komunikace.”

Volba jednotlivých režimů s různými úrovněmi účinku a zpětné vazby posilovače řízení se provádí tlačítkem na volantu. Informace o zvoleném módu se poté zobrazí na displeji umístěném mezi tachometrem a otáčkoměrem. Volit mezi režimy je možné pouze v případě, když je rychlost vozidla nižší než 3 km/h. „Platí závislost, že se vzrůstající rychlostí klesá účinek posilovače řízení. Nej-

většího účinku posilovače se nám dostane při zvoleném režimu Comfort, polovičního u režimu Normal a nejmenší účinek se dostaví u volby Sport,” dodal Remeš. V příštím čísle HMMC News se blíže podíváme na elektronickou parkovací brzdu.



Equipment of the new-generation Hyundai i30

The new Hyundai i30 is a typical example of the “Modern Premium” conception, the goal of which is to provide C-segment customers with features available for higher segments so far: for example

Flexible Steering, button start or Electronic Parking Brake.

In this issue of HMMC News we will focus on the “Flex Steer” function. Martin Remeš, manager of Parts Development Department, gave us detailed information on it. “This technology increases driver’s comfort and offers 3 independent driving modes. You can choose Normal, Comfort and Sport. Comfort mode is used in city traffic, Normal during common drive and Sport mode is destined rather for highways”.

These particular modes, offering various levels of power steering effect and feedback, are switched by a button placed on the steering wheel. Information on which mode is currently used can be found on a display between speedometer and rev counter. Mode changing is possible only at the speed lower than 3 km/h. “There is a dependence - with increasing speed, the power steering effect goes down. The highest impact is available within Comfort mode. Normal offers average effect and the lowest power steering impact comes when using Sport mode”, Remeš added. In the next issue of HMMC News we will focus on Electronic Parking Brake.

HMMC je na Facebooku

Sociální síť Facebook má nyní v České republice již více než 3,6 milionu uživatelů. Fenomén Facebook se stal důležitým komunikačním nástrojem nejen pro jednotlivce, ale také pro firmy. Od února letošního roku má svůj firemní profil na výše zmíněné sociální síti i naše společnost.

A co bychom na svém profilu chtěli fanouškům i ostatním návštěvníkům nabídnout? „Rádi bychom prostřednictvím Facebooku přinášeli co nejčerstvější informace ze světa automobilů značky Hyundai, ale také ze života lidí, kteří se na výrobě těchto vozů podílejí,” říká Kateřina Churá z Odd. vnějších vztahů. Již nyní můžete na našem profilu nalézt

například bohatou galerii s fotografiemi modelů Hyundai, které zde v Nošovicích vyrábíme, nebo reportáže z akcí, jenž společnost HMMC pořádá. Velkému zájmu se hned od prvních dnů těší například album představující výrobu v továrně. Naši fanoušci zde hojně komentují uveřejněné fotografie. Na „zdi” profilu naleznete novinky, videa, reklamní spoty, či jiné zajímavosti týkající se značky Hyundai, které se objevily v médiích. V budoucnu bychom zde rádi nabídli také různé aplikace, či soutěže o zajímavé ceny. Věříme, že lidé na našem profilu najdou nejen mnoho užitečných informací, ale také dostatek prostoru pro zábavu a odreagování. Přidejte se a sdílejte s námi svět vozů značky Hyundai!

HMMC is on Facebook

Over 3.6 million users are registered with Facebook social network in the Czech Republic. Facebook phenomenon has become a significant communication tool for both individuals and enterprises. Our company has had its commercial Facebook profile since February.

