


P3.1 Marketingová a mediální komunikace

Popis procesu

	Proces:	P3.1 Marketingová a mediální komunikace
	Vymezení platnosti:	Popis procesu je závazný pro všechny zaměstnance VŠB-TUO, vykonávající činnosti stanovené tímto popsaným procesem.
	Garant procesu:	9920 – Vedoucí útvaru Vztahy s veřejností
	Základní povinnosti garanta procesu:	<ul style="list-style-type: none"> - odpovídá za shodu realizace procesu s popisem procesu - odpovídá za monitorování a měření procesu - odpovídá za provedení analýzy rizik procesu
Zákazník procesu:	Zaměstnanci, studenti a absolventi VŠB-TUO	
	Média, partnerské organizace a instituce	
	Odborná veřejnost, firmy	
	Široká veřejnost	
Klíčové vstupy:	Požadavek na informaci	
	Potřeba prezentace univerzity - budování její značky	
	Budování vztahu s potenciálními studenty, stávajícími studenty, zaměstnanci, absolventy a partnery VŠB-TUO	
	Posilování identifikace studentů, zaměstnanců a absolventů s VŠB-TUO	
	Společenská odpovědnost (plnění třetí role univerzity)	
Klíčové výstupy:	Vytváření jednotné značky VŠB-TUO (vč. vizuální jednoty)	
	Zveřejněné sdělení o univerzitě v online i offline podobě	
	Podklady pro propagaci v online i offline podobě a propagační předměty	
	Tiskové zprávy a sdělení, tiskové konference	
	Pořádání akcí s cílovými skupinami	
Zdroje:	Pracovníci útvaru Vztahů s veřejností, kancléř, tiskový mluvčí	
	Pracovníci PR oddělení fakult a ústavů VŠB-TUO	
	Pracovníci útvaru CIT a Audiovizuálního centra	
	Další pracovníci univerzity, studenti a absolventi	
	Pracovníci útvaru Oddělení mezinárodních vztahů	
	Fakulty a další pracoviště VŠB-TUO	
	Média	
	Externí dodavatelé služeb	
Regulátory:	TUO_SME_99_006 Pravidla provozu univerzitního inf. systému	
	TUO_SME_03_016 Zásady používání a ochrany znaku a loga univerzity	
	TUO_SME_07_017 Kontrola a správa prezentačních webových stránek univerzity a jejich součástí	
	TUO_SME_19_003 Zásady užívání reklamních, propagačních, informačních ploch a prostor VŠB-TUO	
	TUO_PPR_14_001 Rozesílání hromadné pošty nebo obchodní sdělení	

Kritéria pro měření a monitorování procesu		
Hledisko	Kritérium	Algoritmus
Objemové	Počet tiskových zpráv do médií za kalendářní rok	
	Neklesající počet zapsaných studentů 1. ročníku bakalářských studijních programů k počtu vztaženému k roku 2020	
	Počet příspěvků na webu a na profilech sociálních sítí univerzity	
	Počet propagačních aktivit a počet účastníků na akcích	
	Počet návštěv webu a sociálních sítí	
Časové		
Kvalitativní		
Produktivita	Průběžná analýza mediální pozice	

Legenda:

CIT	Centrum informačních technologií VŠB-TUO
OMV	Oddělení mezinárodních vztahů
PRF	PR pracovník fakulty nebo dalšího pracoviště univerzity
PÚVV	pracovník útvaru Vztahy s veřejností
SŠ	střední škola
TM	tiskový mluvčí
„univerzita“	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava
ÚVV	Útvar Vztahy s veřejností
VÚVV	vedoucí útvaru Vztahy s veřejností

Mužský gramatický rod použitý v dokumentu označuje osobu jakéhokoliv genderu.

Jakákoliv komunikace za univerzitu by měla odpovídat podmínkám genderově korektní komunikace.

Pro zaměstnance univerzity a doktorandy je na webu univerzity v části Strategie marketingové komunikace uveden souhrn informací za tuto oblast včetně praktických návodů a vysvětlení.

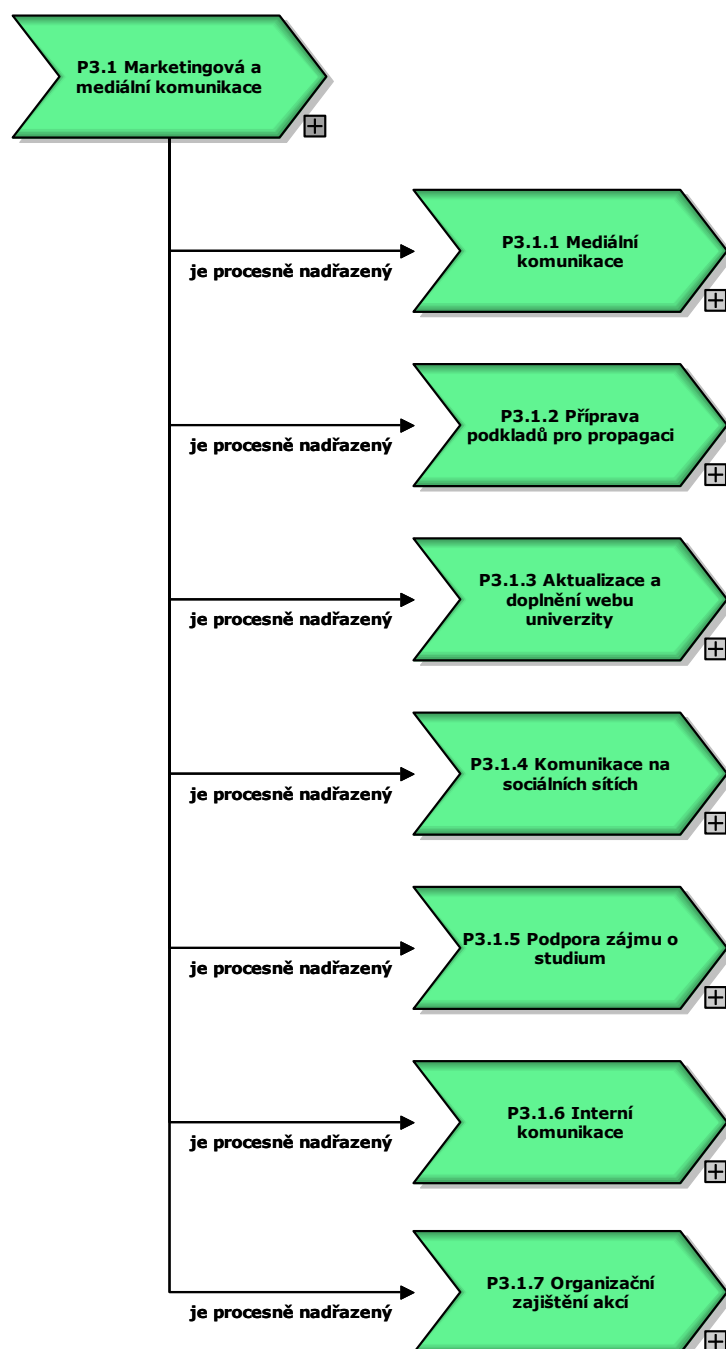
**Rozčlenění
procesu:**
Garant procesu:
**P3.1 Marketingová a mediální
komunikace**
9920 – Vedoucí útvaru Vztahy s veřejností
P3.1 Marketingová a mediální komunikace


