
Odborníci na sociální média se na trhu práce neztratí

Odborníci na sociální média se na trhu práce neztratí

Specialisté na sociální média jsou na trhu velice poptávaní, absolventi se znalostmi této problematiky tedy s největší pravděpodobností o místo mít nouzi nebudou. I to byl jeden z důvodů, proč se Mgr. Marie Dudziaková a PhDr. Martin Jindra rozhodli v rámci oboru Studia nových médií při Filozofické fakultě UK vést seminář zaměřený právě na tento druh médií.



Máša Dudziaková a Martin Jindra jsou oba absolventy oboru Studia nových médií a zároveň bývalými spolužáky. Protože si vzájemnou spolupráci ověřili při studiu i na několika předchozích projektech a oba při své práci hojně využívají sociální média, rozhodli se jít do vedení semináře společně.

Seminář je v SISu označen názvem Marketing v sociálních médiích a navazuje na předmět, který na katedře dříve vedl Mgr. Adam Zbiejczuk. Primárně je určen pro studenty oboru Studia nových médií, při volné kapacitě se však mohou přihlásit i zájemci z jiných oborů či fakult. „Vloni byla kapacita semináře úplně vyčerpaná. Dokonce jsme ji navyšovali. Také jsme umožnili několika studentům docházet i bez nároku na získání kreditu. Chodili prostě jen proto, že je to téma zajímavé,“ popisuje Martin Jindra.

Na přípravě sylabů i výuce se rovnoměrně podílejí oba pedagogové. „Když jsme uvažovali o náplni semináře, rozhodli jsme se, že bude náročný jak pro účastníky, tak pro nás. Jako studenti jsme nejvíc oceňovali, když se pedagogové

našim pracím věnovali a dávali nám zpětnou vazbu. V našem předmětu kombinujeme akademické a teoretické poznatky z této oblasti spolu s praktickými zkušenostmi, které jsme nabrali během naší praxe," říká Máša Dudziaková. Devadesátiminutový seminář má podobu přednášek, které často přecházejí v diskusi. „Protože v marketingu neexistuje jen jedno správné řešení, nabízí se pro diskusi poměrně široká platforma,“ vyzdvihuje přínos zvolené formy Martin Jindra. První hodiny jsou především teoretické a poskytují vhled do dané oblasti. Studenti ale brzy začínají samostatně ve dvojicích zpracovávat marketingovou strategii působení v sociálních médiích pro reálné předem vybrané značky. Na výběr byly třeba lokální prodejny, jedno z pražských alternativních kin, ale i banka nebo nadnárodní gigant. Studenti pak komunikují se zástupci brandu o jejich představách a na základě poznatků z hodin během semestru zpracují obsáhlou strategii. Společnosti zpracované strategie opravdu obdržely, zhodnotily a některé studentské návrhy v rámci své komunikace již zrealizovaly. Dvě skupinky studentů dostaly na základě této strategie v těchto firmách dokonce nabídku zaměstnání. „Pro studenty je velmi povzbudivé, že se s nimi velké firmy baví a oni jako studenti jim mají co říct a nabídnout,“ vysvětluje Máša Dudziaková.

Když došlo na konci semestru na studentské evaluace, překročilo průměrné hodnocení 90 %. Absolventi semináře nešetřili chválou ani v dobrovolných komentářích. „Když se spojí buchta přes média s machrem na řízení značky v SM, vznikne z toho 12hodinová jízda marketingovým lunaparkem, z které se místy může točit hlava, ale ve výsledku je tenhle cyklus naplněn až po okraj tím nejzajímavějším a nejaktuálnějším, co SM v současné době umožňují. Co prezentace, to jeden důvod proč navštěvovat tenhle přednáškový set,“ objevilo se například v jednom z odevzdaných dotazníků.

I když je o výuku velký zájem, nejsou mladí pedagogové schopni nabídnout více termínů, protože kromě působení na UK mají svá zaměstnání a dalším časem prostě nedisponují. „Naše studenty vlastně připravujeme na dnes tolik žádanou pozici specialisty na sociální média. Snažíme se jim předat naše teoretické znalosti a praktické zkušenosti a také jim dávat kvalitní zpětnou vazbu na jejich práci, kterou během semestru odvedou. Každému odevzdanému domácímu úkolu věnujeme i hodinu času. Víc už v našich silách opravdu není,“ říká Martin Jindra. „U skoro dvaceti studentů to dělá minimálně jeden pracovní den na opravování a hodnocení jednoho úkolu. Ještě že jsme na to dva,“ dodává Máša Dudziaková.

Kdo by měl zájem dozvědět se více informací o tomto semináři, může navštívit [web](#) s prezentacemi z hodin, které se Máša s Martinem rozhodli veřejně sdílet.