And what we would like to offer our fans and other visitors on the profile? “Via Facebook, we would like to present the most up-to-date information about the Hyundai cars as well as about the people who produce them”, said Kateřina Churá from Public Relations Dept. Already now, you can find for example rich photo-gallery of Hyundai cars

produced here in Nošovice or coverage from events organized by HMMC on our profile. For example, an album introducing production in the plant is very popular from the very beginning. Our fans like to comment on published pictures a lot. On the profile’s “wall” you can find news, spots, advertisement or other interesting things connected to Hyundai which appear in media. In the future, we would like to offer some applications or interesting competitions here as well. We believe that our profile will serve people not only by providing plenty of useful information but also as a space for fun and relax. Join us on Facebook and share the world of Hyundai cars with us!



Navštivte nás na: www.facebook.com/HyundaiNosovice

Téma/ Topic

Odborníci z Karlovy univerzity zkoumají, jak se užívají různé jazyky v HMMC

Když se ve velkých nadnárodních podnicích vytvoří internacionálně smíšené pracovní týmy, přítomnost řady jazyků je nevyhnutelná, což může působit problémy, které je třeba řešit.

Užívání různých jazyků ve velkých nadnárodních společnostech se stala důležitou problematikou pro výzkumníky z Filozofické fakulty Uni-

verzity Karlovy v Praze už od poloviny 90. let minulého století, kdy začaly v České republice široce působit německé firmy, zejména v automobilovém průmyslu (např. Volkswagen). Mezitím se však situace v České republice změnila - v éře postupující globalizace dochází k větší míře ekonomického, společenského či dokonce politického kontaktu se zeměmi z nejrůznějších koutů světa, což se logicky projevilo i na dalším zaměření výše uvedeného výzkumu a nošovický závod, důležitý jak pro regionální, tak celostátní ekonomiku, se stal velmi atraktivní jako příklad česko-korejské spolupráce.



Od června 2011 univerzitní odborníci navštívili několikrát HMMC, kde prováděli interview se zaměstnanci na různých pracovních pozicích (svá pozorování ověřovali i v centrále Hyundai v Soulu). Protože nošovický závod zaměstnává pracovníky hovořící česky, korejsky, anglicky, polsky, případně i jinými jazyky, vynořují se zajímavé otázky jako: které jazyky se užívají při každodenních činnostech na různých úrovních společnosti? Jaká opatření byla přijata pro výuku angličtiny, češtiny a korejštiny v HMMC? Jaká znalost jazyků je vyžadována pro zaměstnání na různých pracovních pozicích? Jaké jazykové materiály jsou připravovány pro zaměstnance? Jaké jazyky se užívají na informačních tabulích uvnitř a vně

závodu? Jak korejšti zaměstnanci a jejich rodiny zvládají komunikaci vně závodu? Jak místní podmínky ovlivňují profesní dovednosti a znalost jazyků pracovníků z regionu? Co se od sebe naučili místní zaměstnanci a zaměstnanci přicházející z Koreje? Vyskytnou se také nedorozumění? Jak se takové případy řeší?

Výzkumný tým vedený docentem Ji-

řím Nekvapilem shledal, že HMMC je vysoce internacionální, multikulturní prostor, v němž mají jeho zaměstnanci mnoho příležitostí k zlepšování a rozvíjení svých jazykových a interkulturních dovedností, a na základě dosud provedených pozorování hodnotil spolupráci a komunikaci mezi zaměstnanci HMMC velmi pozitivně. Konkrétní poznatky by měl přinést další výzkum.

Charles University researchers explore linguistic diversity in HMMC

When internationally mixed teams come together to work in large multinational companies, the presence of multiple languages is inevitable, and may present problems which need to be solved.

Multiple language use in large multinational companies has been an important topic for researchers from the Faculty of Arts at Charles University in Prague since the mid-1990s, when German-owned companies (e.g. Volkswagen) began to work extensively in the Czech Republic, particularly in the automobile industry. In the meantime, however, the situation in the Czech Republic has changed – in an era of advancing globalization, there is an increased degree of social, economic and political contact between the Czech Republic and various countries of the world. Situations of Czech-Korean collaboration in multinationals thus represent the next logical expansion of the research, particularly considering the importance of HMMC for the national and regional economy.