Diagram aktivit pod-procesu

P3.1.1 Mediální komunikace

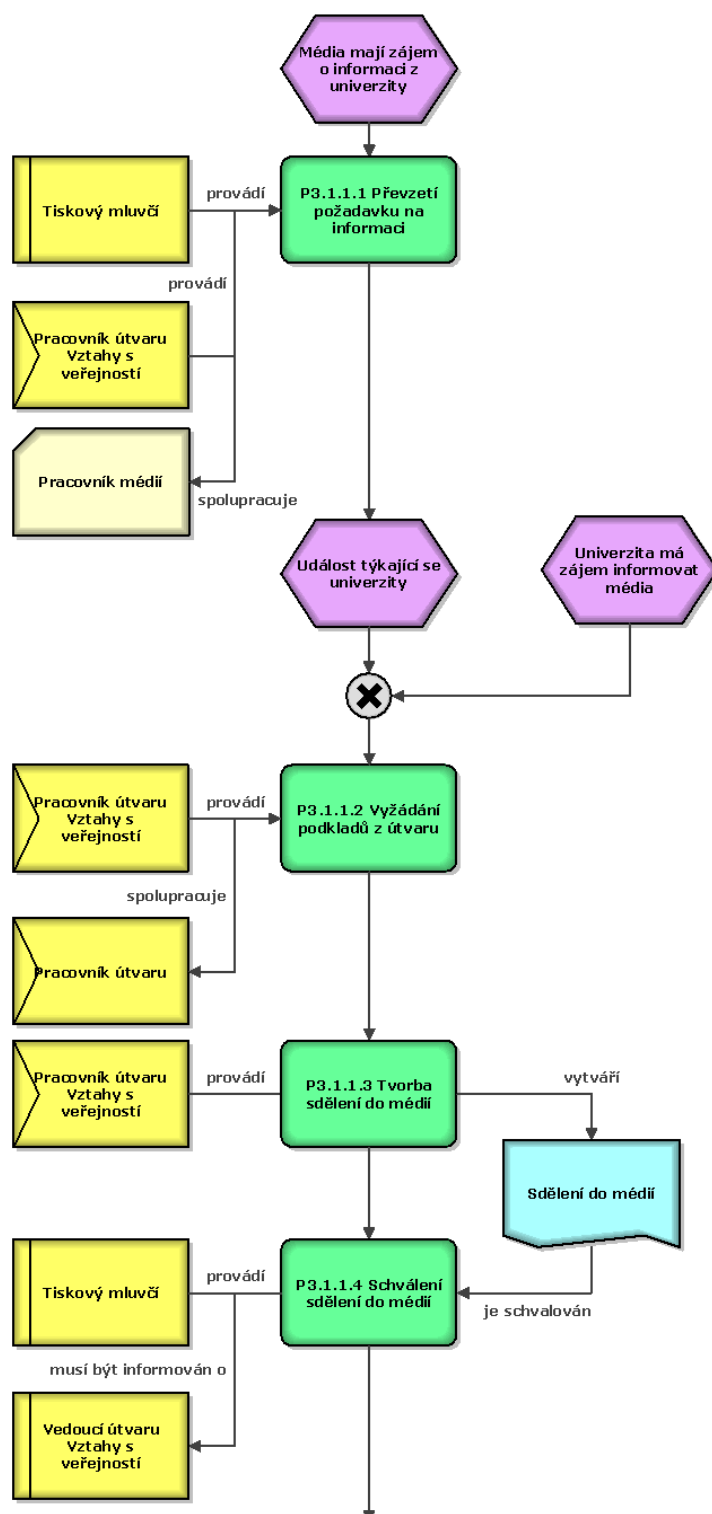
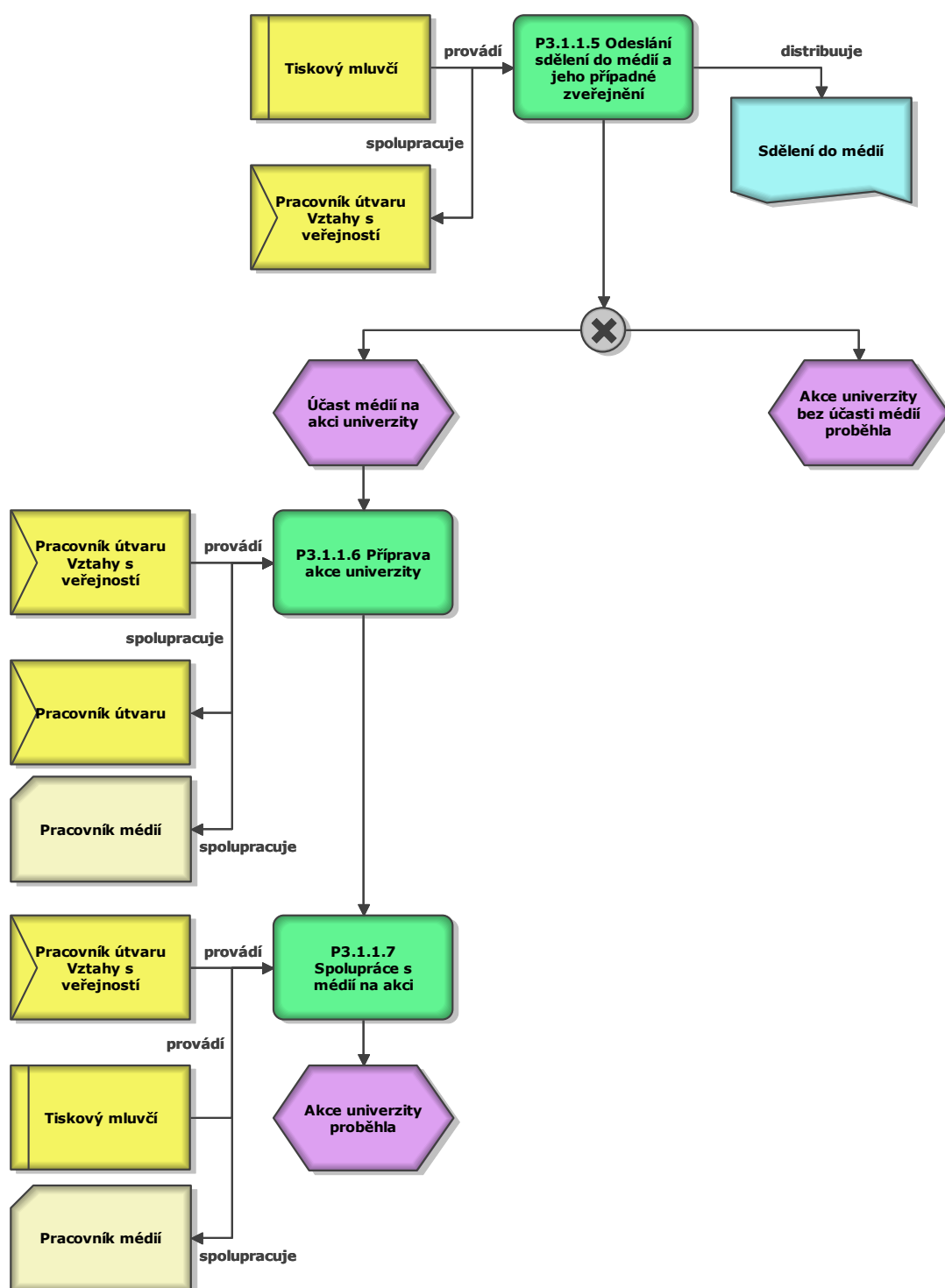
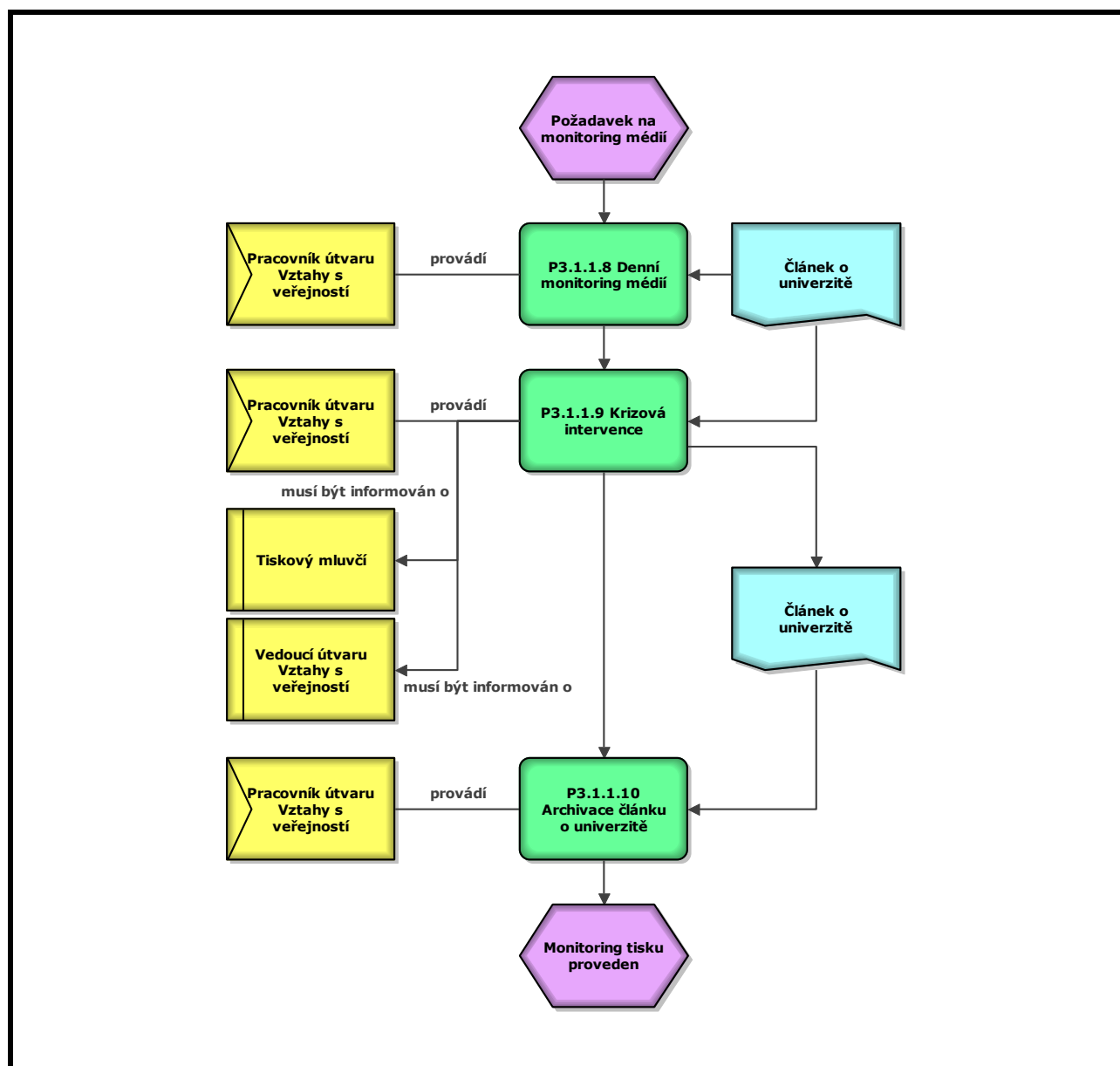


