



Komunikační strategie propagace cizojazyčných oborů na FSV UK

1. Motiv

Zahranční pobyty studentů fakulty jsou nedocenitelným přínosem pro studium. Přítomnost zahraničních studentů pak přináší českým studentům nové zkušenosti a širší pohled na svět.

Obory akreditované v anglickém jazyce nejsou určeny jen zahraničním studentům. Českých studentů je však studuje mnohem méně v porovnání se zahraničními, a to i v důsledku nízké informovanosti uchazečů.

Vedle nedocenitelného kulturního a symbolického přínosu cizojazyčných oborů se tyto obory mohou zároveň stát podstatným zdrojem financování jednotlivých institutů.

Nastavení nové komunikační strategie k propagaci cizojazyčných (v současné době pouze anglických) oborů by mělo přispět nejen k většímu zájmu o obory z řad potenciálních studentů, ale také být součástí celkové komunikační strategie fakulty.

V současné době je možné na FSV UK studovat tyto obory akreditované v anglickém jazyce:

- *Economics and Finance*
- *International Economic and Political Studies*
- *Geopolitical Studies*
- *Central and Eastern European Studies* (součástí programu IMESS – www.imess.eu)
- *Balkan, Eurasian and Central European Studies*

Zároveň je pravděpodobné akreditování dalších oborů (pravděpodobně až pro rok 2011/2012), z nichž jeden je na bakalářském stupni.

2. Cílové skupiny

2.1 *Budoucí studenti:*

Jedná se o skupinu převážně mladých lidí, kteří se rozhodují o svém budoucím profesním zaměření. To je sice spontánně ovlivněno jejich vlastními zájmy, schopnostmi a zaměřením, samotné rozhodování je ale dále ovlivňováno následujícími faktory:

- významem oborů, společenským uplatněním, vzory, úspěšnými absolventy, impulzy firemní sféry a odborné komunity
- vnímáním vybraných oborů okolím, tj. veřejným míněním

1. **Čeští studenti**

- a. současní studenti fakulty
- b. uchazeči o studium z řad studentů jiných oborů či fakult v ČR i v zahraničí



Komunikační strategie propagace cizojazyčných oborů na FSV UK

- c. studenti různých přípravných kurzů
- d. v případě otevření bakalářského programu by se tato cílová skupina podstatně rozšířila o studenty středních škol

2. Zahraniční studenti

- a. uchazeči o studium z řad studentů jiných oborů či fakult v ČR i v zahraničí
- b. studenti různých přípravných kurzů
- c. Erasmus studenti a studenti jiných výměnných programů (i když jen výjimečně se např. někdo, kdo je zde v bakalářském programu na Erasmu vrátí studovat v magisterském programu)

2.2 Pedagogové z jiných institucí, domácích i zahraničních

– zahraniční spolupracovníci pedagogů, studentů apod.

2.3 Odborná veřejnost

– vědecká a pedagogická veřejnost v ČR i v zahraničí

2.4 Opinion leaders

– ti, kdo spoluvytváří postoje a ovlivňují rozhodování cílové skupiny potenciálních studentů – rodiče, pedagogové středních škol, přátelé a známí (absolventi)

2.5 Absolventi

2.6 Veřejnost

– návštěvníci akcí (ples, přednášky, atd.), kolemjdoucí – například před IES je přímo sloup s možností umístění reklamy, kde by měla být šipka a upoutávka.. stejně tak tabulka na budově Hollaru je poměrně nenápadná..

2.7 Komerční partneři

3. Komunikační kanály

3.1 Propagace on-line:

1. Komunitní internetové sítě:
 - a. **Facebook** - <http://www.facebook.com/group.php?v=wall&gid=2524731922> ,



Komunikační strategie propagace cizojazyčných oborů na FSV UK

informace sdělované fakultou uvádět také v angličtině (pozvánky na přednášky, apod.), k dnešku cca 1300 členů

- profil oživit fotografiemi exteriérů a interiérů fakultních budov a fotografiemi Prahy, které mohou být pro mimopražské (i zahraniční) studenty zajímavé
- využít skupiny „Study in the Czech Republic“

- b. **LinkedIn** – <http://www.linkedin.com/groups?home=&gid=1657797>, Alumni skupina (déle než rok existující skupina má 38 členů) – spojit se s správcem skupiny a převzít správcovství (?) – síť je zaměřena spíše na profesní kontakty, nemá tedy smysl vytvářet jinou než absolventskou skupinu

2. Spot na **Youtube** (podobně jako FAMU, AIF, ESA):
<http://www.youtube.com/watch?v=3hiOzVdWmBU> (4.4tis viewers),
ESA (kurzy akreditované u VSE)

<http://www.youtube.com/watch?v=ADkFHWIKSA>,
<http://www.youtube.com/watch?v=vU0uqz9X6Bk>

3. www.studyabroaddirectory.com,
www.gowithcea.com/programs/czech_republic.html,
www.eastchance.com
www.educations.com
www.studyportals.com
www.goabroad.com
www.expats.cz
www.europolitics.info
www.studyin.cz

- IPC
- MŠMT
- e-mailové skupiny (Fulbright.cz):
 - **Study-X, Study-Czech**

4. Webové stránky fakulty
5. Sponzorované odkazy

3.2 Veletrhy

a) *Evropský veletrh pomaturitního a celoživotního vzdělávání Gaudeamus*

- Brno, vždy koncem října/počátkem listopadu, (v anketě na oficiálních stránkách veletrhu odpovídá 4163 lidí na otázku: „Did you find your future studies abroad at 16th edition of Gaudeamus 2009?“ kladně)
- rok 2009: 32 918 návštěvníků



Komunikační strategie propagace cizojazyčných oborů na FSV UK

b) Veletrh pomaturitního a celoživotního vzdělávání Gaudeamus region Praha a Gaudeamus International

- Praha, vždy v lednu
- rok 2010: 7 204 návštěvníků

c) Mezinárodní veletrhy:

- *EAIE*
- *NAFSA*

3.3 Propagační tiskoviny

- a)* klasické „Podmínky přijímacího řízení na akademický rok ...“
- b)* tištěné brožury v omezeném nákladu – uplatnění: veletrhy, DOD, IPC UK, apod.
- c)* vytvoření prezentační brožury – pro zahraniční návštěvy, apod.
- d)* publikace digitální brožury na stránkách fakulty (a komunitních sítích?) s nabídkou informací o studiu (včetně informací o jednotlivých vyučovaných předmětech(?))

3.4 Ostatní propagace

3.4.1 Placená inzerce:

- Učitelství noviny s přehledem VŠ (listopad), dále podle možností

3.4.2 Propagační předměty

3.4.3 Kontakt s novináři

3.4.4 Anglicky psaný tisk v ČR: prague press club

3.4.5 Ambasády v ČR

3.4.6 Klíčové univerzity vybraných zahraničních zemí

4. Časový plán komunikačních aktivit

4.1 Cyklické

- veletrhy Gaudeamus – Brno a Praha,
- Dny otevřených dveří
- inzerce v Učitelství novinách (listopad), ad.
- leden – komunikace s médii – žebříčky a přehledy VŠ

4.2 Kontinuální

- propagace on-line