Since June 2011, the research team has been making visits to HMMC as well as to the headquarters in Seoul, and conducting interviews with the Hyundai employees. As the plant employs speakers of Czech, Korean,

English, Polish, Slovak and other languages, interesting questions such as the following arise: Which languages are used in the company's everyday operations? Which policies does the company have for teaching English, Czech and Korean in the plant? What language knowledge is required for employment in various positions? What language materials are prepared for the company employees? Which languages are used on signs inside and outside of the plant? How do the Korean employees and their families manage their communication outside the plant? How do the local conditions affect professional skills and knowledge of the languages of the local employees? What have the locals and the expatriates learned from one another? Do misunderstandings occur? How are they resolved?

The research team, led by Associate Professor Jiří Nekvapil, has found that HMMC is a highly international, multicultural space in which employees have ample opportunities to improve and develop their language and intercultural skills, and on the basis of the observation up to now has evaluated the cooperation of the Hyundai employees very positively. Further research should yield more specific findings.

Autoři / Authors: Tamah Sherman, Jiří Nekvapil



„Na Ukrajině najdete spoustu krásných míst s nedotčenou přírodou.“

Pravidelní čtenáři již pravděpodobně zaznamenali, že v posledním roce čas od času vystřídáme naši rubriku „Jak je neznáte“ článkem, jehož prostřednictvím představujeme naše zahraniční zaměstnance. Tentokrát se v hledáčku redakce ocitla naše kolegyně Oksana Korobko, původem z Ukrajiny.

Jak dlouho už žiješ v České republice a co tě sem přivedlo?

V České republice žiji již šestým rokem. Původně jsem sem přijela studovat na vysoké škole. Nabídla mi to kamarádka. Studium v zahraničí mě tehdy docela lákalo. Českou republiku jsme vybrali kvůli blízkosti Ukrajiny, podobnému jazyku a finanční dostupnosti studia na vysoké škole. Považovala jsem to za krátké dobrodružství a nedokázala jsem si představit, že tu zůstanu po tak dlouhou dobu.

Mluvíš výborně česky. Bylo pro tebe těžké se náš jazyk naučit?

Před začátkem studia na vysoké škole jsme měli měsíční kurz češtiny, po jehož ukončení jsem mohla říct jen pár vět, například: „Jmenuji se Oksana a jsem z Ukrajiny“, a nebo nejčastěji používaná věta: „Jedno pivo, prosím.“ Nikdy nezapomenu na šok, který jsem zažila na první školní přednášce v češtině. Myslela jsem, že tenhle jazyk nikdy nebudu umět. Sice mám takové myšlenky pořád, ale alespoň už toho dokážu víc, než popsat zařízení pokoje. Ani nevím, jak jsem se to naučila, přišlo to nějak samo. Když ta čeština je všude kolem, tak se nedá nic jiného, než prostě začít mluvit.

Je velký rozdíl mezi životem na Ukrajině a životem v České republice?

Ano, samozřejmě tu rozdíly jsou. Nejsou tak velké, jako třeba mezi životem v ČR a v Koreji. Ale z hlediska ekonomického vývoje je Ukrajina od Česka pořád docela daleko, což hodně ovlivňuje způsob života a chování lidí na Ukrajině. Průměrná mzda je nízká a náklady na život jsou skoro stejné jako tady.

Co ti v ČR chybí a co se ti zde naopak líbí?

Asi nejvíce mi tu chybí ukrajinské jídlo. Ukrajinská (ruská) kuchyně je velice rozmanitá. Má dlouhou historii a po celou dobu byla ovlivňována přilehlými zeměmi. Je v ní spousta

potravin, které se zde bohužel nedají koupit. Nejvíce se mi tu líbí to, že člověk žijící v Česku má o dost větší možnosti cestovat, než lidé na Ukrajině. Ukrajina není členem Evropské unie a pokud chcete navštívit kteroukoliv evropskou zemi, budete potřebovat vízum, jehož zařízení není většinou jednoduché. I obecně, lidé žijící



v Česku mají daleko větší možnosti ve všem: v seberealizaci, vzdělání a podobně.