Diagram aktivit pod-procesu





Přehled aktivit pod-procesu

Pod-proces 3.1.1 *Mediální komunikace* popisuje proces komunikace s médii.

V případě potřeby může TM nebo VÚVV vytvořit poradní pracovní skupinu ze zaměstnanců univerzity. TM je univerzitou pověřený na jednání se zástupci médií. Další osoby vyjadřující se za univerzitu do médií nebo komunikující se zástupci médií v rámci přípravy těchto sdělení jsou povinni tyto skutečnosti TM neprodleně sdělit.

P3.1.1.1 Převzetí požadavku na informaci

TM nebo pracovník útvaru Vztahy s veřejností je požádán zástupci médií o informaci týkající se univerzity.

P3.1.1.2 Vyžádání podkladů z útvaru spojeného s požadovanou informací

PÚVV si vyžádá podklady od příslušného pracovníka útvaru spojeného s požadovanou informací. Tento pracovník odpovídá za to, že předané podklady jsou věcně správné a přesné. Zodpovídá také za to, že na předaných fotografiích zobrazený zaměstnanec či student souhlasí s jejich použitím k propagaci univerzity.

P3.1.1.3 Tvorba sdělení do médií

PÚVV vytvoří sdělení do médií, tiskovou zprávu nebo pozvánku na akci pořádanou univerzitou a předá ji TM k odsouhlasení. Bude-li to povaha sdělení vyžadovat, zajistí její autorizaci příslušným pracovníkem útvaru spojeného s požadovanou informací. V tom případě zprávu předá VÚVV.

P3.1.1.4 Schválení sdělení do médií

TM schválí sdělení do médií, popř. vrátí s připomínkami k přepracování.

P3.1.1.5 Odeslání sdělení do médií a jeho zveřejnění

TM odešle schválené sdělení zástupcům médií. Odesílka probíhá na vhodný medialist vzhledem k typu sdělení. TM předá tiskovou zprávu, pozvánku PÚVV, který zajistí její zveřejnění v příslušné sekci na internetových stránkách univerzity.

P3.1.1.6 Příprava akce univerzity

Pokud je k akci univerzity pořádána tisková konference nebo jiná forma prezentace dané akce, PÚVV nebo TM se může na žádost organizátorů spolupodílet na jejím pořádání, popřípadě připravit informační materiály k akci.

P3.1.1.7 Spolupráce s médii na akci

PÚVV nebo TM spolupracuje v průběhu akce univerzity se zástupci médií, případně jim předá informační materiály k akci. Bude-li to povaha tiskové informace vyžadovat, vyhradí si PÚVV nebo TM právo autorizace před zveřejněním zprávy.

P3.1.1.8 Denní monitoring médií

PÚVV pravidelně provádí monitoring médií pomocí specializovaného serveru, který umožňuje zpracování analýz pro potřeby útvaru Vztahy s veřejností i dalších zájemců.

