

# VZDĚLÁVÁNÍ KYBERNETICKÉ BEZPEČNOSTI

Známou frází o tom, že lidský faktor je nejslabším článkem v řetězu IT bezpečnosti jste jistě už slyšeli. Ale školíte dostatečně své uživatele v oblasti IT bezpečnosti? Často slyšíme, že na školení není čas, lidé, nebo nástroje skrze které by se důležité informace k uživatelům dostaly.

Ve VirusLabu se školení věnujeme naplno a protože víme, že každý zákazník má jiné potřeby i možnosti, nabízíme hned několik osvědčených způsobů vzdělávání.

Proškolte své zaměstnance dříve než bude pozdě.

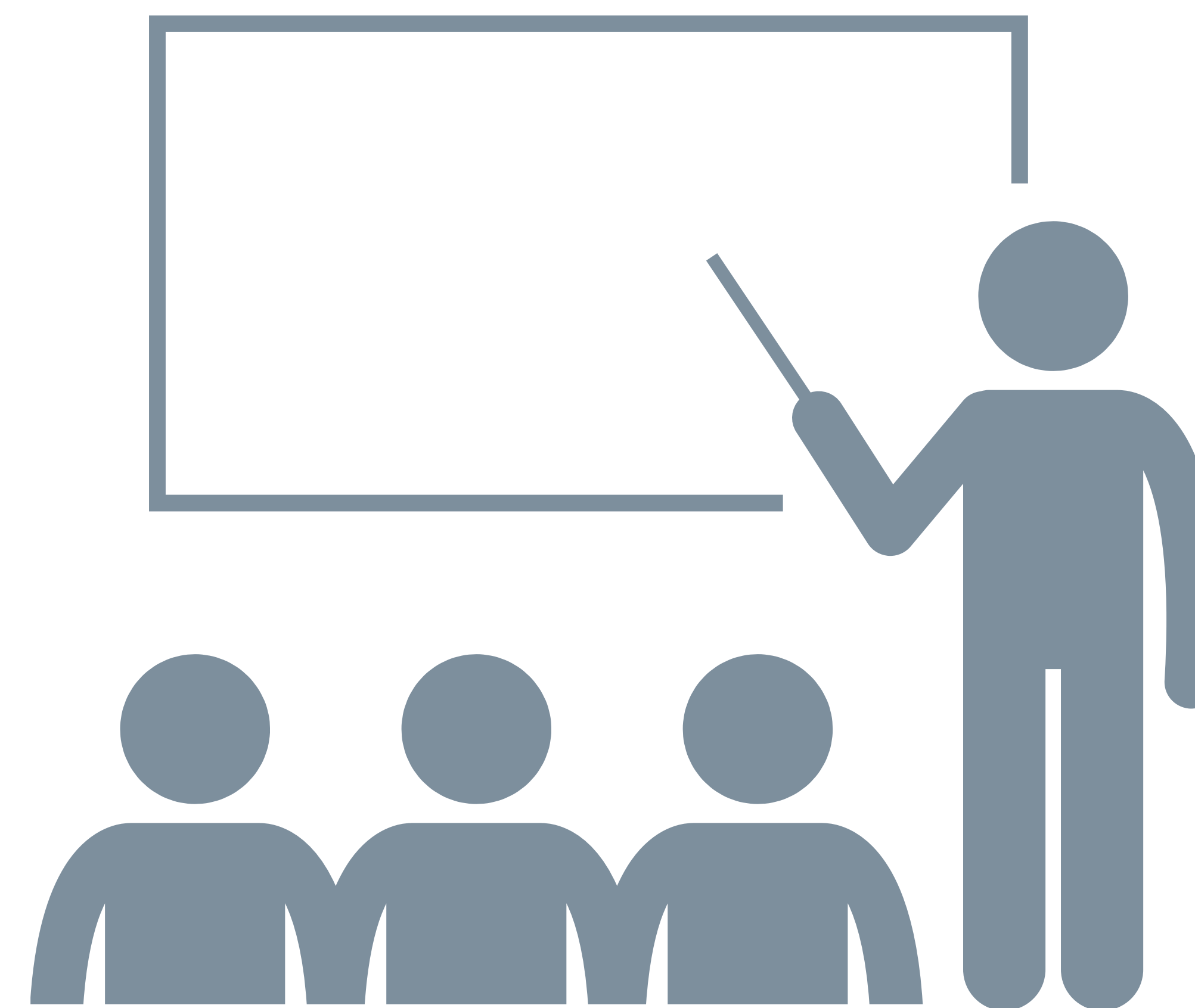


# ŠKOLENÍ KYBERNETICKÉ BEZPEČNOSTI

Školení IT bezpečnosti prezenční formou je nejlepší variantou, kterou mohou Vaši zaměstnanci absolvovat. Jde o tři hodiny nabitě informacemi, realizované pochopitelnou formou, srozumitelné pro skupiny až 50 uživatelů, doplněné množstvím praktických ukázek. Naše školení jsou pro posluchače nezapomenutelným zážitkem, po kterém změní nejen svá hesla, ale také návyky.

