
Studenti FSV navrhli novou komunikační strategii pro univerzitu

Studenti FSV navrhli novou komunikační strategii pro univerzitu

16. 6. 2011, autorka: Tereza Veselská, studentka oboru Marketingová komunikace a PR, členka pracovního týmu, rubrika: Studenti



V rámci výuky letního semestru 2011 měli studenti oboru Marketingová komunikace a PR při Fakultě sociálních věd možnost se zapojit do zajímavého výběrového kurzu. Již jeho název Komunikační strategie Univerzity Karlovy napovídá, že cílem kurzu bylo vytvořit návrh strategie, který by mohla univerzita použít pro své externí i interní komunikační aktivity a také pro svou prezentaci vůči různým cílovým skupinám.

Teorie pro skutečný projekt

Náplň kurzu pokrývala teoretickou i praktickou rovinu výuky. V teoretických částech jsme probírali odborné poznatky z oblasti marketingu a public relations, které jsme dále uplatňovali při jednotlivých krocích tvorby návrhu strategie. V průběhu semestru jsme se tedy postupně mohli věnovat analýze trendů v oblasti vysokého školství, rozboru komunikačního prostoru UK a v neposlední řadě i vytvoření praktického komunikačního manuálu.

Během kurzu jsme se potýkali s řadou úkolů, které přesahovaly rámec běžné výuky, ale tím o to více rozšiřovaly naše obzory. Provedli a vyhodnotili jsme např. průzkumy, které dohromady zahrnovaly téměř 700 respondentů, analyzovali české i zahraniční univerzity a také jsme se mimo jiné zabývali komplexním monitoringem mediálních obsahů.

Univerzitní komunikace má silný potenciál

Pomocí průzkumů jsme kupř. zjistili, že většina veřejnosti (81 % respondentů) pokládá Univerzitu Karlovu za konzervativní instituci. V rámci komunikačního manuálu jsme tedy navrhli vytvoření oficiálního profilu univerzity na Facebooku, který by byl řádně spravován a stal se tak přínosnou platformou pro komunikaci studentů, uchazečů o studium, veřejnosti a zástupců univerzity.

Dále jsme se z průzkumů dozvěděli, že většina (71 %) studentů univerzity nezná ústřední bod univerzity, který by sloužil pro setkávání studentů ze všech fakult. Navrhli jsme, že by se takovýmto místem mohl stát Klub K4 v Celetné ulici, který dosud nemá dostatečnou prezentaci.

Doporučení našeho týmu, skládajícího se ze čtrnácti studentů, se též vztahovala k univerzitnímu webu. Zde jsme kromě celkové modernizace navrhli vizuální sjednocení jednotlivých webů fakult, vytvoření plnohodnotné anglické verze stránek a zavedení e-shopu s propagačními předměty UK.

Praktické využití?

Výsledkem našeho bezmála čtyřměsíčního úsilí byl ucelený návrh komunikační strategie, který jsme osobně prezentovali předním představitelům UK. Věříme, že náš projekt bude žít dál a postupem času uvidíme jeho části uvedené v praxi.