P3.1.1.9 Krizová intervence

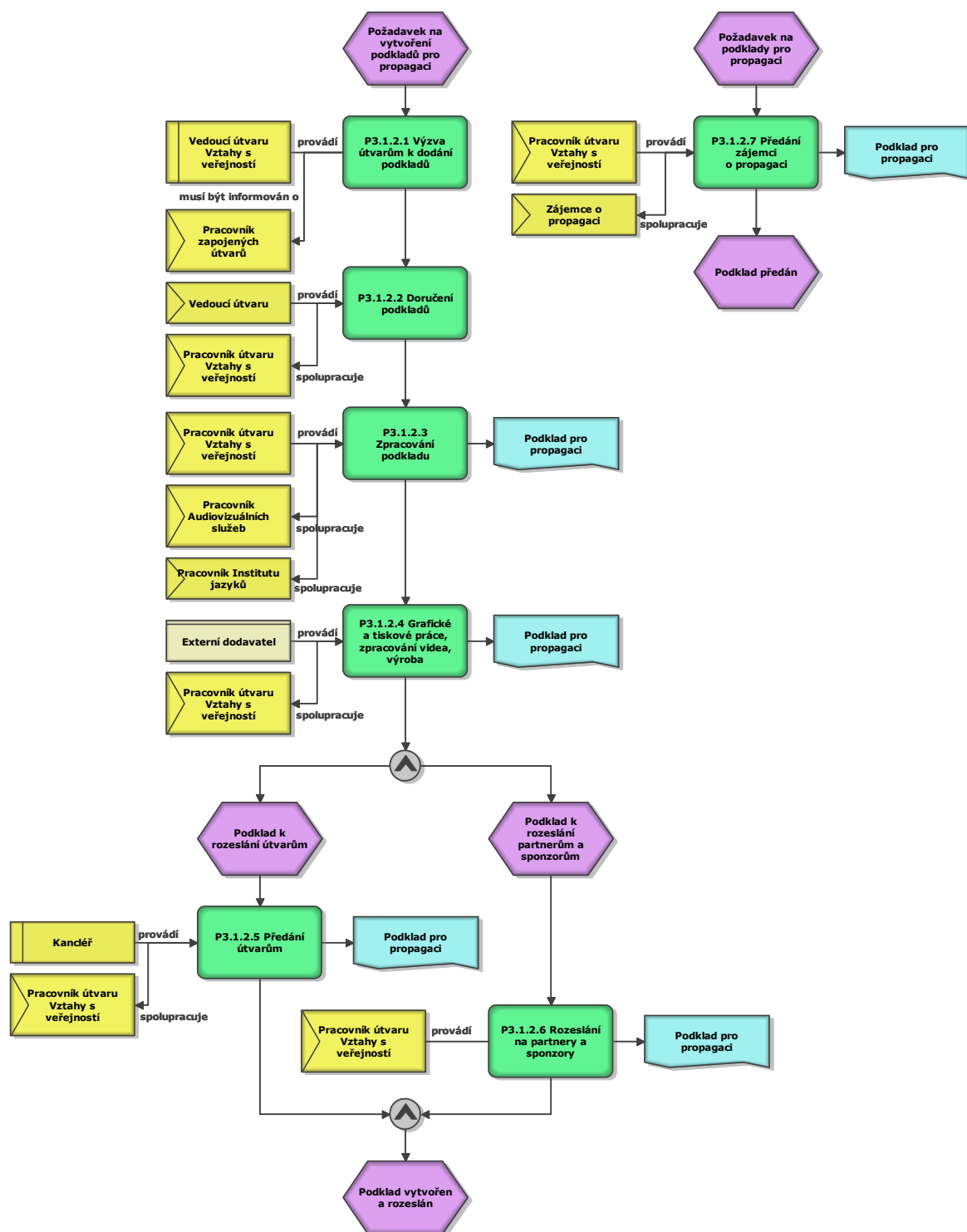
PÚVV v případě nalezení důležité informace, která vyžaduje okamžitou reakci (krizová situace – kritika či zavádějící informace), neprodleně informuje TM a VÚVV.

P3.1.1.10 Archivace článků o univerzitě

PÚVV archivuje na svém pracovišti kopie článků o univerzitě v elektronické podobě pomocí externí služby monitoringu médií. Služba je přístupná i dalším PRF, pokud o ni mají zájem.

Diagram aktivit pod-procesu

P3.1.2 Příprava podkladů pro propagaci



Přehled aktivit pod-procesu

Pod-proces 3.1.2 *Příprava pokladů pro propagaci* popisuje proces přípravy propagačních materiálů od okamžiku požadavku na jejich vytvoření až po předání zájemcům. Požadujícími mohou být útvary univerzity, ale i spolupracující externí firmy nebo instituce.

Podklady mohou být textové, grafické, mohou mít formu fotografií, videí, streamů, atd. jejich forma se může lišit, proto je proces sestaven obecně, aby bral ohled na všechny možné alternativy.

Všechny vytvořené podklady pro propagaci musí být v souladu s jednotným vizuálním stylem univerzity. Jejich vytvoření a případná výroba musí odpovídat pravidlům pro nákup dané komodity, které jsou stanoveny univerzitou nebo dalšími pravidly pro nákup. Stejně tak je důležité, aby v případě, že jde o podklady k propagaci konkrétních projektů, byly splněny veškeré náležitosti povinné publicity daného projektu. V případě financování sponzory dodržení jejich pravidel při použití loga. Při focení a natáčení videa osob je nutné dodržet pravidla pro GDPR.

V případě potřeby může pro tvorbu daného podkladu vedoucí útvaru Vztahy s veřejností vytvořit pracovní skupinu z univerzitních nebo externích spolupracovníků. Pokud je podklad pro propagaci připravován na jiném univerzitním pracovišti, než jsou Vztahy z veřejností, bude jim včas předán ke kontrole/konzultaci tak, aby případné další korektury dovolily splnit potřebný termín na zhotovení.

P3.1.2.1 Výzva útvarům k dodání podkladů

Pokud vznikne potřeba na vytvoření nových propagačních materiálů, vyzve VÚVV, nebo jím pověřený pracovník, pracovníky daných útvarů, kteří by na podkladu měli spolupracovat, k dodání podkladů. V požadavku toho, kdo zadal potřebu, bude přesně zadáno, jakou by měl mít poklad formu, způsob a zdroj financování, specifické podmínky, které by měl podklad splňovat, termín pro vyhotovení a vše potřebné, co by případnou přípravu mělo ovlivnit.

P3.1.2.2 Doručení podkladů PÚVV

Zapojení pracovníci univerzity dodají PÚVV v dohodnutých termínech podklady pro zpracování podkladů pro propagaci.

P3.1.2.3 Zpracování podkladů

PÚVV zpracuje podklady útvarů, příp. dalších spolupracujících a vytvoří z nich podklady pro grafika, kameramana, dodavatele atd., kdo dále bude s podklady pracovat.

P3.1.2.4 Grafické a tiskové práce, zpracování videa, výroba

Další související práce nebo výroba se odvíjí od typu konkrétního propagačního podkladu. Součástí tohoto bodu jsou i kontroly/korektury a konečné rozhodnutí o tom, zda je podklad hotov.

P3.1.2.5 Distribuce propagačních materiálů O rozeslání/předání podkladu pro propagaci na jednotlivá pracoviště rozhoduje VÚVV nebo jiná osoba, která je pro toto určena na začátku procesu. Rozeslání/předání zajišťuje PÚVV.