Žiješ tu s rodinou? Jezdíš někdy na Ukrajinu - třeba za příbuznými nebo na dovolenou?

Rodina je další věc, která mi tu určitě chybí. Žiji zde sama a za rodinou jezdím dvakrát do roka. V létě to spojuji s dovolenou u moře. Ukrajinská letoviska nejsou tak rozvinutá, jako někde jinde, ale má to své kouzlo. Pořád najdete spoustu krásných míst s nedotčenou přírodou, kde nejsou žádní lidé.

A čemu se ráda věnuješ ve volném čase?

Ve volném čase ráda sportuji. Nedokážu si představit, že bych ani jednou za celý týden nezašla na nějaké cvičení. Dává mi to spoustu energie. Taky ráda cestuji, ale na to bohužel není tolik času, jak bych chtěla.

Oksana Korobko (25) vystudovala Vysokou školu podnikání v Ostravě. V HMMC pracuje od září 2008 jako junior specialista na Oddělení řízení výroby. Do práce dojíždí z Ostravy.

“You can still find many beautiful places with unspoiled nature in Ukraine.”

Regular readers have probably noticed that from time to time, we change the section “What you would not expect” for an article introducing foreign employees during the last year. This time, our colleague Oksana Korobko, who comes from Ukraine, provides us with an interview.

and you must start speaking.

Is there a big difference between living in the Czech Republic and in Ukraine?

Yes, of course there are differences. Not as significant as between living in the Czech Republic and in Korea, for instance. But regarding economics, Ukraine is still quite far from the Czech Republic, which strongly influences people's behavior and way of living in Ukraine. The average salary is low and the living costs are almost same as here.

What do you miss and, on the contrary, what do you like here?

What I miss the most is probably the Ukrainian food. Ukrainian (Russian) kitchen is very colorful and has a long history. It was influenced by neighboring countries during years. It uses many foodstuffs which are not available here. What I like the most is that people living in the Czech Republic have more opportunities for traveling than those living in Ukraine. Ukraine is not member of the EU, so if you want to visit any European country, you need visa, which is not easy to obtain. In general, people who live in the Czech Republic have better opportunities in everything – self-realization, education etc.

Do you live here with your family? And do you sometimes go to Ukraine – to see your relatives or for holiday?

Family is the other think I miss here indeed. I live here alone and I go to see my family twice a year. In summer, I combine the visit with holiday by the sea. Ukrainian resorts are not as developed as somewhere else, but they have charm. You can still find many beautiful places with unspoiled nature and no people.

And what do you do in your leisure time?

I like sports. I cannot even imagine I would spend a week without any kind of exercise. It gives me a lot of energy. I also like traveling, but, unfortunately, I have not as much time as I wished.

Oksana Korobko (25) graduated from Vysoká škola podnikání in Ostrava. She has been working as Junior Specialist at HMMC Production Control Dept. since September 2008. Oksana commutes from Ostrava.

Co byste měli vědět o... What you should know about...

... NOVÝCH PODMÍNKÁCH KB

V průběhu loňského roku došlo ze strany Komerční banky ke změně podmínek v oblasti poskytovaných výhod zaměstnancům. Podmínky pro nové žadatele o vedení účtu zdarma a další výhody KB jsou následující:

MůjÚčet

- při splnění jedné z níže uvedených podmínek pro poskytnutí bonusu v daném měsíci bude následující měsíc vráceno 50% z ceny měsíčního poplatku za vedení tohoto účtu nebo
- při splnění alespoň dvou z níže uvedených podmínek pro poskytnutí bonusu v daném měsíci bude následující měsíc vráceno 100% z ceny měsíčního poplatku za vedení tohoto účtu:
 - a. dosažení měsíčního očištěného kreditního obrátu na klientovi ≥ 10 tis. Kč,
 - b. dosažení celkové výše prostředků klienta uložených u KB a/nebo u společností Investiční kapitálová společnost KB a/nebo Modrá pyramida stavební spořitelna a/nebo Komerční pojišťovna a/nebo Penzijní fond Komerční banky ≥ 100 tis. Kč,
 - c. pravidelné měsíční úložky v rámci produktů společností Investiční kapitálová společnost KB a/nebo Modrá pyramida stavební spořitelna a/nebo Komerční pojišťovna a/nebo Penzijní fond Komerční banky ≥ 2 tis. Kč,
 - d. existence smlouvy o hypotečním nebo osobním, dosud nesplaceném, úvěru uzavřené s KB a/nebo se společností Modrá pyramida stavební spořitelna.

Zlatá karta

- 1 rok vedení zdarma, následně zdarma při dosažení měsíčního očištěného kreditního obrátu na účtu za předchozí rok ≥ 50 tis. Kč

Osobní úvěr

- 50% sleva z poplatku za zpracování a vyhodnocení žádosti

Hypoteční úvěr

- 50% sleva z poplatku za zpracování úvěru

*Poznámka: Bonus poskytnutý v rámci Programu Zaměstnavatel nelze počítat s jinými bonusy poskytovanými v rámci konceptu MojeOdměny k balíčku MůjÚčet. Zvýhodněné podmínky, které si zaměstnanci sjednali do dubna 2011 v rámci programu „Domino“ (Perfekt konto, Express konto), **zůstávají v platnosti i nadále**. Více informací najdete na Intranetu v sekci Benefits.*

... NEW TERMS OF KB

During last year, Komerční banka changed the terms of benefits provided to employees. The conditions for new applicants for KB free account management and other advantages are following:

MůjÚčet (My account)

- after fulfillment of one of the following conditions for the bonus in a given month, 50% of the monthly management fee for this account will be refunded the following month or
- after completing at least two of the following conditions for the bonus in a given month, 100% of the monthly management fee for this account will be returned the following month:
 - a. achievement of adjusted monthly credit turnover on a client $\geq 10,000$ CZK,
 - b. achieving total client's funds deposited in KB and/or in Investiční kapitálová společnost KB and/or Modrá pyramida stavební spořitelna and/or Komerční pojišťovna and/or Penzijní fond Komerční banky $\geq 100,000$ CZK,
 - c. regular monthly deposits within products of companies Investiční kapitálová společnost KB and/or Modrá pyramida stavební spořitelna and/or Komerční pojišťovna and/or Penzijní fond Komerční banky $\geq 2,000$ CZK,
 - d. existence of a mortgage or a personal, yet outstanding, loan contract concluded with KB and/or with Modrá pyramida stavební spořitelna.

Golden card

- 1 year management for free, then free when achieving adjusted monthly credit turnover on account for the previous year $\geq 50,000$ CZK

Personal loan

- 50% discount on fee for processing and evaluation of the application

Mortgage loan

- 50% discount on fee for loan processing

*Note: Bonus provided within the Employer Program cannot be combined with other bonuses provided within the concept MojeOdměny related to MůjÚčet package. Favorable conditions which employees arranged until April 2011 within the "Domino" program (Perfekt konto, Express konto) **are still valid**. More information is available on Intranet in Benefits section.*

Návštěva z Itálie v HMMC

V úterý 21. února do našeho závodu zavítalo 165 hostů z Itálie. Byli mezi nimi zástupci společnosti Hyundai Motor Italia a také prodejci těchto vozů z Apeninského poloostrova.

