
Studenti FSV provozují úspěšný web o marketingu

Studenti FSV provozují úspěšný web o marketingu

21. 8. 2012; autor: Lucie Kettnerová; rubrika: Studenti

Markething.cz je studentský web věnující se reklamě, komunikaci a public relations. Ačkoliv je v éteru teprve osm měsíců, dokáže na své stránky přilákat i tisíc návštěvníků denně a jeho Facebook si „olajkovalo“ již přes čtyři tisíce příznivců. Pravidelnou dávku příspěvků redakce posílá na web i během prázdnin.

Nápad vytvořit odborný web, jehož obsah by plnili studenti a absolventi oboru marketingová komunikace a public relations na Fakultě sociálních věd UK, existoval již několik let. Loni v létě začala vedoucí katedry PhDr. Denisa Kasl Kollmannová, Ph.D., připravovat jeho realizaci. Celý zimní semestr se web piloval a testoval a 19. ledna byl s podtitulem „O věcech, které hýbou trhem a společností“ spuštěn. Představen veřejnosti byl oficiálně o necelé tři měsíce později.

Redakční tým tvoří kolem třiceti lidí, kteří přispívají s různou frekvencí. Témata si redaktoři vybírají podle svého zájmu. „Máme svou ediční radu, která na texty dohlíží a určuje směr webu,“ říká editor Ondřej Pavlů. Redakce se schází přibližně jednou za tři až čtyři týdny, svou kancelář ovšem zatím nemá. „Na Hollaru ale možná budou probíhat stavební úpravy, takže možnost, že bychom získali své prostory, existuje. I když jsme internetové médium, společný prostor by vzájemné komunikaci určitě pomohl,“ vysvětluje šéfredaktorka Eliška Kubešová. Odbornou garantkou Markethingu je PhDr. Denisa Kasl Kollmannová, Ph.D.



Ondřej Pavlů má za sebou bakalářský obor marketingová komunikace a PR na FSV UK, nyní se věnuje mediálním studiím. V Markethingu zastává pozici editora.



Všichni, kdo se na tvorbě webu a textů podílejí, pracují dobrovolně a bez nároku na honorář. Aktivní studenti zatím nebyli zvýhodněni ani při plnění studijních povinností v odborných předmětech, to by se však mohlo změnit a za publikované články by si mohli „odškrtnout“ i částečně splněnou atestaci. Co tedy studenty k psaní motivuje? „Je to skvělá praxe, neboť si vyzkoušejí práci redaktora se vším, co k tomu patří. Navíc tu o pozice nemusejí bojovat, ale kdo chce, příležitost dostane. Výhodou také je, že si u nás udělají jméno – potenciální zaměstnavatel si pak může vyhledat, které problematice se věnovali a jaké mají zkušenosti,“ popisuje Eliška Kubešová. Každý redaktor má na webu svůj profil, z něhož se dozvíte, která témata jsou mu blízká. Za osm měsíců existence webu se povedlo dosáhnout průměrné návštěvnosti kolem pěti set uživatelů denně a nejčtenější články si přečte i hodně přes dva tisíce lidí. Tento zájem překvapil i samotné tvůrce. „Přibližně dvě třetiny čtenářů na web přicházejí přes odkazy na Facebooku,“ komentuje čísla Ondřej Pavlů.

Eliška Kubešová absolvovala bakalářský obor marketingová komunikace a PR na FSV UK, v současné době pokračuje druhým rokem ve studiu žurnalistiky. V Markethingu působí jako šéfredaktorka.

Markething.cz se rozhodl zapojit do soutěže Křišťálová lupa. V sekci zájmové weby ho můžete podpořit i vy!