P3.1.2.6 Distribuce

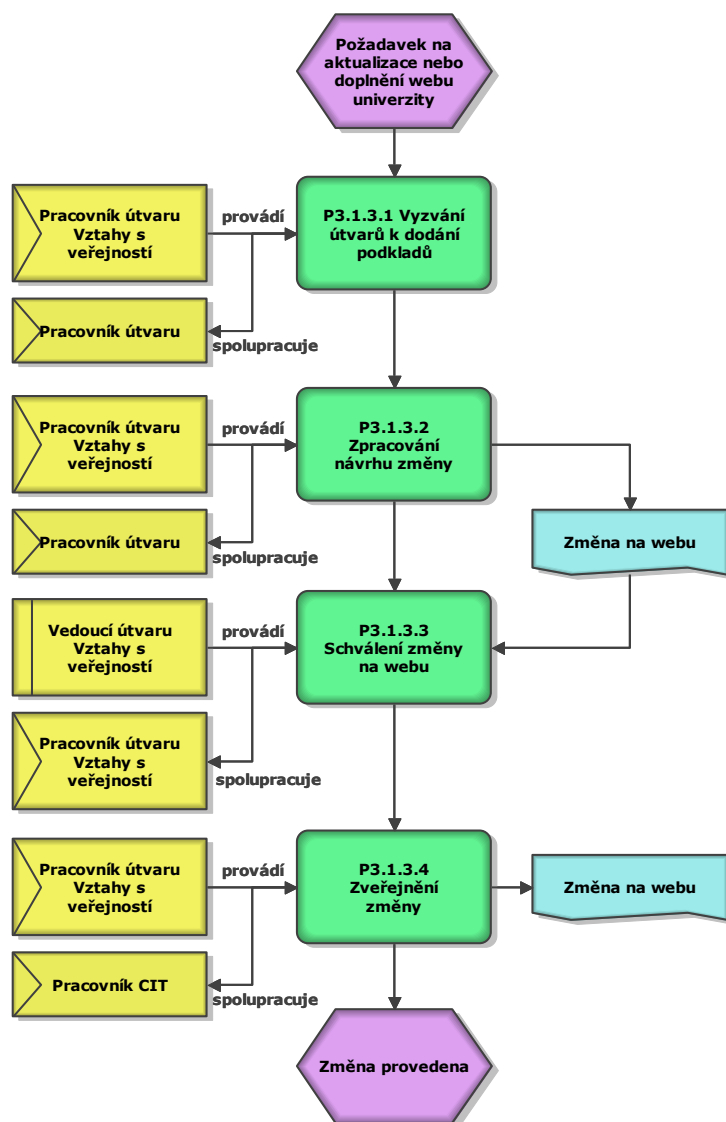
PÚVV zajistí rozeslání propagačního materiálu na určené partnery univerzity a sponzory. Stejně tak PÚVV zajistí i archivaci podkladů a příp. výtisků nebo další podoby propagačního materiálu tak, aby mohl být příp. předán ke kontrole.

P3.1.2.7 Předání podkladu zájemci o propagaci

Na základě odůvodněné žádosti si může zájemce o propagaci univerzity vyžádat propagační podklad u PÚVV.

Diagram aktivit pod-procesu

P3.1.3 Aktualizace a doplnění webu univerzity



Přehled aktivit pod-procesu

Pod-proces 3.1.3 *Aktualizace webu univerzity* popisuje proces průběžné aktualizace webu, výrobu nových podstránek, změny struktury webu a dalších potřebných kroků, aby web univerzity plnil svůj hlavní účel = informovat zájemce o dění na univerzitě, zveřejňoval informace, které musí uvádět povinně, a také univerzitu prezentoval. Aktualizace a doplnění se týká také dynamických prvků webu = novinky, aktuality, chystané akce, soutěže atd., které se vkládají přes speciální rozhraní Informačního systému v InNetu.

V případě potřeby, např. při větší úpravě webu, může TM nebo VÚVV vytvořit poradní pracovní skupinu z univerzitních pracovníků z různých útvarů. To se týká především situací, když se mění struktura webu. Změny jakékoliv aktualizace a změny na webu musí také podléhat pravidlům jednotného vizuálního stylu univerzity, příp. dalším, pokud je příp. nařizují konkrétní projekty nebo smlouvy o spolupráci.

Vzhledem k existenci více jazykových mutací univerzitního webu, je proces uveden obecně a platí pro všechny jazykové mutace.

Poznámka:

Novinky a další dynamicky vkládané informace přes Informační systém v InNetu mohou být také zveřejněny dalšími zaměstnanci, kteří k tomuto mají oprávnění (oprávnění řeší každý jednotlivý útvar). V tom případě rozhoduje VÚVV a jím pověřenými pracovníky o jejich případném zvýraznění (umístění na hlavní stránce prezentačního webu univerzity, v Novinkách nebo InNetu).

Pokud Novinku zveřejní oprávněný zaměstnanec VŠB-TUO (z jiných útvarů, než je ÚVV) a VÚVV vyhodnotí, že aktualita je natolik významná, že je vhodné ji zvýraznit např. na hlavní stránce prezentačního webu univerzity, v Novinkách či v InNetu, sám tak na vlastní zodpovědnost učiní. Stejně tak učiní sám opravu, pokud zjistí, že jsou někde uvedeny informace chybně (špatné použití názvu univerzity, překlepy, drobné chyby), nebo vyzve autora, aby chyby ihned opravil.

Identifikace požadavku na změnu na webu

PÚVV sám identifikuje sdělení vhodné k uveřejnění na českých webových stránkách univerzity nebo převezme požadavek pracovníka z jiného univerzitního útvaru. Stejně tak sám, případně ve spolupráci s Centrem informačních služeb, připraví potřebnou úpravu na webu univerzity. Potřeba na úpravu webu může vzniknout na všech úrovních univerzity, od studentů i spolupracujících institucí.

P 3.1.3.1 Výzva útvarům k dodání podkladů

Pokud PÚVV nemá dostatek kvalitních podkladů k vytvoření změny na požadované aktualizace webu, vyzve pracovníky z dotčených univerzitních útvarů o dodání potřebných podkladů. Ty mohou být formou ve formě textu, fotografií, videa, obrázků nebo příp. odkazu.

P 3.1.3.2 Zpracování návrhu změny na webu

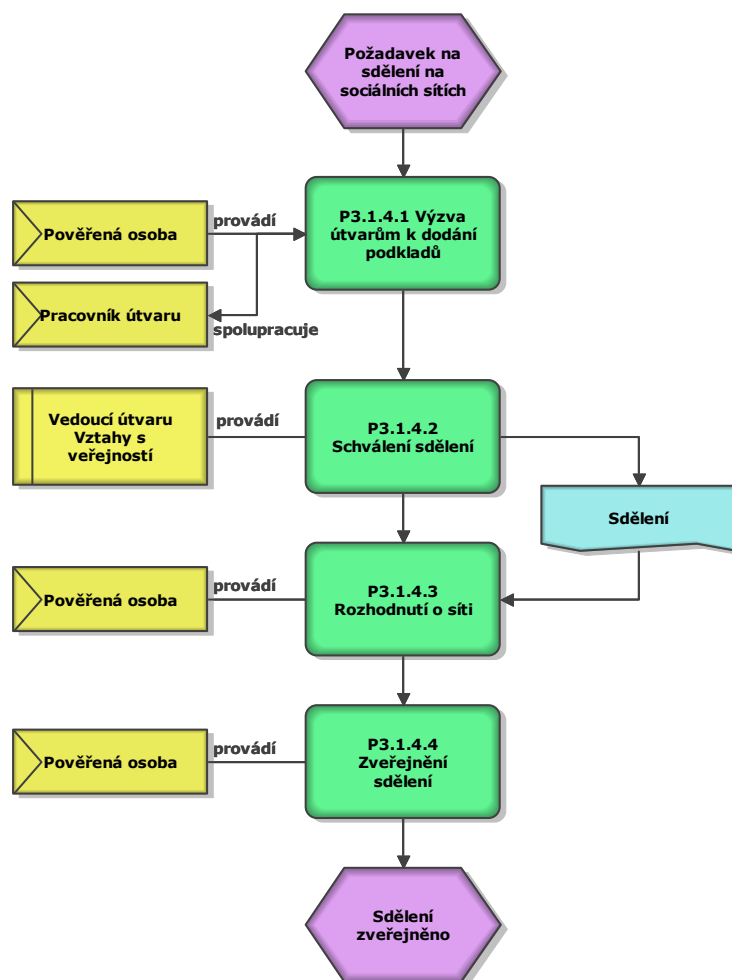
PÚVV ve spolupráci zpracuje návrh změny na požadované aktualizace webu.