Italové přijeli do Nošovic, aby se blíže seznámili s novou generací modelu Hyundai i30 a prohlédli si, jak probíhá jeho výroba. Program začal v auditoriu administrativní budovy, kde se konala prezentace našeho závodu. Hosté byli poté rozděleni do čtyř skupin. Dvě se vydaly na prohlídku výrobních hal naší společnosti – lisovny, svařovny, finální montáže a převodovkárny – a zbylé dvě skupiny se zúčastnily semináře zaměřeného na detailní představu nového vozu Hyundai i30 nové generace. Všechny skupiny se prostrídaly tak,

že každý z účastníků absolvoval kompletní program. „Jedním slovem – působivé. Ze všeho je cítit kvalita, soustředění a zaměření se na spokojenost zákazníků. A právě tyto hodnoty přinášíme našim prodejům a zejména italským zákazníkům. Vše perfektně odpovídá naší strategii,“ shrnul své dojmy Dimitri Liacos, generální manažer HM pro oblast marketingu. „Osobně se mi to auto líbí jako prodejci i jako řidiči. Nemíjí velké ani malé, uvnitř je vše co řidič v této kategorii potřebuje. Všichni se poohlížejí po drahých vozech, ale nemohou si je dovolit. Toto auto je perfektně vyvážené – esteticky i kvalitativně,“ doplnil Enrico Ruggeri, jeden z prodejců značky.



Italian visit to HMMC

165 Italian guests visited our plant on Tuesday 21st February. The group consisted of representatives of Hyundai Motor Italia and Hyundai dealers from the Apennine peninsula.

The Italians came to Nošovice to take closer look on Hyundai i30 new generation and to see how production of the car is realized. The program started in the auditorium of HMMC Administration building where a presentation of our company was given. Thereafter, the guests were divided into four groups. Two of them set on the site tour through stamping, welding, assembly and transmission shops. The two others attended a seminar focused on detail introduction of the i30 new generation. The groups rotated so that every participant

attended all parts of the program. "Only one word – impressive. Everything smells like quality, concentration, focus on customer satisfaction. And this is the key values we are going to deliver to our dealers and especially to our Italian customers. Everything is matched perfectly with our strategy", Dimitri Liacos, HM general manager marketing, summed up his feelings. "I personally like the car as a dealer and as a driver. It is not big, not small. It keeps inside much of what a car driver needs for this kind of standard. Everybody is looking for an expensive car, but cannot afford it. This car has everything in the line – esthetic and quality", Enrico Ruggeri one of the brand's dealers added.

Bezpečnost uživatelských hesel

Password security

Největším nebezpečím, kterému bezpečnost IT čelí, je nevhodné použití uživatelských hesel a jejich odhalení. Zajištění uživatelského hesla je jednou z nejdůležitějších věcí, jelikož je to ta nejjednodušší cesta k ohrožení IT bezpečnosti.

Účelem tohoto článku je zvýšit povědomí uživatelů těchto hesel o jejich bezpečném spravování a poskytnout pravidla dobré praxe v této oblasti za účelem snížení rizika s nimi spojeného.

Proč je zabezpečení hesel tak důležité?

Hesla jsou základem pro ověření identity uživatele systémy počítače. Vaše heslo je klíčem k firemním údajům a dalším elektronickým zdrojům. Pokud se neautorizovaný uživatel zmocní vašeho uživatelského jména a hesla, stává se tato osoba VÁMI! Takový člověk pak získá přístup ke všem síťovým zdrojům a aplikacím, ke kterým máte přístup vy. Tato osoba pak může odcizit informace, zfalšovat, či vymazat soubory, a nebo instalovat viry. Koncový uživatelé odpovídají za vše, co se pod jejich firemními účty v HMMC přihodí.

Jak může dojít k ohrožení či odcizení hesel?