Kromě prezenčního školení je samozřejmě možné školení realizovat i formou webináře s možností pořízení záznamu, pokud by se někdo nemohl zúčastnit v termínu.

- Zabezpečení hesel - jak na silná hesla, úniky a dvoufaktorové ověření
- E-maily a phishing - druhy, jak poznat podvody a jak se jim vyhnout
- Sociální inženýrství - metody, způsoby a obrana
- Sociální sítě – síla veřejně dostupných informací a jak jdou zneužít
- Bezpečné platby – jak a čím bezpečně platit a nenaletět
- Surfujeme internetem bezpečně – prohlížení webu má svá pravidla
- Bezpečnost mobilních zařízení – rizika přenosné kanceláře v kapse
- Fyzické zabezpečení – kamery, alarmy, drony a recepční



# E-MAILOVÝ KURZ KYBERNETICKÉ BEZPEČNOSTI

Reinkarnuje myšlenku korespondenční kurzů, je ekonomicky výhodný a nevyžaduje po zaměstnancích žádné větší úsilí. S e-mailem pracuje každý na denní bázi, nemusí se nikam přihlašovat, každý týden najde nový e-mail s novým tématem a videem ve schránce.

- 10 lekcí s tématy kybernetické bezpečnosti
- Lekce zasíláme 1x týdně, celý kurz tak trvá cca 2 měsíce
- Obsahem e-mailu je výstižný popis dané problematiky, konkrétní příklady z praxe pro lepší uchopení a krátké video s vysvětlením, opatřené titulky
- Každá lekce trvá zhruba 10 minut
  
- Závěrem můžeme dodat report jak lidé kurzem procházeli (otevření e-mailů a prokliky na videa)





# SECURITY SCREEN-SAVER

Sada 25 obrázků s tematikou kybernetické bezpečnosti s možností mnohostranného použití. Obrázky lze customizovat ve Vašich firemních barvách a s Vašimi kontakty.



- Šetřič obrazovky či zamykací obrazovka se mohou zdát nepodstatné, svojí funkčností však přispívají k zabezpečení vstupu do počítače. Navíc mohou sloužit k zobrazování užitečných informací jak před přihlášením, tak během doby, kdy je počítač uzamčen.
- Informační letáky jsou další cestou informační kampaně uživatelů. Obrázky dodáváme i v tiskové kvalitě a nic pak nebrání rozmístit je v prostoru aby byly více na očích.

## Malware

- Závadný kód který má za cíl uškodit uživateli počítače
- Může také sloužit k sběru dat o uživateli počítače
- Útoky mohou být i cílené za účelem uškodit společnosti nebo státní organizaci
- Adware- zobrazuje reklamy na naše počítači
- Mezi malware patří například trojský kůň, počítačový červ, ransomware, spyware a další



## Phishing

- Phishing využívá nás, jako nejslabší článek kybernetické bezpečnosti
- Phishing má za cíl z nás vylákat peníze nebo citlivé údaje
- Podvodné zprávy se často jeví jako by pocházeli od věrohodné organizace (např. z banky)
- Útočníci využívají email, sociální sítě nebo nám mohou také zavolat



## Jak na bezpečná hesla?

- Heslo by mělo být kombinací malých a velkých písmen mělo by také obsahovat čísla a speciální znaky (./\*- atd.)
- Určitě bychom neměli používat zažitá hesla, například: heslo, qwerty, 12345
- Heslo by nemělo být odvozeno například od našich zájmů nebo jmen rodinných příslušníků, taková hesla jsou snadno odvoditelná
- Nejlepší je používat správce hesel který generuje a spravuje naše hesla



## Jak rozpoznat phishing?

- Zvláštní doména odesílatele
- Často nás oslovují obecně (např. Vážený zákazníku)
- Snaží se na nás naléhat
- Příliš atraktivní nabídky na to aby byli pravdivé (například vysoké slevy)
- Pokud se vám zpráva nezdá, neotvírejte ji!
- Neočekávané požadavky na naše osobní údaje (čísla karet, přístupové údaje a pod.)