P 3.1.3.3 Schválení aktualizace webu

PÚVV požádá VÚVV o schválení návrhu aktualizace. Ten ji schválí, popř. vrátí s připomínkami. Pokud na návrhu aktualizace pracovali i další univerzitní nebo externí spolupracovníci, je stanoveno, kdo bude změnu revidovat.

P 3.1.3.4 Zveřejnění změny

PÚVV zveřejní aktualizaci, příp. při technicky složitější změně požádá o spolupráci pracovníka CITu.

Diagram aktivit pod-procesu**P3.1.4 Komunikace na sociálních sítích**

Přehled aktivit pod-procesu

Pod-proces 3.1.4 *Komunikace na sociálních sítích* popisuje správu přístupů k administraci celouniverzitních profilů na sociálních sítích a pravidla pro editaci profilů. Proces platí stejně pro příspěvky na sociální sítě, pro komentáře a zprávy na sociálních sítích i pro dočasné příspěvky typu stories, která se na sociálních sítích využívají.

Poznámka:

Podle typu sociální sítě je správcem hesel nebo administrátorem VÚVV nebo jím pověřený pracovník. Ten určuje a dává oprávnění ke spravování/administraci/editaci dalším pověřeným pracovníkům. Každý administrátor či editor, který zjistí narušení zabezpečení či přístupu na univerzitní profil o této skutečnosti neprodleně informuje VÚVV. Další oficiální profily, které jsou zřízeny fakultami, katedrami, centry a dalšími součástmi univerzity, jsou v gesci těchto pracovišť. I ta podléhají základním pravidlům týkajícím se dodržení maximální bezpečnosti a pravidlům jednotného vizuálního stylu univerzity.

V případě potřeby může VÚVV vytvořit poradní pracovní skupinu z univerzitních pracovníků z různých útvarů.

Identifikace požadavku na zveřejnění příspěvku na sociální sítě, převzetí požadavku

PÚVV, VÚVV, TM a/nebo jiný VÚVV pověřený pracovník sám identifikuje sdělení vhodné k uveřejnění na sociálních sítích univerzity nebo převezme požadavek pracovníka z univerzitního útvaru. Stejně tak může reagovat na komentář nebo dotaz, který na profilu zobrazil někdo z návštěvníků dané sítě. Pokud je tento komentář nebo dotaz nevhodný, je na rozhodnutí pověřeného pracovníka, zda bude smazán a návštěvník blokován. Při opakovaně nevhodném chování na profilu toto pracovník konzultuje s právním oddělením univerzity a bude o situaci informovat kancléře.

P 3.1.4.1 Výzva útvarům k dodání podkladů

Pokud PÚVV nemá dostatek kvalitních podkladů k vytvoření sdělení, vyzve pracovníky univerzitních útvarů o dodání materiálů, které zpracuje.

P 3.1.4.2 Schválení sdělení pro sociální sítě univerzity

PÚVV nebo jiný VÚVV pověřený pracovník požádá tohoto vedoucího o schválení sdělení. Ten ho schválí, popř. ho vrátí s připomínkami. Požadavek na sdělení ze strany TM nebo VÚVV nepodléhá schvalování jím nadřízeného pracovníka a je zveřejněn podle požadavku. Forma schvalování sdělení je na domluvě mezi pracovníkem, který sdělení zveřejňuje, a VÚVV. Může mít např. formu periodického týdenního schvalování komunikačního plánu.

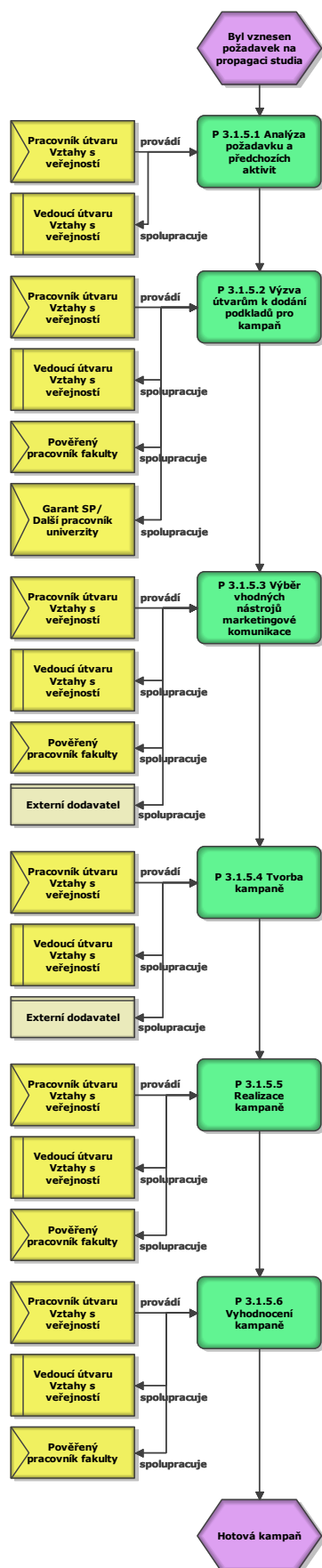
P 3.1.4.3 Rozhodnutí o sociální síti, na které bude sdělení zveřejněno

PÚVV nebo VÚVV nebo jiná VÚVV pověřená osoba rozhodne, na které sociální síti bude sdělení zveřejněno.

P 3.1.4.4 Zveřejnění sdělení

PÚVV, VÚVV nebo jiný VÚVV pověřený pracovník dané sdělení zveřejní.

P3.1.5 Podpora zájmu o studium



Přehled aktivit pod-procesu

Pod-proces 3.1.5 *Podpora zájmu o studium* představuje souhrn kroků, které mají potenciálním uchazečům o studium představit studijní nabídku VŠB-TUO jasnou, srozumitelnou formou, s důrazem na jednotnou propagaci univerzity jako celku.

Podpora zájmu o studium zahrnuje kombinaci nástrojů:

- a) Distribuce tiskovin - brožur, letáků, složek, atd.
- b) Placené i neplacené posty na profilech sociálních sítí, vč. videí a fotografií.
- c) Placené (PR články) i neplacené rozhovory a texty v tištěné i online podobě na webu univerzity nebo na dalších webech, např. na webech online médií. Spolupráce s médii formou tiskových zpráv, sdělení do médií.
- d) Inzerce formou reklamy v tisku, online i outdoor, TV a rádiové spoty.
- e) Propagace na partnerských akcích (vždy sjednaná písemně, např. formou Smlouvy o reklamě
- f) Mailing.
- g) Akce – pořádání Dnů otevřených dveří, účast na studijních veletrzích, návštěvy na středních školách, exkurze zájemců na univerzitě, další typy náborových a popularizačních akcí.

Konkrétní využití uvedených nástrojů závisí na termínu kampaně, finančních, personálních a dalších možnostech univerzity. Většina z uvedeného lze zajistit v kontaktní i online verzi a záleží na situaci, která verze bude použita. Ideálním řešením je maximální využití všech možností s co možná největším efektem. Důležitou součástí podpory zájmu o studium je i příprava na ni, co do informování osob, které se na procesu účastní jako „brand ambasadoři“ a univerzitu takto prezentují.

Poznámka:

Propagace nabídky studia navazuje na informace, které jsou o studiu zveřejněny na webu univerzity nebo v dalších materiálech zodpovědnými pracovníky např. garanty studijních programů. Toto je primární sdělení, na které zvolené nástroje marketingové komunikace navazují. Proto by měl být kladen důraz i na tyto informace. Jen díky efektivní marketingové komunikaci lze totiž podpořit zájem o studium na naší univerzitě.