Existuje mnoho typů útoků, které jsou zacílené přímo na uživatelská hesla, a to jak technické, tak sociální povahy. Byla vyvinuta celá řada nástrojů, jejichž pomocí lze krást hesla, například snímání stisků kláves, či jiný software určený ke „špehování“ uživatelských aktivit. Další možností je například snaha o prolomení hesla hrubou silou či slovníkový útok (zkoušení zcela nahodilých kombinací za účelem odhalení hesla v případě prolomení hrubou silou, či sofistikovanější pokusy s využitím množiny obvyklých hesel v případě slovníkového útoku – pozn. redakce) a jiné.

Sociální inženýrství je dalším, a velmi často užívaným způsobem, jak se zmocnit uživatelských hesel. Dochází k tomu v případě, že uživatel dobrovolně prozradí své heslo, jelikož z nějakého důvodu věří, že osoba, která jej o to žádá, je důvěryhodná. Heslo napsané na lístečku přilepeném na monitoru či na klávesnici, je dalším velmi častým způsobem jeho prozrazení.

Preventivní opatření:

Vhodná správa uživatelských hesel vyžaduje aplikování spolehlivé bezpečnostní politiky a poučení všech uživatelů, aby se při nakládání s hesly měli na pozor. HMMC nasadila v

této oblasti bezpečnostní politiku, která poskytuje informace o postupu a nejlepší praxi při používání těchto hesel. Příslušný dokument je k dispozici na Autoway.

Následuje několik pravidel, která by uživatelé měli dodržovat za účelem posílení zabezpečení hesel:

- V případě zasažení počítače virovou infekcí byste měli co nejdříve změnit své heslo.
- Na firemních účtech je vyžadováno používání silných hesel. Používejte raději fráze místo samostatných slov. Příklad fráze: 1havestr0ngP@ssword = „I have strong passport“ („mám silné heslo“), nebo MyP@ssword1sn0twe@k = „my password is not weak“ („moje heslo není slabé“). Takové fráze jsou mnohem komplexnější a lépe se pamatují.
- NIKDY byste neměli poskytovat heslo přes e-mail nebo na základě žádosti zaslané emailem.



- Pokud využíváte počítače, nad nimiž nemáte plnou kontrolu, obzvláště v internetových kavárnách, či jiné veřejně přístupné počítače, používejte je s velkou opatrností a pokud to není nezbytně nutné, nepiště na nich své heslo. Mohou na nich být nainstalovány snímače stisku kláves, či jiné nástroje k odcizení hesel.
- Neuchovávejte svá hesla ani jiné citlivé informace na svém počítači dekryptované.
- Používejte rozdílná hesla pro své pracovní a osobní uživatelské účty.
- Nikomu svá hesla nesdělujte.
- Lepení papírků s hesly na viditelná místa je přísně zakázáno.
- Buďte ve střehu pro případ odcizení identity.

The biggest threat that IT Security faces is inappropriate passwords use and password disclosure. Securing of user passwords is of the highest importance, as it is the easiest method for compromising IT Security.

The purpose of this paper is to raise awareness among users for password security and to provide best practice guidance in order to reduce risks associated with password usage.

Why security of passwords is so important?

Passwords are the foundation for user's identity verification on computer systems.

Your password is the key to company data and other computer resources. If an unauthorized user obtains your username and password, that person becomes YOU! That person would have access to all network resources and applications to which you

happens when user willingly gives out password since he/she believes that the person asking is in some way credible. A written password on sticky notes on monitor or keyboard is another common way for disclosure.

Measures of prevention:

Proper password management requires sound security policy to be imposed and to aware users to act with concern when dealing with passwords. HMMC deployed Password Security Policy that provides guidelines and best practices for password use. That document is available on Autoway.