Celý proces 3.1.5 Podpora zájmu o studium je propracovanou kampaní s cílem co možná nejlépe oslovit danou cílovou skupinu. Ta se může lišit podle typu nabízeného studia (zahrnuje také nabídku celoživotního studia) a vždy by měla být formulována na základě zkušeností z minulosti a toho, jaké návrhy kampaně představí univerzitní pracoviště ÚVV, fakultám a dalším zainteresovaným v tomto procesu. Aktivita dalších pracovišť univerzity nesmí být v rozporu s univerzitní kampaní. Stejně tak jsou součástí procesu i popularizační aktivity univerzity, které mají již žáky základních a středních škol aktivně přivést k zájmu o vědu a techniku.

Identifikace požadavku na propagaci studia

Požadavek na propagaci studia se, co do potřeby vzniku, skládá z dvou možných variant.

Hlavní náborovou kampaní je každoroční nábor do bakalářských a navazujících magisterských studijních programů, který se začíná chystat od dubna roku, který danému akademickému roku předchází (např. v dubnu 2021 pro nábor do akademického roku 2022/2023). Jedná se tedy o rutinní proces. Meziročně se však mění použití nástrojů marketingové komunikace a typy sdělení.

Druhou variantou může jít např. o nově akreditované studijní programy, placené kurzy nebo popularizační aktivity, jejichž propagace může proběhnout kdykoliv během roku.

Pod-proces se tedy týká souhrnné nabídky v rámci celoživotního vzdělávání na VŠB-TUO.

P 3.1.5.1 Analýza požadavku a předchozích aktivit

PÚVV společně s VÚVV vyhodnotí požadavek a zkušenosti z předchozích kampaní pro daný typ propagace.

P 3.1.5.2 Výzva útvarům k dodání podkladů

PÚVV vyzve zainteresované osoby, aby dodali potřebné podklady pro kampaň. Od této fáze je důležitým zapojeným PRF pracoviště, kterého se kampaň týká. PRF může na kampaň navázat dalšími aktivitami, aby ji podpořil. Vždy však v souladu s tím, co se chystá za ÚVV.

P 3.1.5.3 Výběr vhodných nástrojů marketingové komunikace

PÚVV společně s VÚVV a PRF vybere vhodnou kombinaci nástrojů marketingové komunikace. Pokud je součástí kampaně i inzertní prostor, jehož vlastníkem není univerzita, zapojí se do spolupráce také externí dodavatel.

P 3.1.5.4 Tvorba kampaně

PÚVV společně s VÚVV připraví koncept kampaně včetně jejího harmonogramu. Pokud jsou součástí kampaně prvky jako grafika, fotografie, video, je potřeba využít Audiovizuální služby, externí dodavatele i dodavatele inzertního prostoru, pokud bude využit.

P 3.1.5.5 Realizace kampaně

PÚVV společně s VÚVV a PRF zrealizují kampaň.

P 3.1.5.6 Vyhodnocení kampaně

Kampaň je vyhodnocena, aby bylo možné při další práci na nové kampani podobného typu využít zkušenosti z té původní. Hlavní je vyhodnotit dosah kampaně na cílovou skupinu, a zda cílová skupina na základě propagovaného sdělení projevila zájem o nabízený produkt univerzity. Vyhodnocení kampaně provádí PÚVV společně s VÚVV a PRF, případně dalšími zainteresovanými zájemci za univerzitu.

Přehled aktivit pod-procesu

Pod-proces *3.1.6 Interní komunikace* ošetřuje zejména přenos komunikačních sdělení zaměstnancům a studentům univerzity.

Tyto typy sdělení se uskutečňují především těmito komunikačními kanály:

- a) hromadnými e-maily zaměstnancům a studentům,
- b) setkáními s pověřenými osobami v oblasti marketingové komunikace,
- c) sdělování informací intranetem univerzity = InNet a jeho Informační systém,
- d) setkávání za účelem předání informací.

ad a) Hromadné e-maily

Pro tuto aktivitu existuje samostatná směrnice *TUO_PPR_14_001 Rozesílání hromadné pošty nebo obchodních sdělení*, podle které je nutné postupovat. Je důležité zdůraznit, že rozesílka hromadných e-mailů by měla být použita pouze pro informace s vysokou prioritou. Sdělení typu „obchodních sdělení“ musí být jasně vyznačena v předmětu e-mailu dle pravidel uvedené směrnice.

ad b) Setkáními s pověřenými osobami v oblasti marketingové komunikace

Zástupci fakult a univerzitních útvarů jsou kontinuálně informováni o oblasti marketingové komunikace univerzity a aktivitách z ní vyplývajících. Tyto osoby jsou nominovány managementem pracovišť a za danou oblast mají zodpovědnost.

Předání informací probíhá formou skupinového setkání PR pracovníků, které svolává VÚVV. VÚVV informuje PÚVV a TM o setkání a požádá je o součinnost při svolávání účastníků a organizaci setkání. Zápisy, prezentace a další podklady z těchto porad jsou zveřejňovány v InNetu v sekci Dokumenty. Průběžně jsou také PR pracovníci informováni e-maily o novinkách nebo úkoly za tuto oblast.

ad c) Sdělování informací intranetem univerzity

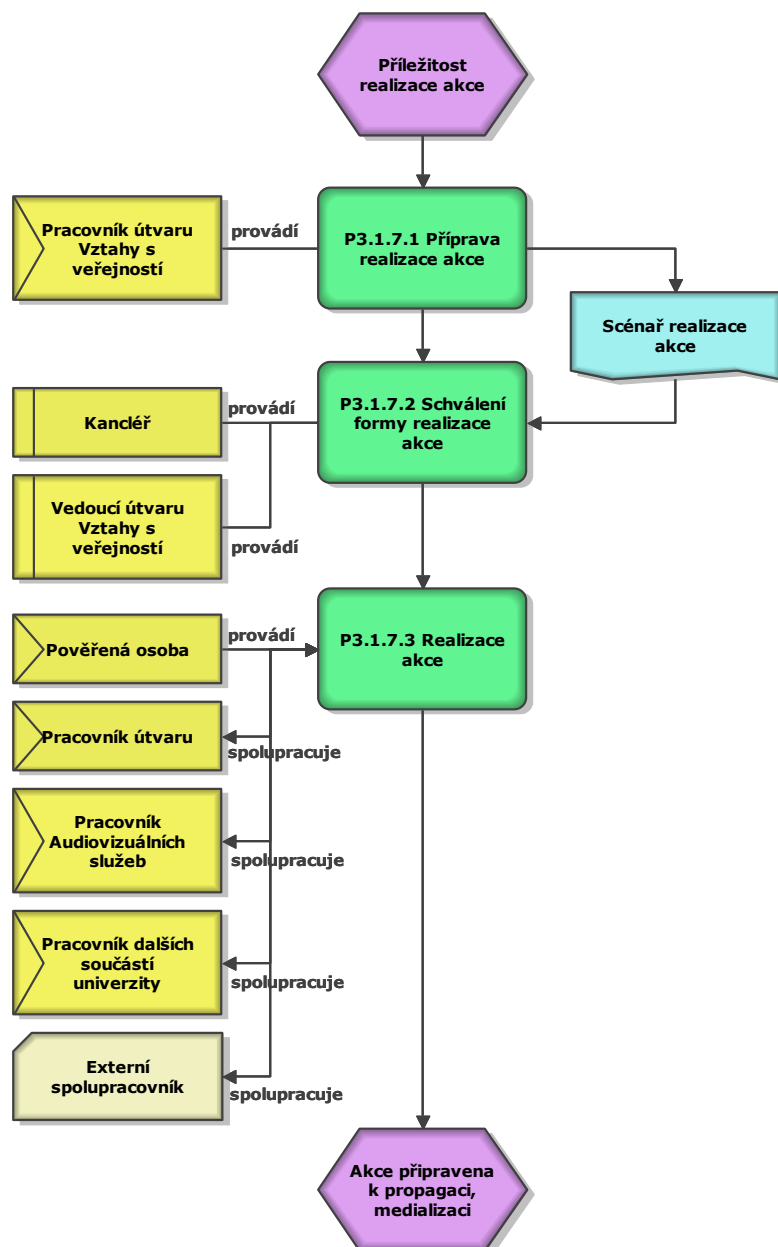
Jako informační kanály interní komunikace jsou využívány i intranetové portály univerzity - především InNET. Postup pro zveřejnění změn v InNetu je obsahem stejná jako v procesu P3.1.3. Intranet je dostupný pouze pro přihlášené, proto je potřeba zvážit, které informace patří zde a které na propagační web univerzity, tedy jsou veřejně přístupné.

ad d) Setkávání za účelem předání informací

Ve vhodných případech je také možné svolat akci za účelem předání informací vybrané skupině studentů nebo zaměstnanců. Její organizace odpovídá pod-procesu *3.1.7 Organizační zajištění akcí*.

Diagram aktivit pod-procesu

P3.1.7 Organizační zajištění akcí



Přehled aktivit pod-procesu

Pod-proces 3.1.7 Organizační zajištění akcí

Kancléř, VÚVV nebo PÚVV identifikují vhodnou příležitost pro realizaci akce nebo přijmou požadavek na zapojení svých pracovišť do akce od pracovníka jiného univerzitního útvaru. Pořádání každé akce je potřeba zvážit podle časových, personálních a finančních možností univerzity. Prioritně pořádané akce jsou univerzitní ceremonie a náborové akce. Každá akce musí mít jasně definovanou hlavní zodpovědnou osobu a jejího zástupce.

Všechny akce pořádané přímo na univerzitě, i mimo ni, musí podléhat v danou dobu platným pravidlům pro pořádání akcí, např. Ministerstvem zdravotnictví ČR. Také musí být v souladu s pravidly GDPR a je potřeba zajistit podmínky bezpečnosti.

Propagace akce, pokud podléhá pravidlům povinné publicity projektů nebo dalším smluvním ujednáním, musí být provedena v souladu s nimi.

Poznámka:

Univerzita pravidelně nebo nárazově pořádá akce různého typu:

Může jít o oficiální ceremonie (Slavnostní zasedání Vědecké rady VŠB-TUO, promoce absolventů, imatrikulace nových studentů, inaugurace rektora, Zlatá a Diamantová promoce, udělení medaile Georgia Agricoly, udělení čestného doktorátu),

náborové akce (Dny otevřených dveří, univerzitní festival Art nad Science, exkurze žáků ZŠ a SŠ na pracoviště univerzity),

sportovní akce (Sportovní den, charitativní běh TechnikaRun),

akce pro zaměstnance a jejich děti (Mikuláš, TechCampy, kroužky),

podporu uplatnění studentů a absolventů na trhu práce (kariéra+, přednášky firem a našich absolventů, další akce Kariérního centra),

propagační a popularizační akce (Zlepší si techniku, Noc vědců) atd. Tento výčet samozřejmě není kompletní.

P 3.1.7.1 Příprava realizace akce

PÚVV navrhne vhodnou formu (scénář) realizace akce. Součástí přípravy akce jsou: popis akce, časový harmonogram, dle typu akce finanční rozvaha a seznam aktivit, které je nutné zajistit včetně odpovědnosti za ně. V případě zapojení útvarů univerzity nebo externích spolupracujících organizací i popis této spolupráce.

P 3.1.7.2 Schválení formy realizace akce

Kancléř nebo VÚVV schválí formu realizace akce, popřípadě vrátí s připomínkami PÚVV.

P 3.1.7.3 Realizace akce

VÚVV, PÚVV nebo kancléřem pověřený pracovník ve spolupráci s pracovníkem univerzitního útvaru (popřípadě za asistence externího dodavatele služeb) zrealizují danou akci, přičemž o spolupráci je možné požádat pracovníky Audiovizuálních služeb, dalších součástí univerzity nebo externí spolupracovníky.

Medializace PR eventu – viz podproces 3.1.1. Mediální komunikace.

Seznam záznamů

Název záznamu	Proces	Místo uložení	Podoba	Doba uložení	Vypořádání	Šablona
Tisková zpráva	P3.1.1	Internet	elektronická	-		
Sdělení do médií	P3.1.1	Internet	elektronická			
Podklad pro propagaci	P3.1.2	Kancelář rektora, ÚVV nebo další pracoviště zajišťující výrobu	Listinná nebo elektronická	2 roky u listinné	skartace	
Změna na webu	P3.1.3	Internet	elektronická	-	-	
Sdělení na sociálních sítích	P3.1.4	Internet	elektronická	-	-	
Hromadný mail	P3.1.6	Soubor	elektronická	-	-	
Sdělení v InNetu nebo v Informačním systému	P3.1.6	Internet	elektronická	-	-	
Scénář realizace akce	P3.1.7	Soubor	elektronická	-	-	

Seznam změn a revizí řízeného dokumentu

Verze	Datum	Obsah změny / revize	Jméno a podpis garanta dokumentu
A	9.5.2007	Vydání nového dokumentu	Ing. Petra Kubová, v.r.
B	4.7.2007	Realizace nápravného opatř. int. auditu Oprava použitých formulací	Ing. Petra Kubová, v.r.
C	4. 8. 2008	Doplnění regulátoru – nová verze směrnice Zásady používání a ochrany znaku univerzity. Úprava aktivity podprocesu P3.1.2.4 Grafické a tiskové práce	Mgr. Táňa Kantorková, v.r.
C	21.12.2010	Revize dokumentu	Mgr. Táňa Kantorková, v.r.
D	20.10.2011	Aktualizace dokumentu – oprava čísel útvarů, úprava kritérií pro monitorování a měření procesu	Mgr. Táňa Kantorková
E	20.4.2015	Revize dokumentu	Mgr. Blanka Marková
F	17.5.2016	Dílčí úpravy v bodech: P3.1.1.9, P3.1.1.11. Bod P3.1.1.12 byl vyřazen úplně.	Mgr. Blanka Marková
G	1.7.2017	Aktualizace dokumentu, úprava názvosloví, přidání procesu P3.1.4.b	Ing. Petra Halíková
G	19.9.2018	Revize beze změn	Ing. Petra Halíková
G	25.11.2019	Revize beze změn	Ing. Petra Halíková
H	4.11.2020	Aktualizace dokumentu, úprava názvů útvarů, dílčí úpravy v bodech P3.1.4, P3.1.6.	Ing. Petra Halíková
CH	22.11.2021	Aktualizace celého dokumentu	Ing. Petra Halíková
	10.11.2022	Revize beze změn	Ing. Petra Halíková
I	10.3.2023	Dílčí úpravy/doplnění: k genderově korektní komunikaci, v bodě 3.1.1 odpovědnosti za univerzitu, kdo komunikuje s médii, průběh archivace sdělení z médií. V bodě 3.1.7 nutnost určení odpovědné osoby za pořádanou akci na univerzitě.	Ing. Petra Halíková