Following are some best practice guidelines users should follow to reinforce password security:

- In case of virus infection, you should change your password as soon as possible.
- Usage of strong passwords for all company provided accounts is required. Use passphrases instead of passwords. Passphrase examples: (1havestr0ngP@ssword = I have strong passport or MyP@ssword1sn0twe@k = my password is not weak). Passphrases are more complex and easier to remember.
- You should NEVER provide passwords over email or based on an email request.
- When using computers that you do not control, especially in Internet cafes or other publicly accessible computers, use it with great caution and when not necessary do not type your passwords on it. There may be keylogger installed or some other software for password stealing.
- Do not store passwords or other sensitive information on your computer unencrypted.
- Use different passwords for company provided accounts for your personal accounts.
- Do not share your passwords/passphrases with anybody.
- Exposing passwords written on sticky notes is strictly forbidden.
- Be alert regarding Identity Theft.

have access. That person may steal information, falsify or delete files, install viruses. End-users are responsible for everything that occurs under their HMMC provided accounts.

How are passwords compromised or stolen?

There are many types of attacks that specifically target user passwords from both technical and social nature.

Many tools have been developed for stealing passwords such as: keystroke logging or other software for "sniffing" user activities, or ones for breaking passwords as "Brute force" or "Dictionary attack" tools etc.

Social engineering is another and mostly used approach for stealing user passwords. This

CO / WHAT	KDY / WHEN	KDE / WHERE	POZNÁMKY / NOTES
Epy Epy	23. 3. (19:00)	Klub Parník Parník Club	koncert concert
Lorax	24. 3. (15:00)	Kino Luna Luna Cinema	filmové představení movie
Irský kulturní festival 2012 Irish Cultural Festival 2012	24. 3. (18:30)	Bonver Arena	koncert concert
Taneční večery Dancing Evenings	25. 3. (17:00)	Kulturní dům K-Trio K-Trio Community Center	tanec dance
Valerian's Future	30. 3. (20:00)	Klub Hudební Bazar Bazar Club	koncert concert
FC Baník Ostrava x FC Viktoria Plzeň	31. 3. (17:00)	Stadion Bazaly Bazaly Stadium	fotbalový zápas football match
Den ptactva Day of Birds	1. 4.	ZOO Ostrava	akce pro všechny event for everybody
Marian & 333, Václav Fajfr	6. 4. (19:00)	Klub Parník Parník Club	koncert concert
Pinokio	8. 4. (10:00)	Divadlo loutek Theater of Puppets	dětské představení performance for children
Febiofest 2012 - Miss Bala	13. 4. (17:00)	Kino Art Art Cinema	festival
FC Baník Ostrava x FC Slovan Liberec	14. 4. (17:00)	Stadion Bazaly Bazaly Stadium	fotbalový zápas football match

Zdroj / Source: <http://www.ostravainfo.cz>

Zábava / Entertainment

SUDOKU

9		8	5					
2	4			7	8	5		
		1	2					
	5				3	9		2
	2	6		1	5			8
7	1		8	4				
	8	5	4		7		6	9
6		7		8			2	
4			3		6		8	7

Autorem je zaměstnanec HMMC / Prepared by an HMMC employee

Věděli jste, že...?

Čong Mong-ku, předseda skupiny Hyundai Motor, získal 7. března 2012 ocenění „Nejlepší vrcholový manažer světa 2011.“ Tento titul mu udělil italský automobilový magazín Inter Auto News, který vyzdvihl jeho zásluhy na loňském úspěchu značky Hyundai v Evropě zasažené dluhovou krizí.



Did you know that...?

On 7th March 2012, Hyundai Motor Chairman Chung Mong-koo was named "2011 Top Manager in the World" by an Italian auto magazine, Inter Auto News for his achievement in maintaining the automaker's success in Europe last year despite the Eurozone debt crisis.

HMMC News: vydává Hyundai Motor Manufacturing Czech, s.r.o. pro zaměstnance společnosti

Adresa: Průmyslová zóna Nošovice, Nižní Lhoty 700, 739 51, Česká republika, šéfredaktor: Tomáš Nešćák, e-mail: tomas.nescak@hyundai-motor.cz
tel.: +420 596 141 660, fax: +420 596 141 901, www.hyundai-motor.cz

Evidenční číslo: MK ČR E 18145